

คำอธิบายรายวิชา
การจัดการมหาบัณฑิต หลักสูตรไทย
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

กจกจ ๕๐๔ พฤติกรรมองค์การและการจัดการทรัพยากรมนุษย์

MGMG 504 Organization Behavior and Human Resource Management

ความหมายของพฤติกรรมองค์การ พื้นฐานของพฤติกรรมส่วนบุคคล การยอมรับและการตัดสินใจส่วนบุคคล คุณค่าทัศนคติและความพึงพอใจในงาน บทบาทการสร้างแรงจูงใจและการนำไปประยุกต์ พื้นฐานของพฤติกรรมกลุ่ม การติดต่อสื่อสารและการตัดสินใจกลุ่ม อำนาจและการเงิน ความขัดแย้ง การต่อรองและพฤติกรรมระหว่างกลุ่ม ความเป็นผู้นำและคุณธรรมจริยธรรมของผู้นำ โครงสร้างองค์กร การออกแบบองค์กร นโยบายด้านทรัพยากรบุคคล วัฒนธรรมองค์กรและสภาพแวดล้อม ความกดดันในการทำงาน การพัฒนาและเปลี่ยนแปลงองค์กร

กจกจ ๕๐๖ เศรษฐกิจไทยในบริบทโลก

MGMG 506 Thai Economy in Global Context

จุลเศรษฐศาสตร์ อุปสงค์และอุปทาน ความยืดหยุ่น นโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้อง การผลิตและผลผลิต ต้นทุน ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ตลาดผูกขาด ตลาดแข่งขันแบบผู้ขายมากมาย ตลาดแบบผู้ขายน้อยราย ทฤษฎีเกมส์ ความล้มเหลวของตลาด เศรษฐศาสตร์ระดับมหภาค การวัดผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ อัตราเงินเฟ้อ อัตราการว่างงาน นโยบายการเงิน นโยบาย การคลัง วงจรธุรกิจ การค้าขายระหว่างประเทศ และการเงินระหว่างประเทศ

กจกจ ๕๐๘ การจัดการการตลาดเชิงกลยุทธ์

MGMG 508 Strategic Marketing Management

การตลาด การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า กระบวนการทางการตลาด และการวางแผนการตลาด ระบบข้อมูลข่าวสารและการวิจัยทางการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การวิเคราะห์ตลาดผู้บริโภคและพฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์ตลาดธุรกิจและพฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและคู่แข่ง การวัดและการประมาณการอุปสงค์ของตลาด การแบ่งตลาดออกเป็นส่วนๆ และการเลือกตลาดเป้าหมาย การสร้างความแตกต่างและการวางตำแหน่งทางการตลาด การพัฒนา ทดสอบ และการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้นำ ผู้ท้าทาย ผู้ตามและผู้ชำนาญเฉพาะส่วน การออกแบบกลยุทธ์สำหรับตลาดระดับสากล การจัดการสายผลิตภัณฑ์ ตราสินค้าและการบรรจุภัณฑ์ การบริหารธุรกิจการให้บริการ การเลือก และการบริหารช่องทางการตลาด การจัดการผู้ค้าปลีก ค้าส่ง และระบบการกระจายสินค้า การออกแบบ การติดต่อสื่อสารและ

การประชาสัมพันธ์ การออกแบบตลาดทางตรงและการสร้างสัมพันธ์กับชุมชน การบริหารงานขาย การประเมินผลและการควบคุมผลการดำเนินการตลาด

กจกจ ๕๐๕ การจัดการเชิงกลยุทธ์

MGMG 509 Strategic Management

กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อบริษัทและนโยบายของบริษัทการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมภายนอกและภายใน การสร้างข้อได้เปรียบในเชิงการแข่งขันโดยผ่านกลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ กลยุทธ์ระดับฝ่าย กลยุทธ์การแข่งขันและสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรม กลยุทธ์ในสิ่งแวดล้อมระดับโลก กลยุทธ์ระดับองค์กร การรวมกันในแนวตั้ง การกระจายธุรกิจและพันธมิตรทางกลยุทธ์ การพัฒนาบริษัท การสร้างและปรับปรุงโครงสร้างของบริษัท การออกแบบโครงสร้างองค์กรแบบระบบควบคุมเชิงกลยุทธ์ ความสอดคล้องกันระหว่างโครงสร้างและการควบคุมกลยุทธ์ การประยุกต์การเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ และการวิเคราะห์กรณีศึกษา

กจกจ ๕๑๖ การเงินธุรกิจ

MGMG 516 Corporate Finance

การจัดการทางการเงิน มูลค่าเวลาของเงิน งบการเงิน การวิเคราะห์งบการเงิน การวางแผนเงินทุนระยะยาว การบริหารเงินทุนหมุนเวียน การบริหารสินทรัพย์หมุนเวียน การจัดหาเงินทุนระยะสั้น ดอกเบี้ยและโครงสร้างอัตราดอกเบี้ย หนี้กู้และการหามูลค่าหนี้กู้ ความเสี่ยงของหนี้กู้ ความเสี่ยงและผลตอบแทน แบบจำลองผลตอบแทนที่ดูสภาพ หนี้สามัญและการหามูลค่าหนี้สามัญ ต้นทุนเงินทุนการงบประมาณลงทุน การประมาณกระแสเงินสด การวิเคราะห์ความเสี่ยงของโครงการลงทุน การรีไฟแนนซ์ โครงสร้างเงินทุน การจ่ายเงินปันผลและการซื้อหุ้นคืน การบริหารความเสี่ยงและอนุพันธ์ทางการเงิน

กจกจ ๕๑๗ การจัดการด้านการลงทุน

MGMG 517 Investment Management

หลักเกี่ยวกับการลงทุน เครื่องมือทางการเงินประเภทต่าง ๆ ตลาดหลักทรัพย์ ดัชนีราคาหลักทรัพย์ ผลตอบแทนจากการลงทุน ความเสี่ยงจากการลงทุน ทฤษฎีกลุ่มหลักทรัพย์ ตัวแบบการตั้งราคาหลักทรัพย์ สมมติฐานประสิทธิภาพของตลาด ลักษณะและตลาดของตราสารหนี้ ตราสารทุน การประเมินมูลค่า ผลการดำเนินงานของกลุ่มหลักทรัพย์ การวิเคราะห์และการพยากรณ์สถานะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมและบริษัท ใบสำคัญแสดงสิทธิ์ซื้อหลักทรัพย์ หลักทรัพย์แปลงสภาพ

กจกจ ๕๑๘ การวางแผนและกลยุทธ์ทางการเงิน

MGMG 518 Financial Planning and Strategy

กลยุทธ์และการตัดสินใจทางการเงิน การเพิ่มเงินทุน หุ้นสามัญ การก่อกำเนิดสิน การหาต้นทุนเงินทุนแบบเฉลี่ย หุ้นบุริมสิทธิ์ หลักทรัพย์แบบหนี้สินกึ่งทุน นโยบายเงินปันผล การตัดสินใจในงบประมาณเงินทุน การรวมและควบกิจการ การวางแผนและกลยุทธ์ทางการเงินในบริษัทที่มีธุรกิจหลากหลาย การคำนวณหากำไรต่อหุ้น การเข้าซื้อ กลยุทธ์ทางการเงินในระดับสากล การบริหารความเสี่ยง

กจกจ ๕๑๙ การวิจัยธุรกิจ

MGMG 519 Business Research

ปรัชญาและแนวคิดทางการวิจัยธุรกิจ ระเบียบวิธีวิจัย การกำหนดประเด็นปัญหา การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การกำหนดตัวแปรและสมมติฐานการวิจัย การกำหนดประชากรและการสุ่มตัวอย่าง การออกแบบวิจัย แหล่งและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การประมวลผลข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การจัดทำรายงานและการนำเสนอผลการวิจัย

กจกจ ๕๒๐ พฤติกรรมผู้บริโภค

MGMG 520 Consumer Behavior

ความหลากหลายของพฤติกรรมผู้บริโภค การวิจัยผู้บริโภค การแบ่งกลุ่มทางการตลาดการจูงใจผู้บริโภค บุคลิกภาพและพฤติกรรมผู้บริโภค การรับรู้ของผู้บริโภค การเรียนรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมผู้บริโภค อิทธิพลที่มีต่อพฤติกรรมผู้บริโภค กลุ่มอ้างอิงและครอบครัว ระดับชั้นทางสังคมอิทธิพลของวัฒนธรรม วัฒนธรรมย่อย วัฒนธรรมข้ามชนิตและระดับชั้นทางสังคม ต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค การแพร่ของนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

กจกจ ๕๒๗ การจัดการร่วมสมัย

MGMG 527 Contemporary Management

หลักการจัดการ วิวัฒนาการของทฤษฎีการจัดการ จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม วัฒนธรรมองค์กร และสิ่งแวดล้อม การวางแผนและการกำหนดเป้าหมาย การพัฒนากลยุทธ์และการนำไปปฏิบัติ การออกแบบองค์กร การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ภาวะผู้นำ การติดต่อสื่อสาร การจัดการการเปลี่ยนแปลง นวัตกรรม คุณภาพและผลการปฏิบัติงาน

กจกจ ๕๒๘ กลยุทธ์การตัดสินใจเชิงการจัดการ

MGMG 528 Managerial Decision Strategy

การวิเคราะห์และการสร้างตัวแบบ การตัดสินใจภายใต้ความไม่แน่นอน การตัดสินใจและการวิเคราะห์ความเสี่ยง การบริหารและการควบคุมสินค้าคงคลัง เทคนิคการประเมินค่าและควบคุมโครงการ ความน่าจะเป็น การ

พยากรณ์ การตัดสินใจในการจัดการเชิงกลยุทธ์ การใช้ความรู้ด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ในทางปฏิบัติ การเสริมสร้างทักษะในการวางแผนและตัดสินใจอย่างเป็นระบบ การใช้แผนงานจำลองทางธุรกิจระหว่างประเทศ

กจกจ ๕๓๐ การวิจัยการตลาด

MGMG 530 Marketing Research

การรู้เห็นกำหนดปัญหาทางการตลาด แนวคิดการวิจัยการตลาด กระบวนการวิจัยระเบียบวิธีการและการประยุกต์ผลการวิจัยเชิงกลยุทธ์ การออกแบบการวิจัย ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ การออกแบบเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจทางการตลาด

กจกจ ๕๓๑ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์และการฝึกสอน

MGMG 531 Strategic Human Resource Development and Coaching

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ องค์กรแห่งการเรียนรู้ การประเมินทักษะและสายอาชีพ การใช้ข้อมูลย้อนกลับ 360 องศา แผนปฏิบัติการในการพัฒนาในงานและในสายอาชีพ และเทคนิคการสอนงาน

กจกจ ๕๓๖ การตลาดการบริการ

MGMG 536 Services Marketing

วิเคราะห์เชิงลึกในข้อแตกต่างทางการจัดการการตลาดระหว่างสินค้าและบริการกรณีศึกษาแบบการบริการต่าง ๆ การจัดการการตลาดในภาคธุรกิจบริการ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้า กระบวนการในการให้บริการ ความพึงพอใจของลูกค้า และคุณภาพของการให้บริการ

กจกจ ๕๓๘ กลยุทธ์ช่องทางการตลาด

MGMG 538 Marketing Channel Strategies

การวิเคราะห์ระบบของความสัมพันธ์ ความเกี่ยวพันระหว่างองค์กรที่ทำการผลิตสินค้าและบริการกับผู้บริโภค ทั้งที่เป็นภาคอุตสาหกรรม สถาบันต่าง ๆ หรือผู้บริโภคโดยตรง ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของโครงสร้างการจัดจำหน่าย ผู้ผลิต ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก บริษัทขนส่ง และผู้เกี่ยวข้องในกระบวนการจัดจำหน่ายอื่น ๆ การวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมของความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในช่องทาง การใช้อำนาจของสมาชิก ความขัดแย้งระหว่างสมาชิก และการสื่อสารระหว่างกัน ผลกระทบจากนโยบายของภาครัฐและข้อจำกัดต่าง ๆ

กจกจ ๕๔๑ สัมมนาทางการตลาด

MGMG 541 Seminar in Marketing

การวิเคราะห์กรณีศึกษากับทฤษฎีทางการตลาด หัวข้อการตลาดเทคโนโลยี วัฒนธรรมการบันเทิงและการตลาด การตลาดการกีฬา วัฒนธรรมการบริโภคและการตลาด การสอบถามตามบริษัทและประสบการณ์ผู้บริโภค การสร้างแนวคิดนวัตกรรม

กจกจ ๕๔๓ กฎหมายเกี่ยวกับแรงงาน

MGMG 543 Laws Relating to Labor

กฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิตการทำงานของผู้ใช้แรงงาน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นปัญหาทางกฎหมายกับการจัดการ และแสวงหาข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงหรือสร้างสรรค์ระบบกฎหมายด้านแรงงาน กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงาน การแรงงานสัมพันธ์ ความปลอดภัยในการทำงาน การให้ความคุ้มครองแรงงานสตรีและเด็ก สวัสดิการ กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสัญญาจ้างแรงงาน กฎหมายประกันสังคม กฎหมายโรงงาน พระราชบัญญัติการส่งเสริมการลงทุน กฎหมายว่าด้วยการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและอื่น ๆ

กจกจ ๕๔๔ การสร้างสรรค์และการพัฒนาตัวแบบธุรกิจอาหาร

MGMG 544 Food Business Model Development and Creativity

แนวการศึกษา วิธีการ การปรับใช้ สำหรับการพัฒนาทักษะด้านกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์เชิงธุรกิจ การแนะนำพื้นฐานกระบวนการคิดเชิงนวัตกรรม การสร้างความเข้าใจลูกค้าอย่างลึกซึ้ง การระบุพื้นที่ของโอกาส การระบุขอบเขตให้พรมณาลักษณะของปัญหา การสร้างแนวคิด การพัฒนาแนวคิด การประยุกต์แนวคิดเพื่อให้เกิดขึ้นได้จริง ในภาคปฏิบัติ และการเชื่อมโยงแนวคิดสู่กลยุทธ์ธุรกิจและการพัฒนาตัวแบบธุรกิจ การระบุปัญหาของลูกค้า การหาแนวทางแก้ไขปัญหาที่เหมาะสม การเสนอคุณค่าสู่ลูกค้า พันธมิตรทางธุรกิจ การกำหนดพื้นที่ลูกค้าเป้าหมาย ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า วิธีการหารายได้ และโครงสร้างต้นทุน

กจกจ ๕๔๖ การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานทางธุรกิจอาหาร

MGMG 546 Supply Chain and Logistic Management in Food Business

การสร้างรายได้เปรียบเชิงการแข่งขันแก่ธุรกิจอาหาร โดยการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์เชิงกระบวนการ ผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม การจัดการคุณภาพ การจัดการสินค้า การจัดการระบบสินค้า การจัดการความสัมพันธ์ของลูกค้า การจัดการความต้องการของลูกค้า การวางแผนการขายและดำเนินงาน การจัดการความเปลี่ยนแปลงในการดำเนินงานโซ่อุปทาน การจัดการตัวแบบธุรกิจและการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ ระดับนานาชาติสำหรับอุตสาหกรรมอาหารและเกษตร

กจกจ ๕๕๖ ความได้เปรียบและกลยุทธ์ทางธุรกิจ

MGMG 556 Corporate Advantage and Strategy

แนวคิดกลยุทธ์ระดับองค์กร การวิเคราะห์กลยุทธ์ วิสัยทัศน์ และวัตถุประสงค์ขององค์กร การวิเคราะห์ทรัพยากรขององค์กร กลยุทธ์ระดับธุรกิจ การวิเคราะห์ขนาดและขอบเขตของกิจการการขยายสู่ธุรกิจใหม่นอกสายธุรกิจเดิม การสร้างความได้เปรียบในระดับองค์กร กลยุทธ์บนพื้นฐานการสร้างมูลค่า กลยุทธ์สำหรับบริษัทยานาชาติ การประเมินกลยุทธ์ระดับองค์กร ธรรมชาติของธุรกิจ

กจกจ ๕๕๘ กลยุทธ์ทางนวัตกรรมและเทคโนโลยี

MGMG 558 Innovation and Technology Strategy

การบูรณาการเทคโนโลยีและนวัตกรรม การออกแบบและการนำกลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีไปปฏิบัติ วิวัฒนาการของเทคโนโลยี สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม สภาพแวดล้อมองค์กรความสามารถด้านเทคโนโลยีขององค์กร การพัฒนาความสามารถด้านนวัตกรรมขององค์กร การออกแบบและการจัดการระบบนวัตกรรมสำหรับองค์กร การจัดหาแหล่งเทคโนโลยี การสร้างและนำกลยุทธ์การพัฒนาไปปฏิบัติ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การสร้างความสามารถในการแข่งขันด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ความท้าทายในด้านนวัตกรรมสำหรับองค์กร

กจกจ ๕๖๓ กลยุทธ์อุตสาหกรรมและการแข่งขันระดับโลก

MGMG 563 Industry Strategy and Global Competition

การวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรม กลยุทธ์ในการแข่งขันของอุตสาหกรรม กรอบในการวิเคราะห์คู่แข่ง กลยุทธ์เพื่อใช้กับลูกค้าและผู้จัดหาวัตถุดิบ กลยุทธ์การแข่งขันสำหรับอุตสาหกรรมเกิดใหม่ อุตสาหกรรมที่เจริญเต็มที่และอุตสาหกรรมที่ถดถอย การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์สำหรับการรวมกิจการและการเข้าสู่ธุรกิจใหม่ การวิเคราะห์แนวโน้มของอุตสาหกรรมในกระแสโลกาภิวัตน์ การเคลื่อนไหวเชิงกลยุทธ์ในตลาดโลก กลยุทธ์สำหรับการดำเนินธุรกิจในภูมิภาคต่าง ๆ การวิเคราะห์และประเมินกลยุทธ์ระดับโลก

กจกจ ๕๖๕ การปฏิบัติเชิงกลยุทธ์ และภาวะผู้ประกอบการในองค์กร

MGMG 565 Strategic Implementation and Intrapreneurship

การขับเคลื่อนกลยุทธ์ระดับองค์กรสู่กระบวนการทำงานและแนวปฏิบัติในองค์กรวัฒนธรรมและโครงสร้างที่สนับสนุนการปฏิบัติตามกลยุทธ์ ธรรมชาติของภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ดัชนีชี้วัดผลการดำเนินงานแบบบาลานซ์สกอร์การ์ด การติดตามและควบคุมเชิงกลยุทธ์ การประเมินผลประสิทธิผลของกลยุทธ์ การสร้างภาวะผู้ประกอบการภายในองค์กร การบริหารความเสี่ยงและการลดผลกระทบจากความเสี่ยงในการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ

กจกจ ๕๖๗ การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ

MGMG 567 Entrepreneurial Marketing

การตรวจสอบถึงความท้าทายที่มีลักษณะเฉพาะในการทำตลาดสำหรับธุรกิจใหม่พัฒนาทักษะการตลาดพื้นฐานสำหรับผู้ประกอบการและการเป็นผู้นำในธุรกิจใหม่ในตลาดโลก การวิจัยตลาดเพื่อเข้าใจความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด การกำหนดราคาการวางแผนในการวางตลาดสินค้าหรือบริการสำหรับธุรกิจใหม่

กจกจ ๕๖๘ ภาวะผู้ประกอบการธุรกิจและนวัตกรรม

MGMG 568 Corporate Entrepreneurship and Innovation

แนวทางใหม่สำหรับผู้ประกอบการ ธรรมชาติที่โดดเด่นของภาวะผู้ประกอบการภายในบริษัท ระดับของภาวะผู้ประกอบการในองค์กร รูปแบบของภาวะผู้ประกอบการภายในบริษัท ภาวะผู้ประกอบการในองค์กรของรัฐและองค์กรไม่แสวงกำไร ทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรที่มีภาวะผู้ประกอบการกลยุทธ์องค์กรและภาวะผู้ประกอบการ การจัดโครงสร้างบริษัทสำหรับภาวะผู้ประกอบการ การสร้างวัฒนธรรมทางการประกอบการ ข้อจำกัดด้านสมรรถนะทางการประกอบการ การนำองค์กรทางการประกอบการ การประเมินผลสมรรถนะทางการประกอบการ การควบคุมกิจกรรมทางการประกอบการการสร้างที่ยั่งยืนในสมรรถนะทางการประกอบการ

กจกจ ๕๗๓ การตลาดค้าปลีก

MGMG 573 Retail Marketing

การตลาดสำหรับการค้าปลีกและกลยุทธ์การขายปลีก การจัดการร้านค้าแบบมีหน้าร้านและไม่มีหน้าร้าน การวิเคราะห์ตลาดการค้าปลีก การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ซื้อ การจัดการหมวดหมู่สินค้า การจัดแผนผังร้านค้าและการสร้างภาพทัศนร้านค้า การวิเคราะห์ผลกำไร ขาดทุนของร้านค้าปลีก การตลาดทางตรง และการขายตรง

กจกจ ๕๗๔ กลยุทธ์ตราสินค้า

MGMG 574 Brand Strategy

แนวคิดการสร้างตราสินค้า การพัฒนาตราสินค้า การวางตำแหน่งตราสินค้า การสื่อสารผ่านตราสินค้า การสร้างความแตกต่างสำหรับสินค้าและบริการด้วยตราสินค้า การสร้างความเชื่อมโยงของตราสินค้าและภาพลักษณ์ของตราสินค้า กลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างตราสินค้า การสร้างความภักดีและความเที่ยงธรรมต่อตราสินค้า

กจกจ ๖๐๒ การพัฒนาองค์กรและการจัดการเพื่อการเปลี่ยนแปลง

MGMG 602 Organization Development and Management for Changes

ปัจจัยแวดล้อมที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขององค์กร ทั้งทางด้านเทคโนโลยีโครงสร้างองค์กร พฤติกรรมรูปแบบของการเปลี่ยนแปลง การจัดการองค์กรและกลยุทธ์ในการบริหารการจัดการ การสร้างบรรยากาศที่ดีเพื่อให้เกิด

การพัฒนาองค์การ การจูงใจบุคลากรในหน่วยงาน การปรับปรุงองค์การ การควบคุมคุณภาพงาน การใช้ทรัพยากรบุคคลและทรัพยากรอื่น ๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

กจกจ ๖๐๕ การจัดการโครงการ

MGMG 605 Project Management

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ การวิเคราะห์ความคุ้มค่า การวางแผนปฏิบัติการ การดำเนินการตามแผน การจัดลำดับขั้นตอนการดำเนินงาน การควบคุมและติดตามงาน การประเมินผลของโครงการ โครงสร้างของทีมงานที่มีคุณภาพ การจัดสรรทรัพยากรในการทำงาน การทำเอกสารของโครงการ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการโครงการ

กจกจ ๖๐๘ การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

MGMG 608 International Business Management

สภาพแวดล้อม กระบวนการและแนวปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ การวิเคราะห์การร่วมลงทุนกับบริษัทต่างชาติ การดำเนินการค้าขายกับต่างประเทศ ความสำคัญของภาษีและพิธีการศุลกากร การเงินระหว่างประเทศ กฎและระเบียบปฏิบัติขององค์การการค้าระหว่างประเทศ และแนวโน้มในการส่งออกของไทย

กจกจ ๖๑๑ การพัฒนากลยุทธ์และรูปแบบธุรกิจ

MGMG 611 Business Model and Strategy Development

แนวคิดพื้นฐานและความแตกต่างในประเภทของรูปแบบธุรกิจ กระบวนการตรวจสอบแนวคิด เปลี่ยนแนวคิดให้เป็นแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการใหม่ การสร้างรูปแบบธุรกิจ ตรวจสอบความเป็นไปได้ของรูปแบบธุรกิจโดยการวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับอุตสาหกรรมตลาดและลูกค้า การแข่งขันผลิตภัณฑ์และบริการ และการเงิน การวางกลยุทธ์ทางธุรกิจ การดำเนินกลยุทธ์และการควบคุม การทดสอบตลาดและทบทวนกลยุทธ์และรูปแบบธุรกิจ

กจกจ ๖๑๓ การจัดการนวัตกรรม

MGMG 613 Management of Innovation

ความสำคัญและผลกระทบของนวัตกรรมทางเทคโนโลยีต่อองค์กรธุรกิจและประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจ แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการจัดการ กระบวนการนวัตกรรมเพื่อพัฒนาธุรกิจใหม่ ความเชื่อมโยงระหว่างกลยุทธ์ทางธุรกิจและกลยุทธ์ด้านนวัตกรรม กระบวนการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และกระบวนการไปสู่การพาณิชย์ การจัดการทุนทางปัญญาขั้นแนะนำ ความคิดสร้างสรรค์และองค์กรแห่งการเรียนรู้ ความท้าทายใหม่ในการจัดการนวัตกรรม

กจกจ ๖๒๑ การวางแผนและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

MGMG 621 Human Resources Planning and Development

วิธีการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานขององค์กรโดยการนำคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ของแต่ละบุคคล หรือพฤติกรรมที่แยกคัดจากกลุ่มผู้ปฏิบัติงานดีกับกลุ่มผู้ปฏิบัติงานในระดับปานกลางมาใช้ การคัดเลือกบุคลากร การฝึกอบรมและพัฒนา การวางแผนและการส่งเสริมให้ประสบความสำเร็จ วิธีการการจำแนกคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในแบบต่าง ๆ

กจกจ ๖๒๒ รางวัลและการจัดการการปฏิบัติการ

MGMG 622 Reward and Performance Management

แนวคิดทางตรรกภายใน ความแตกต่างที่รู้เห็นและให้รางวัลระหว่างบุคลากรที่ทำงานอย่างเดียวกัน ความสัมพันธ์ระหว่างการให้รางวัลกับแนวคิดการทำงาน การใช้แนวทางต่าง ๆ ในระบบการให้รางวัล

กจกจ ๖๒๓ การสื่อสารทางธุรกิจและกระบวนการให้คำปรึกษา

MGMG 623 Business Communication and the Consulting Process

ความจำเป็นของการสื่อสารที่ก้าวหน้าขึ้นและรูปแบบการสื่อสารสำหรับองค์กรที่มีสถานะต่างกัน การสื่อสารในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ทำหน้าที่เสมือนเป็นที่ปรึกษาภายในเพื่อทำให้การจัดการที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ฝึกการให้คำปรึกษาเชิงโครงสร้างให้มีความมั่นใจในการเข้าสู่วิธีการติดต่อกับผู้บริหารระดับต่าง ๆ ขององค์กร

กจกจ ๖๒๔ การออกแบบและโครงสร้างองค์กร

MGMG 624 Organizational Structure and Design

ระเบียบวิธีการออกแบบโครงสร้างองค์กรให้เหมาะสมในระดับมหภาคและจุลภาคแนวคิดขององค์กรการ เรียนรู้ที่จะสร้างเสริมศักยภาพองค์กร การออกแบบองค์กรเพื่อให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีและสภาวะแวดล้อม

กจกจ ๖๓๐ การสร้างธุรกิจใหม่

MGMG 630 New Venture Creation

หลักการของชั้นวงจรชีวิตผู้ประกอบการ ชั้นเริ่มต้นธุรกิจใหม่ ชั้นธุรกิจเติบโต ชั้นเติบโตแบบก้าวกระโดด ชั้นธุรกิจอิมิตัว หลักเกณฑ์และกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเริ่มต้นธุรกิจใหม่ภาวะผู้ประกอบการและจริยธรรมของการเป็นผู้ประกอบการ ค้นหาและประเมินโอกาสในการสร้างธุรกิจใหม่ สร้างแนวคิดธุรกิจที่มาจากโอกาสที่ค้นพบ ค้นหาลูกค้าและสร้างสมมติฐานด้านคุณค่าสำหรับลูกค้าเปลี่ยนแนวคิดให้เป็นรูปแบบธุรกิจที่เป็นไปได้และปฏิบัติได้ การสร้างทีมและการก่อตั้งกิจการใหม่ การนำเสนอแผนธุรกิจฉบับย่อด้วยการเล่าเรื่องราวที่จับใจผู้ฟัง

กจกจ ๖๔๕ สัมมนาทางการจัดการ

MGMG 645 Seminar in Management

การศึกษาหัวข้อต่าง ๆ ที่น่าสนใจเป็นพิเศษ นอกเหนือจากเนื้อหาที่จัดไว้ โดยมุ่งประโยชน์ที่ได้รับจากการเชิญผู้ชำนาญการพิเศษในหัวข้อนั้น ๆ เข้าร่วมสอนในการสัมมนาในแต่ละหัวข้อที่น่าสนใจเหล่านั้น

กจกจ ๖๕๑ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์

MGMG 651 Customer Relationship Management

เทคนิคการทำวิจัยลูกค้า เทคนิควิธีการแบ่งกลุ่มลูกค้าและการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าถึงปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จ ในการนำเทคนิควิธีดังกล่าวไปปฏิบัติ วิธีการใช้ข้อมูลของลูกค้าในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ซึ่งจะเพิ่มความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ

กจกจ ๖๖๓ การวิจัยทางการเงินและเศรษฐมิติ

MGMG 663 Econometrics and Finance Research

แนวคิด รูปแบบ ขั้นตอน และกระบวนการวิจัยทางการเงิน การวิเคราะห์ทางสถิติค่าพารามิเตอร์กับค่าเอสตีเมเตอร์ สมบัติของค่าเอสตีเมเตอร์ที่ดี การทดสอบสมมติฐาน สถิตินอนพาราเมตริก สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์แบบถดถอย สมการถดถอยหลายตัวแปร การวิเคราะห์อนุกรมเวลา การวิเคราะห์ข้อมูลแบบหลายหน่วยหลายช่วงเวลา

กจกจ ๖๖๔ กรณีศึกษาทางการเงิน

MGMG 664 Study Cases in Finance

กรณีศึกษาทางการเงิน การวางแผนทางการเงินล่วงหน้า การเพิ่มเงินทุนผ่านการออกหุ้นสามัญหรือหุ้นบริมสิทธิ์หรือหลักทรัพย์แบบหนี้สินกึ่งทุน การก่อหนี้สิน การหาต้นทุนเงินทุน โครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสม นโยบายเงินปันผลและซื้อหุ้นคืน การเข้าซื้อ การตัดสินใจในงบประมาณเงินลงทุนออปชั่นจริงในการลงทุน การปรับโครงสร้างหนี้ การรวมและควบกิจการ การจัดการความเสี่ยงของธุรกิจ

กจกจ ๖๖๕ การจัดการความเสี่ยงทางการเงิน

MGMG 665 Financial Risk Management

การวัดและการจัดการความเสี่ยงทางการเงิน ความเสี่ยงตลาด ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน ความเสี่ยงจากดอกเบี้ย ความเสี่ยงจากราคาหลักทรัพย์ และความเสี่ยงทางด้านเครดิตแบบจำลองมูลค่าที่อยู่ภายใต้ความเสี่ยงแบบจำลองของเมอร์ตัน แบบจำลองเมตริกความเสี่ยง มุมมองการจัดการความเสี่ยง การจัดการความเสี่ยงของพอร์ตการลงทุน การจัดการความเสี่ยงของสถาบันการเงินและการจัดการความเสี่ยงของบริษัท

กจกจ ๖๖๖ ภาวะผู้นำและกลยุทธ์การเจรจาต่อรองเชิงการจัดการ

MGMG 666 Leadership and Managerial Negotiation Strategy

ทฤษฎีภาวะผู้นำ จริยธรรมผู้นำ ภาวะผู้นำกับความคิดเชิงระบบและการแก้ไขปัญหาภาวะผู้นำกับวิสัยทัศน์ และการสื่อสารระหว่างในองค์กร ผู้นำกับการเปลี่ยนแปลงและการปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมขององค์กร ผู้นำกับองค์กร แห่งการเรียนรู้ กระบวนการเจรจาต่อรองเพื่อเป็นเครื่องมือทางการจัดการ การสร้างอิทธิพลต่อเพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา ผู้ส่งวัตถุดิบ ลูกค้า สหพันธ์แรงงาน หน่วยงานรัฐ สมาคมการค้าและอื่น ๆ กลยุทธ์ในการเจรจาต่อรองที่ได้ผลและกรณีศึกษา

กจกจ ๖๖๗ การพัฒนาแผนธุรกิจ

MGMG 677 Business Plan Development

การวิเคราะห์โอกาสในการสร้างธุรกิจใหม่ การกำหนดภารกิจ วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ของธุรกิจ การวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรค การวิเคราะห์ตลาด กลุ่มลูกค้าและผลิตภัณฑ์ การกำหนด กลยุทธ์ธุรกิจ กลยุทธ์ด้านการตลาดและการผลิตการออกแบบองค์กร การจัดทำแผนการเงิน งบกำไรขาดทุนงบดุลและงบกระแสเงินสดของธุรกิจ การนำเสนอแผนธุรกิจต่อสถาบันการเงินต่าง ๆ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง

กจกจ ๖๖๘ การเงินโครงการ

MGMG 678 Project Finance

เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ความต้องการการเงินลงทุนสำหรับสนับสนุนโครงการใหม่ให้มีความเป็นไปได้เชิงธุรกิจ การตัดสินใจในเรื่องการเงินสำหรับโครงการ การตัดสินใจเกี่ยวกับโครงสร้างเงินทุน การเพิ่มทุนและการคำนวณต้นทุนของเงินทุน ข้อจำกัดและเงื่อนไขของทุนแต่ละประเภท

กจกจ ๖๖๙ การเงินระหว่างประเทศ

MGMG 680 International Finance

การจัดการการเงินระหว่างประเทศ การเคลื่อนย้ายเงินทุนระหว่างประเทศ ตลาดเงินระหว่างประเทศ อัตราแลกเปลี่ยน เครื่องมือตลาดแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การสร้างกำไรจากส่วนต่างอัตราดอกเบี้ย ความสัมพันธ์ระหว่างเงินเฟ้อของประเทศต่าง ๆ ดอกเบี้ยและอัตราแลกเปลี่ยน การพยากรณ์อัตราแลกเปลี่ยน การวัดความเสี่ยงหายจากการผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน การจัดหาเงินทุนระยะสั้น การบริหารเงินสดระหว่างประเทศ โครงสร้างเงินทุนและต้นทุนเงินทุนในต่างประเทศ การลงทุนทางตรงจากต่างประเทศ การวิเคราะห์ความเสี่ยงของประเทศ การธนาคารระหว่างประเทศ

กจกจ ๖๘๑ อนุพันธ์ทางการเงิน

MGMG 681 Derivatives

ความหมายของอนุพันธ์และตลาดทางการเงิน อนุพันธ์ทางการเงินที่ใช้ในปัจจุบัน ชนิดของอนุพันธ์ทางการเงินที่ใช้ในตลาด ความเสี่ยงแบบเป็นระบบ ข้อกำหนด กฎระเบียบและทฤษฎีของอนุพันธ์ทางการเงิน ตลาดตราสารอนุพันธ์ ความเสี่ยงและอัตราผลตอบแทน ลักษณะเครื่องมือทางการเงินที่เป็นนวัตกรรม

กจกจ ๖๘๒ การรวมและการควบกิจการ

MGMG 682 Mergers and Acquisitions

วัตถุประสงค์ โอกาสและประโยชน์ของการรวมและควบกิจการ การประเมินมูลค่าของบริษัทหลังการควบและรวมกิจการ วิธีการประเมิน สภาพแวดล้อมทางการเงินที่เกี่ยวข้อง ผลกระทบด้านภาษี การปฏิบัติในทางบัญชีและกฎหมาย กลยุทธ์การควบและรวมกิจการ เครื่องมือทางการเงินที่ใช้ในการรวมและควบกิจการ

กจกจ ๖๘๔ การประเมินมูลค่าทางการเงิน

MGMG 684 Valuation

การใช้แบบจำลองการประเมินมูลค่าทางการเงินเพื่อวัดมูลค่าของสินทรัพย์ประเภทต่างๆ และมูลค่าของกิจการ การประยุกต์วิธีการประเมินมูลค่าในการวางแผนทางการเงินและวัดผลการดำเนินงาน การวิเคราะห์ต้นทุนของเงินทุนที่ใช้เป็นอัตราลดในแบบจำลองการประเมินมูลค่า การใช้เทคนิคการวิเคราะห์แบบกระแสเงินสดอิสระ กระแสเงินสดทุนและกระแสเงินสดของผู้ถือหุ้น

กจกจ ๖๘๕ การลงทุนในตราสารหนี้

MGMG 689 Fixed Income Security Investment

เครื่องมือของตราสารหนี้หรือพันธบัตรทั้งในและต่างประเทศ ทฤษฎีที่นำมาวิเคราะห์หาราคา อัตราผลตอบแทน การวัดความเสี่ยงและกลยุทธ์การลงทุนในตราสารหนี้

กจกจ ๗๐๐ หลักการจัดการความปลอดภัยและคุณภาพอาหาร

MGMG 700 Principle of Food Quality and Safety Management

คุณภาพและความปลอดภัยอาหาร การผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและเทคโนโลยีสะอาด หลักปฏิบัติที่ดีทางการเกษตร การประมง และทางการสัตว์บาล สุขอนามัยที่ดี และหลักการที่ดีในการผลิตอาหาร ระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดควบคุมวิกฤต ระบบการจัดการคุณภาพอาหารมาตรฐานสำหรับแรงงาน มาตรฐานสำหรับความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การสูญเสียทางเศรษฐกิจและสังคมเนื่องจากผลิตภัณฑ์อาหารที่ไม่ปลอดภัยและไม่ได้มาตรฐาน โครงสร้างของส่วนราชการและเอกชนในการจัดการคุณภาพและความปลอดภัยอาหาร มาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับ

วัฒนธรรมอาหารและความเชื่อบทบาทของโครงการมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศ ต่อคุณภาพและความปลอดภัยอาหารของโลกความมั่นคงทางอาหารถ้วนหน้า

กจกจ ๗๑๖ การคิดออกแบบและสร้างสรรค์เชิงธุรกิจ

MGMG 716 Business Creativity and Design Thinking

แนวการศึกษา วิธีการ และการประยุกต์ การสร้างสรรค์เพื่อก่อให้เกิดแนวความคิดธุรกิจ, กระบวนการกระจายแนวความคิดที่หลากหลาย, แหล่งข้อมูลเพื่อการสร้างสรรค์ แนวการศึกษา วิธีการและการประยุกต์ สำหรับกระบวนการคิดเชิงออกแบบ, กระบวนการกลั่นกรองเพื่อความคิดที่เหมาะสม การแนะนำพื้นฐานกระบวนการคิดเชิงนวัตกรรม การสร้างความเข้าใจลูกค้าอย่างลึกซึ้งและการออกแบบที่มีผู้ใช้และลูกค้าเป็นศูนย์กลางสำคัญ การระบุพื้นที่ของโอกาสทางธุรกิจ การระบุขอบเขตลักษณะของปัญหา การสร้างแนวคิด การรวบรวมชุดแนวความคิด การปรับใช้ชุดแนวคิด และการเชื่อมโยงจากชุดแนวความคิดไปสู่กลยุทธ์ธุรกิจ กลยุทธ์การจัดการนวัตกรรม และตัวแบบธุรกิจ

กจกจ ๗๑๗ กลยุทธ์และการจัดการอย่างยั่งยืนเชิงธุรกิจ

MGMG 717 Corporate Sustainability Management and Strategy

กรอบแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเพื่อความยั่งยืน กลยุทธ์เพื่อความยั่งยืน ความรับผิดชอบต่อสังคม ความรับผิดชอบต่อองค์กร/ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร จริยธรรมและธรรมาภิบาล ทฤษฎีและการจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ภาวะผู้นำต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ภาวะผู้นำแบบยั่งยืน ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรม หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และหลักการจัดการอย่างยั่งยืนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสวัสดิภาพ ความสมดุลและยั่งยืน เป้าหมายเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ หลักไตรกำไรสุทธิเพื่อการรักษาสมดุลระหว่าง คน โลกและผลกำไร ดัชนีชี้วัดผลการดำเนินงานแบบบาลานซ์สกอ์การ์ด กิจกรรมเพื่อสังคม การประยุกต์การบริหารธุรกิจอย่างยั่งยืนกรณีศึกษาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

กจกจ ๗๑๘ การจัดการความรู้เชิงกลยุทธ์

MGMG 718 Strategic Knowledge Management

ความคิดในการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยการรวบรวมความรู้ ประสบการณ์และวิธีการปฏิบัติงานที่ดีที่สุดของบุคลากรในองค์กรให้เกิดเป็นสินทรัพย์ทางปัญญาขององค์กรนั้น เพื่อนำไปใช้ให้เกิดความสำเร็จสูงสุดในเชิงพาณิชย์ แนวความคิดในการสร้างองค์ความรู้ทั้งจากความเข้าใจอย่างถ่องแท้ จากสัญชาตญาณ และความคิดของบุคลากรในองค์กร การสร้างสภาพแวดล้อมที่ผู้บริหารและพนักงานจะได้รับประโยชน์จากองค์ความรู้และประสบการณ์จากผู้อื่น การจัดการระบบข้อมูลด้านองค์ความรู้ซึ่งนับเป็นสินทรัพย์ทางปัญญาเพื่อให้คงไว้ และสามารถนำองค์ความรู้ไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพในทุก ๆ ส่วนขององค์กร

กจกจ ๗๑๕ การจัดการเชิงปฏิบัติการและการสร้างคุณค่าทางธุรกิจ

MGMG 719 Operation Management and Business Value Creation

พื้นฐานการจัดการดำเนินงานสำหรับการจัดการธุรกิจ การสร้างคุณค่าสู่ลูกค้าผ่านการจัดการดำเนินงาน การดำเนินงานและความสำเร็จในการแข่งขัน กลยุทธ์ในการดำเนินงาน การพัฒนาทักษะตัดสินใจในการดำเนินงาน แนวคิด วิธีการ และการลงมือปฏิบัติในการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพดีสำหรับลูกค้า การจัดการคุณภาพโดยรวม ห่วง ยามแห่งความจริง พิมพ์เชี่ยวชาญบริการ การทำแผนที่กระบวนการ การส่งมอบบริการที่มีประสิทธิภาพให้กับลูกค้า การปรับปรุงกระบวนการในองค์กร การจัดการกำลังการผลิต รูปแบบแถวคอยที่เหมาะสมที่สุด การประยุกต์แนวคิดแบบ ลีน การบริหารห่วงโซ่อุปทานเชิงกลยุทธ์

กจกจ ๗๒๐ การจัดการการเงินและเทคโนโลยีสำหรับผู้ประกอบการ

MGMG 720 Financial and Technology Management for Entrepreneurs

การบูรณาการระหว่างการบริหารจัดการทางการเงินผลานการใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มต่อ ผู้ประกอบการธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียภายใต้ระบบนิเวศน์ทางธุรกิจ การจัดหาแหล่งเงินทุนในแต่ละช่วงชีวิต ผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม การวิเคราะห์งบการเงินจำแนกในแต่ละช่วงชีวิตผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม การ บริหารเงินทุนหมุนเวียน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน การวางแผนงบประมาณหลัก การวางแผนเพื่อการตัดสินใจระยะสั้น การกำหนดราคา การประเมินมูลค่าธุรกิจนวัตกรรม การวางแผนและการประเมินผลทางการเงินสำหรับโครงการลงทุน ระยะยาวสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม

กจกจ ๗๒๑ กลยุทธ์การนำเสนอการขายและธุรกิจ

MGMG 721 Business and Sales Pitching Strategy

แนวการศึกษาและความสำคัญของกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการนำเสนอตัวแบบธุรกิจ แผนธุรกิจเต็มรูปแบบและการ ขาย กลยุทธ์การกำหนดขอบเขตข้อมูลธุรกิจเพื่อการนำเสนอภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ กลยุทธ์เพื่อนำเสนอตัวแบบธุรกิจ ต่อนักลงทุนสาธารณะ ภายใต้เวลาจำกัด กลยุทธ์เพื่อนำเสนอตัวแบบธุรกิจต่อนักลงทุนภายในห้องโดยสารเคลื่อนที่ ระหว่างชั้นของอาคารสำนักงาน ภายใต้เวลาจำกัด กลยุทธ์การนำเสนอแผนธุรกิจแบบเต็มรูปแบบต่อธนาคาร สถาบัน การเงิน และ นักลงทุนสถาบัน กลยุทธ์การนำเสนอแผนการปรับโครงสร้างธุรกิจเพื่อการเจรจาต่อรองกับเจ้าหนี้ กลยุทธ์ การนำเสนอแผนธุรกิจเพื่อการเจรจาต่อรองการจัดซื้อวัตถุดิบกับผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ กลยุทธ์การนำเสนอข้อมูล ผลิตภัณฑ์ต่อลูกค้าเป้าหมาย กลยุทธ์การนำเสนอการขายตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ กลยุทธ์การพัฒนาทักษะ การสื่อสารโดยใช้ภาษากาย อารมณ์ความรู้สึก การสื่อสารด้วยวาจาและทางพฤติกรรม กลยุทธ์เพื่อบริหารจัดการ ความเสี่ยงจากการนำเสนอตัวแบบธุรกิจ แผนธุรกิจเต็มรูปแบบ และการขายภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ ที่มีความไม่แน่นอน หรือไม่เป็นไปตามคาดหวัง

กจกจ ๗๒๒ การจัดการเชิงพาณิชย์สำหรับเทคโนโลยีและทรัพย์สินทางปัญญา

MGMG 722 Commercial Management for Technology and Intellectual Property

การบูรณาการเทคโนโลยี การนำกลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีไปปฏิบัติในเชิงพาณิชย์ภายใต้บริบทการศึกษาของผู้ประกอบการธุรกิจ วิวัฒนาการของเทคโนโลยี สภาวะแวดล้อมของอุตสาหกรรมสภาวะแวดล้อมองค์กร ความสามารถด้านเทคโนโลยีของผู้ประกอบการธุรกิจ การจัดหาแหล่งเทคโนโลยีการสร้างความสามารถในการแข่งขันด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ แนวคิดพื้นฐานของทรัพย์สินทางปัญญา ระบบการจัดการทรัพย์สินทางปัญญาที่เป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างพื้นฐานที่จะสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่ ความคิดเห็นและรูปแบบธุรกิจใหม่ การตรวจสอบทรัพย์สินทางปัญญาการทำวิจัยและนำทรัพย์สินทางปัญญามาใช้ การจัดการทรัพย์สินทางปัญญาที่มีอยู่ กลยุทธ์ด้านทรัพย์สินทางปัญญา การประเมินทรัพย์สินทางปัญญาและการให้ใบอนุญาตทรัพย์สินทางปัญญา

กจกจ ๗๒๓ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และรูปแบบธุรกิจใหม่

MGMG 723 New Product and Platform Development

การบริหารจัดการและเทคนิคการวิเคราะห์เพื่อการออกแบบและบริหารจัดการสินค้าบริการใหม่ๆ การวิเคราะห์ตลาด การพัฒนาแนวคิดและรูปแบบในการเข้าสู่ตลาด การปรับแนวคิดและรูปแบบตามความต้องการของลูกค้า การเลือกแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และรูปแบบธุรกิจ และการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดสำหรับสินค้าบริการหรือรูปแบบธุรกิจใหม่ๆ วิธีการทดสอบตลาดและวิธีการบริหารวงจรผลิตภัณฑ์

กจกจ ๗๒๔ การจัดการห่วงโซ่อุปทานเชิงกลยุทธ์

MGMG 724 Strategic Supply Chain Management

การจัดการปฏิบัติการและการบริหารห่วงโซ่อุปทานเชิงกลยุทธ์ การวางแผน การพัฒนาประสิทธิภาพ การจัดการการผลิต การพยากรณ์ความต้องการ การจัดการประสิทธิภาพการขนส่ง การวางแผนการจัดซื้อจัดจ้างและการเลือกผู้ให้บริการ การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารห่วงโซ่อุปทาน การบริหารความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

กจกจ ๗๒๕ สัมมนาทางการเงิน

MGMG 725 Seminar in Finance

ประเด็นทางการเงินที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและแนวความคิดใหม่จากตลาดเศรษฐกิจและงานวิจัยทางการเงิน วิพากษ์และอภิปรายสภาพแวดล้อมที่แปรเปลี่ยนในตลาดการเงิน

กจกจ ๓๒๖ การเงินเชิงพฤติกรรม

MGMG 726 Behavioral Finance

การใช้ข้อมูลเชิงลึกจากเศรษฐศาสตร์เชิงพฤติกรรมและจิตวิทยา สังคมศาสตร์และหลักเศรษฐศาสตร์ที่เป็นจริงเพื่อกำหนดแนวทางและพัฒนาทฤษฎีทางเลือกในการอธิบายพฤติกรรมของตลาดการเงิน โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ทางการเงินในเชิงปริมาณ การประเมินข้อมูลเชิงลึกของการเงินเชิงพฤติกรรมร่วมกับแนวคิดทฤษฎีทางการเงินพื้นฐานเพื่อให้เข้าใจรูปแบบการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุน พฤติกรรมที่ผิดปกติของการกำหนดราคาสินทรัพย์ วิธีปฏิบัติของนักลงทุนสถาบันที่มีผลต่อกิจการและนักลงทุนอื่นทั่วไป

กจกจ ๓๒๗ นวัตกรรมการตลาด

MGMG 727 Marketing Innovation

แนวคิดและรูปแบบของนวัตกรรม การบริหารจัดการสินค้า บริการ และกระบวนการ โครงสร้างรูปแบบธุรกิจแหล่งที่มาของนวัตกรรม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การแผ่กระจายของนวัตกรรมทรัพย์สินทางปัญญา การนำนวัตกรรมไปใช้ในเชิงพาณิชย์ให้ประสบความสำเร็จ

กจกจ ๓๒๘ การวิเคราะห์และการตลาดดิจิทัล

MGMG 728 Digital Marketing and Analytics

แนวโน้มและความสำคัญของการตลาดดิจิทัล วางแผนการบริหารจัดการและการลงมือปฏิบัติให้กิจกรรมการตลาดดิจิทัลประสบความสำเร็จ ทั้งการสร้างแบรนด์ การสร้างยอดขายโดยใช้เทคนิคการตลาดดิจิทัลรูปแบบต่างอาทิ เครื่องมือการตลาดด้านการค้นหาข้อมูล การโฆษณาออนไลน์ การตลาดผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์และสื่อสังคมออนไลน์และมือถือ การวิเคราะห์ข้อมูลประสิทธิภาพการใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัล

กจกจ ๓๒๙ การตลาดฐานข้อมูลขนาดใหญ่

MGMG 729 Big Data Marketing

แนวคิดทฤษฎีและการประยุกต์ฐานข้อมูลทางการตลาดและการวิเคราะห์ข้อมูล การใช้ซอฟต์แวร์ที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อจัดเตรียมข้อมูล วิเคราะห์รูปแบบ ประเมินผลและการนำไปใช้งานวิธีการสร้างรูปแบบความสัมพันธ์ทั้งวิธีที่เจาะจงผลลัพธ์และวิธีที่ใช้ค้นหารูปแบบหรือแนวโน้ม การประยุกต์ผลการวิเคราะห์รูปแบบข้อมูลเพื่อจัดกลุ่มลูกค้า จัดวางตำแหน่งทางการตลาดของสินค้าหรือแบรนด์ โมเดลส่วนประสมการตลาด การพยากรณ์พฤติกรรมผู้บริโภค การคำนวณมูลค่าของลูกค้า และการวางกลยุทธ์การตลาดอื่น

กจกจ ๓๓๐ การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ และการวิจัยด้านให้คำปรึกษา

MGMG 730 Strategic Decision Making & Consulting Research

กรอบแนวคิดของการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพ ทฤษฎีและแนวคิดให้คำปรึกษาและการวิจัย การใช้หลักวิทยาศาสตร์ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ การกำหนดปัญหา การสร้างโมเดล กลไกการเก็บข้อมูลทางธุรกิจเพื่อประโยชน์ที่ดีที่สุดขององค์กร เทคนิคและเครื่องมือที่จำเป็นในการวิเคราะห์ข้อมูลเครื่องมือที่จำเป็นเพื่อให้คำปรึกษาวิจัย การศึกษาที่เกี่ยวข้องเพื่อการตัดสินใจให้มีประสิทธิภาพผลกระทบของปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจทางธุรกิจ

กจกจ ๓๓๑ การจัดการการเปลี่ยนแปลงเชิงกลยุทธ์

MGMG 731 Strategic Change Management

กรอบแนวคิดเพื่อการบริหารการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยด้านบุคลากรและปัจจัยด้านองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลง อุปสรรคของการเปลี่ยนแปลง และสาเหตุของการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงบทบาทของผู้นำประสบการณ์ตรงในการบริหารการเปลี่ยนแปลงอย่างมีกลยุทธ์โดยประยุกต์กรอบแนวคิดต่าง ๆ ผ่านการเล่นสถานการณ์จำลองบนคอมพิวเตอร์

กจกจ ๓๓๒ การจัดการความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์

MGMG 732 Strategic Risk Management

หลักการการจัดการความเสี่ยงองค์กร การบูรณาการแนวคิดเรื่องความไม่แน่นอนในกระบวนการตัดสินใจ ขั้นตอนที่เป็นระบบของกระบวนการจัดการความเสี่ยงในการระบุ การจัดลำดับความสำคัญ การวางแผน และการควบคุมความเสี่ยงทั้งหมดภายในองค์กร การประยุกต์กระบวนการจัดการความเสี่ยงให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมขององค์กร

กจกจ ๓๓๓ การวางแผนกำลังคนและพันธมิตรทางธุรกิจด้านทรัพยากรบุคคล

MGMG 733 Workforce Planning and HR Business Partners

การวางแผนกำลังคน แผนโครงสร้างองค์กร แผนกำลังคน แผนการพัฒนาในงานและในสายอาชีพ โครงสร้างการทำงานของหน่วยงานด้านทรัพยากรมนุษย์ การเปลี่ยนแปลงพลิกโฉมการบริหารทรัพยากรมนุษย์ บทบาทและทักษะที่จำเป็นของเจ้าหน้าที่บริหารทรัพยากรมนุษย์ในการเป็นคู่คิดทางธุรกิจ การพัฒนาความร่วมมือระหว่างผู้จัดการในสายงานและเจ้าหน้าที่บริหารทรัพยากรมนุษย์ ในการเป็นคู่คิดทางธุรกิจ และความท้าทายในการเป็นคู่คิดทางธุรกิจ

กจกจ ๓๓๔ หลักการของกฎระเบียบและมาตรฐานด้านความปลอดภัยและคุณภาพอาหาร

MGMG 734 Principle of Regulations, Standards on Food Quality and Safety

กฎระเบียบ มาตรฐาน และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวกับมาตรฐาน แนวปฏิบัติ และข้อแนะนำด้านสุขอนามัยอาหารของประเทศไทยและสากล ความตกลงว่าด้วยมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชและอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า ภายใต้องค์การการค้าโลก คณะกรรมการโคเด็กซ์สากลระบบการตรวจสอบและออกใบรับรองสินค้าอาหารนำเข้าและส่งออก อนุสัญญาอารักขาพืชระหว่างประเทศองค์การโรคระบาดสัตว์ระหว่างประเทศ หลักการและแนวคิดของการวิเคราะห์ความเสี่ยง หลักการและกลไกของระบบการกำกับดูแลความปลอดภัยอาหาร การจัดทำมาตรฐานและการออกกฎหมายและข้อบังคับอาหาร การศึกษาเชิงเปรียบเทียบเกี่ยวกับกฎระเบียบ กฎหมายและข้อบังคับในห่วงโซ่อาหารของประเทศไทย และสากล

กจกจ ๓๓๕ การจัดการตลาดการค้าปลีกและพาณิชย์ธุรกิจอาหารระดับโลก

MGMG 735 Global Food Business Trade and Retail Marketing Management

แนวการศึกษาและการจัดการกลยุทธ์การตลาดพาณิชย์สำหรับธุรกิจอาหารและเกษตรในบริบทระดับโลก จุดขายของกลุ่มผลิตภัณฑ์ การสร้างงานตลาดสัมพันธ์กับฝ่ายการตลาดและร้านค้าพัฒนาเครื่องมือและสื่อในการส่งเสริมการตลาด การวิจัยและวิเคราะห์หมวดหมู่สินค้า การทำการตลาด ณ จุดขาย การทำงานร่วมกับทีมขายเพื่อพัฒนากลยุทธ์การขายผลิตภัณฑ์ การจัดทำแผนงานการบริหารลูกค้าในแผนกิจกรรมส่วนประสมทางการตลาด แนวการศึกษาและการจัดการกลยุทธ์การตลาดค้าปลีกสำหรับธุรกิจอาหารและเกษตรในบริบทระดับโลก การตลาดสำหรับการค้าปลีกและกลยุทธ์การขายปลีกการบริหารร้านค้าแบบมีหน้าร้านและไม่มีหน้าร้าน การวิเคราะห์ตลาดการค้าปลีก การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ซื้อ การบริหารหมวดหมู่สินค้า การจัดแผนผังร้านค้าและการสร้างภาพทัศน์ร้านค้าการตลาดทางตรง และการขายตรง

กจกจ ๓๓๖ กลยุทธ์การจัดการสำหรับการประกอบการเกษตรและอาหาร

MGMG 736 Management Strategy for Food and Agricultural Entrepreneurship

แนวการศึกษาภาวะผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรและอาหาร, การวางแผน พัฒนา และการปรับใช้กลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรและอาหาร, การบูรณาการความรู้ระหว่างแนวการศึกษาภาควิชาการและภาคปฏิบัติ ด้วยบทเรียนรู้จากกรณีศึกษาของการแบ่งปันประสบการณ์จริงจากผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรและอาหาร ในขอบเขตของ นวัตกรรมอาหารเพื่อสุขภาพ อาหารและโภชนาการเพื่อสุขภาพที่ดีของผู้สูงอายุ โอกาสและอุปสรรคสำหรับธุรกิจอาหารของไทยในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและประเด็นปัจจุบันที่เกี่ยวข้องในแนวโน้มด้านธุรกิจอาหารและเกษตร

กจกจ ๗๓๗ แนวคิดด้านโภชนาการสำหรับการสร้างสรรค์ธุรกิจอาหาร

MGMG 737 Nutrition Concept for Food Business Creativity

อาหารและสารอาหาร แนวทางการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่ดี ความต้องการพลังงานและสารอาหารหลัก ความต้องการจุลโภชนาการ หน้าที่เชิงพันธุภาพของอาหาร การเสริมสารอาหารและผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โรคอ้วน และโรคไม่ติดต่อเรื้อรังที่เกี่ยวข้องกับการบริโภค โภชนาการของแม่และเด็ก อาหารและโภชนาการเพื่อสุขภาพที่ดีของผู้สูงอายุ รูปแบบสารอาหารและฉลากโภชนาการ การประเมินภาวะโภชนาการ โภชนาการสำหรับการจัดเลี้ยงคนหมู่มาก การศึกษาการก่อผล

กจกจ ๗๕๗ การจัดการธุรกิจดิจิทัล

MGMG 757 Digital Business Management

ระบบสารสนเทศดิจิทัล จากมุมมองของธุรกิจ การระบุความต้องการระบบดิจิทัล ขององค์กร ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เทคโนโลยีดิจิทัล ที่เกิดใหม่ การประยุกต์ระบบสารสนเทศดิจิทัล การพัฒนาระบบสารสนเทศดิจิทัล การจัดการระบบสารสนเทศดิจิทัล การวัดคุณค่าทางธุรกิจในการใช้ระบบสารสนเทศดิจิทัล

กจกจ ๗๕๘ ระบบบริการสุขภาพ

MGMG 758 Health service system

หลักการและแนวคิดของระบบบริการสุขภาพขั้นแนะนำ องค์ประกอบหลักของระบบบริการสุขภาพ การวิเคราะห์อุปสงค์และอุปทานของระบบบริการสุขภาพอย่างเป็นระบบ การวิเคราะห์ปัจจัยด้านสังคมที่มีผลต่อสุขภาพ และการสร้างเสริมสุขภาพ การปฏิรูประบบสุขภาพ การวิเคราะห์ระบบบริการสุขภาพแบบองค์รวมในระดับชุมชนและระดับชาติ การบูรณาการของระบบบริการสุขภาพของไทยกับต่างประเทศ การประยุกต์ใช้ทฤษฎีด้านการจัดการและสังคมศาสตร์ในระบบบริการสุขภาพ เพื่อทำให้ระบบบริการสุขภาพมีความเหมาะสมกับบริบททางเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง

กจกจ ๗๕๙ จริยศาสตร์ การจัดการคุณภาพและความเสี่ยง ในธุรกิจสุขภาพ

MGMG 759 Ethics, Quality and Risk Management in Health Business

ความหมายและขอบเขตของจริยศาสตร์การแพทย์ ความหมายและลักษณะของความยุ่งยากใจเชิงจริยธรรม วิธีการวิเคราะห์เชิงจริยศาสตร์ ทฤษฎีจริยศาสตร์ ความยุ่งยากใจเชิงจริยธรรมในการแพทย์ หลักการจัดการคุณภาพ การดูแลสุขภาพ วิธีการและเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพ การวิเคราะห์กระบวนการ บทบาทของการรับรองคุณภาพ ความสำคัญของการบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายใน การบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร กลยุทธ์และกระบวนการบริหารความเสี่ยง แผนการบริหารความเสี่ยง แผนที่ความเสี่ยง

กจกจ ๗๖๐ ภาวะผู้ประกอบการระหว่างประเทศ

MGMG 760 International Entrepreneurship

ลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ การวิเคราะห์ตลาดต่างประเทศสำหรับผู้ประกอบการ การวิเคราะห์ปัจจัยด้านตลาด กฎหมายและเศรษฐกิจสำหรับธุรกิจสตาร์ทอัพกลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศสำหรับผู้ประกอบการ การวิเคราะห์แหล่งเงินทุนและพันธมิตรในรูปแบบใหม่ เทคโนโลยีและนวัตกรรมสำหรับการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ทักษะการสื่อสารเจรจาสำหรับผู้ประกอบการ และ ผลกระทบของผู้ประกอบการต่อประเทศต่าง ๆ

กจกจ ๗๖๑ กลยุทธ์ทางธุรกิจสำหรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหาร

MGMG 761 Business Strategy for Food Product Innovation

การบูรณาการข้ามสาขาเพื่อการออกแบบกลยุทธ์และพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารอย่างเป็นระบบ การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านเทคโนโลยี และแผนธุรกิจนวัตกรรมที่ขับเคลื่อนได้จริง การใช้เครื่องมือการออกแบบกลยุทธ์ทางธุรกิจที่จำเป็นในการปรับตัวอย่างรวดเร็ว เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสำหรับธุรกิจผลิตภัณฑ์นวัตกรรมอาหาร

กจกจ ๗๖๒ กลยุทธ์ทางธุรกิจสำหรับนวัตกรรมบริการธุรกิจอาหาร

MGMG 762 Business Strategy for Food Business Service Innovation

การบูรณาการข้ามสาขาเพื่อการออกแบบกลยุทธ์นวัตกรรมบริการและออกแบบพิมพ์เขียวการบริการสำหรับธุรกิจอาหาร การพัฒนาการใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบนวัตกรรมด้านบริการการออกแบบกลยุทธ์และแนวทางในการสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้า การเติมเต็มช่องว่างการบริการที่ต้องได้รับการปรับปรุง พัฒนาและยกระดับให้เหนือคู่แข่ง

กจกจ ๗๖๓ การวิเคราะห์ธุรกิจการดูแลสุขภาพและวิทยาการข้อมูล

MGMG 763 Healthcare Business Analytics and Data Science

การวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจสุขภาพและวิทยาการข้อมูล ความเข้าใจในกระบวนการและฟังก์ชันทางธุรกิจสำหรับการวิเคราะห์ธุรกิจสุขภาพและวิทยาการข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลคลังข้อมูล และการจัดการข้อมูลขนาดใหญ่สำหรับการวิเคราะห์ธุรกิจสุขภาพ คุณภาพข้อมูลและการปรับปรุงคุณภาพข้อมูล การนำเสนอสารสนเทศและการวิเคราะห์เพื่อนำไปวิเคราะห์แนวโน้ม รวมถึงการร่างกลยุทธ์ให้กับธุรกิจสุขภาพ

กจกจ ๗๖๔ นวัตกรรมและการจัดการการเปลี่ยนแปลงเพื่อธุรกิจการดูแลสุขภาพ

MGMG 764 Innovation and Change Management for Healthcare Business

ความสำคัญและผลกระทบของนวัตกรรมต่อองค์กรธุรกิจสุขภาพ กรอบแนวคิดเพื่อการบริหารการเปลี่ยนแปลงกระบวนการจัดการ กระบวนการนวัตกรรมเพื่อพัฒนาธุรกิจสุขภาพรูปแบบใหม่ความเชื่อมโยงระหว่างกล

ยุทธ์ทางธุรกิจและกลยุทธ์ด้านนวัตกรรม การจัดการทุนทางปัญญาขั้นแนวหน้าความคิดสร้างสรรค์และองค์กรแห่งการเรียนรู้ ความท้าทายใหม่ในการจัดการนวัตกรรม ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลง อุปสรรคของการเปลี่ยนแปลง และสาเหตุของการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง บทบาทของผู้นำประสบการณ์ตรงในการบริหารการเปลี่ยนแปลงอย่างมีกลยุทธ์

กจกจ ๗๖๕ การตลาดดิจิทัลสำหรับธุรกิจการดูแลสุขภาพ

MGMG 765 Digital Marketing for Healthcare Business

แนวโน้มและความสำคัญของการตลาดดิจิทัลในธุรกิจสุขภาพ การวางแผนจัดการและการดำเนินการเพื่อให้การตลาดดิจิทัลประสบความสำเร็จ กิจกรรมสร้างแบรนด์โดยใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลรูปแบบต่าง ๆ อาทิ เครื่องมือค้นหาทางการตลาด การโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การตลาดผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์และสื่อสังคมออนไลน์และมือถือ การวิเคราะห์ข้อมูลประสิทธิภาพ การใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัล

กจกจ ๗๖๖ การจัดการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทานทางธุรกิจสุขภาพ

MGMG 766 Logistics and Supply Chain Management for Healthcare Business

การพัฒนาศักยภาพการให้บริการ และสร้างรายได้เปรียบเชิงการแข่งขันแก่ธุรกิจสุขภาพ โดยการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเชิงกระบวนการ ผลิตภัณฑ์และบริการ นวัตกรรม การจัดการคุณภาพ การจัดการสินค้าและบริการ การจัดการระบบสินค้า การจัดการความสัมพันธ์ของลูกค้า การจัดการความต้องการของลูกค้า การวางแผนการขายและดำเนินงาน การจัดการความเปลี่ยนแปลงในการดำเนินงานโซ่อุปทาน ประเด็นสำคัญและแนวโน้มการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานธุรกิจสุขภาพสมัยใหม่ กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานธุรกิจสุขภาพอย่างยั่งยืน และแนวปฏิบัติที่ดีของการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานธุรกิจสุขภาพอย่างยั่งยืน

กจกจ ๗๖๗ การจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจสุขภาพ

MGMG 767 Strategic Management for Healthcare Business

กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อบริษัทและนโยบายของบริษัทผู้ให้บริการธุรกิจสุขภาพ การวิเคราะห์สถานะแวดล้อมภายนอกและภายในธุรกิจสุขภาพ การสร้างข้อได้เปรียบในเชิงการแข่งขันโดยผ่านกลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ กลยุทธ์ระดับฝ่าย กลยุทธ์การแข่งขันและสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมธุรกิจสุขภาพ กลยุทธ์ในสิ่งแวดล้อมระดับโลก กลยุทธ์ระดับองค์กร การรวมกันในอนาคต การกระจายธุรกิจและพันธมิตรทางกลยุทธ์ การพัฒนาบริษัท การสร้างและปรับปรุงโครงสร้างของบริษัท การออกแบบโครงสร้างองค์กรแบบระบบควบคุมเชิงกลยุทธ์ ความสอดคล้องกันระหว่างโครงสร้างและการควบคุมกลยุทธ์ การประยุกต์การเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ และการวิเคราะห์กรณีศึกษา

กกจก ๗๖๘ การสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัล

MGMG 768 Marketing Communication in the Digital Age

ทฤษฎีพื้นฐานด้านการสื่อสารการตลาดและการประยุกต์เครื่องมือการสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัล พัฒนาการของรูปแบบเครื่องมือสื่อสารในแบบดั้งเดิม การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง การส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ เครื่องมือสื่อสารใหม่ๆ ในยุคดิจิทัล ที่เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน

กกจก ๖๕๘ วิทยานิพนธ์

MGMG 698 Thesis

การกำหนดหัวข้อวิจัยทางการจัดการ การดำเนินการการวิจัยอย่างมีจริยธรรม การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การแปลผล การวิจารณ์ จริยธรรมการวิจัย และการนำผลงานวิจัยมาเรียบเรียงเป็นวิทยานิพนธ์ การนำเสนอรายงานวิจัย และการเผยแพร่ผลงานวิจัยในวารสารหรือสิ่งตีพิมพ์ทางวิชาการ ที่เป็นมาตรฐานหรือเสนอต่อที่ประชุมวิชาการ จริยธรรมการเผยแพร่ผลงานวิชาการ

กกจก ๖๕๗ สารนิพนธ์

MGMG 697 Thematic Paper

การกำหนดกรอบความคิด การสืบค้นข้อมูล การทบทวนวรรณกรรม การวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร การสังเคราะห์แนวคิด การวิจารณ์ การสรุป การเรียบเรียงบทความ การนำเสนอรายงาน จริยธรรมการเผยแพร่ผลงานวิชาการ