

BUS 6013 การจัดการการตลาด (Marketing Management) 3 หน่วยกิต 48 ชั่วโมง

ศึกษาปรัชญาและแนวความคิดทางการตลาด หน้าที่ทางการตลาด การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด การวางแผนการตลาด กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด การจัดองค์การ การปฏิบัติตามแผนและการควบคุมกิจกรรมทางการตลาด

Advanced study of the rationale for marketing decisions and the application of managerial functions to the analysis of marketing problems and opportunities; developing marketing strategies; planning marketing programs, selecting the appropriate marketing mix; and organizing, implementing, and controlling marketing efforts.