

Table of Contents

Section 1 General Information	1
Section 2 Specific Data of the Program	9
Section 3 Educational Management System, Program Implementation and Structure	14
Section 4 Learning Outcome, Teaching Strategy and Evaluation	105
Section 5 Student Evaluation Criteria	116
Section 6 Lecturer's Professional Development	118
Section 7 Quality Assurance	119
Section 8 Evaluation, Improvement, and Implementation	126



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

TQF 2

Programme Specification

Bachelor of Business Administration Program

In Marketing (International Program)

Revised Program B.E. 2561 (A.D. 2018)

Name of Institution Mahidol University
Campus/Faculty/Department International College

Section 1 General Information

1. Code and Program Title

In Thai หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรนานาชาติ)
In English Bachelor of Business Administration Program in Marketing
(International Program)

2. Degree Offered and Field of Study

In Thai Full Name บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)
Abbreviation บธ.บ. (การตลาด)
In English Full Name Bachelor of Business Administration (Marketing)
Abbreviation B.B.A. (Marketing)

3. Major Subject (if applicable)

Not applicable

4. Total Credits Required

No less than 183 credits



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

5. Curriculum

5.1 Degree Level

Bachelor's Degree, Four-Year Program

5.2 Type of Program

Academic program

5.3 Language

English

5.4 Admission

Thai and international students

5.5 Collaboration with Other Institutions

This program is a MUIC program

5.6 Degree Offered

One degree of one major

6. Record of Program Status and Approval / Endorsement

6.1 Revised program 2018. The program was revised from 2013.

Program start: Trimester 1 Academic Year 2018

6.2 The Curriculum Development Committee approved the program in its meeting on March 21, 2018

6.3 The Academic Committee approved the program in its meeting no 3/2018 on May 1, 2018

6.4 The MUIC Faculty Committee approved the program in its Extraordinary Meeting on May 9, 2018

6.5 The Scrutiny Committee approved the program in its meeting no. 13/2018 on July 23, 2018

6.6 The Deans approved the program in its meeting no. 17/2018 on September 12, 2018

6.7 The MU council approved the program in its meeting no. 536 on September 19, 2018



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

7. Expected Date for the Implementation of Program under the Thai Qualifications Register (TQR) Record

Academic Year 2020

8. Career Opportunities after Graduation

- Marketing, brand, product managers in local and multinational companies
- Positions in research and/or information service businesses
- Account executives in advertising agencies
- Employees in state enterprises
- Positions in international or non-profit institutions/ organizations
- Business entrepreneurs
- Graduate School in Marketing / Marketing Research / Marketing Communication / Logistics
- Master of Business Administration (either in Thailand or outside Thailand)

9. Name, Surname, Identification Number, Academic Position, Educational Qualifications, and Latest Academic Products in the Past 5 Years of the Lecturers in Charge of the Program

No.	Name	Academic Position	Educational Qualification (Field of Study)/ Institution/ Year of Graduation	Latest Academic Products in the past 5 Years
1.	Ms. Kandapa Thanasutha ID. No. 312010179xxxx	-	Ph.D. (Business Administration), Thammasat University, Thailand, 2016 M.B.A. (Marketing and Finance), Sasin Graduate Institute of Business Administration Chulalongkorn	Metharom, P. & Thanasutha, K. (2016). Private Labels Purchase: Integrating Effect of Store Image, Store-Category Association, and Branding Strategy. SIBR-RDINRRU 2016



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral

Mahidol University International College

TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Business Administration Division

No.	Name	Academic Position	Educational Qualification (Field of Study)/ Institution/ Year of Graduation	Latest Academic Products in the past 5 Years
			University, Thailand, 2003 B.S. (International Business), Georgetown College, USA, 1999	Conference on Interdisciplinary Business and Economics Research, 5 (3), 1-9
2.	Ms. Apiradee Wongkitrungrueng ID No. 310090333xxxx	-	Ph.D. (Marketing), Sasin Graduate Institute of Business Administration of Chulalongkorn University, Thailand 2012 M.S. (Analysis, Design, and Management of Information Systems), London School of Economics and Political Science, 2003 B.A. (Economics), Chulalongkorn University, Thailand, 2002	Wongkitrungrueng, A. (2015). From “Tom Yam Kung Crisis” To “Bangkok Shutdown”. Proceeding of the International Conference on Tourism and Business, 131-139.
3.	Ms. Olimpia Cavorora Racela Passport No. 530599xxx	-	D.B.A. (Marketing), Thammasat University, Thailand, 2005 M.B.A. (Business Administration), Pittsburg State University, USA, 1995 B.B.A. (Economics and	Vithessonthi, C. & Racela, O.C. (2016). Short-and Long-run Effects of Internationalization and R&D Intensity on Firm Performance.



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral

Mahidol University International College

TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Business Administration Division

No.	Name	Academic Position	Educational Qualification (Field of Study)/ Institution/ Year of Graduation	Latest Academic Products in the past 5 Years
			Marketing), Pittsburg State University, USA, 1994	Journal of Multinational Financial Management, 34, 28-45.
4.	Mr. Chanchai Phonthanukitithaworn ID No. 310090378xxxx	Assistant Professor	D.B.A. (Business Administration), College of Business, Victoria University, Australia, 2013 M.B.A. (Technology Management), Graduate School, Assumption University, Thailand, 2007 B.B.A. (Business English), Rajamangala Institute of Technology Borpitpimuk Mahamek, Thailand, 2001	Selitto, C., Fong, M. & Phonthanukitithaworn, C. (2016). An Investigation of Mobile Payment (m-payment) Services in Thailand. Asia Pacific Journal of Business Administration, 8 (1), 37-54.
5.	Ms. Phassawan Suntraruk ID No. 362990005xxxx	-	Ph.D. (Business Administration), Assumption University, Thailand, 2010 M.S. (Accountancy), University of Illinois at Urbana-Champaign, USA, 2003 B.A. (Accounting), Chiang Mai University, Thailand, 2001	Joungrattanakamjorn, W. & Suntraruk, P. (2016). Economic Variables as Predictors of Stock Market Performance: Evidence from the Market for Alternative



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

No.	Name	Academic Position	Educational Qualification (Field of Study)/ Institution/ Year of Graduation	Latest Academic Products in the past 5 Years
				Investment. Srinakharinwirot Business Journal, 7 (1), 25-47. (TCI)

10. Study Site Location

Mahidol University International College, Salaya Campus

11. External Factors and/or Development Considered in Program Planning

11.1 Economic Circumstances/Development

Rapid changes of the country's and the world's economy call for a revision of the current Bachelor of Business Administration program in Marketing. With the goal of uniting ASEAN countries, competition will become more intense. Communication skills and cultural understanding are certainly required; while the knowledge in marketing is more important than ever in bridging Thai businesses to the ASEAN and global contexts. More business transactions are conducted online via the Internet. Consumers are empowered more than ever in the digital world. Information about products/brands and businesses can be easily searched and found. Businesses are expanding across the globe yet they are increasingly being pressured to respond to the local needs and contexts. Entrepreneurial businesses are more common as the popularity of consumer-to-consumer transaction grows. The revised Bachelor of Business Administration program in Marketing must answer to those changing trends in the economy and the business model.

11.2 Social and Cultural Circumstances/Development

For the past decade, technology has become one of the major driving forces of Consumer's social and culture. With an introduction of the Internet, the consumer's power is unleashed. Information about products and brands is shared with other consumers all



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

over the world. Marketing graduates must learn to master the new skill of managing not only an individual consumer but also managing how different groups of consumer interact with the product/brand in an online world. Another important development is the demand of the society for more business and professional ethics and responsibility. The revised Bachelor of Business Administration program in Marketing must produce graduates who have the sense of social responsibility and professional ethics as well as a good grasp of the new developments in consumer's social and culture.

12. Impacts of Factors in 11.1 and 11.2 on Program Development and Its Relevance to Institutional Missions

12.1 Program Development

The revised curriculum must take into account aforementioned changes and developments in economy, social, and culture. Courses must be offered not only to provide more knowledge about the new developments but also to equip the students with skills that are essential for them to become more competitive in the business and the job market. The development of this program takes into consideration the expected learning outcomes set out by the Thai Quality Framework (TQF), focusing on the learning areas including ethics and moral, knowledge, cognitive skills, interpersonal skills and responsibility, and numerical analysis, communication, and information technology skills.

12.2 Its Relevance to Institutional Missions

The revised curriculum will answer to the teaching and learning excellence strategic goal of both Mahidol University (MU) and Mahidol University International College (MUIC). The revised curriculum aims to provide an innovative and practical education, in order to develop business graduates who are mastered in core and key concepts, globally talented, social contributing, and entrepreneurial-minded, defined as the MU graduate attributes. Students are expected to contribute to a more innovative and sustainable global society. (Also reply to MU Graduate Attributes; See Appendix 2.)



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

13. Relations (If any) to Other Programs Offered by Other Faculties/Departments in the Institution (For Example, Courses Offered for Other Faculties/Departments or those Offered by Other Faculties/Departments)

13.1 Course(s) offered by other faculties

Students are able to register for General Education courses, Minor courses and Free Elective courses offered by other MUIC divisions.

13.2 Course(s) offered to other programs

Students from other MUIC programs are able to register for courses offered by BA division as General Education courses, Minor courses and Free Elective courses.

13.3 Coordination

Division Chairman will coordinate with other relevant divisions.



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

Section 2 Specific Data of the Program

1. Philosophy, Significance and Objectives of the Program

1.1 Program Philosophy

Mahidol University International College's Business Administration graduates are well equipped with 21st century, core business and discipline-specific knowledge and skills, and entrepreneurial mindset through innovative and impactful academic, co-curricular and extra-curricular activities, so as to contribute to a more innovative and sustainable global society.

1.2 Program Objectives

1.2.1 Program Objectives

This program aims to produce entrepreneurial-minded graduates who are able to demonstrate an ability to work in a team, to think critically and innovatively, to turn great ideas into actions using their business and discipline-specific knowledge and skills for the better of organizations and the global society.

1.2.2 Program-level Learning Outcomes (PLOs)

At the end of the program, successful students will be able to:

Teamwork

PLO1 demonstrate an ability to work in a team.

- 1) Sub PLO1.1 demonstrate effective interpersonal skills.
- 2) Sub PLO1.2 describe the importance of diversity.
- 3) Sub PLO1.3 demonstrate their ability to collaborate effectively with others.

Analytical Skills

PLO2 think analytically and logically arrive at informed marketing insights for marketing planning and marketing strategy formulation.

- 1) Sub PLO2.1 identify relevant information to business issues.



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

- 2) Sub PLO2.2 select appropriate frameworks/ techniques/ methods to analyze business issues.
- 3) Sub PLO2.3 logically and informedly arrive at marketing insights used for marketing planning and marketing strategy formulation.

Innovativeness

PLO3 develop innovative marketing plans/solutions for capturing new market opportunities or solving marketing problems.

- 4) Sub PLO3.1 identify relevant business opportunities/problems.
- 5) Sub PLO3.2 propose innovative marketing plans/solutions to capture new market opportunity or to solve current marketing problems.

Ethics and Sustainability

PLO4 assess ethical implications of business practices and to describe the importance of sustainability in business.

- 6) Sub PLO4.1 assess the ethical implications of business practices.
- 7) Sub PLO4.2 describe the concepts of sustainability in business contexts.

Management

PLO5 explain management concepts and to accomplish tasks within a changing business environment.

- 8) Sub PLO5.1 demonstrate knowledge of main business functions and organizational management.
- 9) Sub PLO5.2 prepare an effective plan to ensure that tasks are successfully accomplished.
- 10) Sub PLO5.3 assess changes in a working environment and their impacts.



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Marketing knowledge and skills

PLO6 use marketing knowledge and skills to solve actual business problems.

- 11) Sub PLO6.1 successfully design marketing plan for organizations and emerging companies to continuously and sustainably grow in a digital world.
- 12) Sub PLO6.2 explain the impact of marketing decisions on organization and society.

2. Improvement Plan

Improvement/ Modification Plan	Strategies	Evidence/Indicators
To ensure the quality of the revised program's curriculum	<ol style="list-style-type: none"> 1. Develop a new outcome-based curriculum based on stakeholders' inputs 2. Develop a strong Assurance of Learning (AoL) system, following the requirements of the AACSB standards 3. Obtain constants feedbacks on the characteristics, knowledge and skills of graduates to improve upon the curriculum 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Summary of stakeholders' input 2. A set of expected learning outcomes, learning goals, and learning objectives, and AoL reports with continuous improvement in students' performance goal 3. Advisory Board meeting report, Employers' Satisfaction Survey results, Students' Teaching Evaluation, and a summary of focus group research with students, parents, and alumni



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Improvement/ Modification Plan	Strategies	Evidence/Indicators
	4. Streamline admission process with clear admission criteria	4. New admission criteria and process
To ensure the quality of teaching and learning activities	1. Enhance a faculty's teaching techniques to promote practical learning through faculty trainings and seminars 2. Develop a list of companies/organizations for the collaboration on in-class and outside-class teaching and learning activities including internship program 3. Monitor and improve upon a faculty's teaching performance 4. Encourage students' participation in extra-curricular activities through student clubs and academic activities organized by external organizations	1. Faculty's training needs survey, and a summary of new teaching techniques deployment 2. List of internship companies, and a list of organizations for the collaboration on teaching, extracurricular activities. 3. Teaching evaluation records with continuous improvement goal 4. Activity transcript, certifications and awards
To ensure a satisfactory experience of students	1. Improve communications to students through social media, website, PR unit and formal seminars	1. Social media and website postings, and the list of the attendees of college's events



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

Improvement/ Modification Plan	Strategies	Evidence/Indicators
	2. Improve academic advising process	2. List of attendees of academic advising activities



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

Section 3 Educational Management System, Program Implementation and Structure

1. Educational Management System

1.1 System (Semester/Trimester/Quarter System)

Trimester system

1.2 Summer Sessions

Summer session is not offered

1.3 Credit Equivalence Ratio (In Reference to Semester System)

One trimester credit is equal to 12/15 semester credits

2. Program Implementation

2.1 Academic Calendar

Monday – Saturday from 08:00 a.m. – 08:00 p.m.

Trimester: 1st Trimester : October-January

2nd Trimester : January-April

3rd Trimester : April-July

2.2 Admission Requirements

1. High school graduates or equivalent
2. The minimum English requirement is either (a) IELTS 6.0 (band) and 6.0 (writing) or (b) TOEFL (iBT) 61 (overall score) and 21 (writing).
3. The minimum math requirement is SAT1 - 600
4. Passed MUIC Entrance Examination if applicants do not have standard English and/or math test scores

2.3 Limitations for Certain Groups of Newly Enrolled Students

English and math skills

2.4 Strategies to Resolve Students' Limitations in 2.3

Students with limited English and/or math skills are required to take and pass non-credit courses including ICME 100 English Resource Skills and ICMA 100 Foundation



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Mathematics prior to taking other higher-level general education and business courses. The eligibility to waive these courses will be granted based on their standard or MUIC entrance examination test scores.

2.5 A Five-year Plan for Admission and Graduation

Academic Year	2018	2019	2020	2021	2022
The number of students enrolled	62	64	66	68	70
The number of graduate students	-	-	-	59	62
Cumulative number	62	125	191	259	269

2.6 Budget Plan

Estimated Income and Expenses for 4 Academic Years

		Unit: Baht	% of Incomes
Incomes			
1.1 Tuition		118,492,500.00	65.59%
1.2 Academic Fee		62,160,000	34.41%
Total Incomes		180,652,500.00	100.00%
Expenses			
1. Wages and Salary			
1.1 Instructor salary		24,991,856.47	13.83%
1.2 Teaching honorarium		14,576,395.45	8.07%
Total		39,568,251.9184	21.90%
2. Materials			
2.1 Office and teaching supplies		4,980,703.33	2.76%
Total		4,980,703.33	2.76%
3. Operating Expenses			
3.1 Supporting unit salary		46,745,100.38	25.88%
3.2 Remuneration		14,386,891.12	7.96%
3.3 Current expenses		13,255,671.39	7.34%



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

	Unit: Baht	% of Incomes
3.4 Utilities	6,323,449.02	3.50%
3.5 Subsidies	20,228,787.99	11.20%
3.6 Depreciation	10,750,658.59	5.95%
3.7 Other expenses	24,898.76	0.01%
Total	111,715,457.26	61.84%
Total Expenses	156,264,412.50	86.50%
Incomes over expenses	24,388,087.50	13.50%

2.7 Academic System

- ☒ In Class
- ☐ Distance Learning Mainly Through Printed Materials
- ☐ Distance Learning Mainly Through Broadcast Media
- ☐ Distance Learning Mainly Through Electronic Media (E-learning)
- ☐ Distance Learning Through the Internet
- ☐ Others (Please Specify)

2.8 Credit Transfer and Cross-institutional Enrollment (If any)

According to Mahidol University's and MUIC's Regulations

3. Program and Faculty Members

3.1 Program

3.1.1 Number of Credits

The required number of credits in total must not be less than 183 credits

3.1.2 Program Structure

Bachelor of Business Administration Program complies with the Standard of Undergraduate Programs of Study B.E. 2558 announced by the Ministry of Education



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

1) Foundation Courses	None	Credits
2) General Education Courses no less than	42	Credits
- English Communications	16	Credits
- Natural Sciences	8	Credits
- Humanities and Foreign Languages	8	Credits
- Social Sciences	8	Credits
- Health Science and Physical Education	2	Credits
3) Major Courses	133	Credits
- Core Business Courses	69	Credits
- Major Required Courses	20	Credits
- Major Elective Courses	24	Credits
- Interdisciplinary Elective Courses	20	Credits
4) Free Electives	8	Credits

3.1.3 Course List

Courses are listed respectively in the categories: foundation courses, general education courses, major courses and free electives, each with course codes alphabetically listed.

The number of credits for each course is represented by one-digit number followed by 3 other numbers in parentheses representing hours of lectures, laboratory/practice and self-study respectively, for example, 4 (4-0-8) which means 4 credits (4 lecture hours – 0 lab/practice hours – 8 self-study hours).

Course initials of the Bachelor of Business Administration in a BA program at Mahidol University International College consist of 7 characters: 4 letters and 3 numbers whereas the first 2 letters are the initials of the faculty/institution in charge



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

and the last 2 letters are the initials of the department/project in charge of teaching management.

There are 3 digits after the course initials. The first digit indicates the year of study while the last 2 digits indicate the order of the course offered in each course category to avoid repetition.

Course Code Explanation

BE	Business Economics
GC	General Education in English Communication
GL	General Education in Foreign Languages
GH	General Education in Humanities
GN	General Education in Natural Science
GP	General Education in Physical Education
GS	General Education in Social Science
IC	International College
MB	Business Administration
MF	Finance
MI	International Business
MK	Marketing

Foundation courses (non-credit)

Course Code	Course Title	Credits
ICID 100	Freshman Seminar สัมมนานักศึกษาใหม่	0 (0-1-0) ๐ (๐-๑-๐)
ICME 100	English Resource Skills ทักษะแหล่งความรู้ภาษาอังกฤษ	0 (4-0-0) ๐ (๔-๐-๐)



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Course Code	Course Title	Credits
ICMA 100	Foundation Mathematics คณิตศาสตร์รากฐาน	0 (4-0-0) ๐ (๔-๐-๐)

Note I: All BBA students are required to take ICID 100 Freshmen Seminar as a non-credit course.

Note II: Students whose English placement is below ICGC 101 Academic Writing and Research I are required to take ICME 100 English Resource Skills and pass the course with the grade of "S" before moving to ICGC 101 Academic Writing and Research I

Note III: Students whose Mathematics placement is below ICGN 104 Mathematics and Its Contemporary Applications are required to take ICMA 100 Foundation Mathematics and pass the course with the grade of "S" before moving to ICGN 104 Mathematics and Its Contemporary Applications.

General Education courses no less than 42 Credits

● English Communication

Course Code	Course Title	Credits
ICGC 101	Academic Writing and Research I การเขียนเชิงวิชาการและการวิจัย ๑	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGC 102	Academic Writing and Research II การเขียนเชิงวิชาการและการวิจัย ๒	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGC 103	Public Speaking การพูดในที่สาธารณะ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGC 111	Academic Writing and Research I (Advanced) การเขียนเชิงวิชาการและการวิจัย ๑ (ระดับสูง)	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGC 112	Academic Writing and Research II (Advanced) การเขียนเชิงวิชาการและการวิจัย ๒ (ระดับสูง)	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Course Code	Course Title	Credits
ICGC 201	Global Realities สำรวจความเป็นจริงของโลก	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGC 202	Literary Analysis วรรณคดีวิจารณ์	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGC 203	Creative Writing ศิลปะการประพันธ์	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGC 204	Advanced Oral Communication การสื่อสารด้วยวาจาขั้นสูง	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGC 205	Linguistics ภาษาศาสตร์	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGC 206	Literature Into Film จากวรรณกรรมสู่ภาพยนตร์	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGC 207	Diverse English Speaking Cultures ความหลากหลายทางวัฒนธรรมของกลุ่มคนที่ใช้ภาษาอังกฤษ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGC 208	Language and Culture ภาษากับวัฒนธรรม	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGC 209	The Story of English วิวัฒนาการของภาษาอังกฤษ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGC 210	First and Second Language Acquisition การเรียนรู้ภาษาแรกและภาษาที่สอง	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGC 211	Topics in Comparative Literature A: Poetry หัวข้อทางวรรณคดีเปรียบเทียบ ก: กวีนิพนธ์	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGC 212	Topics in Comparative Literature B: The Short Story and the Novel หัวข้อทางวรรณคดีเปรียบเทียบ ข: เรื่องสั้นและนวนิยาย	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGC 213	Topics in Comparative Literature C: Drama หัวข้อทางวรรณคดีเปรียบเทียบ ค: ละครเวที	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

● Natural Sciences (Scientific and Environmental Literacy)

Course Code	Course Title	Credits
ICGN 104	Mathematics and Its Contemporary Applications คณิตศาสตร์และการประยุกต์ร่วมสมัย	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGN 105	Ecology, Ecosystems and Socio-Economics in Southeast Asia นิเวศวิทยาระบบนิเวศและเศรษฐกิจสังคมในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้	4 (3-2-7) ๔ (๓-๒-๗)
ICGN 106	Climate Change and Human Society การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสังคม	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGN 107	The Chemistry of Everyday Life เคมีในชีวิตประจำวัน	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGN 108	Essentials of Culinary Science for Food Business วิทยาศาสตร์ของการปรุงอาหารสำหรับธุรกิจอาหาร	4 (3-2-7) ๔ (๓-๒-๗)
ICGN 109	Food for Health อาหารเพื่อสุขภาพ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGN 110	Maker Workshop โรงปฏิบัติงานนักประดิษฐ์	4 (3-2-7) ๔ (๓-๒-๗)
ICGN 111	Physics for CEO ฟิสิกส์สำหรับผู้ประกอบการ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGN 112	Stargazer มองดาว มองเรา	4 (3-2-7) ๔ (๓-๒-๗)
ICGN 113	Plants, People and Poisons พืช มนุษย์ และพิษ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGN 114	The Scientific Approach and Society วิธีการทางวิทยาศาสตร์กับสังคม	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Course Code	Course Title	Credits
ICGN 115	Human Evolution, Diversity and Health วิวัฒนาการมนุษย์ ความหลากหลาย และ สุขภาพ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)

• Natural Sciences (ICT and Digital Literacy)

Course Code	Course Title	Credits
ICGN 116	Understanding and Visualizing Data การเข้าใจข้อมูลและการแสดงผลเชิงภาพ	4 (3-2-7) ๔ (๓-๒-๗)
ICGN 117	Technology behind E-Business and Digital Strategies เทคโนโลยีเพื่อธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และกลยุทธ์ดิจิทัล	4 (3-2-7) ๔ (๓-๒-๗)
ICGN 118	Everyday Connectivity อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวัน	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGN 119	Computer Essentials คอมพิวเตอร์เบื้องต้น	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)

• Humanities (Logical and Ethical Literacy)

Course Code	Course Title	Credits
ICGH 101	Biotechnology: from Science to Business เทคโนโลยีชีวภาพจากวิทยาศาสตร์สู่ธุรกิจ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGH 102	Famous Arguments and Thought Experiments in Philosophy ข้อเสนอและการทดลองความคิดที่โด่งดังในแวดวงปรัชญา	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGH 103	Logic, Analysis and Critical Thinking: Good and Bad Arguments ตรรกวิทยา การวิเคราะห์ และการคิดวิพากษ์วิจารณ์: การอ้างเหตุผลที่ดีและไม่ดี	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Course Code	Course Title	Credits
ICGH 104	Moral Reasoning: How can we know what is good? เหตุผลเชิงจริยธรรม: เราจะรู้ได้อย่างไรว่าอะไรดี	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGH 105	Technology, Philosophy and Human Kind: Where Are We Now?!	4 (4-0-8)
	เทคโนโลยี ปัญญา และมนุษยชาติ: เราอยู่ที่ไหน ณ จุดนี้	๔ (๔-๐-๘)
ICGH 106	The Greeks: Crucible of Civilization	4 (4-0-8)
	กรีก: เ้าหลอมแห่งอารยธรรม	๔ (๔-๐-๘)

● Humanities (Arts and Media Literacy)

Course Code	Course Title	Credits
ICGH 107	Contemporary Art and Visual Culture	4 (4-0-8)
	ศิลปะร่วมสมัยและทัศนวัฒนธรรม	๔ (๔-๐-๘)
ICGH 108	Creative Drawing Expression	4 (2-4-6)
	การวาดเส้นจินตภาพด้วยเทคนิคต่างๆ	๔ (๒-๔-๖)
ICGH 109	Creative Thinking Through Art and Design	4 (2-4-6)
	ความคิดสร้างสรรค์เพื่อศิลปะและการออกแบบ	๔ (๒-๔-๖)
ICGH 110	Drawing as Visual Analysis	4 (2-4-6)
	การวาดภาพศิลปะเพื่อสื่อความคิดและจินตนาการ	๔ (๒-๔-๖)
ICGH 111	Media Literacy: Skills for 21st Century Learning	4 (4-0-8)
	การรู้เท่าทันสื่อ: ทักษะแห่งการเรียนรู้ในศตวรรษที่ ๒๑	๔ (๔-๐-๘)
ICGH 112	Photography	4 (2-4-6)
	ศาสตร์และศิลป์แห่งการถ่ายภาพ	๔ (๒-๔-๖)
ICGH 113	Moving Pictures: A History of Film	4 (4-0-8)
	ภาพเคลื่อนไหว: ประวัติศาสตร์ภาพยนตร์	๔ (๔-๐-๘)



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Course Code	Course Title	Credits
ICGH 114	The Sound of Music: Form, Emotion, and Meaning เสียงแห่งดนตรี: รูปแบบ อารมณ์ และความหมาย	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)

- Foreign Languages

- German

Course Code	Course Title	Credits
ICGL 101	Elementary German I ภาษาเยอรมันระดับต้น ๑	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGL 102	Elementary German II ภาษาเยอรมันระดับต้น ๒	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGL 103	Elementary German III ภาษาเยอรมันระดับต้น ๓	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)

- Japanese

Course Code	Course Title	Credits
ICGL 111	Elementary Japanese I ภาษาญี่ปุ่นระดับต้น ๑	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGL 112	Elementary Japanese II ภาษาญี่ปุ่นระดับต้น ๒	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGL 113	Elementary Japanese III ภาษาญี่ปุ่นระดับต้น ๓	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

➤ French

Course Code	Course Title	Credits
ICGL 121	Elementary French I ภาษาฝรั่งเศสระดับต้น ๑	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGL 122	Elementary French II ภาษาฝรั่งเศสระดับต้น ๒	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGL 123	Elementary French III ภาษาฝรั่งเศสระดับต้น ๓	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)

➤ Chinese

Course Code	Course Title	Credits
ICGL 131	Elementary Chinese I ภาษาจีนระดับต้น ๑	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGL 132	Elementary Chinese II ภาษาจีนระดับต้น ๒	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGL 133	Elementary Chinese III ภาษาจีนระดับต้น ๓	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)

➤ Spanish

Course Code	Course Title	Credits
ICGL 141	Elementary Spanish I ภาษาสเปนระดับต้น ๑	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGL 142	Elementary Spanish II ภาษาสเปนระดับต้น ๒	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGL 143	Elementary Spanish III ภาษาสเปนระดับต้น ๓	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)

➤ Thai



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Course Code	Course Title	Credits
ICGL 160	Introduction to Thai Language and Culture ภาษาและวัฒนธรรมไทยเบื้องต้น	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGL 161	Elementary Thai I ภาษาไทยระดับต้น ๑	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGL 162	Elementary Thai II ภาษาไทยระดับต้น ๒	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGL 163	Elementary Thai III ภาษาไทยระดับต้น ๓	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)

- Social Sciences (Financial, Economic, Business and Entrepreneurial Literacy)

Course Code	Course Title	Credits
ICGS 106	Fashion and Society แฟชั่นและสังคม	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)

- Social Sciences (Global and Multicultural Literacy)

Course Code	Course Title	Credits
ICGS 109	American History, Film and Modern Life ประวัติศาสตร์อเมริกาภาพยนตร์และชีวิตสมัยใหม่	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGS 110	Development and Conflicts การพัฒนาและความขัดแย้ง	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGS 111	Exploring Religions สำรวจศาสนา	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGS 112	Geography of Human Activities ภูมิศาสตร์กิจกรรมมนุษย์	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Course Code	Course Title	Credits
ICGS 113	Perspectives on the Thai Past ทัศนคติต่อประวัติศาสตร์ไทย	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGS 114	Power, Money and Behavior of Powerful States อำนาจเงินและพฤติกรรมของรัฐที่มีอำนาจ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGS 115	Sociology in the Modern World สังคมวิทยาในโลกสมัยใหม่	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGS 116	Power and Politics อำนาจและการเมือง	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGS 117	Overcoming Stereotypes, Prejudice and Discrimination การเอาชนะภาพลักษณ์เหมารวม ความอคติ และการแบ่งแยก	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGS 119	World Politics การเมืองของโลก	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGS 120	Global Awareness ความรู้เรื่องโลก	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)

• Social Sciences (Psychological Literacy)

Course Code	Course Title	Credits
ICGS 121	Abnormal Colleagues; how do I make this work? จิตวิทยาปกติของเพื่อนร่วมงาน จะแก้ไขสถานการณ์อย่างไร	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICGS 122	Propaganda, Nudge Theory and Marketing: How to resist? โฆษณาชวนเชื่อ ทฤษฎีการออกแบบทางเลือก และการตลาด จะต้านทานได้อย่างไร	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

● Health and Physical Education

Course Code	Course Title	Credits
ICGP 101	American Flag Football แฟลกฟุตบอล	1 (0-2-1) ๑ (๐-๒-๑)
ICGP 102	Badminton แบดมินตัน	1 (0-2-1) ๑ (๐-๒-๑)
ICGP 103	Basketball บาสเกตบอล	1 (0-2-1) ๑ (๐-๒-๑)
ICGP 104	Body Fitness ฟิตเนส	1 (0-2-1) ๑ (๐-๒-๑)
ICGP 105	Cycling จักรยาน	1 (0-2-1) ๑ (๐-๒-๑)
ICGP 106	Discover Dance ดิสคัฟเวอรี่ แแดนซ์	1 (0-2-1) ๑ (๐-๒-๑)
ICGP 107	Golf กอล์ฟ	1 (0-2-1) ๑ (๐-๒-๑)
ICGP 108	Mind and Body โยคะ	1 (0-2-1) ๑ (๐-๒-๑)
ICGP 109	Selected Topics in Sports เรื่องเฉพาะทางการกีฬา	1 (0-2-1) ๑ (๐-๒-๑)
ICGP 110	Self Defense (Striking) วิชาป้องกันตัว (การจู่โจม)	1 (0-2-1) ๑ (๐-๒-๑)
ICGP 111	Self Defense (Grappling) วิชาป้องกันตัว (การเหวี่ยงทุ่ม)	1 (0-2-1) ๑ (๐-๒-๑)
ICGP 112	Soccer ฟุตบอล	1 (0-2-1) ๑ (๐-๒-๑)



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Course Code	Course Title	Credits
ICGP 113	Social Dance ลีลาศ	1 (0-2-1) ๑ (๐-๒-๑)
ICGP 114	Swimming ว่ายน้ำ	1 (0-2-1) ๑ (๐-๒-๑)
ICGP 115	Tennis เทนนิส	1 (0-2-1) ๑ (๐-๒-๑)
ICGP 116	Volleyball วอลเลย์บอล	1 (0-2-1) ๑ (๐-๒-๑)

Note I: For General Education courses in English Communication course group, all BBA students are required to take either a series of ICGC 101 Academic Writing and Research I and ICGC 102 Academic Writing and Research II or a series of ICGC 111 Academic Writing and Research I (Advanced) and ICGC 112 Academic Writing and Research II (Advanced), depending on their standard test or MUIC entrance exam scores. Students are also required to take ICGC 103 Public Speaking as a General Education in this course group.

Note II: All BBA students are required to take at least 1 course from the Humanities course group as a General Education course.

Note III: All BBA students are required to take ICGN 104 Mathematics and Its Contemporary Applications as a General Education course in the Natural Science course group.



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Core Business courses no less than 69 Credits

Course Code	Course Title	Credits
ICMB 201	Business Statistics สถิติธุรกิจ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMB 205	Microeconomics เศรษฐศาสตร์จุลภาค	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMB 206	Macroeconomics เศรษฐศาสตร์มหภาค	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMB 207	Management of Business Information การจัดการข้อมูลธุรกิจ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMB 213	Financial Accounting การบัญชีการเงิน	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMB 214	Managerial Accounting การบัญชีการจัดการ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMB 215	Business Finance for Entrepreneurs การเงินธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMB 216	Business Communication การสื่อสารทางธุรกิจ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMB 222	Principle of Marketing หลักการตลาด	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMB 235	Management and Organizational Behavior การจัดการและพฤติกรรมองค์กร	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMB 236	Human Resources Management การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMB 237	International Business Management การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Course Code	Course Title	Credits
ICMB 310	Business Law กฎหมายธุรกิจ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMB 311	Business Ethics and Sustainability จริยธรรมทางธุรกิจและการพัฒนาอย่างยั่งยืน	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMB 312	Management Science วิทยาศาสตร์การจัดการ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMB 314	Operations and Project Management การจัดการดำเนินงานและบริหารโครงการ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMB 401	Business Innovation and Entrepreneurship นวัตกรรมทางธุรกิจและภาวะการเป็นผู้ประกอบการ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMB 402	Business Strategy กลยุทธ์ทางธุรกิจ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMB 490	Career Preparation การเตรียมอาชีพ	1 (1-0-2) ๑ (๑-๐-๒)

Note I: Students are able to take BBA courses only if they have met the following requirements:

1. Passed ICGC 102 Academic Writing and Research II or ICGC 112 Academic Writing and Research II (Advanced) with at least “D” grade
2. Passed ICGN 104 Mathematics and Its Contemporary Applications with at least “D” grade.

Note II: All BBA students are required to take either ICMB 401 Business Innovation and Entrepreneurship or ICMB 402 Business Strategy.



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Major Required courses no less than 20 Credits

Course Code	Course Title	Credits
ICMK 351	Consumer Insights – A Qualitative Approach ข้อมูลเชิงลึกของผู้บริโภค – วิธีการเชิงคุณภาพ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMK 352	Market Intelligence – A Quantitative Approach ข่าวทางตลาด – วิธีการเชิงปริมาณ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMK 353	Consumer Behavior and Decision Making พฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMK 361	Digital Marketing การตลาดดิจิทัล	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMK 461	Marketing Strategy for Sustainability กลยุทธ์การตลาดเพื่อความยั่งยืน	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)

Major Elective courses no less than 24 Credits

Course Code	Course Title	Credits
ICBE 471	Market Structures and Pricing Strategies โครงสร้างตลาดและกลยุทธ์การตั้งราคา	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMI 331	Global Logistics and Supply Chain Management การจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ระดับประเทศ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMK 354	New Products Management การจัดการผลิตภัณฑ์ใหม่	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMK 355	Integrated Marketing Communications การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMK 362	Strategic Brand Management กลยุทธ์การจัดการตราสินค้า	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Course Code	Course Title	Credits
ICMK 451	Distribution and Retail Channels ช่องทางการจัดจำหน่ายและช่องทางการค้าปลีก	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMK 452	Business Marketing and Selling Strategy การตลาดภาคธุรกิจ และกลยุทธ์การขาย	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMK 453	Global Marketing Strategy กลยุทธ์การตลาดสากล	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMK 456	Special Topics in Marketing หัวข้อพิเศษทางการตลาด	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMB 496	Practical Business Training – On Campus โครงการฝึกงาน - ภายในมหาวิทยาลัย	8 (2-32-10) ๘ (๒-๓๒-๑๐)
ICMB 497	Practical Business Training – Off Campus โครงการฝึกงาน - ภายนอกมหาวิทยาลัย	8 (0-40-8) ๘ (๐-๔๐-๘)

Note 1: All BBA students are required to take either ICMB 496 Practical Business Training – On Campus or ICMB 497 Practical Business Training – Off Campus in their last year of study as part of the Major Elective Courses. Students are not allowed to register for other courses in the trimester, which a Practical Business Training course is taken.

Interdisciplinary Elective courses no less than 20 Credits

Students are required to take courses for no less than a total of 20 credits from either of the following categories.

- Any 5 courses offered by MUIC's Business Administration Division
- 5 specific Minor courses offered by any BBA program. If a course designated by each major as a Minor course, is already taken and counted toward Major Required, Major Elective or Free Elective credits, students need to choose



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

another Major Elective course in the program offering the Minor to fulfill the number of credits required in this course category.

- Minor courses from other MUIC divisions

Free Elective courses no less than 8 Credits

Students can take any courses offered by Mahidol University as a free elective course with an approval from their advisors.

Marketing Minor courses no less than 20 Credits

To minor in Marketing, students need to complete the following five courses.

Course Code	Course Title	Credits
ICMK 351	Consumer Insights – A Qualitative Approach ข้อมูลเชิงลึกของผู้บริโภค – วิธีการเชิงคุณภาพ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMK 352	Market Intelligence – A Quantitative Approach เขว้ทางตลาด – วิธีการเชิงปริมาณ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMK 353	Consumer Behavior and Decision Making พฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMK 361	Digital Marketing การตลาดดิจิทัล	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
ICMK 461	Marketing Strategy for Sustainability กลยุทธ์การตลาดเพื่อความยั่งยืน	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

3.1.4 Study Plan

Year I

<u>Trimester I</u>			Credits
ICGC	101	Academic Writing and Research I	4 (4-0-8)
ICGH/GLXXX		Humanities OR Foreign Languages (1)	4 (4-0-8)
ICGP	XXX	Physical Education (1)	1 (0-2-1)
ICGS	XXX	Social Sciences (1)	4 (4-0-8)
ICID	100	Freshman Seminar	<u>0 (4-0-0)</u>
Total			13 (16-2-25)
<u>Trimester II</u>			Credits
ICGC	102	Academic Writing and Research II	4 (4-0-8)
ICGH/GLXXX		Humanities OR Foreign Languages (2)	4 (4-0-8)
ICGN	104	Mathematics and Its Contemporary Applications	4 (4-0-8)
ICGP	XXX	Physical Education (2)	1 (0-2-1)
ICGS	XXX	Social Sciences (2)	<u>4 (4-0-8)</u>
Total			17 (16-2-33)
<u>Trimester III</u>			Credits
ICGC	103	Public Speaking	4 (4-0-8)
ICGN	XXX	Natural Sciences (2)	4 (4-0-8)
ICXX	XXX	Free Elective (1)	4 (4-0-8)
ICXX	XXX	Free Elective (2)	<u>4 (4-0-8)</u>
Total			16 (16-0-32)



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Year II

Trimester I

			Credits
ICGC	2XX	English Communication IV	4 (4-0-8)
ICMB	201	Business Statistics	4 (4-0-8)
ICMB	205	Microeconomics	4 (4-0-8)
ICMB	213	Financial Accounting	<u>4 (4-0-8)</u>
Total			16 (16-0-32)

Trimester II

			Credits
ICMB	206	Macroeconomics	4 (4-0-8)
ICMB	214	Management Accounting	4 (4-0-8)
ICMB	215	Business Finance for Entrepreneurs	4 (4-0-8)
ICMB	216	Business Communication	4 (4-0-8)
ICMB	235	Management and Organizational Behavior	<u>4 (4-0-8)</u>
Total			20 (20-0-40)

Trimester III

			Credits
ICMB	207	Management of Business Information	4 (4-0-8)
ICMB	222	Principle of Marketing	4 (4-0-8)
ICMB	236	Human Resources Management	4 (4-0-8)
ICMB	237	International Business Management	<u>4 (4-0-8)</u>
Total			16 (16-0-32)



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Year III

Trimester I

		Credits
ICMB	310 Business Law	4 (4-0-8)
ICMB	312 Management Science	4 (4-0-8)
ICMK	351 Consumer Insights – A Qualitative Approach	4 (4-0-8)
ICMK	353 Consumer Behavior and Decision Making	<u>4 (4-0-8)</u>
	Total	16 (16-0-32)

Trimester II

		Credits
ICMB	311 Business Ethics and Sustainability	4 (4-0-8)
ICMB	314 Operations and Project Management	4 (4-0-8)
ICXX	XXX Major Elective (1)	4 (4-0-8)
ICXX	XXX Major Elective (2)	<u>4 (4-0-8)</u>
	Total	16 (16-0-32)

Trimester III

		Credits
ICMK	352 Market Intelligence – A Quantitative Approach	4 (4-0-8)
ICMK	361 Digital Marketing	4 (4-0-8)
ICXX	XXX Major Elective (3)	4 (4-0-8)
ICXX	XXX Interdisciplinary Elective (1)	<u>4 (4-0-8)</u>
	Total	16 (16-0-32)



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Year IV

Trimester I

			Credits
ICMK	461	Marketing Strategy for Sustainability	4 (4-0-8)
ICXX	XXX	Major Elective (4)	4 (4-0-8)
ICXX	XXX	Interdisciplinary Elective (2)	4 (4-0-8)
ICXX	XXX	Interdisciplinary Elective (3)	<u>4 (4-0-8)</u>
Total			16 (16-0-32)

Trimester II

			Credits
ICMB	401/402	Business Innovation and Entrepreneurship OR Business Strategy	4 (4-0-8)
ICMB	490	Career Preparation	1 (1-0-2)
ICXX	XXX	Interdisciplinary Elective (4)	4 (4-0-8)
ICXX	XXX	Interdisciplinary Elective (5)	<u>4 (4-0-8)</u>
Total			13 (13-0-34)

Trimester III

			Credits
ICMB	496/497	Practical Business Training - On Campus OR Practical Business Training – Off Campus	<u>8 (x-xx-x)</u>
Total			8 (x-xx-x)



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

3.1.5 Course Descriptions

Foundation Courses

ICID 100	Freshman Seminar สัมมนานักศึกษาใหม่	0 (0-1-0) ๐ (๐-๑-๐)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - Compulsory for all freshmen; time management skills, study plan, adjustment to college's life, and teachers' expectation วิชาบังคับสำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ ๑ ทุกคน ทักษะการบริหารจัดการเวลา แผนการศึกษา การปรับตัวในการใช้ชีวิตในรั้ววิทยาลัย และความคาดหวังของอาจารย์	
ICMA 100	Foundation Mathematics คณิตศาสตร์รากฐาน	0 (4-0-0) ๐ (๔-๐-๐)
	Prerequisites: Placement test วิชาบังคับก่อน: การสอบวัดระดับ Expressions and equations; linear functions; polynomials and nonlinear functions; radical and rational functions; the data analysis นิพจน์และสมการ ฟังก์ชันเชิงเส้น พหุนามและฟังก์ชันไม่เชิงเส้น ฟังก์ชันกรณฑ์และฟังก์ชันตรรกยะ การวิเคราะห์ข้อมูล	
ICME 100	English Resource Skills ทักษะแหล่งความรู้ภาษาอังกฤษ	0 (4-0-0) ๐ (๔-๐-๐)
	Prerequisites: Placement test วิชาบังคับก่อน: การสอบวัดระดับ A remedial course preparing students for reading and writing academic English at a level suitable for entering the Intermediate English Communication I หลักสูตรเตรียมความพร้อมนักศึกษาในการอ่านและเขียนภาษาอังกฤษเชิงวิชาการให้มีระดับเหมาะสมต่อการเข้าศึกษารายวิชาการสื่อสารภาษาอังกฤษระดับกลาง ๑ ต่อไป	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

English Communication

ICGC 101	Academic Writing and Research I การเขียนเชิงวิชาการและการวิจัย ๑	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: Placement Writing Test or ICME 100 English Resource Skills วิชาบังคับก่อน: การสอบข้อเขียนวัดระดับ หรือ ICME 100 ทักษะแหล่งความรู้ภาษาอังกฤษ An introduction to the academic writing process through the development of the writer's voice through sentencings, structure, and rhetorical devices; a focus on strategies for using and integrating researched sources; methods to compose well-structured essays based on themes relevant to the world today การแนะนำถึงกระบวนการเขียนเชิงวิชาการผ่านการพัฒนาการวิจารณ์ของนักเขียน ผ่านการพิจารณาโครงสร้างและกลวิธีทางวาทศิลป์ มุ่งเน้นกลยุทธ์ในการใช้และรวบรวมแหล่งข้อมูลวิจัย วิธีการเขียนเรียงความที่มีโครงสร้างที่สมบูรณ์ตามหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับโลกในปัจจุบัน	
ICGC 102	Academic Writing and Research II การเขียนเชิงวิชาการและการวิจัย ๒	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: ICGC 101 Academic Writing and Research I วิชาบังคับก่อน: ICGC 101 การเขียนเชิงวิชาการและการวิจัย ๑ The integration of skills in academic research and writing to analyze and create persuasive compositions; techniques to identify strengths and weaknesses in argument; the development of students' knowledge and preconceptions of global issues through a progressive series of essays and journal assignments การรวมทักษะในการวิจัยทางวิชาการและการเขียนเพื่อวิเคราะห์และสร้างองค์ประกอบที่โน้มน้าวใจ เทคนิคในการระบุจุดแข็งและจุดอ่อนในการโต้เถียง การพัฒนาความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นปัญหาระดับโลกของผู้เรียนผ่านงานเรียงความและงานวารสารที่ได้รับมอบหมาย	
ICGC 103	Public Speaking การพูดในที่สาธารณะ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: ICGC 102 Academic Writing and Research II วิชาบังคับก่อน: ICGC 102 การเขียนเชิงวิชาการและการวิจัย ๒ Fundamentals of key skills for confident and effective public speaking through	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	<p>a series of prepared and unprepared speeches; an introduction and application of techniques to inform/persuade audiences; the utilization of Academic Writing and Research I and II to create and deliver speeches to a professional standard</p> <p>พื้นฐานของทักษะที่สำคัญสำหรับการพูดในที่สาธารณะอย่างมั่นใจและมีประสิทธิภาพผ่านลำดับขั้นตอนของสุนทรพจน์ที่เตรียมไว้และแบบเฉพาะหน้า การแนะนำและการใช้เทคนิคในการชี้แจง / ชักชวนผู้ชม การใช้การเขียนเชิงวิชาการและการวิจัย ๑ และ ๒ เพื่อสร้างและนำเสนอสุนทรพจน์ตามมาตรฐานวิชาชีพ</p>	
ICGC 111	<p>Academic Writing and Research I (Advanced)</p> <p>การเขียนเชิงวิชาการและการวิจัย ๑ (ระดับสูง)</p>	<p>4 (4-0-8)</p> <p>๔ (๔-๐-๘)</p>
	<p>Prerequisites: Placement Writing Test</p> <p>วิชาบังคับก่อน: การสอบข้อเขียนวัดระดับ</p> <p>Theories and practical methods to enhance students' creative and descriptive abilities; an emphasis on the development of a writer's voice through sentencing, structure, and rhetorical devices; strategies for using and integrating researched sources introduced by means of explaining theories, concepts, and writing conventions</p> <p>ทฤษฎีและวิธีการปฏิบัติเพื่อเพิ่มความสามารถในการสร้างสรรค์และการบรรยายของผู้เรียน เน้นการพัฒนาการนำเสนอของผู้เขียนผ่านรูปแบบประโยค โครงสร้างและศาสตร์โวหาร กลวิธีในการใช้และบูรณาการแหล่งข้อมูลที่ได้รับสำหรับการวิจัยนำเสนอโดยการอธิบาย ทฤษฎี แนวความคิด และข้อตกลงในการเขียน</p>	
ICGC 112	<p>Academic Writing and Research II (Advanced)</p> <p>การเขียนเชิงวิชาการและการวิจัย ๒ (ระดับสูง)</p>	<p>4 (4-0-8)</p> <p>๔ (๔-๐-๘)</p>
	<p>Prerequisites: ICGC 111 Academic Writing and Research I (Advanced)</p> <p>วิชาบังคับก่อน: ICGC 111 การเขียนเชิงวิชาการและการวิจัย ๑ (ระดับสูง)</p> <p>A focus on high levels of academic literacy and presentation skills in reading, writing, and public speaking for experts or near-expert users of English; the utilization of advanced strategies to exploit secondary research and argumentation; an application of advanced skills in critical thinking and rhetorical knowledge through class discussions and written and oral assignments</p>	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	<p>มุ่งเน้นการเรียนรู้ในระดับสูงและทักษะการนำเสนอในรูปแบบการอ่าน การเขียน และการพูดในที่สาธารณะสำหรับผู้เชี่ยวชาญในการใช้ภาษาอังกฤษหรือใกล้เคียง การใช้กลยุทธ์ขั้นสูงเพื่อใช้ประโยชน์จากการวิจัยและการโต้วาที การใช้ทักษะขั้นสูงในการคิดเชิงวิพากษ์และความรู้เกี่ยวกับวาทศิลป์ผ่านการอภิปรายในชั้นเรียนและการเขียนและการพูด</p>	
ICGC 201	<p>Global Realities สำรวจความเป็นจริงของโลก</p>	<p>4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)</p>
	<p>Prerequisites: ICGC 103 Public Speaking or ICGC 112 Academic Writing and Research II (Advanced) วิชาบังคับก่อน: ICGC 103 การพูดในที่สาธารณะ หรือ ICGC 112 การเขียนเชิงวิชาการและการวิจัย ๒ (ระดับสูง) An exploration and a critical analysis of key texts on poetry, literature, and legislative documents in order to understand the complexity and challenges of the world we live in; themes encouraging students to consider values, human rights and government; class discussions, journal writing, and presentation activities to demonstrate how students can contribute to the betterment of society การสำรวจและวิเคราะห์เนื้อหาสำคัญเกี่ยวกับบทกวี วรรณกรรม และเอกสารทางกฎหมาย เพื่อให้เข้าใจถึงความซับซ้อนและความท้าทายของโลกที่เราอาศัย กระตุ้นผู้เรียนพิจารณาค่านิยม สิทธิมนุษยชน และรัฐบาล อภิปรายในชั้นเรียน การเขียนบันทึก และการนำเสนอผลงานเพื่อแสดงให้เห็นว่าผู้เรียนสามารถมีส่วนร่วมในการปรับปรุงสังคมได้อย่างไร</p>	
ICGC 202	<p>Literary Analysis วรรณคดีวิจารณ์</p>	<p>4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)</p>
	<p>Prerequisites: ICGC 103 Public Speaking or ICGC 112 Academic Writing and Research II (Advanced) วิชาบังคับก่อน: ICGC 103 การพูดในที่สาธารณะ หรือ ICGC 112 การเขียนเชิงวิชาการและการวิจัย ๒ (ระดับสูง) A review of literary works from selected literary genres; an exploration of how literature informs our perceptions of the world by way of analytical and critical thinking; an analysis of short stories, poetry and drama; scaffolding of strategies for students to understand the function of a variety of literary forms การศึกษาวรรณกรรมที่คัดเลือกมา การสำรวจวรรณคดีที่บอกถึงความรู้สึกของเราเกี่ยวกับ</p>	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	โลกโดยการคิดวิเคราะห์และวิจารณ์ การวิเคราะห์เรื่องสั้น บทกวี และละคร มีการพัฒนากลยุทธ์เพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจถึงรูปแบบวรรณกรรมที่หลากหลาย	
ICGC 203	Creative Writing ศิลปะการประพันธ์	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	<p>Prerequisites: ICGC 103 Public Speaking or ICGC 112 Academic Writing and Research II (Advanced)</p> <p>วิชาบังคับก่อน: ICGC 103 การพูดในที่สาธารณะ หรือ ICGC 112 การเขียนเชิงวิชาการและการวิจัย ๒ (ระดับสูง)</p> <p>An examination of fictions, poetry, drama, and the media production through readings, speeches and films; comparisons of writing in different genres; a creation of the work of publishable quality by means of the consideration of audience and genre</p> <p>การศึกษาวเคราะห์นวนิยาย บทกวี ละคร และการผลิตสื่อผ่านการอ่าน สุนทรพจน์ และภาพยนตร์ การเปรียบเทียบการเขียนในแนวต่างๆ การสร้างผลงานคุณภาพที่สามารถเผยแพร่ได้โดยพิจารณาจากผู้ชมและประเภท</p>	
ICGC 204	Advanced Oral Communication การสื่อสารด้วยวาจาขั้นสูง	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	<p>Prerequisites: ICGC 103 Public Speaking or ICGC 112 Academic Writing and Research II (Advanced)</p> <p>วิชาบังคับก่อน: ICGC 103 การพูดในที่สาธารณะ หรือ ICGC 112 การเขียนเชิงวิชาการและการวิจัย ๒ (ระดับสูง)</p> <p>Theories of persuasion, non-verbal techniques, and voice control for advanced presenters; strategies to develop high levels of voice control and expressions; activities including debates, stage, and sales strategies; the development of students' abilities to express themselves confidently in a variety of academic and professional environments through impromptu and prepared speeches</p> <p>ทฤษฎีการโน้มน้าวใจ เทคนิคเชิงอวัจนภาษาและการควบคุมการใช้เสียงสำหรับผู้ประกาศขั้นสูง กลยุทธ์ในการพัฒนาระบบควบคุมเสียงและการแสดงออกระดับสูง กิจกรรมได้แก่ การอภิปรายโต้แย้งที่ กลยุทธ์การขายและนำเสนอ การพัฒนาความสามารถของนักเรียนในการแสดงออกอย่างมั่นใจในความหลากหลายของสภาพแวดล้อมทางวิชาการและวิชาชีพผ่าน</p>	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	สุนทรพจน์แบบทั้งที่ได้ร่างเตรียมไว้มาก่อนและแบบเฉพาะหน้า	
ICGC 205	Linguistics ภาษาศาสตร์	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	<p>Prerequisites: ICGC 103 Public Speaking or ICGC 112 Academic Writing and Research II (Advanced)</p> <p>วิชาบังคับก่อน: ICGC 103 การพูดในที่สาธารณะ หรือ ICGC 112 การเขียนเชิงวิชาการและการวิจัย ๒ (ระดับสูง)</p> <p>An introduction to major features and components of the human languages; a focus on power and complexity of languages, its influence on interactions and its contributions to understanding; an exploration of definitions and applications of syntax, semantics, pragmatics, and other related topics</p> <p>การศึกษาเกี่ยวกับลักษณะและองค์ประกอบภาษาของมนุษย์ การให้ความสำคัญเชิงอำนาจและความซับซ้อนของภาษา อิทธิพลของภาษาที่มีต่อการปฏิสัมพันธ์ และการมีส่วนร่วมในการทำความเข้าใจ การสำรวจคำจำกัดความและการประยุกต์ใช้วากยสัมพันธ์ อรรถศาสตร์ วัจนปฏิบัติศาสตร์และหัวข้ออื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง</p>	
ICGC 206	Literature Into Film จากวรรณกรรมสู่ภาพยนตร์	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	<p>Prerequisites: ICGC 103 Public Speaking or ICGC 112 Academic Writing and Research II (Advanced)</p> <p>วิชาบังคับก่อน: ICGC 103 การพูดในที่สาธารณะ หรือ ICGC 112 การเขียนเชิงวิชาการและการวิจัย ๒ (ระดับสูง)</p> <p>An introduction to the technical aspects of translating literature into films; an exploration of the interplay between literature and films through an analysis of short stories, novels, and plays and their film versions; an exploration of the challenges merging both mediums</p> <p>การนำเสนอด้านเทคนิคในการแปลวรรณกรรมสู่ภาพยนตร์ การสำรวจการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างวรรณคดีกับภาพยนตร์ผ่านการวิเคราะห์เรื่องสั้น นวนิยาย และบทละครและภาพยนตร์ ความท้าทายของการผสมผสานสื่อทั้งสองเข้าด้วยกัน</p>	
ICGC 207	Diverse English Speaking Cultures ความหลากหลายทางวัฒนธรรมของกลุ่มคนที่ใช้ภาษาอังกฤษ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	<p>Prerequisites: ICGC 103 Public Speaking or ICGC 112 Academic Writing and Research II (Advanced)</p> <p>วิชาบังคับก่อน: ICGC 103 การพูดในที่สาธารณะ หรือ ICGC 112 การเขียนเชิงวิชาการและการวิจัย ๒ (ระดับสูง)</p> <p>An introduction to the study and appreciation of post-colonial literature; utilizing literature, music, and film to help students develop the ability to understand influences in new ways; an evaluation through a combination of mock trials, debates, plays, presentations, reading notes, and essays</p> <p>การถ่ายทอดการศึกษาและการเล็งเห็นคุณค่าของวรรณคดียุคอาณานิคม การใช้ตัวอย่างจากวรรณคดี ดนตรี และภาพยนตร์เพื่อช่วยให้นักเรียนพัฒนาความสามารถในการเข้าใจอิทธิพลในมุมมองแบบใหม่ การประเมินผลผ่านการตัดสินใจแบบจำลอง การอภิปรายได้ว่าที่ บทละครงานนำเสนอผลงาน การอ่านบันทึก และการเขียนเรียงความ</p>	
ICGC 208	<p>Language and Culture</p> <p>ภาษากับวัฒนธรรม</p>	<p>4 (4-0-8)</p> <p>๔ (๔-๐-๘)</p>
	<p>Prerequisites: ICGC 103 Public Speaking or ICGC 112 Academic Writing and Research II (Advanced)</p> <p>วิชาบังคับก่อน: ICGC 103 การพูดในที่สาธารณะ หรือ ICGC 112 การเขียนเชิงวิชาการและการวิจัย ๒ (ระดับสูง)</p> <p>An examination of the interplay between language and culture; having texts and class discussions to focus on the importance of understanding the link between culture and languages; a completion of research paper on the topic</p> <p>การพิจารณาความเชื่อมโยงระหว่างภาษาและวัฒนธรรม การใช้เนื้อหาและการอภิปรายในชั้นเรียนเพื่อให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจความเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมและภาษาเขียนผลงานวิจัยในหัวข้อต่างๆ</p>	
ICGC 209	<p>The Story of English</p> <p>วิวัฒนาการของภาษาอังกฤษ</p>	<p>4 (4-0-8)</p> <p>๔ (๔-๐-๘)</p>
	<p>Prerequisites: ICGC 103 Public Speaking or ICGC 112 Academic Writing and Research II (Advanced)</p> <p>วิชาบังคับก่อน: ICGC 103 การพูดในที่สาธารณะ หรือ ICGC 112 การเขียนเชิงวิชาการและการวิจัย ๒ (ระดับสูง)</p> <p>The development of English traced from its origins; the/a demonstration</p>	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	<p>through texts, films, and media of the growth and spread of English; an introduction to methods of understanding a variety of linguistic progressions in the language</p> <p>การพัฒนาภาษาอังกฤษตั้งแต่จุดเริ่มต้น การสาธิตผ่านข้อความ ภาพยนตร์ และสื่อ ถึงการเติบโตและการแพร่กระจายของภาษาอังกฤษ การแนะนำวิธีการทำความเข้าใจถึงความ เป็นมาทางภาษาศาสตร์อันหลากหลายของภาษาอังกฤษ</p>	
ICGC 210	<p>First and Second Language Acquisition</p> <p>การเรียนรู้ภาษาแรกและภาษาที่สอง</p>	<p>4 (4-0-8)</p> <p>๔ (๔-๐-๘)</p>
	<p>Prerequisites: ICGC 103 Public Speaking or ICGC 112 Academic Writing and Research II (Advanced)</p> <p>วิชาบังคับก่อน: ICGC 103 การพูดในที่สาธารณะ หรือ ICGC 112 การเขียนเชิงวิชาการและการวิจัย ๒ (ระดับสูง)</p> <p>An introduction to how children develop their first language; comparing and contrasting of the second language development; theories of language development from behaviorism to more recent cognitive and functional approaches; the implications of theories</p> <p>การพัฒนาความเข้าใจของผู้เรียนด้านวิธีการที่เด็กเล็กเรียนรู้ภาษาแรก การเปรียบเทียบความเหมือนและแตกต่างกับการเรียนรู้ภาษาที่สอง ทฤษฎีการพัฒนาภาษาจากพฤติกรรมนิยมไปสู่แนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการเรียนรู้และแนวความคิดเชิงหน้าที่ต่างๆ ศึกษาผลกระทบของทฤษฎีดังกล่าว</p>	
ICGC 211	<p>Topics in Comparative Literature A: Poetry</p> <p>หัวข้อทางวรรณคดีเปรียบเทียบ ก: กวีนิพนธ์</p>	<p>4 (4-0-8)</p> <p>๔ (๔-๐-๘)</p>
	<p>Prerequisites: ICGC 103 Public Speaking or ICGC 112 Academic Writing and Research II (Advanced)</p> <p>วิชาบังคับก่อน: ICGC 103 การพูดในที่สาธารณะ หรือ ICGC 112 การเขียนเชิงวิชาการและการวิจัย ๒ (ระดับสูง)</p> <p>An in-depth study of poetry, including: metrics, forms, themes, ethnic voices, throughout history; an evaluation of poetry from different genres through a series of discussions, workshops and a term research paper</p> <p>การศึกษากวีนิพนธ์ในเชิงลึก ได้แก่ สัมผัส ฉันทลักษณ์ แก่น การเรีกร้องของชาติพันธุ์ในประวัติศาสตร์ การประเมินบทกวีนิพนธ์ประเภทต่างๆ ผ่านการอภิปราย การประชุมเชิง</p>	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	ปฏิบัติการ และงานวิจัยในภาคการศึกษา	
ICGC 212	Topics in Comparative Literature B: The Short Story and the Novel หัวข้อทางวรรณคดีเปรียบเทียบ ข: เรื่องสั้นและนวนิยาย	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	<p>Prerequisites: ICGC 103 Public Speaking or ICGC 112 Academic Writing and Research II (Advanced)</p> <p>วิชาบังคับก่อน: ICGC 103 การพูดในที่สาธารณะ หรือ ICGC 112 การเขียนเชิงวิชาการและการวิจัย ๒ (ระดับสูง)</p> <p>A study of elements of fictions in short stories and novels through class workshops on characters, dialogue, plot and atmosphere; class discussions to analyze the effect of historical and social developments on selected themes</p> <p>การศึกษาองค์ประกอบของเรื่องแต่งจากเรื่องสั้นและนวนิยายผ่านการประชุมเชิงปฏิบัติการในชั้นเรียนเกี่ยวกับตัวละคร บทสนทนา โครงเรื่อง และบรรยากาศ การอภิปรายในชั้นเรียน ซึ่งวิเคราะห์ถึงผลกระทบของวิวัฒนาการทางประวัติศาสตร์และสังคมในประเด็นที่เลือก</p>	
ICGC 213	Topics in Comparative Literature C: Drama หัวข้อทางวรรณคดีเปรียบเทียบ ค: ละครเวที	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	<p>Prerequisites: ICGC 103 Public Speaking or ICGC 112 Academic Writing and Research II (Advanced)</p> <p>วิชาบังคับก่อน: ICGC 103 การพูดในที่สาธารณะ หรือ ICGC 112 การเขียนเชิงวิชาการและการวิจัย ๒ (ระดับสูง)</p> <p>An exploration of ways to understand and appreciate drama by reading, watching, and analyzing theatrical performances; staging and enactment of a theatrical production; readings, essays, and theater workshop activities to prepare students for a final stage performance</p> <p>การศึกษาแนวทางเพื่อเข้าใจและเข้าถึงละครเวที โดยการอ่าน ดูการแสดง และวิเคราะห์ศิลปะการแสดง การจัดฉากและการผลิตละคร อ่านบทความ และกิจกรรมปฏิบัติการด้านการละคร เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการแสดงผลงานสุดท้ายของผู้เรียน</p>	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Natural Sciences

● Scientific and Environmental Literacy

ICGN 104	Mathematics and Its Contemporary Applications คณิตศาสตร์และการประยุกต์ร่วมสมัย	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: Placement test or ICMA 100 Foundation Mathematics วิชาบังคับก่อน: การสอบวัดระดับ หรือ ICMA 100 คณิตศาสตร์รากฐาน A review of algebra, logarithmic and exponential functions, matrix algebra, differential calculus, integral calculus ทบทวนพีชคณิต ฟังก์ชันลอการิทึมและเอกซ์โพเนนเชียล พีชคณิตของเมทริกซ์ แคลคูลัสเชิงอนุพันธ์ แคลคูลัสเชิงปริพันธ์	
ICGN 105	Ecology, Ecosystems and Socio-Economics in Southeast Asia นิเวศวิทยาระบบนิเวศและเศรษฐกิจสังคมในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้	4 (3-2-7) ๔ (๓-๒-๗)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - Human impacts on Southeast Asian ecology; human impacts on Southeast Asian's biodiversity and natural resources; fundamental ecological and resource management principles; current sustainable development issues; sustainable development practices for Southeast Asia ผลกระทบจากมนุษย์ที่มีต่อระบบนิเวศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ผลกระทบของมนุษย์ต่อความหลากหลายทางชีวภาพและทรัพยากรธรรมชาติในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หลักการพื้นฐานทางนิเวศวิทยาและการจัดการทรัพยากร ปัญหาการพัฒนาที่ยั่งยืนในปัจจุบัน แนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนสำหรับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้	
ICGN 106	Climate Change and Human Society การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสังคม	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - Human activities and the global climate; consequences for human society; consequences for the essential life support systems; perspectives on human health and diseases; adapting to global climate change; mitigating global climate change; an optional field visit included	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	กิจกรรมของมนุษย์และภูมิอากาศ ผลกระทบต่อสังคม ผลกระทบต่อระบบเกื้อกูลชีวิต มุมมองต่อสุขภาพอนามัยของมนุษย์และโรค การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศ การดูแลการเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศ รวมทั้งทัศนศึกษาที่เป็นทางเลือกในการเรียนรู้	
ICGN 107	The Chemistry of Everyday Life เคมีในชีวิตประจำวัน	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - The air we breathe; ozone hole; water quality; acid-base and everyday chemicals; energy and fuels; battery; portable electronics; pharmaceuticals from nature; polymer and plastics; nutrition and modern life; genetic engineering; forensics and the DNA technology อากาศที่เราหายใจ ชั้นโอโซน สมบัติของน้ำ กรดต่างและสารเคมีในชีวิตประจำวัน พลังงาน และเชื้อเพลิง แบตเตอรี่ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบพกพา เวชโอสถจากธรรมชาติ โพลีเมอร์ และพลาสติก โภชนาการในปัจจุบัน การดัดแปลงพันธุกรรม นิติวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีดีเอ็นเอ	
ICGN 108	Essentials of Culinary Science for Food Business วิทยาศาสตร์ของการปรุงอาหารสำหรับธุรกิจอาหาร	4 (3-2-7) ๔ (๓-๒-๗)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - Changes during the preparation, heating, and storage of raw materials and finished products, food service and commercial packaged food industries; chemical, sensory, and nutritional natures of food, food safety concepts, changing trends and interests, legal requirements of the food establishment การเปลี่ยนแปลงของวัตถุดิบจนเป็นผลิตภัณฑ์อาหารขณะกำลังเตรียม กำลังผ่านความร้อน และระหว่างการเก็บรักษา การเปลี่ยนแปลงทางเคมีที่มีผลกระทบต่ออาหาร ทางประสาทสัมผัส ทางด้านความปลอดภัยของอาหารและด้านคุณค่าทางโภชนาการ และกฎหมายอาหารของธุรกิจบริการด้านอาหาร และระดับอุตสาหกรรมการผลิต	
ICGN 109	Food for Health อาหารเพื่อสุขภาพ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: -	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

	Human nutritional requirements; health benefits of various foods; quality and safety of foods; food additives; food production and preservation; health and nutritional value ประโยชน์ของอาหารและโภชนาการในมนุษย์ คุณภาพและความปลอดภัยของอาหารจากกระบวนการผลิตและการถนอมอาหาร วัตถุดิบที่นิยมใช้ในกระบวนการผลิตอาหาร สุขภาพและคุณค่าทางอาหาร	
ICGN 110	Maker Workshop โรงปฏิบัติงานนักประดิษฐ์	4 (3-2-7) ๔ (๓-๒-๗)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - A mechanical design consideration, 3D drawing, safety in design; motion in 1 and 2 dimension; the sound and the oscillation motion, mechanical properties of materials; basic electronics, a circuit analysis, soldering; microcontroller, basic programming การออกแบบทางกลศาสตร์ การวาดภาพสามมิติ ความปลอดภัย การเคลื่อนที่ในหนึ่งและสองมิติ เสียงและการสั่น คุณสมบัติของวัสดุ วงจรไฟฟ้าเบื้องต้น การออกแบบวงจร การเชื่อมต่อวงจร วงจรควบคุม และการเขียนโปรแกรมเพื่อควบคุมระบบ	
ICGN 111	Physics for CEO ฟิสิกส์สำหรับผู้ประกอบการ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - Basic concepts of physics impacting individuals and society on a daily basis: physical quantities, the Newtonian mechanics and dynamics, energy and heat, electricity and magnetism, light and sound, and the electromagnetic spectrum พื้นฐานความรู้ทางฟิสิกส์ที่มีผลกระทบต่อผู้คนและสังคมในชีวิตประจำวัน ปริมาณทางกายภาพ กลศาสตร์นิวตันและการเคลื่อนที่ พลังงานและความร้อน ไฟฟ้าและแม่เหล็ก แสงและเสียง และสเปกตรัมของคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า	
ICGN 112	Stargazer มองดาว มองเรา	4 (3-2-7) ๔ (๓-๒-๗)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: -	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	<p>Basic ideas of astronomy, astrophysics, and cosmology; the progress of human understanding of the universe; the impact of the scientific methods on the astronomical observation; the earth and the moon; the solar system; the lifecycle of stars; Black Holes; galaxies; and the current understandings about the origins and the future of the universe</p> <p>พื้นฐานความรู้ทางดาราศาสตร์ฟิสิกส์ การเรียนรู้เอกภพของมนุษยชาติและการพัฒนาความเข้าใจจากกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ โลก พระจันทร์ และระบบสุริยะ วงจรชีวิตของดวงดาว กาแล็กซี หลุมดำ และการค้นคว้าทางดาราศาสตร์ในปัจจุบัน</p>	
ICGN 113	<p>Plants, People and Poisons</p> <p>พืช มนุษย์ และพิษ</p>	<p>4 (4-0-8)</p> <p>๔ (๔-๐-๘)</p>
	<p>Prerequisites: -</p> <p>วิชาบังคับก่อน: -</p> <p>The plant world; the way plants grow and reproduce; modern technologies used for improving agricultural methods; the basics of plant biology; the distinctions among major groups of plants; the social implications of plant use and abuse</p> <p>การสำรวจโลกของพืช วิธีการปลูกพืชและการทำซ้ำ เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่น่าสนใจเพื่อปรับปรุงวิธีการทางการเกษตร พื้นฐานเกี่ยวกับชีววิทยาของพืช ความแตกต่างระหว่างกลุ่มพืชหลัก ผลกระทบทางสังคมของการใช้พืชและการใช้ประโยชน์จากพืชในทางที่ผิด</p>	
ICGN 114	<p>The Scientific Approach and Society</p> <p>วิธีการทางวิทยาศาสตร์กับสังคม</p>	<p>4 (4-0-8)</p> <p>๔ (๔-๐-๘)</p>
	<p>Prerequisites: -</p> <p>วิชาบังคับก่อน: -</p> <p>Scientific literacy; the process of science discovery; verification, its limitation, and the influence on various disciplines; human research and animal research ethics; the critical analysis of current scientific articles; life cycle of scientific knowledge; modeling in science</p> <p>องค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ ขั้นตอนการค้นพบทางวิทยาศาสตร์ การตรวจสอบ ข้อจำกัด และการมีอิทธิพลในหลากหลายสาขาวิชา การวิจัยด้านจริยธรรมกับมนุษย์และสัตว์ การวิเคราะห์แบบมีวิจารณ์ตามหลักวิทยาศาสตร์ในปัจจุบัน ความรู้ด้านวงจรชีวิต การสร้างต้นแบบทางวิทยาศาสตร์</p>	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

ICGN 115	Human Evolution, Diversity and Health วิวัฒนาการมนุษย์ ความหลากหลาย และ สุขภาพ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - The Hominid evolution; primate societies; the origins of human species; the Order Primates; human distinctiveness and diversity; the scientific advancements and the human body; the scientific advancements and the modern society วิวัฒนาการของมนุษย์ สังคมไพรเมต ต้นกำเนิดของสายพันธุ์มนุษย์ ออร์เดอร์ไพรเมต ความแตกต่างและความหลากหลายของมนุษย์ ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และร่างกายมนุษย์ ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และสังคมสมัยใหม่	

● ICT and Digital Literacy

ICGN 116	Understanding and Visualizing Data การเข้าใจข้อมูลและการแสดงผลเชิงภาพ	4 (3-2-7) ๔ (๓-๒-๗)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - An introduction to data analytics; roles and examples of the data-driven decision making; technology landscape; data kinds and types; data sources and collection techniques; data storage and standard formats; data processing workflow; summary from data; different types of visualization; data visualization tools การวิเคราะห์ข้อมูลขั้นพื้นฐาน บทบาทและตัวอย่างการตัดสินใจด้วยการใช้ข้อมูล ภูมิทัศน์ของเทคโนโลยี ชนิดและประเภทของข้อมูล วิธีสรรหาข้อมูลและแหล่งที่มาของข้อมูล รูปแบบมาตรฐานของข้อมูลและการจัดเก็บ ขั้นตอนการประมวลผลข้อมูล ผลสรุปของข้อมูล ชนิดของการสื่อสารข้อมูลด้วยภาพและสัญลักษณ์ เครื่องมือในการสื่อสารข้อมูลด้วยภาพและสัญลักษณ์	
ICGN 117	Technology behind E-Business and Digital Strategies เทคโนโลยีเพื่อธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และกลยุทธ์ดิจิทัล	4 (3-2-7) ๔ (๓-๒-๗)



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - Landscape of technologies in the digital enterprise and e-business; internet-based staples such as web hosting, domain-name acquisition, the social media, the payment systems; electronic business models and digital strategies; emerging trends in technology; legal and ethical issues องค์ประกอบโดยรวมของเทคโนโลยีด้านองค์กรและธุรกิจดิจิทัล ระบบและบริการหลักบนอินเทอร์เน็ต เช่นการให้บริการเว็บไซต์ การซื้อชื่อโดเมน สื่อสังคม ระบบธุรกรรมการเงิน รูปแบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์และยุทธศาสตร์ดิจิทัล แนวโน้มใหม่ทางเทคโนโลยี ประเด็นทางกฎหมายและจริยธรรม	
ICGN 118	Everyday Connectivity อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวัน	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - The Internet, computer networks, and the World Wide Web (W3) in daily life; troubleshooting small network problems; identifying threats and avoiding dangers online; finding credible information on the Web; online communication tools, such as the social media and email, for professional branding; the basic e-business concepts and tools; the e-payment systems อินเทอร์เน็ต เครือข่ายคอมพิวเตอร์ และเว็บไซต์ในชีวิตประจำวัน การแก้ไขปัญหาที่พบบ่อยของเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดเล็ก ตระหนักถึงภัยคุกคามที่มาจากการใช้อินเทอร์เน็ต และการหลีกเลี่ยงภัยเหล่านี้ เครื่องมือการค้นหา ความน่าเชื่อถือของข้อมูลออนไลน์ การสื่อสารออนไลน์ในชีวิตประจำวันโดยเฉพาะอีเมลและสื่อสังคมเพื่อการสร้างแบรนด์ นิยามของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง ระบบจ่ายเงินอิเล็กทรอนิกส์	
ICGN 119	Computer Essentials คอมพิวเตอร์เบื้องต้น	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - Digital literacy relating to computer literacy and information literacy; the computer hardware and its general functions; the operating systems; software packages and their daily use; computer security; the ethical use of the	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	intellectual property พัฒนาความรู้และทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์และการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร การเรียนรู้เบื้องต้นด้านฮาร์ดแวร์ และซอฟต์แวร์ที่พบในชีวิตประจำวัน ระบบปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ต่างๆ ระบบรักษาความปลอดภัยบนคอมพิวเตอร์ และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารอย่างถูกต้องด้านจริยธรรม
--	--

Humanities

● Logical and Ethical Literacy

ICGH 101	Biotechnology: from Science to Business เทคโนโลยีชีวภาพจากวิทยาศาสตร์สู่ธุรกิจ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - Biotechnology, bioethics, and the law, biotechnology and the regulatory framework, genetic testing, patenting life, biobanks and modern genomics research; genetically modified organisms; human and animal testing, bioterrorism; biological weapons laws, bio-prospecting, pharmaceutical pricing; the future of the human beings and post-humanism การศึกษาประเด็นทางจริยธรรมในสาขาการวิจัย การทดลอง และการรักษาทางการแพทย์ เทคโนโลยีชีวภาพซึ่งนำเอาความรู้ทางด้านต่างๆของวิทยาศาสตร์มาประยุกต์ใช้กับสิ่งมีชีวิตหรือชิ้นส่วนของสิ่งมีชีวิต การทดลองทางพันธุกรรม อายุสิทธิบัตร คลังหรือธนาคารที่ทำหน้าที่รับฝาก เก็บรักษาและดูแลเชื้อพันธุกรรมความหลากหลายทางชีวภาพ การทดลองกับมนุษย์และสัตว์ การก่อการร้ายชีวภาพ อาวุธทางชีวภาพ กฎหมายเกี่ยวกับอาวุธ การสำรวจทางชีวภาพ การตั้งราคายาเวชภัณฑ์ อนาคตของมนุษย์และแนวคิดหลังมนุษย์นิยม	
ICGH 102	Famous Arguments and Thought Experiments in Philosophy ข้อเสนอและการทดลองความคิดที่โด่งดังในแวดวงปรัชญา	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - An examination of the most striking argumentative moves in philosophy from Plato's Allegory of the Cave to Searle's Chinese Room and beyond; a transfer and an application of paradigmatic philosophical thinking to current open	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	<p>questions in politics and science</p> <p>การศึกษาความเคลื่อนไหวของข้อเสนอทางปรัชญาที่โดดเด่นในแวดวงปรัชญาตั้งแต่อุปมาอุปไมยเรื่องถ้ำของเพลโต จนถึงปัญหาห้องจีนของเซิร์ลและอื่นๆ การปรับใช้ของกระบวนการทัศน์ความคิดทางปรัชญามาสู่คำถามทางการเมืองและวิทยาศาสตร์ของปัจจุบัน</p>	
ICGH 103	<p>Logic, Analysis and Critical Thinking: Good and Bad Arguments</p> <p>ตรรกวิทยา การวิเคราะห์ และการคิดวิพากษ์วิจารณ์: การอ้างเหตุผลที่ดีและไม่ดี</p>	<p>4 (4-0-8)</p> <p>๔ (๔-๐-๘)</p>
	<p>Prerequisites: -</p> <p>วิชาบังคับก่อน: -</p> <p>Basic formal tools from sentential and predicate logic; logical structures of arguments used in the everyday contexts of life; an analysis of their strengths and weaknesses; common fallacies in reasoning, including reasoning involving determining probabilities; a construction of good arguments using the principles of informal reasoning</p> <p>เครื่องมือพื้นฐานอย่างเป็นทางการตั้งแต่ตรรกะที่ว่าด้วยประพจน์จนถึงตรรกะที่ว่าด้วยภาคขยาย โครงสร้างตรรกะของการอ้างเหตุผลที่ใช้ในบริบทของชีวิตประจำวัน การวิเคราะห์จุดเด่นและจุดด้อย ตรรกะวิบัติที่พบบ่อยในการให้เหตุผล รวมถึงการให้เหตุผลเกี่ยวกับการกำหนดความเป็นไปได้ การคิดค้นการอ้างเหตุผลที่ดีโดยใช้หลักการของการให้เหตุผลอย่างไม่เป็นทางการ</p>	
ICGH 104	<p>Moral Reasoning: How can we know what is good?</p> <p>เหตุผลเชิงจริยธรรม: เราจะรู้ได้อย่างไรว่าอะไรดี</p>	<p>4 (4-0-8)</p> <p>๔ (๔-๐-๘)</p>
	<p>Prerequisites: -</p> <p>วิชาบังคับก่อน: -</p> <p>A survey of philosophical, psychological, and scientific contributions to the understanding of moral values; a hands-on construction and an analysis of ethical argument regarding burning issues in applied ethics</p> <p>การพิจารณาและค้นคว้าผลงานด้านปรัชญา จิตวิทยา วิทยาศาสตร์ เพื่อทำความเข้าใจคุณค่าเชิงจริยธรรม เรียนรู้โดยปฏิบัติจริงในการสร้างองค์ความรู้และวิเคราะห์การให้เหตุผลทางจริยธรรมเกี่ยวกับประเด็นสำคัญในจริยศาสตร์ประยุกต์</p>	
ICGH 105	<p>Technology, Philosophy and Human Kind: Where Are We Now?!</p> <p>เทคโนโลยี ปรัชญา และมนุษยชาติ: เราอยู่ที่ไหน ณ จุดนี้</p>	<p>4 (4-0-8)</p> <p>๔ (๔-๐-๘)</p>



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - An examination of major technological and scientific innovations across the globe and their effects on human life and thought; a focus on agriculture, steel, the printing press, the mechanical clock, magnifying lenses, antibiotics, electricity, steam and combustion engines, and the transistor การตรวจสอบ นวัตกรรมทางเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์ทั่วโลกและผลกระทบต่อชีวิตมนุษย์และความคิด เน้นด้านเกษตรกรรม การพิมพ์ นาฬิกากลจักร เลนส์ขยาย ยาปฏิชีวนะ ไฟฟ้า เครื่องจักรไอน้ำและเครื่องยนต์สันดาป และทรานซิสเตอร์	
ICGH 106	The Greeks: Crucible of Civilization กรีก: เบ้าหลอมแห่งอารยธรรม	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - An introduction to and an overview of the philosophy and thought of Ancient Greece and its influence on contemporary civilization; theories about knowledge, propaganda, truth, art, psychology, happiness, justice, and democracy การแนะนำภาพรวมของปรัชญาและแนวคิดกรีกโบราณและอิทธิพลต่ออารยธรรมร่วมสมัย ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ การแพร่ข่าวสาร ความจริง ศิลปะ จิตวิทยา ความสุข ความยุติธรรม และประชาธิปไตย	

● Arts and Media Literacy

ICGH 107	Contemporary Art and Visual Culture ศิลปะร่วมสมัยและทัศนวัฒนธรรม	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - Current issues in society; the new media in art today; an analysis of images; social and historical contexts of contemporary art; creative thinking; the effects of globalization on the visual world; an investigation of broader social and cultural matters; subject matters related to ideology, gender, race, and	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	ethnicity ประเด็นสำคัญที่กำลังเกิดขึ้นในสังคม สื่อชนิดใหม่ในงานศิลปะยุคปัจจุบัน การวิเคราะห์ภาพ บริบททางสังคมและประวัติศาสตร์ของศิลปะร่วมสมัย การคิดเชิงสร้างสรรค์ ผลกระทบของ โลกาภิวัตน์ต่อ โลกทัศน์วัฒนธรรม การสืบหาความจริงทางสังคมและวัฒนธรรมที่กว้างขึ้น เรื่องที่เกี่ยวข้องกับอุดมการณ์ เพศ เชื้อชาติ และความเป็นชาติพันธุ์	
ICGH 108	Creative Drawing Expression การวาดเส้นจินตภาพด้วยเทคนิคต่างๆ	4 (2-4-6) ๔ (๒-๔-๖)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - Drawing in a variety of medium; drawing as creativity; re-presenting, expressing, texturizing, sublimating, juxtaposing, appropriateness, redefining, constructing, illustrating, and describing; drawing from life: human form; developing cognitive learning skills; utilizing visual communication, the design and art principles (experimentation, exploration, application, techniques for mark making, proportion, gesture, contour, action, weight, line, value, texture, composition); researching, interpreting, evaluating, and analysing contemporary artists; personal evaluation; personal expression การวาดเส้นด้วยเครื่องมือที่หลากหลาย การวาดเส้นเพื่อการสร้างสรรค์ เพื่อแสดงตัวอย่าง อธิบาย จัดองค์ประกอบ เปรียบเทียบ หาความลงตัว นิยามใหม่ การวาดเส้นจากสิ่งมีชีวิต สรีระมนุษย์ พัฒนาความคิดสร้างสรรค์และกระบวนการคิด การนำการสื่อสารด้วยภาพไปใช้ ให้เกิดประโยชน์ หลักการของการออกแบบและศิลปะด้วยการทดลอง การสำรวจ การ ประยุกต์ เทคนิคการใช้วัสดุที่หลากหลายในการวาดเส้น สัดส่วน ท่าทาง เส้นโค้ง น้ำหนัก การจัดองค์ประกอบเพื่อสื่อความหมาย วิเคราะห์ศิลปะร่วมสมัย การประเมินและการ แสดงออกเฉพาะตน	
ICGH 109	Creative Thinking Through Art and Design ความคิดสร้างสรรค์เพื่อศิลปะและการออกแบบ	4 (2-4-6) ๔ (๒-๔-๖)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - Combining a hands-on studio experience with demonstrations, lectures and discussions; developing creativity and gaining confidence in communicating one's own unique vision; exploring a variety of art and design mediums;	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	<p>understanding the elements of the visual language; implementing the creative process and creative thinking; developing individual solutions to open-ended problems</p> <p>การผสมผสานประสบการณ์การลงมือปฏิบัติจริงด้วยการสาธิต การบรรยายให้ความรู้และการอภิปราย พัฒนาความคิดสร้างสรรค์และเพิ่มความมั่นใจในการสื่อสารกับบุคคลที่มีมุมมองเฉพาะตัว สำรวจความหลากหลายของสื่อด้านศิลปะและการออกแบบ ทำความเข้าใจองค์ประกอบของภาษาภาพ ประยุกต์กระบวนการคิดและการคิดสร้างสรรค์ พัฒนาทักษะการตอบคำถามแบบอัตรายบุคคล</p>	
ICGH 110	<p>Drawing as Visual Analysis</p> <p>การวาดภาพศิลปะเพื่อสื่อความคิดและจินตนาการ</p>	<p>4 (2-4-6)</p> <p>๔ (๒-๔-๖)</p>
	<p>Prerequisites: -</p> <p>วิชาบังคับก่อน: -</p> <p>Developing creativity and cognitive learning skills; utilizing visual communication, the/a design and art principles; mark making; observing, analyzing, recording, representing plant and still life forms; practicing and applying, and using techniques for conventional pencil drawing tools (shape, form, perspective, lines, shading, value, negative space, texture, composition); scientific illustration; a realistic representational observation</p> <p>พัฒนาความคิดสร้างสรรค์และกระบวนการคิด การนำการสื่อสารด้วยภาพไปใช้ให้เกิดประโยชน์ หลักการของการออกแบบและศิลปะ การทำเครื่องหมาย การสังเกต การวิเคราะห์ บันทึก การวาดภาพโดยใช้สิ่งของที่มีอยู่รอบตัว การฝึกปฏิบัติ การประยุกต์ เทคนิคการวาดเส้นด้วยดินสอ รูปร่าง รูปทรง มุมมอง เส้น การแรเงา การให้น้ำหนัก ความหนาและความละเอียดของภาพการจัดองค์ประกอบภาพ การวาดภาพโดยการสังเกตสรีระและสิ่งของธรรมชาติที่เสมือนจริง</p>	
ICGH 111	<p>Media Literacy: Skills for 21st Century Learning</p> <p>การรู้เท่าทันสื่อ: ทักษะแห่งการเรียนรู้ในศตวรรษที่ ๒๑</p>	<p>4 (4-0-8)</p> <p>๔ (๔-๐-๘)</p>
	<p>Prerequisites: -</p> <p>วิชาบังคับก่อน: -</p> <p>An integration of the media literacy, the media production, and the media ethics; accessing, analyzing, evaluating, questioning, and producing media texts; social, cultural, and political implications of the media; representations</p>	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	<p>in the media; the media as political economy; the media aesthetics; the media and influence; audiences negotiating meaning</p> <p>การบูรณาการเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ การผลิตสื่อและจริยธรรมสื่อ การเข้าถึง การวิเคราะห์ การประเมิน การตั้งคำถาม และการผลิตข้อความสื่อ นัยทางสังคม วัฒนธรรมและการเมืองของสื่อ การใช้สิ่งที่แสดงเป็นตัวอย่างในสื่อ สื่อในฐานะเครื่องมือทางเศรษฐกิจเชิงการเมืองสุนทรียศาสตร์ของสื่อ สื่อและอิทธิพลของสื่อ การต่อรองความหมายของสื่อของผู้รับสาร</p>	
ICGH 112	<p>Photography</p> <p>ศาสตร์และศิลป์แห่งการถ่ายภาพ</p>	<p>4 (2-4-6)</p> <p>๔ (๒-๔-๖)</p>
	<p>Prerequisites: -</p> <p>วิชาบังคับก่อน: -</p> <p>An integration of visual literacy, photography techniques, and ethics; analyzing, evaluating, and authoring photographs; visual aesthetics; visual storytelling and narrative building techniques; the decisive moment; influencing audiences; maximizing the audience engagement; the ethical publications and the dissemination of photographs</p> <p>การบูรณาการความสามารถในการแปลความข้อมูลข่าวสารที่เป็นภาพหรือสิ่งที่มองเห็น เทคนิคการถ่ายภาพ และจริยศาสตร์ การวิเคราะห์ การประเมิน และการกดยภาพในช่วงเวลาที่เหมาะสม สุนทรียภาพของการมอง การเล่าเรื่องราวด้วยภาพและเทคนิคการสร้างคำบรรยายภาพ ช่วงเวลาที่ตัดสินใจถ่ายภาพ การมีอิทธิพลต่อผู้รับสาร การเพิ่มความเชื่อมโยงกับผู้รับสาร การเผยแพร่ผลงานอย่างถูกหลักจริยธรรม และการเผยแพร่ภาพถ่าย</p>	
ICGH 113	<p>Moving Pictures: A History of Film</p> <p>ภาพเคลื่อนไหว: ประวัติศาสตร์ภาพยนตร์</p>	<p>4 (4-0-8)</p> <p>๔ (๔-๐-๘)</p>
	<p>Prerequisites: -</p> <p>วิชาบังคับก่อน: -</p> <p>An investigation of European, American, and Asian films as art, philosophy, social commentary, and propaganda; a focus not only on techniques, styles, and technological advances but on the interpretation, comparison, and criticism</p> <p>การสืบค้นภาพยนตร์ยุโรป อเมริกัน และเอเชียในด้านศิลปะ ปรัชญา การวิพากษ์สังคม และการโฆษณาชวนเชื่อ ไม่เพียงมุ่งเน้นด้านเทคนิค รูปแบบ และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเท่านั้น แต่ยังมุ่งเน้นเรื่องการตีความ การเปรียบเทียบ และการวิพากษ์วิจารณ์ด้วย</p>	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

ICGH 114	The Sound of Music: Form, Emotion, and Meaning เสียงแห่งดนตรี: รูปแบบ อารมณ์ และความหมาย	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - A survey of a musical expressions and an analysis of its communicative force in light of current research; examples from a wide range of musical styles with a focus on classical music การพิจารณาและค้นคว้าการแสดงออกทางดนตรีและการวิเคราะห์แรงผลักดันในการสื่อสารโดยศึกษาจากงานวิจัยร่วมสมัย ตัวอย่างรูปแบบของดนตรีอันหลากหลายโดยมุ่งเน้นไปที่ดนตรีคลาสสิก	

Foreign Languages

● German

ICGL 101	Elementary German I ภาษาเยอรมันระดับต้น ๑	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: Placement test วิชาบังคับก่อน: การสอบวัดระดับ Greetings, introducing oneself or others; German alphabets and phonemes; personal information, numbers from 1 – 100 and price quotations; expressing wishes, telling the time and making appointments; the quality of items, measurements; verb forms, pronouns, sentence structure, gender of nouns, accusative case and plural forms, negation ทักทาย แนะนำตัว ตัวอักษรและหน่วยเสียงในภาษาเยอรมัน ข้อมูลส่วนตัว ตัวเลข ๑ ถึง ๑๐๐ และการเสนอราคา แสดงความปรารถนา บอกเวลาและนัดหมาย ลักษณะของสิ่งของ มาตราวัด-ชั่งตวง รูปของกริยา สรรพนาม โครงสร้างประโยค เพศของนาม กรรมากรกและรูปพหูพจน์ การปฏิเสธ	
ICGL 102	Elementary German II ภาษาเยอรมันระดับต้น ๒	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: Placement test or ICGL 101 Elementary German I วิชาบังคับก่อน: การสอบวัดระดับ หรือ ICGL 101 ภาษาเยอรมันระดับต้น ๑	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	Ordering and paying for meals in a restaurant; preferences of food and drinks; giving and asking for directions; reading a map; preferences of work conditions; job advertisements; essay writing; yes/no questions, imperative forms, compound verbs, preposition with dative case, modal verbs I, German sentence bracket สั่งและจ่ายค่าอาหารในร้านอาหาร อาหารและเครื่องดื่มที่ชื่นชอบ ตอบและถามเรื่องทิศทาง อ่านแผนที่ ลักษณะของงานที่ชอบ ประกาศรับสมัครงาน การเขียนเรียงความ คำถามที่ตอบว่าใช่/ไม่ใช่ รูปแบบคำสั่ง กริยาประสม บุพบทที่ใช้กับกรรมรอง กริยามาลา กริยาช่วย (๑) วงเล็บที่ใช้ในประโยคภาษาเยอรมัน	
ICGL 103	Elementary German III ภาษาเยอรมันระดับต้น ๓	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: Placement test or ICGL 102 Elementary German II วิชาบังคับก่อน: การสอบวัดระดับ หรือ ICGL 102 ภาษาเยอรมันระดับต้น ๒ Health advice and problems, healthy and unhealthy lifestyles, events, and accidents, travel reports, curriculum vitae (CV); possessive articles in nominative, accusative and dative case, perfect tense, connectors, modal verbs II ปัญหาและการแนะนำด้านสุขภาพ รูปแบบการใช้ชีวิตที่ดีและไม่ดีต่อสุขภาพ เหตุการณ์และอุบัติเหตุ รายงานการเดินทาง ประวัติส่วนตัวโดยย่อ (CV) คำแสดงความเป็นเจ้าของ กรรมกรกและกรรมรอง กาลสมบุรณ์ ตัวเชื่อมกริยาช่วย (๒)	

● Japanese

ICGL 111	Elementary Japanese I ภาษาญี่ปุ่นระดับต้น ๑	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: Placement test วิชาบังคับก่อน: การสอบวัดระดับ The Hiragana and Katakana characters; fundamentals of the basic Japanese grammar (noun-ending sentences, particles, demonstratives, verb-ending sentences, non-past and past tenses); scaffolding of basic vocabulary; basic communication about personal topics (self and others); the description of Japan; the design of written products in the target language; expressing	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	existence, preferences, and agreement; comparing cultures อักษรฮิรางานะและคาตากานะ ไวยากรณ์พื้นฐานภาษาญี่ปุ่น (ประโยคที่ลงท้ายด้วยคำนาม คำเสริม นิยมสรรพนาม ประโยคที่ลงท้ายด้วยกริยา กาลอดีตและไม่ใช่กาลอดีต) การใช้ คำศัพท์พื้นฐาน สนทนาพื้นฐานเกี่ยวกับเรื่องส่วนบุคคล (ของตนเองและคนอื่น) บรรยายเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่น การออกแบบงานเขียนในภาษาเป้าหมาย แสดงถึงสิ่งที่ปรากฏอยู่ ความชอบ การเห็นด้วยและการตกลง การเปรียบเทียบวัฒนธรรม	
ICGL 112	Elementary Japanese II ภาษาญี่ปุ่นระดับต้น ๒	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: Placement test or ICGL 111 Elementary Japanese I วิชาบังคับก่อน: การสอบวัดระดับ หรือ ICGL 111 ภาษาญี่ปุ่นระดับต้น ๑ The Kanji characters (approximately 50); fundamentals of the basic Japanese grammar concepts (particles, verbs of giving and receiving, na-adjective-ending sentences, i-adjectives-ending sentences, non-past and past tenses, and classifiers); scaffolding of basic vocabulary; basic communication about daily life topics; the design of written products in the target language; expressing simple points of view, describing people and daily life activities; comparing cultures อักษรคันจิ (ประมาณ ๕๐ คำ) หลักไวยากรณ์พื้นฐานภาษาญี่ปุ่น (คำเสริม กริยาที่เกี่ยวข้องกับการให้และการรับ ประโยคที่ลงท้ายด้วยคำคุณศัพท์ na ประโยคที่ลงท้ายด้วยคำคุณศัพท์ i กาลอดีตและไม่ใช่กาลอดีต และลักษณะนาม) การใช้คำศัพท์พื้นฐาน สนทนาพื้นฐานเกี่ยวกับเรื่องชีวิตประจำวัน การออกแบบงานเขียนในภาษาเป้าหมาย แสดงความคิดเห็นอย่างง่าย ๆ บรรยายบุคคลและกิจกรรมในชีวิตประจำวัน การเปรียบเทียบวัฒนธรรม	
ICGL 113	Elementary Japanese III ภาษาญี่ปุ่นระดับต้น ๓	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: Placement test or ICGL 112 Elementary Japanese II วิชาบังคับก่อน: การสอบวัดระดับ หรือ ICGL 112 ภาษาญี่ปุ่นระดับต้น ๒ The Kanji characters (approximately 50); fundamentals of the basic Japanese grammar concepts (verb conjugation (masu-form, te-form, nai-form, and dictionary form), and related sentence patterns; the polite style of speech, and the plain style of speech, particles); scaffolding of basic vocabulary; basic communication about various topics; the design of written products in the	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	<p>target language; expressing points of view, describing people and various activities; comparing cultures</p> <p>อักษรคันจิ (ประมาณ ๕๐ คำ) หลักไวยากรณ์พื้นฐานภาษาญี่ปุ่น (การผันกริยา ในรูป masu te และแบบพจนานุกรม และประโยคอื่นที่เกี่ยวข้อง ใช้ประโยคสนทนาอย่างปกติธรรมดา และอย่างสุภาพ คำเสริม) การใช้คำศัพท์พื้นฐาน สนทนาพื้นฐานเกี่ยวกับหัวข้อต่างๆ การออกแบบงานเขียนในภาษาเป้าหมาย แสดงความคิดเห็น บรรยายบุคคลและกิจกรรมต่างๆ การเปรียบเทียบวัฒนธรรม</p>
--	--

● French

ICGL 121	<p>Elementary French I</p> <p>ภาษาฝรั่งเศสระดับต้น ๑</p>	<p>4 (4-0-8)</p> <p>๔ (๔-๐-๘)</p>
	<p>Prerequisites: Placement test</p> <p>วิชาบังคับก่อน: การสอบวัดระดับ</p> <p>Fundamentals of the basic French grammar (pronouns, present tense conjugation, gender/number, adjectives, prepositions); scaffolding of basic vocabulary; basic communication about personal topics (self and others); an identification and a description of French speaking countries; the design of written products in the target language; expressing existence, preferences and agreement; comparing cultures</p> <p>ไวยากรณ์พื้นฐานภาษาฝรั่งเศส (คำสรรพนาม การผันกริยา (กาลปัจจุบัน) เพศ ตัวเลข คำคุณศัพท์ คำบุพบท) คำศัพท์พื้นฐาน สนทนาพื้นฐานเกี่ยวกับหัวข้อส่วนบุคคล (ของตนเอง และผู้อื่น) จำแนกและอธิบายถึงประเทศที่ใช้ภาษาฝรั่งเศส ออกแบบงานเขียนในภาษาเป้าหมาย แสดงถึงสิ่งที่ปรากฏอยู่ ความชอบ การเห็นด้วยและการตกลง การเปรียบเทียบวัฒนธรรม</p>	
ICGL 122	<p>Elementary French II</p> <p>ภาษาฝรั่งเศสระดับต้น ๒</p>	<p>4 (4-0-8)</p> <p>๔ (๔-๐-๘)</p>
	<p>Prerequisites: Placement test or ICGL 121 Elementary French I</p> <p>วิชาบังคับก่อน: การสอบวัดระดับ หรือ ICGL 121 ภาษาฝรั่งเศสระดับต้น ๑</p> <p>Fundamentals of the simple French grammar (present and future tense, adjective gender, place and agreement, more complex prepositions, more</p>	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	<p>complex questions); scaffolding of simple vocabulary; simple communication about daily life topics (in France and in their country); the design of written products in the target language; expressing simply point of view, describing people and daily life activities; comparing cultures</p> <p>ไวยากรณ์พื้นฐานภาษาฝรั่งเศส (ปัจจุบันกาลและอนาคตกาล คำคุณศัพท์บอกเพศ สถานที่และความเห็น คำบุพบทเชิงซ้อน คำถามเชิงซ้อน) คำศัพท์พื้นฐาน สนทนาพื้นฐานเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน (ในประเทศฝรั่งเศสและประเทศของตนเอง) ออกแบบงานเขียนในภาษาเป้าหมาย แสดงความคิดเห็น บรรยายบุคคล และกิจกรรมในชีวิตประจำวัน เปรียบเทียบวัฒนธรรม</p>	
ICGL 123	Elementary French III ภาษาฝรั่งเศสระดับต้น ๓	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	<p>Prerequisites: Placement test or ICGL 122 Elementary French II วิชาบังคับก่อน: การสอบวัดระดับ หรือ ICGL 112 ภาษาฝรั่งเศสระดับต้น ๒</p> <p>Fundamentals of the more complex French grammar (present and future tense, adjective gender, place and agreement, more complex prepositions, questions and past tense notions); scaffolding of more complex vocabulary; longer communication about daily life topics (in France and in their country); the design of written products in the target language; expressing point of view, describing people and daily life activities; comparing cultures</p> <p>ไวยากรณ์ภาษาฝรั่งเศสที่ซับซ้อนมากขึ้น (ปัจจุบันกาลและอนาคตกาล คำคุณศัพท์บอกเพศ สถานที่และข้อตกลง คำบุพบทเชิงซ้อน คำถามและอดีตกาล) การใช้คำศัพท์ที่ซับซ้อนมากขึ้น สนทนาเกี่ยวกับหัวข้อชีวิตประจำวันที่ยาวขึ้น (ในประเทศฝรั่งเศสและประเทศของตนเอง) ออกแบบงานเขียนในภาษาเป้าหมาย แสดงความคิดเห็น บรรยายบุคคล และกิจกรรมในชีวิตประจำวัน เปรียบเทียบวัฒนธรรม</p>	

● Chinese

ICGL 131	Elementary Chinese I ภาษาจีนระดับต้น ๑	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	<p>Prerequisites: Placement test วิชาบังคับก่อน: การสอบวัดระดับ</p> <p>The Chinese phonetic system (Pinyin), the Chinese basic writing system (Stroke</p>	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	<p>order), the Chinese characters (approximately 100) and fundamentals of the basic Chinese grammar (interrogative pronouns, particle 的“de”, Yes/No questions with 吗“ma”, demonstrative pronouns, classifiers, adverb “ye” 也, “dou” 都); scaffolding of basic vocabulary; basic communication about personal topics (self and others); the description of China; the design of written product in the target language; expressing existence, preferences and agreement; comparing cultures</p> <p>สัทศาสตร์ภาษาจีน (Pinyin) หลักเกณฑ์การเขียนภาษาจีน อักษรจีน ๑๐๐ คำ ไวยากรณ์พื้นฐานภาษาจีน (ปฏิจาสนาสรพนาม คำเสริม 的“de” ประโยคคำถามที่ใช้ 吗“ma” นิยมสรพนาม ลักษณะนาม คำวิเศษณ์ “ye” 也, “dou” 都) คำศัพท์ สนทนาขั้นพื้นฐานเกี่ยวกับเรื่องราวส่วนบุคคล (ของตนเองและผู้อื่น) บรรยายเกี่ยวกับประเทศจีน ออกแบบงานเขียนในภาษาเป้าหมาย แสดงถึงสิ่งที่ปรากฏอยู่ ความชอบ การเห็นด้วยและการตกลง การเปรียบเทียบวัฒนธรรม</p>	
ICGL 132	<p>Elementary Chinese II</p> <p>ภาษาจีนระดับต้น ๒</p>	<p>4 (4-0-8)</p> <p>๔ (๔-๐-๘)</p>
	<p>Prerequisites: Placement test or ICGL 131 Elementary Chinese I</p> <p>วิชาบังคับก่อน: การสอบวัดระดับ หรือ ICGL 131 ภาษาจีนระดับต้น ๑</p> <p>The Chinese phonetic system (Pinyin), the Chinese writing system, the Chinese characters (approximately 100); fundamental Chinese grammar concepts (interrogative pronouns, classifiers, “de” particles, “de” phrase, adverbials, the continuation of an act sentence structures and the reduplication of verbs); scaffolding of basic vocabulary; basic communication about daily life topics; the design of written products in the target language; expressing simple points of view, describing people and daily life activities; comparing cultures</p> <p>สัทศาสตร์ภาษาจีน (Pinyin) ระบบการเขียนภาษาจีน ตัวอักษรจีน ๑๐๐ คำ หลักไวยากรณ์พื้นฐาน (ปฏิจาสนาสรพนามลักษณะนาม คำช่วยและวลี “de” กริยาวิเศษณ์ โครงสร้างประโยคแสดงการต่อเนื่องของการกระทำ การซ้ำคำกริยา) คำศัพท์พื้นฐาน สนทนาพื้นฐานเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน การออกแบบงานเขียนในภาษาเป้าหมาย การแสดงความคิดเห็นอย่างง่ายๆ บรรยายบุคคลและกิจกรรมในชีวิตประจำวัน การเปรียบเทียบวัฒนธรรม</p>	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

ICGL 133	Elementary Chinese III ภาษาจีนระดับต้น ๓	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	<p>Prerequisites: Placement test or ICGL 132 Elementary Chinese II วิชาบังคับก่อน: การสอบวัดระดับ หรือ ICGL 132 ภาษาจีนระดับต้น ๒</p> <p>The Chinese phonetics (Pinyin); The Chinese characters (approximately 150); Fundamentals of the basic Chinese grammar concepts (interrogative pronouns, modal verbs, complex sentence, modal particle “le” (了), complement of state, complement of result, complement of duration); scaffolding of basic vocabulary; basic communication about various topics; the design of written products in the target language; expressing points of view, telling direction, describing oneself and other people’s abilities; comparing cultures</p> <p>สัทศาสตร์ภาษาจีน (Pinyin) อักษรจีน ๑๕๐ คำ หลักไวยากรณ์พื้นฐานภาษาจีน (ปinyin สรรพนาม กริยานุเคราะห์ ประโยคความซ้อน คำเสริมน้ำเสียง “le” (了), บทเสริมกริยาบอกสภาพ บทเสริมกริยาบอกผลลัพธ์ บทเสริมกริยาบอกระยะเวลา คำศัพท์พื้นฐาน สนทนาพื้นฐานในหัวข้อต่างๆ ออกแบบงานเขียนในภาษาเป้าหมาย แสดงความคิดเห็น บอกทิศทาง บรรยายถึงความสามารถของตนเองและผู้อื่นได้ การเปรียบเทียบวัฒนธรรม</p>	

● Spanish

ICGL 141	Elementary Spanish I ภาษาสเปนระดับต้น ๑	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	<p>Prerequisites: Placement test วิชาบังคับก่อน: การสอบวัดระดับ</p> <p>Fundamentals of the basic Spanish grammar (pronouns, present tense conjugation, gender/number, adjectives, prepositions); scaffolding of basic vocabulary; basic communication about personal topics (self and others); an identification and a description of Spanish speaking countries; the design of written products in the target language; expressing existence, preferences and agreement; comparing cultures</p> <p>ไวยากรณ์พื้นฐานภาษาสเปน (คำสรรพนาม การผันกริยาปัจจุบันกาล เพศ จำนวน คำคุณศัพท์ คำบุพบท) การใช้คำศัพท์ สนทนาขั้นพื้นฐานเกี่ยวกับหัวข้อส่วนบุคคล (ของ</p>	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	ตนเองและผู้อื่น) จำแนกและอธิบายถึงประเทศที่ใช้ภาษาสเปน ออกแบบงานเขียนในภาษาเป้าหมาย แสดงถึงสิ่งที่ปรากฏอยู่ ความชอบ การเห็นด้วยและการตกลง การเปรียบเทียบวัฒนธรรม	
ICGL 142	Elementary Spanish II ภาษาสเปนระดับต้น ๒	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	<p>Prerequisites: Placement test or ICGL 141 Elementary Spanish I วิชาบังคับก่อน: การสอบวัดระดับ หรือ ICGL 141 ภาษาสเปนระดับต้น ๑</p> <p>Fundamentals of the basic Spanish grammar (pronouns, present tense conjugation, reflexive verbs, gender/number, adjectives, prepositions); scaffolding of basic vocabulary; basic communication about personal topics (self and others); an identification and a description of Spanish speaking countries; the design of written products in the TL; expressing existence, preferences and agreement; talking about daily habits</p> <p>ไวยากรณ์พื้นฐานภาษาสเปน (คำสรรพนาม การผันกริยากาลปัจจุบัน กริยาแสดงผลย้อนกลับ เพศ จำนวน คำคุณศัพท์ คำบุพบท) การใช้คำศัพท์ พื้นฐาน สนทนาขั้นพื้นฐานเกี่ยวกับหัวข้อส่วนบุคคล (ของตนเองและผู้อื่น) จำแนกและอธิบายถึงประเทศที่ใช้ภาษาสเปน ออกแบบงานเขียนในภาษาเป้าหมาย แสดงถึงสิ่งที่ปรากฏอยู่ ความชอบ การเห็นด้วยและการตกลง พูดเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน</p>	
ICGL 143	Elementary Spanish III ภาษาสเปนระดับต้น ๓	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	<p>Prerequisites: Placement test or ICGL 142 Elementary Spanish II วิชาบังคับก่อน: การสอบวัดระดับ หรือ ICGL 142 ภาษาสเปนระดับต้น ๒</p> <p>Towns, quarters and cities; directions; past experience; present perfect tense, past tense indefinido; verbs ser, estar and hay; vocabulary of places; time markers for past tense; verbs empezar a+ infinitive; verbs ir / irse</p> <p>ชุมชน เขต และเมือง ทิศทาง ประสบการณ์ในอดีต กริยากาลปัจจุบันสมบูรณ์ กริยากาลอดีต indefinido กริยา ser, estar และ hay คำศัพท์เกี่ยวกับสถานที่ คำที่ใช้ระบุเวลาในอดีต กริยา empezar a + infinitive กริยา ir/irse</p>	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

● Thai

ICGL 160	Introduction to Thai Language and Culture ภาษาและวัฒนธรรมไทยเบื้องต้น	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - A communication in basic situations such as introducing oneself, asking for and giving directions, ordering food and drinks, asking for prices and bargaining at the same time, understanding selected topics of Thai culture in daily life การสื่อสารในชีวิตประจำวัน ซึ่งครอบคลุมถึงการแนะนำตัวเอง การถามทาง การสั่งอาหาร และเครื่องดื่ม รวมไปถึงการซื้อของและต่อรองราคา และในขณะเดียวกันก็เพื่อสร้างความเข้าใจในหัวข้อที่กำหนดเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยในชีวิตประจำวัน	
ICGL 161	Elementary Thai I ภาษาไทยพื้นฐาน ๑	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: Placement test วิชาบังคับก่อน: การสอบวัดระดับ Listening and speaking skills on the following topics: introducing oneself, one's friend and family, basic food and drink ordering, places, directions, transportation, buying tickets, clothing items, colours, and sizes; bargaining, counting and using classifiers; reading and writing Thai consonants; vowels placed after, before, above, and below the consonants; Thai numbers; live and dead syllables ทักษะการฟังและพูดเกี่ยวกับหัวข้อต่อไปนี้ การแนะนำตัว การสั่งอาหารและเครื่องดื่ม เบื้องต้น สถานที่ ทิศทาง ยานพาหนะ การซื้อตัว เสื้อผ้า สี ขนาด การต่อรองราคา การนับเลขและใช้ลักษณนาม การอ่านและการเขียนพยัญชนะไทย สระที่เขียนตามหลัง ก่อนหน้า เหนือ หรือใต้พยัญชนะ เลขไทย คำเป็นและคำตาย	
ICGL 162	Elementary Thai II ภาษาไทยพื้นฐาน ๒	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: Placement test or ICGL 161 Elementary Thai I วิชาบังคับก่อน: การสอบวัดระดับ หรือ ICGL 161 ภาษาไทยระดับต้น ๑ Listening and speaking skills on the following topics: one's schedule, making appointments, favourite leisure activities, ordering food, drinks, and desserts	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	<p>with special requests; presentation of one's plan for activities during the school break; a continuation of Elementary Thai I in reading and writing skills; the consonant clusters, tone marks, words with special spelling rules, reading short paragraphs</p> <p>การฟังและการพูดเกี่ยวกับหัวข้อต่อไปนี้ ตารางการใช้ชีวิต การนัดหมาย กิจกรรมที่ชื่นชอบ การสั่งอาหาร เครื่องดื่ม และของหวานโดยมีคำขอพิเศษ การนำเสนอแผนกิจกรรมสำหรับการปิดภาคเรียน ทักษะการอ่านและการเขียนต่อเนื่องจากวิชาภาษาไทยระดับต้น ๑ คำควบกล้ำ การใช้วรรณยุกต์ คำที่สะกดโดยใช้กฎเกณฑ์พิเศษ อ่านข้อความในย่อหน้าสั้นๆ</p>	
ICGL 163	Elementary Thai III ภาษาไทยพื้นฐาน ๓	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	<p>Prerequisites: Placement test or ICGL 162 Elementary Thai II</p> <p>วิชาบังคับก่อน: การสอบวัดระดับ หรือ ICGL 162 ภาษาไทยระดับต้น ๒</p> <p>Communication of the four skills on the following topics: booking or renting accommodation, symptoms of illness and visiting a doctor; selected holidays and festivals; a presentation of a selected province in Thailand; a continuation of Elementary Thai II in reading and writing skills, writing short paragraphs and reading long passages on selected topics</p> <p>สื่อสารในสี่ทักษะเกี่ยวกับหัวข้อต่อไปนี้ การจองหรือเช่าที่พักอาศัย อาการเจ็บป่วยต่างๆ และการพบแพทย์ หัวข้อเกี่ยวกับวันหยุดและงานเทศกาลรื่นเริงตามที่กำหนด การนำเสนอหนึ่งจังหวัดในประเทศไทย ทักษะการอ่านและการเขียนต่อเนื่องจากวิชาภาษาไทยระดับต้น ๒ เขียนย่อหน้าขนาดสั้น และอ่านข้อเขียนที่มีความยาวตามหัวข้อเรื่องที่กำหนด</p>	

Social Sciences

● Financial, Economic Scientific and Environmental Literacy

ICGS 106	Fashion and Society แฟชั่นและสังคม	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	<p>Prerequisites: -</p> <p>วิชาบังคับก่อน: -</p> <p>The design elements of fashion, fashion terminology, fashion reflecting its temporal and spatial context, fashion and the development of art; fashion as</p>	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	<p>a cultural expression, fashion as creativity; fashion requiring customers' approval and endorsements, fashion and consumer behaviour, fashion and consumerism, and ethical issues of fashion</p> <p>ส่วนประกอบทางการออกแบบของแฟชั่น คำศัพท์เฉพาะทางแฟชั่น แฟชั่นที่สะท้อนบริบททางเวลาและสถานที่ แฟชั่นและการพัฒนาของศิลปะ แฟชั่นที่เป็นการแสดงออกทางวัฒนธรรม แฟชั่นที่เป็นความคิดสร้างสรรค์ แฟชั่นที่ต้องการการยอมรับและการสนับสนุนจากลูกค้า แฟชั่นและพฤติกรรมของผู้บริโภค แฟชั่นและบริโภคนิยม ประเด็นทางจริยธรรมเกี่ยวกับแฟชั่น</p>
--	---

● Global and Multicultural Literacy

ICGS 109	<p>American History, Film and Modern Life</p> <p>ประวัติศาสตร์อเมริกาภาพยนตร์และชีวิตสมัยใหม่</p>	<p>4 (4-0-8)</p> <p>๔ (๔-๐-๘)</p>
	<p>Prerequisites: -</p> <p>วิชาบังคับก่อน: -</p> <p>The history of modern America from the post reconstruction to the present; a survey history of the American political economy, society and international relations available in the modern media such as arts, film; influential thinking and writing; television channels and the social media; the state's power projection through hard and soft power; the American Innovative Industrialists; the Progressive Reformers; World War I; the Roaring Twenties; the Great Depression; Isolationism in the interwar years; Women's Suffrage; World War II; the Cold War; the Vietnam War; Racial Tensions; the Bush, Obama, Trump administrations and the future U.S. foreign policy</p> <p>ประวัติความเป็นมาของอเมริกาสมัยใหม่ตั้งแต่ยุคหลังการปฏิรูปจนถึงปัจจุบัน การสำรวจประวัติความเป็นมาของเศรษฐกิจการเมืองสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศของสหรัฐอเมริกาในสื่อสมัยใหม่เช่นศิลปะ ภาพยนตร์ ความคิดและการเขียนที่มีอิทธิพล สื่อโทรทัศน์และสื่อสังคมออนไลน์ การทำความเข้าใจการคาดการณ์อำนาจของรัฐผ่านกลไกต่างๆเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการพัฒนาส่วนบุคคล นักอุตสาหกรรมนวัตกรรมอเมริกัน ปฏิรูปก้าวหน้า สงครามโลกครั้งที่หนึ่ง ยุคยี่สิบรุ่งเรือง ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำครั้งใหญ่ การโดดเดี่ยวในช่วงระหว่างสงครามโลก อีสราเอล สงครามโลกครั้งที่สอง สงครามเย็น สงคราม</p>	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	เวียดนาม ความตึงเครียดทางเชื้อชาติ การบริหารจัดการรัฐบาลประธานาธิบดีบุช โอบามา ทรมัปและนโยบายการต่างประเทศของสหรัฐฯ ในอนาคต	
ICGS 110	Development and Conflicts การพัฒนาและความขัดแย้ง	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - Concepts of political and economic development; policies; production, and investment priorities; the consequences of economic transformation in poor countries; developmental failure since the 1980s; four development traps, including the conflict trap; the natural resource trap; the bad governance trap; and being landlocked with bad neighbours; solutions of how countries can achieve positive changes; the environmental and social development; the appropriateness and sustainability of the existing conventional development and growth trajectory แนวคิดเรื่องการพัฒนาทางการเมืองและเศรษฐกิจ นโยบาย ลำดับความสำคัญด้านการผลิต และการลงทุน และผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจในประเทศยากจน เหตุผลที่หลายประเทศประสบปัญหาความล้มเหลวในการพัฒนาตั้งแต่ช่วงปี ๑๙๘๐ กับดักการพัฒนาที่ปัจจัยเช่นกับดักความขัดแย้ง กับดักทรัพยากรธรรมชาติ กับดักธรรมาภิบาล และกับดักภูมิประเทศซึ่งไม่มีทางออกสู่ทะเลรวมทั้งมีเพื่อนบ้านที่ไม่ดี แนวทางในการแก้ไขประเทศในเชิงบวก การพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมซึ่งถูกเพิกเฉยต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ ความเหมาะสมและความยั่งยืนของแนวทางการพัฒนาและเส้นทางการเติบโตแบบดั้งเดิมที่มีอยู่	
ICGS 111	Exploring Religions สำรวจศาสนา	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - Major religions in the world, Hinduism, Buddhism, Sikhism, Chinese religions, Shinto, Judaism, Christianity, and Islam; the origins of the three religious groups, religions arising in India, China, and Japan, and of the family of Abraham; contemporary new religious developments; religious diversities present in the world	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	ศาสนาหลักของโลกได้แก่ ฮินดู พุทธ ซิกข์ ศาสนาต่างๆ ของชาวจีน ชินโต ยูดาเย คริสต์ และอิสลาม ต้นกำเนิดของศาสนาทั้งสามกลุ่ม ได้แก่ ศาสนาที่เกิดขึ้นในอินเดีย จีนและญี่ปุ่น และ ในตระกูลของอับราฮัม การพัฒนาทางศาสนาร่วมสมัย ความหลากหลายทางศาสนาในปัจจุบัน	
ICGS 112	Geography of Human Activities ภูมิศาสตร์กิจกรรมมนุษย์	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	<p>Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: -</p> <p>The interrelationship between humans and the spaces they create; human activities as interdisciplinary by nature; the physical and socially instructed environment people live in; human interactions shaping the human understanding of the environment; the utility of resources; the phenomena on the earth's surface related to human actions; concepts and geographical methodologies used to examine social organizations and environmental consequences</p> <p>ความสัมพันธ์เชิงลึกระหว่างมนุษย์และพื้นที่ที่ถูกสร้างโดยมนุษย์ กิจกรรมของมนุษย์ซึ่งเป็นสหวิทยาการจากธรรมชาติสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและทางสังคมที่มนุษย์ดำรงอยู่ ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ซึ่งนำไปสู่ความเข้าใจต่อสภาพแวดล้อมสาธารณูปโภคของทรัพยากร ความสัมพันธ์ระหว่างปรากฏการณ์บนพื้นโลกและการกระทำของมนุษย์ ความคิดและหลักการเชิงภูมิศาสตร์ในการสำรวจการจัดระเบียบทางสังคมและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม</p>	
ICGS 113	Perspectives on the Thai Past ทัศนคติต่อประวัติศาสตร์ไทย	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	<p>Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: -</p> <p>The origins of the Thai people in pre-historic times to the late twentieth century; an alternative view incorporating the different regions and various ethnic groups making up present-day Thailand; key issues in Thai history; an analysis of the classics of Thai historiography; an evaluation and an interpretation of a range of primary sources dealing with the Thai past; understanding of how history is written</p> <p>ต้นกำเนิดของคนไทยในสมัยก่อนประวัติศาสตร์สืบเนื่องจนถึงศตวรรษที่ ๒๐ ตอนปลาย</p>	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	ภูมิภาคต่างๆทั้งใกล้เคียงและห่างไกลรวมทั้งกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ซึ่งถือเป็นรากฐานสำคัญที่นำมาสู่ความเป็นไทยในยุคปัจจุบัน การไตร่ตรองเกี่ยวกับเหตุการณ์สำคัญของประวัติศาสตร์ไทย และวิเคราะห์การเขียนถึงประวัติศาสตร์ไทยในบางช่วงบางตอน การประเมินและความเข้าใจอดีตของประเทศไทยจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ความรู้ความเข้าใจว่าประวัติศาสตร์นั้นถูกเขียนอย่างไร	
ICGS 114	Power, Money and Behavior of Powerful States อำนาจเงินและพฤติกรรมของรัฐที่มีอำนาจ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	<p>Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: -</p> <p>Understanding the motives behind the inter-state relations; the increase of power, wealth and international prestige; tools states use to achieve objectives and the challenges of decision-making; foreign policies of the great power states having permanent seats and veto power on the UN Security Council; middle-power states including economically and politically advanced countries; critical issues such as nuclear weapons in North Korea; the war in Afghanistan; democratization or terrorism in failing states; and world trade; patterns and trends of foreign policy making of powerful states during the last century individually and in comparison with other states; case studies illustrating the policy decision-making to meet the contemporary international challenges</p> <p>ความเข้าใจถึงแรงจูงใจที่อยู่เบื้องหลังความสัมพันธ์ระหว่างรัฐเช่นการขยายอำนาจ ความมั่งคั่งและศักดิ์ศรีระหว่างประเทศ เครื่องมือที่รัฐใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้างต้นรวมถึงอุปสรรคต่อการตัดสินใจนโยบาย นโยบายต่างประเทศของรัฐมหาอำนาจที่มีที่นั่งถาวรและมีอำนาจยับยั้งในคณะมนตรีความมั่นคงแห่งสหประชาชาติ รัฐมหาอำนาจกลางซึ่งรวมถึงประเทศที่มีความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและการเมืองสูง ประเด็นที่สำคัญเช่นการติดอาวุธนิวเคลียร์ในเกาหลีเหนือ สงครามในอัฟกานิสถาน การก่อตั้งประชาธิปไตยหรือขบวนการก่อการร้ายในประเทศที่ล้มเหลว และการค้าโลก รูปแบบและแนวโน้มของการกำหนดนโยบายต่างประเทศของรัฐที่มีอำนาจในช่วงศตวรรษที่ผ่านมาเป็นรายประเทศและเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ กรณีศึกษาในการอธิบายการตัดสินใจเชิงนโยบายเพื่อตอบสนองปัญหาระหว่างประเทศในปัจจุบัน</p>	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

ICGS 115	Sociology in the Modern World สังคมวิทยาในโลกสมัยใหม่	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - Sociology as a field of study explaining social, political, and economic phenomena; social interactions and social organizations; sociological perspectives; methodologies and sociological insights; topics relevant to the modern world including culture, social groups, socialization process, deviance, family, religion, social inequality, gender, economic, politics, the media, and social change สังคมวิทยาเป็นหลักสูตรที่ใช้ในการอธิบายปรากฏการณ์ในด้านสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ การปฏิสัมพันธ์และการจัดระเบียบทางสังคม ทศนคติทางสังคมวิทยา หลักการต่างๆ และความรู้ทางสังคมวิทยาในเชิงลึก หัวข้อต่างๆ ที่เชื่อมโยงกับโลกสมัยใหม่ ซึ่งประกอบด้วย วัฒนธรรม กลุ่มสังคม กระบวนการเรียนรู้ทางสังคม พฤติกรรมเบี่ยงเบน ครอบครัว ศาสนา ความไม่เท่าเทียมทางสังคม เพศสภาพ เศรษฐกิจ การเมือง สื่อ และการเปลี่ยนแปลงทางสังคม	
ICGS 116	Power and Politics อำนาจและการเมือง	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - The understanding of the politics and the political systems of the current world; interactions and connections of different ideas; systems of thought and conflict in contemporary society; an analysis of political phenomenon ความเข้าใจในเรื่องการเมืองและระบบของการเมืองการปกครองของโลกปัจจุบัน ความสัมพันธ์และการเชื่อมต่อกันของความคิดที่แตกต่าง กระบวนการทางความคิดและความขัดแย้งกันในสังคมร่วมสมัย การวิเคราะห์ปรากฏการณ์ทางการเมืองการปกครอง	
ICGS 117	Overcoming Stereotypes, Prejudice and Discrimination การเอาชนะภาพลักษณ์เหมารวม ความอคติ และการแบ่งแยก	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - An analysis of psychological theories; psychological approaches to	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	stereotypes, discrimination and prejudice; the emotional, behavioral and cognitive implications; the impact on our behavior and society; debiasing and metacognition การวิเคราะห์ทฤษฎีทางจิตวิทยา แนวทางทางจิตวิทยาต่อภาพลักษณ์เหมารวม ความอคติ และการแบ่งแยก ความหมายทางอารมณ์ พฤติกรรม และกระบวนการรับรู้ ผลกระทบของพฤติกรรมที่มีต่อสังคม ความไม่อคติและการนิยามการรับรู้	
ICGS 118	Skills in Dealing with People Across Cultures ทักษะในการปฏิบัติตัวกับผู้คนต่างวัฒนธรรม	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - The development of skills in dealing with people across cultures, covering topics such as: communication across cultures; parenting in different cultures; understanding consumers from different cultural backgrounds; emotions and motivation across cultures as well as approaches to deal with cultural diversity at work ทักษะในการปฏิบัติตัวกับผู้คนต่างวัฒนธรรม การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม การเลี้ยงดูบุตรในวัฒนธรรมที่แตกต่าง ความเข้าใจถึงผู้บริโภคที่มีพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่แตกต่าง อารมณ์และแรงจูงใจข้ามวัฒนธรรม แนวทางในการปฏิบัติต่อความหลากหลายทางวัฒนธรรมในที่ทำงาน	
ICGS 119	World Politics การเมืองของโลก	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - Different disciplinary perspectives on world politics; historical, geographical, anthropological, economic, and political approaches; specific regions in the world politics ระบบระหว่างรัฐ และการเติบโตของกระบวนการทัศน์ในการเป็นรัฐชาติ ที่เป็นพื้นฐานการกำหนดนโยบายการต่างประเทศและการทูต สถาบันและองค์กรในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ ๒ ระบบกลไกทางความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ลัทธิอาณานิคม ขบวนการการต่อต้านอาณานิคมและการให้เอกราช กำหนดการของเศรษฐกิจสากลและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สงครามเย็นและสิ่งที่สืบทอดจากสงครามเย็น การลุกฮือของผู้ดำเนินนโยบายนอกเหนือจากภาครัฐ สื่อมวลชนสากลและความสั่นไหวของข้อมูล ข้อโต้แย้งร่วมสมัย	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

ICGS 120	Global Awareness ความรู้เรื่องโลก	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - The state of the world: key facts and trends of geography, economy, society, politics and the environment; global relationships: key economic, political, and environmental relations and trends; Thailand in the world: how Thailand impacts the world, and vice versa สภาวะปัจจุบันของโลก ข้อเท็จจริงและแนวโน้มทางภูมิศาสตร์ เศรษฐกิจ สังคมการเมืองและสิ่งแวดล้อม ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ แนวโน้มและความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ การเมืองและสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ ประเทศไทยในสังคมโลก ประเทศไทยมีบทบาทอย่างไรต่อโลกและในทางกลับกัน	

● Psychological Literacy

ICGS 121	Abnormal Colleagues: how do I make this work? จิตวิทยาผิดปกติของเพื่อนร่วมงาน จะแก้ไขสถานการณ์อย่างไร	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - The stigma of psychological issues; the fear of the workplace gossips and job security; an avoidance of getting treatment and counseling; a recognition of various disorders and devising strategies to effectively communicate and work with people; improving the workplace productivity and relationships ความต่างพริ้วของปัญหาทางจิตวิทยา ความวิตกกังวลของการถูกนินทาในที่ทำงานและความมั่นคงในงาน การหลีกเลี่ยงที่จะรับการดูแลและการปรึกษา ความเอาใจใส่ของความผิดปกติต่างๆ และคิดค้นของกลยุทธ์เพื่อเสริมสร้างทั้งการสื่อสารและการทำงานร่วมกับผู้อื่นอย่างมีประสิทธิภาพ พัฒนาผลิตภาพที่ทำงานและความสัมพันธ์ทั่วไป	
ICGS 122	Propaganda, Nudge Theory and Marketing: How to resist? โฆษณาชวนเชื่อ ทฤษฎีการออกแบบทางเลือก และการตลาด จะต้านทานได้อย่างไร	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	<p>Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: -</p> <p>An examination of the science behind the 'mind control' and its implementation in the current society; an investigation of real and possible counter-strategies; a detailed psychological and socio-economic analysis of subtle oppressions of human autonomy in institutional, social, political, and economic practices</p> <p>การศึกษาวិทยาศาสตร์เบื้องหลัง 'การควบคุมจิตใจ' และการนำไปปฏิบัติในสังคม การสำรวจทฤษฎีตอบโต้ที่จริงและเป็นไปได้ การวิเคราะห์เชิงจิตวิทยาและเศรษฐกิจสังคมอย่างละเอียดของการกดขี่ความอิสระของการเป็นมนุษย์ในวิธีปฏิบัติระดับองค์กร สังคม การเมือง และเศรษฐศาสตร์อย่างแนบเนียน</p>
--	---

Physical Education

ICGP 101	American Flag Football แฟลกฟุตบอล	1 (0-2-1) ๑ (๐-๒-๑)
	<p>Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: -</p> <p>A ball based sport course emphasizing techniques; non-contact game play, including dodging, throwing, and catching and the development of teamwork management, communication, and terminology</p> <p>หลักสูตรกีฬาลูกบอล โดยเน้นเทคนิคการเล่นเกมที่ไม่มีปะทะ รวมทั้งการหลบหลีก การขว้างปา การรับและการพัฒนาระบบการจัดการการทำงานเป็นทีม การสื่อสารและการใช้เทคนิคที่เฉพาะ</p>	
ICGP 102	Badminton แบดมินตัน	1 (0-2-1) ๑ (๐-๒-๑)
	<p>Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: -</p> <p>A racket based sport course stressing technique, strategies, grip, serving, positioning and movement; game play in both singles and doubles</p> <p>หลักสูตรการแข่งขันกีฬาแร็กเกต (แบดมินตัน) โดยเน้นเทคนิคกลยุทธ์การจับไม้ การเสิร์ฟ</p>	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	การวางตำแหน่งและการเคลื่อนไหวทั้งการเล่นทั้งแบบเดี่ยวและแบบคู่ผสม	
ICGP 103	Basketball บาสเกตบอล	1 (0-2-1) ๑ (๐-๒-๑)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - A ball based sport course emphasizing attentiveness, dribbling, passing, shooting, rebounding, ball control, game play, and the development of game strategies หลักสูตรกีฬาการเล่นลูกบอลโดยเน้นการใส่ใจในการเล่นลูกบอล การส่งลูกบอล การโต้ตอบ การควบคุมลูกบอล การเล่นเกมและการพัฒนากลยุทธ์ของเกม	
ICGP 104	Body Fitness ฟิตเนส	1 (0-2-1) ๑ (๐-๒-๑)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - A comprehensive course in one or more exercise techniques: strength/resistance, cardio, plyometric, stretching, high-intensity interval training, and calisthenics; to maintain health and wellness หลักสูตรที่ครอบคลุมเกี่ยวกับเทคนิคการออกกำลังกายอย่างน้อยหนึ่งเทคนิคหรือหลากหลายเทคนิค: ความแข็งแรง/ความต้านทาน คาร์ดิโอ พลัยโอเมตริก กายบริหารแบบยืดเส้น การฝึก การออกกำลังกายอย่างหนัก และการเพาะกาย เพื่อรักษาสุขภาพและสุขภาพที่ดี	
ICGP 105	Cycling จักรยาน	1 (0-2-1) ๑ (๐-๒-๑)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - A course designed on cycling instruction for safety, fitness, riding techniques, posture, communication, knowledge of the equipment and hazards, for recreational and commuter cycling หลักสูตรที่ออกแบบมาเพื่อสอนการขี่จักรยานเพื่อความปลอดภัย การออกกำลังกาย เทคนิค การขี่จักรยาน ท่าทางการสื่อสาร ความรู้เกี่ยวกับอุปกรณ์และอันตรายสำหรับการขี่จักรยาน เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและการเดินทาง	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

ICGP 106	Discover Dance ดิสคัฟเวอร์ แดนซ์	1 (0-2-1) ๑ (๐-๒-๑)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - A dance based course of current forms and techniques in one or more categories: African/Jazz, Worldwide Dances/Latin Dances, Professional Performance Dance, Modern Dance, Hip-hop/Funk หลักสูตรการเต้นรำของรูปแบบปัจจุบันและเทคนิคอย่างน้อยหนึ่งประเภทหรือหลากหลายประเภท: แอฟริกัน / แจ๊ส เต้นรำทั่วโลก / เต้นรำละติน การเต้นรำการแสดงระดับมืออาชีพ, การเต้นรำสมัยใหม่ ฮิปฮอป / ฟังก์	
ICGP 107	Golf กอล์ฟ	1 (0-2-1) ๑ (๐-๒-๑)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - A club based game course designed on developing correct grip, stance, posture, swing, and the knowledge of equipment, rules, regulations, and etiquette หลักสูตรการเรียนรู้จากสโมสรที่ได้รับการออกแบบมาเพื่อพัฒนารูปลักษณ์ ท่าทางในการจับ การแกว่ง ท่าทางยืน และความรู้เกี่ยวกับอุปกรณ์ ระเบียบข้อบังคับและจรรยาบรรณที่ถูกต้อง	
ICGP 108	Mind and Body โยคะ	1 (0-2-1) ๑ (๐-๒-๑)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - A course stressing meditation postures, techniques, movement, and breathing to achieve the positive mental state หลักสูตรซึ่งเน้นเรื่องท่าทางการทำสมาธิ เทคนิค การเคลื่อนไหว และการหายใจเพื่อให้ได้สภาวะทางจิตใจที่ดี	
ICGP 109	Selected Topics in Sports เรื่องเฉพาะทางการกีฬา	1 (0-2-1) ๑ (๐-๒-๑)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: -	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	Learning concepts, rules and strategies through planned and structured movements by way of sport or activity to enhance a healthy lifestyle เรียนรู้แนวคิด หลักเกณฑ์และกลยุทธ์โดยผ่านการเคลื่อนไหวตามแบบแผน และโครงสร้างการเคลื่อนไหว โดยการเล่นกีฬาหรือกิจกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของวิถีชีวิตที่มีสุขภาพที่ดี	
ICGP 110	Self Defense (Striking) วิชาป้องกันตัว (การจู่โจม)	1 (0-2-1) ๑ (๐-๒-๑)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - An external martial arts (striking) course emphasizing hard physical impact and exertion, muscular strength and tension, maximizing speed and power, through the body coordination วิชาศิลปะการป้องกันตัวภายนอก (การจู่โจม) เน้นการต่อสู้ระยะประชิดทางกายภาพ และการออกกำลังกาย ความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ และความตึงของกล้ามเนื้อ เพิ่มความเร็ว และพลังงานผ่านการประสานงานของร่างกาย	
ICGP 111	Self Defense (Grappling) วิชาป้องกันตัว (การเหวี่ยงทุ่ม)	1 (0-2-1) ๑ (๐-๒-๑)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - An internal martial arts (grappling) course stressing timing, awareness, precision, and techniques, using the body leverage for throwing, take downs, pins, and submissions ศิลปะการต่อสู้ภายใน (การเหวี่ยงทุ่ม) การเน้นเรื่องการจับเวลา การรับรู้ ความแม่นยำ และเทคนิคโดยใช้การยกกระดบังร่างกายเพื่อการเหวี่ยง การทุ่มตัว การลงน้ำหนักขา และกีฬามวยปล้ำ	
ICGP 112	Soccer ฟุตบอล	1 (0-2-1) ๑ (๐-๒-๑)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - A ball based sport course stressing alertness, ball control, including dribbling, passing, trapping, shooting, ball movement, game play, and development of strategies through drills and competitive play	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	หลักสูตรการเล่นลูกบอลโดยเน้นการเตรียมพร้อม การควบคุมลูกบอล รวมถึงการเลี้ยงลูก การส่งลูก การตักลูกบอล การทำประตู การเคลื่อนไหวของลูกบอล การเล่นเกมและการพัฒนากลยุทธ์ผ่านการฝึกซ้อมและการแข่งขัน	
ICGP 113	Social Dance ลีลาศ	1 (0-2-1) ๑ (๐-๒-๑)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - A dance based social sport or activity course of choreographed movements, styles and regulations from the International Ballroom (Standard) and the International Latin dances หลักสูตรกีฬาการเต้นรำทางสังคมหรือกิจกรรมการออกแบบการเคลื่อนไหวของท่าเต้นรูปแบบ และข้อบังคับจากการเต้นรำของระดับนานาชาติ (ตามมาตรฐาน) และการเต้นรำแบบละตินระดับนานาชาติ	
ICGP 114	Swimming ว่ายน้ำ	1 (0-2-1) ๑ (๐-๒-๑)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - A water based sport course stressing swimming techniques, breathing, and knowledge of buoyancy, propulsion, and water safety หลักสูตรกีฬาทางน้ำ ซึ่งเน้นเทคนิคการว่ายน้ำ การหายใจ และความรู้เกี่ยวกับการพวยตัว แรงขับเคลื่อนและความปลอดภัยทางน้ำ	
ICGP 115	Tennis เทนนิส	1 (0-2-1) ๑ (๐-๒-๑)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - A racket based sport course of techniques, strategy, grip, serve, game play, ball tracking, timing, shot control, through drills, live ball hitting sessions, and competition หลักสูตรการแข่งขันแร็กเกต (เทนนิส) โดยใช้เทคนิค กลยุทธ์ จับ เซิร์ฟ เล่นเกม การติดตามลูก การจับเวลา การควบคุมการทำคะแนน การฝึกซ้อม การตีบอลในเกมส์และการแข่งขัน	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

ICGP 116	Volleyball วอลเลย์บอล	1 (0-2-1) ๑ (๐-๒-๑)
	Prerequisites: - วิชาบังคับก่อน: - A ball sport course emphasizing passing, setting, serving, developing strategies, positions, game play, teamwork management, and communication หลักสูตรกีฬาการเล่นลูกบอล ซึ่งเน้นการส่งลูก การเซตลูก การเสิร์ฟ การพัฒนากลยุทธ์ ตำแหน่งผู้เล่น การเล่นเกม การบริหารงานในทีมและการสื่อสาร	

➤ Core Courses

Course code	Course Title	Credits
ICMB 201	Business Statistics สถิติธุรกิจ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisite: ICGN 104 Mathematics and Its Contemporary Applications วิชาบังคับก่อน: ICGN 104 คณิตศาสตร์และการประยุกต์ร่วมสมัย Basic statistics, probability distribution of random variable, estimation of hypothesis testing, a variance analysis, a probability distribution, chi-square test, correlation analysis and regression equation; programming application for statistics, and the use statistics to make business decisions พื้นฐานทางสถิติ การแจกแจงความน่าจะเป็นของตัวแปรสุ่ม หลักการประมาณค่า การทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวน การกระจายของค่าความน่าจะเป็น การทดสอบไคสแควร์ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์และสมการถดถอย การใช้โปรแกรมประยุกต์ทางสถิติ การใช้สถิติในการตัดสินใจทางธุรกิจ	
ICMB 205	Microeconomics เศรษฐศาสตร์จุลภาค	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Course code	Course Title	Credits
	<p>Prerequisite: ICGN 104 Mathematics and Its Contemporary Applications วิชาบังคับก่อน: ICGN 104 คณิตศาสตร์และการประยุกต์ร่วมสมัย</p> <p>Introduction to microeconomics principles; economic scarcity; opportunity cost; demand and supply; elasticity; consumer behavior; producer behavior; production costs; pricing theory; market structure; utility analysis</p> <p>ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาคเบื้องต้น ความจำกัดทางเศรษฐศาสตร์ ต้นทุนค่าเสียโอกาส อุปสงค์และอุปทาน ความยืดหยุ่น พฤติกรรมผู้บริโภค พฤติกรรมผู้ผลิต ต้นทุนการผลิต ทฤษฎีราคา โครงสร้างตลาด การวิเคราะห์อรรถประโยชน์</p>	
ICMB 206	<p>Macroeconomics เศรษฐศาสตร์มหภาค</p>	<p>4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)</p>
	<p>Prerequisite: ICGN 104 Mathematics and Its Contemporary Applications วิชาบังคับก่อน: ICGN 104 คณิตศาสตร์และการประยุกต์ร่วมสมัย</p> <p>Data of macroeconomics, problems and issue related to economic environment, Gross Domestic Product (GDP), Consumer Price Index (CPI), multiplier, unemployment, inflation, money market, interest rate, fiscal and monetary policies, IS-LM model, AS-AD model, international trade, exchange rate, Mundell-Flemming model</p> <p>ข้อมูลสถานะเศรษฐกิจมหภาค ปัญหาและประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ดัชนีราคาผู้บริโภค ทฤษฎีตัวเร่ง/ตัวคูณ การว่างงาน เงินเพื่อ ตลาดการเงิน ดอกเบี้ย แบบจำลองดุลยภาพร่วมของตลาดผลผลิต (แบบจำลอง IS - LM) นโยบายการเงินและการคลัง แบบจำลองตลาดเศรษฐกิจมหภาค (แบบจำลอง AS-AD) การค้าระหว่างประเทศ อัตราแลกเปลี่ยน แบบจำลองตลาดเศรษฐกิจระหว่างประเทศ (Mundell-Flemming)</p>	
ICMB 207	<p>Management of Business Information การจัดการข้อมูลธุรกิจ</p>	<p>4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)</p>
	<p>Prerequisite: ICGN 104 Mathematics and Its Contemporary Applications วิชาบังคับก่อน: ICGN 104 คณิตศาสตร์และการประยุกต์ร่วมสมัย</p> <p>Management business data and model, connecting data, shaping data, combining data, characterizing data, building data models, scenario management,</p>	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Course code	Course Title	Credits
	goal seek, data tables and DAX, pivot tables, columns and measures calculations, visualization of data, reports, visualizers, dashboards การจัดการข้อมูลทางธุรกิจ, การเชื่อมต่อข้อมูล การปรับข้อมูล การรวมข้อมูล การระบุลักษณะข้อมูล แบบจำลองข้อมูล การจัดการสถานการณ์ การค้นหาข้อมูล DAX การแสดงตาราง Pivot การคำนวณคอลัมน์และตัววัดค่า การสร้างภาพข้อมูล รายการ การแสดงภาพ แดชบอร์ด	
ICMB 213	Financial Accounting การบัญชีการเงิน	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisite: ICGN 104 Mathematics and Its Contemporary Applications วิชาบังคับก่อน: ICGN 104 คณิตศาสตร์และการประยุกต์ร่วมสมัย A preparation of financial statements, recording and classifying financial transactions, characteristics of various types of accounts, accounting principles, and usefulness and limitation of accounting information การจัดเตรียมบัญชีแสดงงบการเงิน การบันทึก การจำแนกธุรกรรมทางการเงิน ลักษณะเฉพาะของบัญชีชนิดต่างๆ หลักการบัญชี รวมถึงประโยชน์และ ข้อจำกัดของข้อมูลทางการบัญชี	
ICMB 214	Managerial Accounting การบัญชีการจัดการ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisite: ICMB 213 Financial Accounting วิชาบังคับก่อน: ICMB 213 การบัญชีการเงิน Basic cost concepts; the cost accounting systems; uses of management accounting for planning, control, performance evaluation and decision making purposes แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนเบื้องต้น ระบบบัญชีต้นทุน การประยุกต์ใช้บัญชีการจัดการเพื่อการวางแผน การควบคุม การประเมินผลการดำเนินงาน และการตัดสินใจ	
ICMB 215	Business Finance for Entrepreneurs การเงินธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisite: ICMB 213 Financial Accounting วิชาบังคับก่อน: ICMB 213 การบัญชีการเงิน An introduction to the principles of financial management, the role of finance	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Course code	Course Title	Credits
	with the firm and its objectives; topics including time value of money; the valuation of financial assets; capital budgeting techniques; risk and return calculations; methodologies for determining the cost of capital; as estimation and forecasting of cash flows; and the project evaluation หลักการจัดการทางการเงินขั้นต้น บทบาทและเป้าหมายทางการเงินในองค์กร การวิเคราะห์ค่าของเงินตามเวลา การประเมินมูลค่าของตราสารทางการเงิน การหาต้นทุนของแหล่งเงินทุน เทคนิคการจัดงบประมาณด้านเงินทุนและเกณฑ์การตัดสินใจ ความเสี่ยงและผลตอบแทน ตลอดจนการประมาณการกระแสเงินสดล่วงหน้าเพื่อประเมินผลโครงการ	
ICMB 216	Business Communication การสื่อสารทางธุรกิจ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisite: ICGN 104 Mathematics and Its Contemporary Applications วิชาบังคับก่อน: ICGN 104 คณิตศาสตร์และการประยุกต์ร่วมสมัย Accuracy and logic in writing, presentation of business development project, interpersonal communication, intercultural communication, conflict management, negotiation, written communication, oral communication ความถูกต้องและเหตุผลในการเขียน การนำเสนอโครงการด้านการพัฒนาธุรกิจ การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม การจัดการความขัดแย้ง การเจรจา การสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร การเจรจาเชิงวาจา การสื่อสารด้วยปากเปล่า	
ICMB 222	Principle of Marketing หลักการตลาด	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisite: ICGN 104 Mathematics and Its Contemporary Applications วิชาบังคับก่อน: ICGN 104 คณิตศาสตร์และการประยุกต์ร่วมสมัย Marketing concepts, the role of marketing in organization, creating-communicating-delivering-exchanging product and services that having value to customers and the society; customer needs and wants, consumer decision making process, marketing information and research, market segmentation-targeting-positioning, product development and life cycle management; pricing, channel management, marketing communication, customer relationship management	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Course code	Course Title	Credits
	แนวคิดทางการตลาด บทบาทของการตลาดต่อการตัดสินใจขององค์กร การสร้าง-สื่อสาร-ส่งมอบ-แลกเปลี่ยนสินค้าและบริการที่มีคุณค่าแก่ผู้บริโภคและสังคม ความต้องการและกระบวนการตัดสินใจของลูกค้า ข้อมูลสารสนเทศและการวิจัยทางการตลาด การแบ่งกลุ่มลูกค้า การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด การพัฒนาและจัดการวงจรสินค้าและบริการ การตั้งราคาและกลยุทธ์ด้านราคา การจัดการช่องทางการจำหน่าย การสื่อสารและส่งเสริมการตลาด, การสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า	
ICMB 235	Management and Organizational Behavior การจัดการ และพฤติกรรมองค์กร	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisite: ICGN 104 Mathematics and Its Contemporary Applications วิชาบังคับก่อน: ICGN 104 คณิตศาสตร์และการประยุกต์ร่วมสมัย The role of managers in an organization; behavioral and administrative theories and concepts needed to succeed in the modern organization; organization structures; organizational changes; motivations; leadership; managing work and team; teamwork บทบาทของผู้บริหารในองค์กร ทฤษฎีทางพฤติกรรมและการบริหาร แนวความคิดที่จำเป็นในการประสบความสำเร็จในองค์กรร่วมสมัย รูปแบบและโครงสร้างองค์กร ความเปลี่ยนแปลงในองค์กร แรงจูงใจ ความเป็นผู้นำ การจัดการงานและทีมงาน การทำงานเป็นทีม	
ICMB 236	Human Resources Management การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisite: ICGN 104 Mathematics and Its Contemporary Applications วิชาบังคับก่อน: ICGN 104 คณิตศาสตร์และการประยุกต์ร่วมสมัย The HR trends and challenges in the modern workplace; investment perspective of HRM; social responsibility perspective of HRM; roles of a strategic human resource manager; comparative industrial relations; organizational analysis and work design; HR planning, recruiting, selection, evaluation, training and development, compensation and benefits; workforce diversity	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

Course code	Course Title	Credits
	แนวโน้มนและความท้าทายด้านทรัพยากรบุคคลในองค์กรยุคใหม่ การลงทุนในทรัพยากรบุคคล การออกแบบระบบบริหารทรัพยากรบุคคล บทบาทของผู้บริหารทรัพยากรบุคคล แรงงานสัมพันธ์เชิงเปรียบเทียบ การวิเคราะห์องค์การและการออกแบบการทำงาน การวางแผนกำลังคน การคัดสรรบุคคล การประเมินผลงาน การอบรมและการพัฒนาบุคลากร เงินเดือนและสวัสดิการ การบริหารจัดการความหลากหลายภายในองค์กร	
ICMB 237	International Business Management การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisite: ICMB 235 Management and Organizational Behavior วิชาบังคับก่อน: ICMB 235 การจัดการและพฤติกรรมองค์กร International business operations; organization structure; finance and accounting systems; taxation systems; marketing strategy; cultural differences; global trade; capital markets and economic growth; the impact of regional trading blocs; corporate global competitiveness; global strategies แนวทางการปฏิบัติของธุรกิจระหว่างประเทศ โครงสร้างองค์กร ระบบการเงินและการบัญชี ระบบบัญชีค่าภาษี กลยุทธ์การตลาด ความแตกต่างด้านวัฒนธรรม การค้าระดับโลก การเติบโตของเศรษฐกิจและตลาดเงินทุน ผลกระทบจากการกีดกันทางการค้าระดับภูมิภาค การแข่งขันระดับโลกสำหรับบริษัท และ กลยุทธ์ระดับโลก	
ICMB 310	Business Law กฎหมายธุรกิจ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisite: ICGN 104 Mathematics and Its Contemporary Applications วิชาบังคับก่อน: ICGN 104 คณิตศาสตร์และการประยุกต์ร่วมสมัย Introduction to laws, contract law, tort law, personal income tax, corporate income tax, other taxes and duties, company and partnership laws, property law, sales, service, lease laws, loan, mortgage, pledge, guarantee laws, agency laws and employment laws, intellectual property laws บทนำกฎหมาย กฎหมายเกี่ยวกับการทำสัญญา การละเมิดกฎหมาย ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล, ภาษีอากรต่างๆ กฎหมายบริษัทและห้างหุ้นส่วน กฎหมายทรัพย์สิน การขาย การให้บริการ การให้ยืมกฎหมายสัญญา การจำนอง การจำนำ การรับประกัน กฎหมายของหน่วยงานและการจ้างงาน กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Course code	Course Title	Credits
ICMB 311	Business Ethics and Sustainability จริยธรรมทางธุรกิจ และความยั่งยืน	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisite: ICMB 214 Managerial Accounting, ICMB 237 International Business Management, ICMB 310 Business Law วิชาบังคับก่อน: ICMB 214 การบัญชีการจัดการ ICMB 237 การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ICMB 310 กฎหมายธุรกิจ Analysis of ethical and sustainability concepts, implications of ethics and sustainability in business decisions, social and business-related environments, application of ethical principles, ethical issues in the organization and external environments. การวิเคราะห์แนวคิดด้านจริยธรรมและความยั่งยืน แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมและความยั่งยืนในการตัดสินใจทางธุรกิจ สภาพแวดล้อมทางสังคมและธุรกิจ การประยุกต์ใช้หลักจริยธรรมหลักการทางจริยธรรมในองค์กรและสภาพแวดล้อมภายนอก	
ICMB 312	Management Science วิทยาศาสตร์การจัดการ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisite: ICMB 201 Business Statistics, ICMB 207 Management of Business Information วิชาบังคับก่อน: ICMB 201 สถิติธุรกิจ ICMB 207 การจัดการข้อมูลธุรกิจ Application of quantitative analysis techniques, linear programming, network models, decision analysis, business simulation การประยุกต์ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เชิงปริมาณ การเขียนโปรแกรมเชิงเส้น แบบจำลองเครือข่ายการวิเคราะห์การตัดสินใจ การจำลองทางธุรกิจ	
ICMB 314	Operations and Project Management การจัดการดำเนินงานและบริหารโครงการ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisite: ICMB 312 Management Science วิชาบังคับก่อน: ICMB 312 วิทยาศาสตร์จัดการ Modern concepts, models and tools for planning, organizing, staffing, leading and controlling the production, distribution of goods and services	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Course code	Course Title	Credits
	แนวคิดใหม่ แบบจำลองและเครื่องมือสำหรับการวางแผน การประสานงาน การจัดการ บุคลากร การควบคุมระบบสายการผลิต การกระจายสินค้าอุตสาหกรรมการผลิตและการให้ บริหาร	
ICMB 401	Business Innovation and Entrepreneurship นวัตกรรมทางธุรกิจและภาวะการเป็นผู้ประกอบการ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisite: ICMB 222 Principle of Marketing, ICMB 236 Human Resources Management, ICMB 311 Business Ethics and Sustainability, 4th Year Status วิชาบังคับก่อน: ICMB 222 หลักการตลาด ICMB 236 การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ ICMB 311 จริยธรรมทางธุรกิจและการพัฒนาอย่างยั่งยืน นักศึกษาชั้นปีที่ ๔ A study of entrepreneurial business strategy and innovation; the development of business plan; the new business ideas generation; the new business model; vision and mission, organizational plan, marketing plan, human resource plan, financial plan, risk management plan, action plan กลยุทธ์และนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการ การพัฒนาแผนธุรกิจ การสร้างแนวคิดธุรกิจ ใหม่ รูปแบบธุรกิจใหม่ วิสัยทัศน์และพันธกิจ แผนองค์กร แผนการตลาด แผนทรัพยากรมนุษย์ แผนการบริหารความเสี่ยง แผนปฏิบัติการ	
ICMB 402	Business Strategy กลยุทธ์ธุรกิจ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisite: ICMB 222 Principle of Marketing, ICMB 236 Human Resources Management, ICMB 311 Business Ethics and Sustainability, 4th Year Status วิชาบังคับก่อน: ICMB 222 หลักการตลาด ICMB 236 การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ ICMB 311 จริยธรรมทางธุรกิจและการพัฒนาอย่างยั่งยืน นักศึกษาชั้นปีที่ ๔ A study of strategic management; fundamental element of the organizational management strategy; process and frameworks of strategic management; an examination of both internal and external environment; competitive advantage; an identification of organization's mission, objective, policies and business strategy; foundation of a strategic analysis including the industry and company analysis; strategy formulation and implementation การศึกษาแนวคิดและการบริหารเชิงกลยุทธ์ องค์ประกอบพื้นฐานของยุทธศาสตร์การจัดการ	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Course code	Course Title	Credits
	องค์กร กระบวนการและกรอบการบริหารเชิงกลยุทธ์ การตรวจสอบสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก ความได้เปรียบทางการแข่งขัน การกำหนดวัตถุประสงค์ภารกิจ นโยบายและกลยุทธ์ทางธุรกิจขององค์กร พื้นฐานของการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์รวมถึงการวิเคราะห์อุตสาหกรรมและบริษัท การกำหนดยุทธศาสตร์และการดำเนินงาน	
ICMB 490	Career Preparation การเตรียมอาชีพ	1 (1-0-2) ๑ (๑-๐-๒)
	Prerequisite: Juniors วิชาบังคับก่อน: นักศึกษาชั้นปีที่ ๓ The use of design thinking approach to develop self-awareness skills and prototype future career; self-assessment of knowledge, skills, people, and conditions; self-inventory of lifestyle and value; conducting effective career experiment; career vision, and life mapping exercise, and action plan to pursue the target career การใช้แนวคิดการออกแบบเพื่อพัฒนาทักษะการรับรู้ความสามารถตนเองและต้นแบบการประกอบอาชีพในอนาคต การประเมินตนเองในด้าน ความรู้ ทักษะ บุคคลและเงื่อนไข การสะท้อนในด้านวิถีชีวิตและคุณค่า การทดลองด้านอาชีพที่มีประสิทธิภาพ วิสัยทัศน์ด้านอาชีพ การทำแผนที่ชีวิตและแผนปฏิบัติการให้เป็นไปตามเป้าหมายอาชีพ	

➤ Major Required Courses

Course code	Course Title	Credits
ICMK 351	Consumer Insights - A Qualitative Approach ข้อมูลเชิงลึกของผู้บริโภค – วิธีการเชิงคุณภาพ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisite: ICMB 222 Principle of Marketing วิชาบังคับก่อน: ICMB 222 หลักการตลาด The importance of consumer insights, psychological aspects of consumer behavior, the role of qualitative approach in discovering insights; qualitative	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Course code	Course Title	Credits
	research procedures; qualitative data collection methods, focus group, in-depth interview, observation, projective techniques; data collection and fieldwork; data coding, qualitative data analysis methods; interpreting insights, turning insights into marketing ideas ความสำคัญของการค้นหาข้อมูลเชิงลึก พื้นฐานจิตวิทยาผู้บริโภค บทบาทของการวิจัยเชิงคุณภาพในการค้นหาข้อมูลเชิงลึกที่สำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ การสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์ระดับลึก การสังเกต เทคนิคการฉายภาพ การเก็บข้อมูลภาคสนาม การให้รหัส การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ การตีความและค้นหาข้อมูลเชิงลึก การแปลงข้อมูลเชิงลึกให้เป็นประโยชน์ต่อการตลาด	
ICMK 352	Market Intelligence - A Quantitative Approach เชาว์ทางตลาด – วิธีการเชิงปริมาณ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisite: ICMB 201 Business Statistics, ICMB 222 Principle of Marketing วิชาบังคับก่อน: ICMB 201 สถิติธุรกิจ, ICMB 222 หลักการตลาด Marketing research tools, techniques, and process to arrive at conclusion; identifying and collecting information, analyzing and interpreting the data, using data to make decision การใช้เครื่องมือ เทคนิค และกระบวนการวิจัยทางการตลาดเพื่อบรรลุข้อสรุปการระบุและรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์และการตีความข้อมูล การใช้ข้อมูลเพื่อตัดสินใจ	
ICMK 353	Consumer Behaviour and Decision Making พฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisite: ICMB 222 Principle of Marketing วิชาบังคับก่อน: ICMB 222 หลักการตลาด A study of consumer behavior, the decision making process, psychological responses, and sociological influences on the consumer decision; consumer decision and its impact on marketing decision; formulation of marketing strategy in response to the consumer decision behavior	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

Course code	Course Title	Credits
	การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค กระบวนการ การตัดสินใจ การตอบสนองทางจิตวิทยา และอิทธิพลทางสังคมวิทยาต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค การตัดสินใจของผู้บริโภคและผลกระทบต่อ การตัดสินใจทางการตลาด การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรม การตัดสินใจของผู้บริโภค	
ICMK 361	Digital Marketing การตลาดดิจิทัล	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisite: ICMB 222 Principle of Marketing วิชาบังคับก่อน: ICMB 222 หลักการตลาด An overview of digital marketing, online marketplace analysis—macro and micro environment; online customer personas and decision journey; the digital marketing process; objective and budgeting for digital marketing program; digital marketing tools; developing a digital marketing program; evaluation of digital marketing project ภาพรวมการตลาดในยุคดิจิทัล การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดออนไลน์ การศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้บริโภคออนไลน์ และพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อสินค้าในรูปแบบออนไลน์ กระบวนการจัดทำแผนการตลาดในยุคดิจิทัล เป้าหมายและงบประมาณที่ใช้ในการจัดทำแผนการตลาดในยุคดิจิทัล เครื่องมือการตลาดในยุคดิจิทัล การจัดทำแผนการตลาดในยุคดิจิทัล การประเมินผลแผนการตลาดในยุคดิจิทัล	
ICMK 461	Marketing Strategy for Sustainability กลยุทธ์การตลาดเพื่อความยั่งยืน	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisite: ICMB 222 Principle of Marketing and 4th year status วิชาบังคับก่อน: ICMB 222 หลักการตลาดและนักศึกษาชั้นปีที่ ๔ A macro-environment analysis, an opportunity and challenge analysis, vision and mission; branding strategy, product strategy, pricing strategy, distribution strategy, communication strategy, innovation strategy, growth strategy, defensive strategy; sustainability concept, sustainability impact assessment	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Course code	Course Title	Credits
	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมระดับมหภาค การวิเคราะห์โอกาสและความท้าทายในตลาด วิสัยทัศน์และพันธกิจ กลยุทธ์ตราสินค้า กลยุทธ์สินค้าและบริการ กลยุทธ์การตั้งราคา กลยุทธ์ ช่องทางจัดจำหน่าย กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด กลยุทธ์นวัตกรรม กลยุทธ์การเติบโต กลยุทธ์ การป้องกันส่วนแบ่งตลาด แนวคิดความยั่งยืน ผลกระทบต่อความยั่งยืน	

➤ Major Elective Courses

Course code	Course Title	Credits
ICBE 471	Markets Structures and Pricing Strategies โครงสร้างตลาดและกลยุทธ์การตั้งราคา	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisite: ICMB 205 Microeconomics, ICMB 206 Macroeconomics วิชาบังคับก่อน: ICMB 205 เศรษฐศาสตร์จุลภาค, ICMB 206 เศรษฐศาสตร์มหภาค A study of firms behavior, different market structures, an economic analysis of game theory, firms decisions; competitive market, monopolistic and imperfect competitive markets; theory of pricing decision, pricing issues, pricing framework, value creation process, price structure, strategies and tactics; strategic firms entering mode, differentiate product, choice of vertical boundaries and procurement decisions, and the advertising investment ศึกษาพฤติกรรมของบริษัท ความแตกต่างทางโครงสร้างการตลาด การวิเคราะห์ทาง เศรษฐศาสตร์ของทฤษฎีเกม การตัดสินใจของบริษัท ประเภทการแข่งขันของตลาด การตลาด แบบผูกขาดและไม่ผูกขาด ทฤษฎีการกำหนดราคา ทฤษฎีการตัดสินใจ โครงสร้างราคา กระบวนการสร้างมูลค่า กลยุทธ์และยุทธวิธีการกำหนดราคา ยุทธศาสตร์บริษัทการค้าตลาด ความแตกต่างทางผลิตภัณฑ์ การจัดซื้อจัดจ้าง การลงทุนด้านการโฆษณา	
ICMI 331	Global Logistics and Supply Chain Management การจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ระดับประเทศ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Course code	Course Title	Credits
	<p>Prerequisite: ICMB 237 International Business Management</p> <p>วิชาบังคับก่อน: ICMB 237 การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ</p> <p>An examination of international logistics management; upstream and downstream business activities namely, procurement, demand forecasting, operations and production, warehouse and distribution center, logistics network design, supply chain technologies, transportation mode, and the inventory management</p> <p>แนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ กระบวนการ การจัดการสินค้าและบริการ จากต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ อันรวมถึงกิจกรรมต่างๆ ได้แก่ การได้มาซึ่งวัตถุดิบ การจัดการและการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้า การแปรรูปวัตถุดิบ การจัดเก็บสินค้าและการจัดการสินค้าคงคลัง การกระจายสินค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย การออกแบบเครือข่ายโลจิสติกส์ เทคโนโลยีเพื่อการจัดการโลจิสติกส์ และการจัดส่งสินค้าและบริการถึงมือลูกค้า</p>	
ICMK 354	<p>New Products Management</p> <p>การจัดการผลิตภัณฑ์ใหม่</p>	<p>4 (4-0-8)</p> <p>๔ (๔-๐-๘)</p>
	<p>Prerequisite: ICMB 222 Principle of Marketing</p> <p>วิชาบังคับก่อน: ICMB 222 หลักการตลาด</p> <p>An examination of managing the new product development process of bringing new products and services to the market within a strategic content; sources for identifying opportunities; techniques for idea generation; methods for concept development and evaluation; creation of perceptual maps; approaches for product and marketing development; conducting business analysis for a new product; strategies to position new products; types of market testing; formulation of new product launch strategies; assessing product line impacts</p> <p>การตรวจสอบการจัดการกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการใหม่สู่ตลาดภายในเนื้อหาเชิงกลยุทธ์ ตันตอในการบ่งชี้โอกาส เทคนิคการสร้างความคิด วิธีการพัฒนาแนวคิดและการประเมินผล การสร้างแผนที่รับรู้ แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด การวิเคราะห์ทางธุรกิจสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ กลยุทธ์เพื่อวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ใหม่ ประเภทของการทดสอบตลาด การกำหนดกลยุทธ์การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ การประเมินผล</p>	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

Course code	Course Title	Credits
	กระหนบของสายผลิตภัณฑ์	
ICMK 355	Integrated Marketing Communications การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisite: ICMB 222 Principle of Marketing วิชาบังคับก่อน: ICMB 222 หลักการตลาด An exploration of the nature and purpose of advertising and sales promotion in accordance with an integrated marketing communications perspective; showing how these activities will fit into the general process of marketing management; addressing marketing objectives and budget, target audience selection, the communication objective, the creative strategy, the integrated communication strategy and the media strategy ความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะและวัตถุประสงค์ของการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด ที่สอดคล้องกับแนวความคิดของการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ การแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของกิจกรรมสื่อสารการตลาดกับการบริหารจัดการการตลาด การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาดและงบประมาณ การเลือกกลุ่มเป้าหมายผู้รับสาร วัตถุประสงค์ในการสื่อสาร กลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ และกลยุทธ์การใช้สื่อ	
ICMK 362	Strategic Brand Management กลยุทธ์การจัดการตราสินค้า	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisite: ICMB 222 Principle of Marketing วิชาบังคับก่อน: ICMB 222 หลักการตลาด A strategic planning perspective to explore theories, concepts and tools applicable to the management of a brand; perspectives of consumer-based brand equity; types of brand strategy; coordination of brand marketing programs; mapping of brand associations; the development of a brand audit; measurement and interpretation of brand performance; management and growth of brand equity; approaches for brand expansion; alternative brand architectures; strategies for brand reinforcement and revitalization มุมมองการวางแผนเชิงกลยุทธ์เพื่อสำรวจทฤษฎี แนวคิด และเครื่องมือที่เหมาะสมกับการ	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Course code	Course Title	Credits
	จัดการตราสินค้า มุมมองของตราสินค้าที่อิงกับผู้บริโภค ประเภทของกลยุทธ์ตราสินค้า การประสานงานของโปรแกรมการตลาดของตราสินค้า การทำแผนที่ความสัมพันธ์ของตราสินค้า การพัฒนาการตรวจสอบตราสินค้า การวัดและการตีความผลการดำเนินงานของตราสินค้า การจัดการและการเติบโตของตราสินค้า แนวทางการขยายตราสินค้า ทางเลือกของสถาปัตยกรรมตราสินค้า กลยุทธ์สำหรับการเสริมสร้างแบรนด์และการฟื้นฟู	
ICMK 451	Distribution and Retail Channels ช่องทางการจัดจำหน่ายและช่องทางการค้าปลีก	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisite: ICMB 222 Principle of Marketing วิชาบังคับก่อน: ICMB 222 หลักการตลาด The accessibility of product and service through the distribution channel; setting up distribution strategy, designing distribution structure, and managing distribution channel from manufacturer's and retailer's perspectives by answering channel members' and consumers' needs; the impact of marketing channel decisions on marketing strategy การเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย; การจัดวางกลยุทธ์การจัดจำหน่าย การออกแบบโครงสร้างการจัดจำหน่าย และการบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายจากมุมมองของผู้ผลิตและผู้ค้าปลีกเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภค ผลกระทบของการตัดสินใจทางช่องทางการตลาดต่อกลยุทธ์การตลาด	
ICMK 452	Business Marketing and Selling Strategy การตลาดภาคธุรกิจ และกลยุทธ์การขาย	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisite: ICMB 222 Principle of Marketing วิชาบังคับก่อน: ICMB 222 หลักการตลาด Understanding the nature of organization buyers and its buying behavior; business buyer segmentation, customer relationship management, pricing, and product development; basic components of selling function; tools for selling process หลักความคิดในการบริหารธุรกิจและพฤติกรรม การซื้อระหว่างองค์กรพาณิชย์ การจัดการกลุ่มลูกค้าภาคธุรกิจ การบริหารความสัมพันธ์ การตั้งราคา และการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับลูกค้าพาณิชย์ องค์ประกอบการขายสินค้าระหว่างภาคธุรกิจ กระบวนการขายสินค้าและเครื่องมือ	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Course code	Course Title	Credits
ICMK 453	Global Marketing Strategy กลยุทธ์การตลาดสากล	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisite: ICMB 222 Principle of Marketing, ICMB 237 International Business Management วิชาบังคับก่อน: ICMB 222 หลักการตลาด, ICMB 237 การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ Differences between single country marketing and international marketing; global economic and trade environment, global social and cultural environment, global political and legal environment; emerging markets' characteristics, developed markets' characteristics; segmentation, targeting, and positioning in the global market; market selection process; mode of entry; the marketing strategy in foreign markets ความแตกต่างระหว่างการตลาดในประเทศและการตลาดระหว่างประเทศ สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและการค้า สภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมาย ลักษณะของตลาดในประเทศกำลังพัฒนา ลักษณะตลาดของประเทศที่พัฒนาแล้ว การแบ่งกลุ่มลูกค้า การคัดเลือก และการกำหนดจุดยืนในตลาดโลก กระบวนการเลือกตลาด กลยุทธ์การสู่ตลาด กลยุทธ์การตลาดในต่างประเทศ	
ICMK 456	Special Topics in Marketing หัวข้อพิเศษทางการตลาด	4 (4-0-8) ๔ (๔-๐-๘)
	Prerequisite: Juniors วิชาบังคับก่อน: นักศึกษาชั้นปีที่ ๓ A study of contemporary issues, industry trends, theories, and best practices in marketing in response to the changing business environment การศึกษาปัญหาร่วมสมัย, แนวโน้มอุตสาหกรรม, ทฤษฎีและการปฏิบัติที่ดีในด้านการตลาด เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	
ICMB 496	Practical Business Training – On Campus โครงการฝึกงาน – ภายในมหาวิทยาลัย	8 (2-32-10) ๘ (๒-๓๒-๑๐)



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Course code	Course Title	Credits
	Prerequisite: Seniors, ICMB 490 Career Preparation วิชาบังคับก่อน: นักศึกษาชั้นปีที่ ๔, ICMB 490 การเตรียมอาชีพ An on-campus internship program at Brew & Bev Bistro providing practical business experience for MUIC students; applications of business knowledge and skills learned in class; a summative evaluation of students' teamwork, analytical thinking skills, innovativeness, ethics and sustainability, and management knowledge and skills โครงการฝึกงานภายในมหาวิทยาลัยที่ Brew & Bev Bistro ให้ประสบการณ์ทางธุรกิจที่เป็นประโยชน์สำหรับนักศึกษา MUIC การประยุกต์ใช้ความรู้ทางธุรกิจและทักษะที่ได้เรียนรู้ในชั้นเรียน การประเมินโดยสรุปในส่วนของทักษะการทำงานเป็นทีมของนักเรียน ทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์ ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม จริยธรรมและความยั่งยืนตลอดจนความรู้และทักษะการจัดการ	
ICMB 497	Practical Business Training – Off Campus โครงการฝึกงาน – ภายนอกมหาวิทยาลัย	8 (0-40-8) ๘ (๐-๔๐-๘)
	Prerequisite: Seniors, ICMB 490 Career Preparation วิชาบังคับก่อน: นักศึกษาชั้นปีที่ ๔, ICMB 490 การเตรียมอาชีพ An internship program in off-campus organizations providing practical business experience for MUIC students; applications of business knowledge and skills learned in class; a summative evaluation of students' teamwork, analytical thinking skills, innovativeness, ethics and sustainability, and management knowledge and skills โครงการฝึกงานมหาวิทยาลัยกับองค์กรภายนอกให้ประสบการณ์ทางธุรกิจที่เป็นประโยชน์สำหรับนักศึกษา MUIC การประยุกต์ใช้ความรู้ทางธุรกิจและทักษะที่ได้เรียนรู้ในชั้นเรียน การประเมินโดยสรุปในส่วนของทักษะการทำงานเป็นทีมของนักเรียน ทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์ ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม จริยธรรมและความยั่งยืนตลอดจนความรู้และทักษะการจัดการ	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

3.2 Name, Surname, Identification Number, Academic Position, Educational Qualifications of Lecturers

3.2.1 Lecturers in Charge of the Program

No.	Name	Academic Position	Educational Qualification (Field of Study)/ Institution/ Year of Graduation	Latest Academic Products in the past 5 Years
1.	Ms. Kandapa Thanasutha ID. No. 312010179xxxx	-	Ph.D. (Business Administration), Thammasat University, Thailand, 2016 M.B.A. (Marketing and Finance), Sasin Graduate Institute of Business Administration Chulalongkorn University, Thailand, 2003 B.S. (International Business), Georgetown College, USA, 1999	Metharom, P. & Thanasutha, K. (2016). Private Labels Purchase: Integrating Effect of Store Image, Store-Category Association, and Branding Strategy. SIBR-RDINRRU 2016 Conference on Interdisciplinary Business and Economics Research, 5 (3), 1-9
2.	Ms. Apiradee Wongkitrungrueng ID No. 310090333xxxx	-	Ph.D. (Marketing), Sasin Graduate Institute of Business Administration of Chulalongkorn University, Thailand 2012 M.S. (Analysis, Design, and Management of Information Systems), London School of Economics and Political Science, 2003 B.A. (Economics), Chulalongkorn	Wongkitrungrueng, A. (2015). From “Tom Yam Kung Crisis” To “Bangkok Shutdown”. Proceeding of the International Conference on Tourism and Business, 131-139.



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

No.	Name	Academic Position	Educational Qualification (Field of Study)/ Institution/ Year of Graduation	Latest Academic Products in the past 5 Years
			University, Thailand, 2002	
3.	Ms. Olimpia Cavorsora Racela Passport No. 530599xxx	-	D.B.A. (Marketing), Thammasat University, Thailand, 2005 M.B.A. (Business Administration), Pittsburg State University, USA, 1995 B.B.A. (Economics and Marketing), Pittsburg State University, USA, 1994	Vithessonthi, C. & Racela, O.C. (2016). Short-and Long-run Effects of Internationalization and R&D Intensity on Firm Performance. Journal of Multinational Financial Management, 34, 28-45.
4.	Mr. Chanchai Phonthanukitithawor n ID No. 310090378xxxx	Assistant Professor	D.B.A. (Business Administration), College of Business, Victoria University, Australia, 2013 M.B.A. (Technology Management), Graduate School, Assumption University, Thailand, 2007 B.B.A (Business English), Rajamangala Institute of Technology Borpitpimuk Mahamek, Thailand, 2001	Selitto, C., Fong, M. & Phonthanukitithaworn, C. (2016). An Investigation of Mobile Payment (m- payment) Services in Thailand. Asia Pacific Journal of Business Administration, 8 (1), 37- 54.
5.	Ms. Phassawan Suntraruk	-	Ph.D. (Business Administration), Assumption University, Thailand,	Joungtrattanakamjorn, W. & Suntraruk, P. (2016).



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

No.	Name	Academic Position	Educational Qualification (Field of Study)/ Institution/ Year of Graduation	Latest Academic Products in the past 5 Years
	ID No. 362990005xxxx		2010 M.S. (Accountancy), University of Illinois at Urbana-Champaign, USA, 2003 B.A. (Accounting), Chiang Mai University, Thailand, 2001	Economic Variables as Predictors of Stock Market Performance: Evidence from the Market for Alternative Investment. Srinakharinwirot Business Journal, 7 (1), 25-47. (TCI)

3.2.2 Program Designated Lecturers

See Appendix 6

3.2.3 Full-time Lecturers from Other Faculties

No

3.2.4 Part-time Lecturers

See Appendix 6

4. Components Related to Field Training Experience (Trainings or Multi-Activity Education)

All BBA students are required to take either ICMB 496 Practical Business Training – On Campus or ICMB 497 Practical Business Training – Off Campus.

4.1 Standard of Learning Outcome for Field Training Experience

1. To gain business practice experience in an actual business setting
2. To apply knowledge learned and skills developed in class for addressing real-world business problems/issues



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

3. To develop interpersonal communication skills and demonstrate an ability to work in team
4. To demonstrate professionalism, including self-discipline, time management, taking responsibility and a good working attitudes

4.2 Duration

At least 10 weeks

4.3 Schedule and Timetable

For the On-campus Practical Business Training, at least 5 work days/week with a total of 32 hours/week for practice and a total of 2 hours/week for in-class training.

For the Off-campus Practical Business Training, at least 5 work days/week with a total of 40 hours/week.

4.4 Number of Credits

ICMB 496 Practical Business Training – On Campus 8 credits (2-32-10)

ICMB 497 Practical Business Training – Off Campus 8 credits (0-40-8)

4.5 Preparation

Students taking the On-campus Practical Business Training, receive 2-week on the job training before the official start of the practical business training to learn from students in the previous batch.

Students taking the Off-campus Practical Business Training, meet with their internship advisors to learn about internship procedures, professional etiquettes and expected learning performance prior to the start of the internship program.

4.6 Evaluation Procedure

Assessment Criteria	Evaluator	Description
Teamwork	On-campus - Advisor 80%	Interpersonal skills, diversity awareness, effective collaboration



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Assessment Criteria	Evaluator	Description
	<ul style="list-style-type: none"> - Peer 20% Off-campus <ul style="list-style-type: none"> - Advisor 40% - Employer 100% 	
Analytical Thinking	On-campus <ul style="list-style-type: none"> - Advisor 100% Off-campus <ul style="list-style-type: none"> - Advisor 40% - Employer 100% 	Identification of relevant information, method selection, well-reasoned conclusion
Innovativeness	On-campus <ul style="list-style-type: none"> - Advisor 100% Off-campus <ul style="list-style-type: none"> - Advisor 40% - Employer 100% 	Identification of business opportunities, innovative and practical ideas
Ethics and Sustainability	On-campus <ul style="list-style-type: none"> - Advisor 100% Off-campus <ul style="list-style-type: none"> - Advisor 40% - Employer 100% 	Ethical implications of business practices, sustainability concepts
Management	On-campus <ul style="list-style-type: none"> - Advisor 100% Off-campus <ul style="list-style-type: none"> - Advisor 40% - Employer 100% 	Business function knowledge, project planning, change management
Discipline-specific Knowledge and Skills	On-campus	Discipline-specific Knowledge and Skills



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

Assessment Criteria	Evaluator	Description
	<ul style="list-style-type: none">- Advisor 100% Off-campus <ul style="list-style-type: none">- Advisor 40%- Employer 100%	

*Students receive letter grades based on their performance

5. Requirements for Project or Research Work (If any)

5.1 Brief Description

Not applicable

5.2 Standard of Learning Outcome

Not applicable

5.3 Duration

Not applicable

5.4 Number of Credits

Not applicable

5.5 Preparation

Not applicable

5.6 Evaluation Procedure

Not applicable



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Section 4 Learning Outcome, Teaching Strategy and Evaluation

1. Development of Students Special Characteristics

Special Characteristics	Teaching Strategies and Student Activities
1. 21 st century skills and knowledge (based on P21's Framework for 21st Century Learning)	<p>Students develop their 21st century skills through General Education courses in the following categories.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● English Communications ● Humanities and Foreign Languages ● Natural Sciences ● Social Sciences ● Health Science and Physical Education <p>General Education courses serve to enhance students' core subject knowledge, learning and innovation skills, digital literacy skills and career and life skills.</p>
2. Global citizen	<p>Students become a global citizen who are able to communicate and work with other people from a diverse cultural backgrounds through:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Minor program in foreign languages ● An opportunity to participate in a student exchange program with leading universities around the world ● An opportunity to participate in the college and university's events both in local and international arenas



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Special Characteristics	Teaching Strategies and Student Activities
	<ul style="list-style-type: none"> A multicultural learning environment which high ratio of foreign faculty and a high ratio of foreign students
3. Core business knowledge and entrepreneurial mindset (turn ideas and into actions)	<p>Students equip themselves with business knowledge and skills and develop entrepreneurial mindset through Core Business courses, mapped with five key expected characteristics as follows.</p> <ul style="list-style-type: none"> Teamwork Analytical Skills Innovativeness Ethics and Sustainability Management <p>Students learn by participating in innovative and practical teaching and learning activities in class involving external stakeholders and by practicing their skills through Business Practice Training.</p> <p>Students develop their own interest and learning through extracurricular activities including student's clubs, student associations, business case competitions and school events.</p> <p>Interdisciplinary Elective courses allow students to pursue a Minor in other disciplines, in order to</p>



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

Special Characteristics	Teaching Strategies and Student Activities
	develop secondary set knowledge, skills and perspective, which may complement their primary interest.
4. Specific and updated knowledge and skills	<p>Students acquire marketing knowledge and skills through Major Required and career-based Major Elective courses, mapped with discipline-specific learning outcomes. Classes are conducted with the involvement of practitioners through real-life projects.</p> <p>Students are encouraged to participate in industry-related events organized by the college or corporations to broaden their industry knowledge and to expand their professional network</p> <p>Students may update their knowledge in a chosen discipline by taking a Special Topics course as a Major Elective course.</p>

2. Relationship between Program-level Learning Outcomes (PLOs) and Professional Standards or TQF

See Appendix 3



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

3. Program-level Learning Outcomes (PLOs), Teaching Strategy, Assessment and Evaluation Strategy

Program Learning Objectives	Teaching and Evaluation Strategies
<p>At the end of the program, successful students will be able to:</p> <p>Teamwork</p> <ol style="list-style-type: none">1. demonstrate an ability to work in a team.<ol style="list-style-type: none">1.1. demonstrate effective interpersonal skills.1.2. describe the importance of diversity.1.3. demonstrate their ability to collaborate effectively with others.	<p>Students are introduced to the concepts of team work by taking General Education courses and some Business Core courses. The concepts are then reinforced in other higher-level courses requiring students to work in groups. Students' teamwork skills are then summatively evaluated by employers in their practical business training programs.</p> <p>Encourage lecturers to adopt diverse teaching methodologies involving group work.</p> <ol style="list-style-type: none">1. Group projects/assignments2. Encourage real-life experience by engaging students in interactive sessions with experienced practitioners3. Business practices both on- and off-campus4. Field trips



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Program Learning Objectives	Teaching and Evaluation Strategies
	<p>Evaluation Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Group presentation of the knowledge synthesis 2. Within-group peer evaluation 3. Class attendance and class participation 4. Employer's evaluation
<p>At the end of the program, successful students will be able to:</p> <p>Analytical Skills</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. think analytically and logically arrive at informed marketing insights for marketing planning and marketing strategy formulation. <ol style="list-style-type: none"> 2.1. identify relevant information to business issues. 2.2. select appropriate frameworks/techniques/methods to analyze business issues. 2.3. logically and informedly arrive at marketing insights used for marketing planning and marketing strategy formulation. 	<p>Students initially develop their analytical skills in general by taking General Education courses and some Business Core courses. Their skills are reinforced through many class activities in other higher-level business and marketing courses requiring students to think analytically and to develop logical marketing solutions. Students' analytical skills are then summatively evaluated by employers in their practical business training programs.</p> <p>Encourage lecturers to adopt diverse teaching methodologies involving analytical work.</p>



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Program Learning Objectives	Teaching and Evaluation Strategies
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lecture and group discussion of case studies 2. Assignments and presentations <p>Evaluation Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Written examination 2. Analysis of the case 3. Presentation of the knowledge synthesis 4. Class attendance and class participation
<p>At the end of the program, successful students will be able to:</p> <p>Innovativeness</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. develop innovative marketing plans/solutions for capturing new market opportunities or solving marketing problems. <ol style="list-style-type: none"> 3.1. identify relevant business opportunities/problems. 3.2. propose innovative marketing plans/solutions to capture new market opportunity or to solve current marketing problems 	<p>Students initially develop their innovativeness in general by taking General Education courses and some Business Core courses. Their skills are reinforced through many class activities in other higher-level business and marketing courses requiring students to generate innovative marketing solutions. Students' innovativeness is then summatively evaluated in the Business Innovation and Entrepreneurship or Business Strategy courses.</p>



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Program Learning Objectives	Teaching and Evaluation Strategies
	<p>Encourage lecturers to adopt diverse teaching methodologies involving innovative work.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hands-on group projects/assignment 2. Field trips 3. Lecture which involves questions and class discussion on certain topics and special lecture session conducted by experienced practitioners from related field. <p>Evaluation Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Group presentation of innovation 2. Class attendance and class participation
<p>At the end of the program, successful students will be able to:</p> <p>Ethics and Sustainability</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. to generate innovative business solutions. <ol style="list-style-type: none"> 4.1. assess the ethical implications of business practices. 4.2. describe the concepts of sustainability in business contexts. 	<p>Students are introduced to the concepts of ethics and sustainability by taking General Education courses and some Business Core courses. The concepts are reinforced in the Business Law, Business Ethics and Sustainability and other higher-level business courses requiring students</p>



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Program Learning Objectives	Teaching and Evaluation Strategies
	<p>to demonstrate ethical and sustainability awareness. Students are then summatively evaluated by employers on their ethical behaviors and sustainability planning.</p> <p>Encourage lecturers to adopt diverse teaching methodologies involving ethical and sustainability discussions.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lecture which involves questions and class discussion on certain topics and special lecture session conducted by experienced practitioners from related field 2. Case studies with an emphasis on morality, ethics and sustainability 3. Individual and/or group assignments and discussion <p>Evaluation Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Class attendance and class participation 2. Written examination
At the end of the program, successful students will be able to:	Students are introduced to general and business management concepts



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Program Learning Objectives	Teaching and Evaluation Strategies
Management 5. explain management concepts and to accomplish tasks within a changing business environment. 5.1. demonstrate knowledge of main business functions and organizational management. 5.2. prepare an effective plan to ensure that tasks are successfully accomplished. 5.3. assess changes in a working environment and their impacts.	<p>by taking General Education courses and some Business Core courses. The concepts are reinforced in other higher-level business courses requiring students to learn business function concepts and to prepare plans. Students are then summatively evaluated by employers on their management knowledge and skills.</p> <p>Encourage lecturers to adopt diverse teaching methodologies involving project planning, organization planning assignments and discussions.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lecture which involves questions and class discussion on certain topics and special lecture session conducted by experienced practitioners from related field 2. Case studies with an emphasis on morality, ethics and sustainability 3. Individual and/or group assignments and discussion <p>Evaluation Strategies</p>



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Program Learning Objectives	Teaching and Evaluation Strategies
	1. Written examination 2. Presentation of project assignment 3. Class attendance and class participation 4. Within-group peer evaluation
<p>At the end of the program, successful students will be able to:</p> <p>Marketing Knowledge and Skills</p> <p>6. use marketing knowledge & skills to solve actual business problems.</p> <p>6.1. successfully design marketing plan for organizations and emerging companies to continuously and sustainably grow in a digital world.</p> <p>6.2. explain the impact of marketing decisions on organization and society.</p>	<p>Students are introduced to the principles of marketing by taking Business Core courses while developing transferable skills needed through other General Education courses. The marketing concepts and skills are enhanced and reinforced through many higher-level business and marketing courses requiring students to apply their marketing knowledge and skills to solve business problems.</p> <p>Students' marketing skills and knowledge are then summatively evaluated in Marketing Strategy for Sustainability as the capstone course for the marketing program.</p> <p>Encourage lecturers to adopt diverse</p>



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

Program Learning Objectives	Teaching and Evaluation Strategies
	<p>teaching methodologies involving marketing and communication plan assignments and projects.</p> <ol style="list-style-type: none">1. Hands-on group projects/assignment2. Field trips3. Lecture which involves questions and class discussion on certain topics and special lecture session conducted by experienced practitioners from related filed. <p>Evaluation Strategies</p> <ol style="list-style-type: none">1. Group presentation of innovation2. Class attendance and class participation



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Section 5 Student Evaluation Criteria

1. Grading Rules/Guidelines

Students receive grades according to the criteria stated in Mahidol University's regulations on undergraduate studies as well as MUIC's regulations and/or announcements. The table below illustrates the grade system used by all MUIC courses.

Grade	Achievement	Final Score (% range)	GPA
A	Excellent	90-100	4.0
B+	Very good	85-89	3.5
B	Good	80-84	3.0
C+	Fairly good	75-79	2.5
C	Fair	70-74	2.0
D+	Poor	65-69	1.5
D	Very poor	60-64	1.0
F	Fail	Less than 60	0.0

2. Standard Verification Process for Student Achievement

- Students' learning outcomes from class participation, group activities, presentations, quizzes and examinations are measured and analyzed through AoL process.
- Lecturers and Program Directors discuss on the improvement of learning outcomes results in closing the loop report.
- Program learning objectives are monitored and targets are reviewed every trimester.

3. Graduation Requirements

- Total time of study should not exceed 8 academic years
- Students have to complete their credits as stated in the curriculum which includes:
 - General education courses
 - Major courses
 - Free elective courses



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

- Students must have a minimum 2.00 CUM-GPA
- Students must pass the criteria set for the English competency prior to their graduation as specified by the Mahidol University's regulations.

4. Honor regulations

- Students who do only major program should not have the total time of study more than the minimum number of trimesters or academic years as specified in the curriculum.
- Other regulations will follow Mahidol University's and MUIC's Regulations.

5. Appeal Procedure for Students

Appeal Channel and Procedure for Students on Grade, Examination Results or Action of Staff

Students who would like to make an appeal on grade, examination results (scores) and/or order/action of staff must write an appeal letter to the Dean of Mahidol University International College (the form can be downloaded from the download area at www.muic.mahidol.ac.th). In the appeal letter, the following information must be specified: name of the appellant, contact information of the appellant, action or issue that student would like to make an appeal, a result of the appeal that student wants such as request for reviewing grade, request for checking scoring criteria, request for approval or withdrawal order, etc. Students also need to submit supporting documents or evidences (if any) for the appeal.

In the case that student wishes to check on the scores, student can contact the lecturer of such course and must inform him/her on the following information: name of the requestor, things that student would like to review, date and time that student would like to make an appointment for review. The course lecturer can allow student to review only the document(s) of such requestor.



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

Section 6 Lecturer's Professional Development

1. New Lecturer Orientation

- New instructors have to attend an orientation that aims to provide knowledge and understanding about the policies of Mahidol University and the college.
- New full-time and part-time instructors are trained to acknowledge and understand the curriculum, including divisional activities.

2. Knowledge and Skill Development for Lecturers

2.1 Development of Teaching Skills, Assessment and Evaluation

- Provide workshops to develop skills on teaching and learning methods.
- Allow instructors to participate in the evaluation and revision of the curriculum and courses as well as the development of a new curriculum.

2.2 Other Academic and Professional Development

- Support instructors to do research, produce and present academic projects and continue their studies.
- Encourage and support instructors to attend meetings, training sessions, seminars and studies at other institutes and organizations.



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

Section 7 Quality Assurance

1. Quality Control

The current curriculum is developed based on stakeholders' inputs including those from BA's Advisory Board, students, faculty members, alumni, MU and MUIC executives, and the benchmarking with domestic and foreign programs. A curriculum development committee comprising Division Chair, Program Director, ranked academicians, and industry leaders is formed to further improve upon a proposed curriculum before the standing before MUIC and MU curriculum scrutiny committees.

After an approval, the quality of curriculum is monitored and improved through the BA's AoL system under the supervisions of Division Chair, Program Directors and BA's AoL and Curriculum Development subcommittee. Program and course learning objectives are measured and analyzed every trimester by responsible lecturers whereas an improvement will be recorded in Closing the Loop report.

The Key Performance Indicators for assessing the effectiveness of such procedures are:

1. At least 80% of program designated lecturers have participated in meetings regarding planning, monitoring and reviewing the program administration.
2. Provide the details regarding program in the TQF2 format which complies with National Qualification Framework or Professional Standard/Standard of the program <if any>
3. Provide the details regarding all courses and field experiences <if any> in the TQF3 and 4 format before the opening of such courses in each trimester.
4. Produce the Course Report and Field Experience Report <if any> of every course in TQF5 and 6 format within 30 days after the end of each trimester.
5. Produce the Program Report in TQF7 format within 60 days after the end of the academic year.



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

2. Graduate

MUIC conducts regular surveys on the needs of employers and their satisfaction with graduates in order to guarantee quality academic service and uses the results to revise, improve and develop the curriculum. Moreover, MUIC uses the survey results to improve the quality of its teaching and learning in order to produce graduates who meet the demands of the labor market.

The Key Performance Indicators for assessing the quality of graduates are:

1. The level of employers' satisfaction towards new graduates is on average no less than 3.5 from 5.0.
2. Graduates who get a job with a starting rate salary not lower than the rate stated by the Office of the Civil Service Commission (OCSC).

3. Student

MUIC's BA applicants are admitted three times a year based on their standardized test scores or those of the tests administered by MUIC. Students who are less-than qualified may opt to attend pre-college to enhance their English and mathematic skills in Pre-College (PC) before entering MUIC. Newly accepted students are given many orientation sessions and guidance from their advisors, program directors, and Office of Academic Affair (OAA) throughout their study period. Students also learn and enhance new skills through extracurricular activities MUIC organizes or supports.

The Key Performance Indicators for assessing the effectiveness of such procedures are

1. The number of accepted students in accordance with MUIC's plan.
2. The level of senior students/new graduates' satisfaction towards program quality is on average no less than 3.5 from 5.0.

4. Lecturer

BA division recruits new faculty members following the staffing plan by considering their qualifications in accordance with the MU and MUIC regulations and Faculty Sufficiency Ratio



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

requirements. Candidates must go through a rigorous selection process including a teaching demo, a research presentation demo, and an interview with MUIC executives, to ensure their ability to teach, to produce research and to provide services, so as to serve MU, MUIC and BA missions.

BA's faculty members involve in every step of curriculum planning, monitoring and revision through a participation in curriculum design focus-group activities, the AoL report, and a continual improvement in teaching based on teaching evaluations from students and peers.

Part-time lecturers are recruited through a selection process including a teaching demo and an interview with BA executives. The appointment decision is made based on their, teaching performance, academic and/or professional experience and attitude. Part-time lecturers work closely with Program Directors in academic-related matters.

The Key Performance Indicators for assessing the effectiveness of such procedures are:

1. There is a development/improvement in teaching and learning, teaching strategy or evaluation of learning outcomes due to the evaluation result in the TQF7 of the previous year.
2. Every new lecturer (if any) has participated in the orientation or received advice on teaching and learning.
3. Every full-time lecturer has been academically/professionally developed at least once a year.

5. Program, Teaching and Learning, Student Evaluation

The evaluation of the quality of the program and the teaching and learning of students is executed in several forms. Firstly, lecturers evaluate students' teaching and learning performance against pre-defined program and course learning objectives through class activities. The results are reported in the form of AoL report and TQF5. At the end of each trimester, the overall performance of AoL system is discussed among Program Directors and AoL and Curriculum Development subcommittee for further improvement. Responsible



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

lecturers and Program Directors are key responsible parties to monitor and to administer necessary pedagogical-, course-, and program-level changes.

Secondly, the quality of teaching is assessed through student evaluation and peer evaluation at the end of trimester. Program Directors are to ensure the quality improvement in lecturers' teaching.

The Key Performance Indicator for assessing the effectiveness of such procedures is:

1. There is a verification process for student achievement according to the standard of learning outcomes as indicated in the TQF3 and TQF4 <if any> in at least 25 % of the courses being offered in each academic year.

6. Academic Support

MUIC provides academic supports both physical and technological as well as facilities or resources that promote learning in the forms of computer labs, Business Simulation and Financial Labs, updated library, student clubs, tutoring services, counseling services, etc. The qualification of staffs providing academic supports is ensure through many development programs.

MUIC supports its staff members by encouraging them to participate in training programs that are related to their positions through a proactive staff development project. This project allows staff members to choose training sessions in which they are interested and which will be most applicable to their work, particularly exchange programs with foreign universities. The proactive staff development project also supports staff members in research projects related to their work which will enhance their personal and professional development. In addition, the college also provides funding for staff research projects (R2R).

Students have access to support and guidance through the Office of Academic Affairs (OAA) providing services including course registration, academic counseling and other academic-related matters. In addition, each student is assigned an advisor who is responsible for monitoring and advising on the student's academic planning and performance. Each trimester,



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

BA division also organizes an Advising Day, which students can informally meet and discuss with their advisors.

Students seeking for advices on academic and other issues can contact their advisors, Program Directors, BA Chairman, OAA. In addition, they can attend seminars related to academic process, teaching and learning, and career development, regularly organized by MUIC and BA division.

Students who would like to pursue academic appeal can follow the appeal process guided in the Student Handbook for academic related matters.

The Key Performance Indicator for assessing the effectiveness of such procedures is:

1. The number of academic supporting staffs <if any> have been academically/ professionally developed no less than 50 % a year.

7. Key Performance Indicators

MUIC divides key performance indicators in each trimester as follows:

Key Performance Indicators	Academic Year				
	1 st year	2 nd year	3 rd year	4 th year	5 th year
1. A least 80% of program designated lecturers have participated in meetings regarding planning, monitoring and reviewing the program administration.	✓	✓	✓	✓	✓
2. Provide the details regarding program in the TQF2 format which complies with National Qualification Framework or Professional Standard/Standard of the program <if any>	✓	✓	✓	✓	✓
3. Provide the details regarding all courses and field experiences <if any> in the TQF3 and 4 format before the opening of such courses in each trimester.	✓	✓	✓	✓	✓
4. Produce the Course Report and Field Experience Report <if any> of every course in TQF5 and 6 format within 30 days after the end of each trimester.	✓	✓	✓	✓	✓



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Key Performance Indicators	Academic Year				
	1 st year	2 nd year	3 rd year	4 th year	5 th year
5. Produce the Program Report in TQF7 format within 60 days after the end of the academic year.	✓	✓	✓	✓	✓
6. There is a verification process for student achievement according to the standard of learning outcomes as indicated in the TQF3 and TQF4 <if any> in at least 25 % of the courses being offered in each academic year.	✓	✓	✓	✓	✓
7. There is a development/improvement in teaching and learning, teaching strategy or evaluation of learning outcomes due to the evaluation result in the TQF7 of the previous year.	✓	✓	✓	✓	✓
8. Every new lecturer (if any) has participated in the orientation or received advice on teaching and learning.	✓	✓	✓	✓	✓
9. Every full-time lecturer has been academically/ professionally developed at least once a year.	✓	✓	✓	✓	✓
10. The number of academic supporting staffs <if any> have been academically/ professionally developed no less than 50 % a year.	✓	✓	✓	✓	✓
11. The level of senior students/new graduates' satisfaction towards program quality is on average no less than 3.5 from 5.0.				✓	✓
12. The level of employers' satisfaction towards new graduates is on average no less than 3.5 from 5.0.					✓
13. The number of accepted students in accordance with MUIC's plan.	✓	✓	✓	✓	✓
14. Graduates who get a job with a starting rate salary not lower than the rate stated by the Office of the Civil Service Commission (OCSC).					✓
Total key performance indicators (items) for each year	11	11	11	12	14
Required performance indicators (items)	1-5	1-5	1-5	1-5	1-5



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

Key Performance Indicators	Academic Year				
	1 st year	2 nd year	3 rd year	4 th year	5 th year
Performance indicators that need to pass expectations	9	9	9	10	12

Evaluation criteria: A curriculum that meets the standards of Thai Qualifications Framework must qualify for the following conditions: (1) the compulsory performance indicators (numbers 1-5) must pass beyond expectations and (2) the total number of performance indicators must reach their goal by no less than 80 percent each year.



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

Section 8 Evaluation, Improvement, and Implementation

1. Assessment of Teaching Effectiveness

1.1 Assessment of Teaching Strategy

- Student evaluation toward courses and instructors
- Peer evaluation toward courses and instructors
- Self-evaluation based on Program Learning Objective (PLO) achievement and AoL reports

1.2 Assessment of the Lecturer's Skills in Applying Teaching Strategies

- Student evaluation toward courses and instructors
- Peer evaluation toward courses and instructors
- Self-evaluation based on Program Learning Objective (PLO) achievement and AoL reports
- Evaluation of teaching practices in teaching and learning improvement workshops

2. Overall Evaluation of the Program

- Evaluation of Program Learning Objectives
- Survey on graduates' employment status
- Survey on graduates' satisfaction with curriculum
- Survey on employers' satisfaction with graduates
- Feedbacks from Advisory Board, alumni, and parents

3. Assessment of the Program Implementation Based on the Program Specification

An assessment of the program implementation is conducted regularly by the Division Chairman, Program Directors, and AoL and Curriculum Development Subcommittee on the KPIs listed in section 7.



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

4. Review of Evaluation Results and Plans for Improvement

Program evaluation results are reviewed regularly by the Division Chairman, Program Directors, and AoL and Curriculum Development Subcommittee whereas approaches and responsibility for an improvement at pedagogical, course and program levels are agreed upon in subcommittee and/or divisional interactive meetings.



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

Appendix Shown in Program Handbook (TQF2) Revised Program 2018

Appendix 1	MU Degree Profile
Appendix 2	Appendix 2.1 Program-Level Learning Outcomes (PLOs) and Sub-Program Learning Outcomes (SubPLOs) Appendix 2.2 Relationship between Program-level Learning Outcomes (PLOs) and MU Graduate Attributes
Appendix 3	Table Defining Relationship Between Program-Level Learning Outcomes (PLOs) and Standard Learning Outcomes in TQF Level 2
Appendix 4	Curriculum Mapping Indicated by letters: I, R, P, M
Appendix 5	Contents of the Revision of Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program) B.E. 2556 (A.D. 2013)
Appendix 6	Details on Lecturers in Charge of the Program and Name List of Program Designated Lecturers (With Academic Products)
Appendix 7	Mahidol University's Regulations on Undergraduate Studies
Appendix 8	Appointment Order of Curriculum Development Committee and MUIC Academic Committee



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Appendix 1

MU Degree Profile



Undergraduate Program	
1. Program Title (Thai) หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรนานาชาติ) (English) Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)	
2. Degree Title (Thai) บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด) (English) Bachelor of Business Administration (Marketing)	
Program Overview	
Type of Program	Bachelor's Degree (International Program), Academic Program
Number of Credits	No less than 183 credits
Duration of Program/ Program Cycle	Four-Year Program
Program Status and Schedule of Program Start Dates	Revised Program 2018 Program start: Trimester I Academic Year 2018
Degree Offered	One degree of one major
Institution Offering Degree (collaboration with other institutions)	Mahidol University
Organization Certifying the Standards of the Program	-
Specific Data of the Program	
Purpose / Goals / Objectives	Goals The main goal of the BBA program in Marketing is to produce graduates who are entrepreneurial-minded . Graduates from this program will be able to demonstrate



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	<p>their leadership quality, ability to think critically, innovativeness, ethical and sustainability awareness, management skills and marketing-specific knowledge in actual business settings.</p> <p>Objectives</p> <p>This program aims to produce entrepreneurial-minded graduates who are able to demonstrate an ability to work in a team, to think critically and innovatively, to turn great ideas into actions using their business and disciplined-specific knowledge and skills for the better of organizations and the global society.</p>
Distinctive Features	<p>Students develop entrepreneurial mindset during the program, being able to turn ideas into actions .They are allowed to pursue a minor of interest in any discipline to broaden their learning perspective and are required to gain practical experience through internship program .Gaining practical teaching and learning experience in the program, students are equipped with general and discipline-specific knowledge and skills to be ready to contribute to a more innovative and sustainable global society .</p>
Academic System (semester/trimester/quarter system)	Trimester system
Advancement Path of the Graduates	
Career Opportunities	<p>a. Marketing, brand, product managers in local and multinational companies</p> <p>b. Positions in research and/or information service businesses</p> <p>c. Account executives in advertising agencies</p> <p>d. Employees in state enterprises</p> <p>e. Positions in international or non-profit institutions/</p>



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	<p>organizations</p> <p>f. Business entrepreneurs</p>
Further Study after graduation	<p>a. Graduate School in Marketing / Marketing Research / Marketing Communication / Logistics</p> <p>b. Master of Business Administration (either in Thailand or outside Thailand)</p>
Educational Philosophy in Program Management	
Program Philosophy	<p>Mahidol University International College's Business Administration graduates are well equipped with 21st century, core business and discipline-specific knowledge and skills, and entrepreneurial mindset through innovative and impactful academic, co-curricular and extra-curricular activities, so as to contribute to a more innovative and sustainable global society .</p>
Strategy/ Practice in teaching and learning	<ol style="list-style-type: none"> 1. Students develop their 21st century skills through General Education courses, which serve to enhance students' core subject knowledge, learning and innovation skills, career and life skills. 2. Students become global citizens who are able to communicate and work with other people from diverse cultural backgrounds. 3. Students equip themselves with business knowledge and skills and develop entrepreneurial mindset through Core Business courses, mapped with five key expected characteristics)Leadership, Cognitive thinking, Innovativeness, Ethics and Sustainability, and Management. 4. Students acquire discipline-specific knowledge and skills through Major Required and career-based Major Elective courses, mapped with discipline-specific learning outcomes .Classes are conducted with the



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

	involvement of practitioners through real-life projects.
Strategy/Practice for Evaluating Learning Outcomes of Students	<u>Teaching Strategies;</u> <ol style="list-style-type: none"> 1. Group projects/assignments 2. Presentation 3. Interactive lecture with experience practitioner 4. Case studies with an emphasis on morality & ethics. 5. Individual/group assignments and/or discussion 6. Business practices <u>Evaluation Strategies;</u> <ol style="list-style-type: none"> 1. Synthesis of group presentation 2. Peer evaluation 3. Written examination 4. Class attendance and class participation 5. Employer evaluation
Competencies Enhanced to the Students of the Program	
Generic Competence	<ol style="list-style-type: none"> 1. Critical Thinking and problem solving skills to analyze business-related issues. 2. Communication skills including written, presentation to communicate professionally in a business context. 3. Creativity and innovation to propose new idea for solving new business problems. 4. Interaction skill including leadership, interpersonal skill, teamwork 5. Organizational skill especially project and time management
Subject-specific Competence	<ol style="list-style-type: none"> 1. Integrated Marketing Communication 2. Consumer Behavior 3. Marketing Strategy, Digital Marketing, Social Media Marketing 4. Business Marketing and Selling Strategy 5. Marketing Research



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

Learning Outcomes of the Graduates	
PLOs	<p>At the end of the program, successful students will be able to:</p> <p>PLO1 demonstrate an ability to work in a team.</p> <p>PLO2 think analytically and logically arrive at informed marketing insights for marketing planning and marketing strategy formulation.</p> <p>PLO3 develop innovative marketing plans/solutions for capturing new market opportunities or solving marketing problems.</p> <p>PLO4 assess ethical implications of business practices and to describe the importance of sustainability in business.</p> <p>PLO5 explain management concepts and to accomplish tasks within a changing business environment.</p> <p>PLO6 use marketing knowledge and skills to solve actual business problems.</p>



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Appendix 2.1

Program-level Learning Outcomes (PLOs) and Sub-Program Learning Outcomes (SubPLOs)

At the end of the program, successful students will be able to:

PLOs	SubPLOs
PLO1 demonstrate an ability to work in a team	1.1 demonstrate effective interpersonal skills
	1.2 describe the importance of diversity
	1.3 demonstrate their ability to collaborate effectively with others
PLO2 think analytically and logically arrive at informed marketing insights for marketing planning and marketing strategy formulation.	2.1 identify relevant information to business issues
	2.2 select appropriate frameworks/ techniques / methods to analyze business issues
	2.3 logically and informedly arrive at marketing insights used for marketing planning and marketing strategy formulation.
PLO3 develop innovative marketing plans/solutions for capturing new market opportunities or solving marketing problems.	3.1 identify relevant business opportunities/problems
	3.2 propose innovative marketing plans/solutions to capture new market opportunity or to solve current marketing problems.
PLO4 assess ethical implications of business practices and to describe the importance of sustainability in business	4.1 assess the ethical implications of business practices
	4.2 describe the concepts of sustainability in business contexts
PLO5 explain management concepts and to accomplish tasks within a changing business environment	5.1 demonstrate knowledge of the main business functions and organizational management
	5.2 prepare an effective plan to ensure that tasks are successfully accomplished
	5.3 assess changes in a working environment and their impacts
PLO6 use marketing knowledge and skills to solve actual business problems	6.1 successfully design marketing plan for organizations and emerging companies to continuously and sustainably grow in a digital world.



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

PLOs	SubPLOs
	6.2 explain the impact of marketing decisions on organization and society.



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Appendix 2.2

Relationship between Program-level Learning Outcomes (PLOs) and MU Graduate Attributes

Program Learning Outcome / 4 Graduate Attributes	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
T-shaped Breath & Depth – Have both depth and breadth of explicit and thorough knowledge					✓	✓
Globally Talented – Have skills and experience that lead them to be able to compete in the global level.	✓	✓				
Socially Contributing – Have public consciousness and be able to do good things for society				✓		✓
Entrepreneurially Minded – Brave to think, brave to do, brave to make a decision and create new things in the right way.	✓		✓			



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

Appendix 3

Relationship between Program-level Learning Outcomes (PLOs) and TQF Level 2

TQF Level 2 competencies/ Skills/ LOs	PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	PLO 5	PLO 6
1: Ethics and Moral						
1.1 Be able to cope with ethical, moral and professional problems by using value discretion, other people's feelings, basic values and professional ethics.	✓			✓		
1.2 Demonstrate ethical and moral behavior such as have self-discipline, responsibility, honesty, integrity, sacrifice, be a good role model, understand other people and understand the world, etc.	✓			✓		
2: Knowledge						
2.1 Possess broad and systematic knowledge in the field.					✓	✓
2.2 Realize and understand principles and theories of related knowledge.		✓	✓		✓	✓
3: Cognitive Skills						
3.1 Be able to find facts, understand and assess new information, concepts and evidences from various sources of data and apply information achieved from solving problems and other tasks by self.		✓	✓			✓
3.2 Be able to study complex problem and suggest creative solution to the problem in consideration of theoretical knowledge, practical experience and impact from decision making.		✓	✓			✓
3.3 Be able to apply skills and comprehensive understanding on academic and professional contents.		✓	✓		✓	✓
4: Interpersonal Skills and Responsibility						
4.1 Take part in or help in solving group problem creatively whether being a leader or a member of group.	✓				✓	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

TQF Level 2 competencies/ Skills/ LOs	PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	PLO 5	PLO 6
4.2 Demonstrate leadership in the unclear situation that requires new innovation to solve problem.	✓		✓			
4.3 Have initiative in analysing problem that is suitable for self and group.	✓	✓	✓			
4.4 Be responsible for continuous learning as well as self and career development.	✓					
5: Numerical Analysis, Communication and Information Technology						
5.1 Be able to study and try to understand problem.		✓	✓			✓
5.2 Be able to appropriately select and apply related statistical and mathematical techniques on studying, researching and suggesting solutions.		✓	✓			✓
5.3 Usually use information technology in collecting, processing, interpreting and presenting information	✓	✓	✓			
5.4 Be able to effectively communicate both verbally and in writing.	✓		✓			✓
5.5 Be able to select appropriate formats of presentation for different groups of people.	✓		✓		✓	✓



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

Appendix 4

Curriculum Mapping of Courses and PLOs

I = PLO is Introduced and Assessed R = PLO is Reinforced and Assessed
P = PLO is Practiced and Assessed M = Level of Mastery is Assessed A = Assessment

Code	Courses	Credit	Program Learning Outcomes (PLO)					
			PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	PLO 5	PLO 6
First Year								
ICID 100	Freshmen Seminar	0 (0-1-0)				I	I	
ICGC 101	Academic Writing and Research I	4 (4-0-8)	I					
ICGC 102	Academic Writing and Research II	4 (4-0-8)	I					
ICGC 103	Public Speaking	4 (4-0-8)				I		I
ICGH/GL *	Humanities OR Foreign Languages (1)	4 (4-0-8)						
ICGH/GL *	Humanities OR Foreign Languages (2)	4 (4-0-8)						
ICGN 104	Mathematics and Its Contempory Applications	4 (4-0-8)		I				
ICGN XXX*	Natural Sciences (2)	4 (4-0-8)						
ICGP XXX*	Physical Education (1)	1 (0-2-1)						
ICGP XXX*	Physical Educatin (2)	1 (0-2-1)						
ICGS XXX*	Social Science (1)	4 (4-0-8)						
ICGS XXX*	Social Science (2)	4 (4-0-8)						
ICXX	Free Elective (1)	4 (4-0-8)						
ICXX	Free Elective (2)	4 (4-0-8)						
Second Year								
ICGC 2XX*	English Communication IV	4 (4-0-8)						
ICMB 201	Business Statistics	4 (4-0-8)		R				



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Code	Courses	Credit	Program Learning Outcomes (PLO)					
			PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	PLO 5	PLO 6
ICMB 205	Microeconomics	4 (4-0-8)		R	I			
ICMB 206	Macroeconomics	4 (4-0-8)		R	I			
ICMB 207	Management of Business Information	4 (4-0-8)		R	I			
ICMB 213	Financial Accounting	4 (4-0-8)		R			I	
ICMB 214	Managerial Accounting	4 (4-0-8)		R			I	
ICMB 215	Business Finance for Entrepreneurs	4 (4-0-8)		R			I	
ICMB 216	Business Communication	4 (4-0-8)	R					
ICMB 222	Principle of Marketing	4 (4-0-8)			I		I	I
ICMB 235	Management and Organizational Behavior	4 (4-0-8)	R				I	
ICMB 236	Human Resources Management	4 (4-0-8)		R		I	I	
ICMB 237	International Business Management	4 (4-0-8)	R	R				
Third Year								
ICMB 310	Business Law	4 (4-0-8)		R		R		
ICMB 311	Business Ethics and Sustainability	4 (4-0-8)				R		
ICMB 312	Management Science	4 (4-0-8)		R	R			
ICMB 314	Operation and Project Management	4 (4-0-8)		R	R		R	
ICMK 351	Consumer Insights – A Qualitative Approach	4 (4-0-8)		R	R			R
ICMI 331	Global Logistics and Supply Chain Management	4 (4-0-8)					R	R
ICMK 352	Market Intelligence – A Quantitative Approach	4 (4-0-8)		R	R			R
ICMK 353	Consumer Behavior and Decision Making	4 (4-0-8)		R				R



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Code	Courses	Credit	Program Learning Outcomes (PLO)					
			PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	PLO 5	PLO 6
ICMK 361	Digital Marketing	4 (4-0-8)			R	R		R
ICMK 354	New Products Management	4 (4-0-8)			R		R	R
ICMK 355	Integrated Marketing Communications	4 (4-0-8)	R	R				R
ICMK 362	Strategic Brand Management	4 (4-0-8)	R	R				R
Fourth Year								
ICMK 451	Distribution and Retail Channels	4 (4-0-8)		R				R
ICMK 452	Business Marketing and Selling Strategy	4 (4-0-8)		R				R
ICMK 453	Global Marketing Strategy	4 (4-0-8)	R		R			R
ICMK 456	Special Topics in Marketing	4 (4-0-8)						R
ICMK 461	Marketing Strategy for Sustainability	4 (4-0-8)		R	R	R		R
ICBE 471	Market Structures and Pricing Strategies	4 (4-0-8)		R				R
ICMB 401	Business Innovation and Entrepreneurship	4 (4-0-8)	R	R	R		R	
ICMB 402	Business Strategy	4 (4-0-8)	R	R	R		R	
ICMB 490	Career Preparation	1 (1-0-2)	R					
ICMB 496	Practical Business Training - On Campus	8 (2-32-10)	M/A	M/A	P	M/A	M/A	P
ICMB 497	Practical Business Training - Off Campus	8 (0-40-8)	M/A	M/A	P	M/A	M/A	P

* Courses shown are the examples of available GE courses which can be mapped to the program learning outcomes



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

Appendix 5

Contents of the Revision of Bachelor of Business Administration in Marketing Program

The Revision of Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program) 2013 Mahidol University International College

1. The curriculum was approved by the Office of the Higher Education Commission on November 12, 2013.
2. The Mahidol University Council has approved this revised curriculum in the meeting no. 536 on September 19, 2018.
3. The revised curriculum is to be implemented on students with ID 61xxxxx starting from the 1st trimester of the Academic Year 2018 onwards.
4. **Rationale of revision**
 - 4.1 Align key stakeholders' expectation with the newly design curriculum.
 - 4.2 Maintain a high standard of course offerings with respect to new knowledge of the field and professional practices.
 - 4.3 Adapt course offerings to modern educational standards and demand, including embracing the outcome-based model of education.
 - 4.4 Meet the challenges of living and working in a diverse and globalized world



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

5. The contents of revision

B.B.A. in Marketing (International Program) Revised Program 2013			B.B.A. in Marketing (International Program) Revised Program 2018			Remark
Code	Title	Credit	Code	Title	Credit	
			1. Foundation Courses (non-credit)			New course category
			ICID 100	Freshman Seminar	0 (0-1-0)	Moved from Humanities in General Education Courses
			ICMA 100	Foundation Mathematics	0 (4-0-0)	New course
			ICME 100	English Resources Skills	0 (4-0-0)	Moved from English Communication in General Education Courses
1. General Education Courses (60 credits)			1. General Education Courses (42 credits)			
1.1 English Communication (16 credits)			1.1 English Communication (16 credits)			
ICME 100	English Resources Skills	0 (4-0-0)		-		Moved to Foundation Courses
ICCM 104	Intermediate English Communication I	4 (4-0-8)	ICGC 101	Academic Writing and Research I	4 (4-0-8)	Changed code, title and course description
ICCM 105	Intermediate English Communication II	4 (4-0-8)	ICGC 102	Academic Writing and Research II	4 (4-0-8)	Changed code, title and course description
ICCM 106	Intermediate English Communication III	4 (4-0-8)	ICGC 103	Public Speaking	4 (4-0-8)	Changed code, title and course description
ICCM 111	Advanced English Communication I	4 (4-0-8)	ICGC 111	Academic Writing and Research I (Advanced)	4 (4-0-8)	Changed code, title and course description
ICCM 112	Advanced English Communication II	4 (4-0-8)	ICGC 112	Academic Writing and Research II (Advanced)	4 (4-0-8)	Changed code, title and course description
ICCM 202	Exploring Global Realities	4 (4-0-8)	ICGC 201	Global Realities	4 (4-0-8)	Changed code, title and course description
ICCM 203	Introduction to Literary Analysis	4 (4-0-8)	ICGC 202	Literary Analysis	4 (4-0-8)	Changed code, title and course description
ICCM 204	Creative Writing	4 (4-0-8)	ICGC 203	Creative Writing	4 (4-0-8)	Changed code and course description
ICEG 232	Advanced Oral Communication	4 (4-0-8)	ICGC 204	Advanced Oral Communication	4 (4-0-8)	Changed code and course description



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral

Mahidol University International College

TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Business Administration Division

B.B.A. in Marketing (International Program) Revised Program 2013			B.B.A. in Marketing (International Program) Revised Program 2018			Remark
Code	Title	Credit	Code	Title	Credit	
ICEG 250	Introduction to Linguistics	4 (4-0-8)	ICGC 205	Linguistics	4 (4-0-8)	Changed code, title and course description
ICEG 265	Literature Into Film	4 (4-0-8)	ICGC 206	Literature Into Film	4 (4-0-8)	Changed code and course description
ICEG 342	Diverse English Speaking Cultures	4 (4-0-8)	ICGC 207	Diverse English Speaking Cultures	4 (4-0-8)	Changed code and course description
ICEG 344	Language and Culture	4 (4-0-8)	ICGC 208	Language and Culture	4 (4-0-8)	Changed code and course description
ICEG 355	The Story of English	4 (4-0-8)	ICGC 209	The Story of English	4 (4-0-8)	Changed code and course description
ICEG 461	Topics in Comparative Literature A: Poetry	4 (4-0-8)	ICGC 211	Topics in Comparative Literature A: Poetry	4 (4-0-8)	Changed code and course description
ICEG 462	Topics in Comparative Literature B: The Short Story and the Novel	4 (4-0-8)	ICGC 212	Topics in Comparative Literature B: The Short Story and the Novel	4 (4-0-8)	Changed code and course description
ICEG 463	Topics in Comparative Literature C: Drama	4 (4-0-8)	ICGC 213	Topics in Comparative Literature C: Drama	4 (4-0-8)	Changed code and course description
ICEG 484	First and Second Language Acquisition	4 (4-0-8)	ICGC 210	First and Second Language Acquisition	4 (4-0-8)	Changed code and course description
1.2 Natural Sciences (16 credits)			1.2 Natural Sciences (8 credits)			
ICNS 015	Refresher Mathematics	0 (4-0-0)		-		Discontinued
ICNS 100	Intensive Mathematics	0 (4-0-0)		-		Discontinued
ICNS 103	Fundamental Mathematics	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICNS 104	Fundamental Statistics	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICNS 111	Fundamental Biology	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICNS 112	Integrated Biology	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICNS 114	The Science of the Human Body	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICNS 115	Hominid Evolution and Primate Society	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICNS 116	Mushrooms, Molds and Mankind	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICNS 117	Plants, People, and Society	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICNS 121	Fundamental Chemistry	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICNS 122	Principles of Chemistry	4 (4-0-8)		-		Discontinued



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral

Mahidol University International College

TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Business Administration Division

B.B.A. in Marketing (International Program) Revised Program 2013			B.B.A. in Marketing (International Program) Revised Program 2018			Remark
Code	Title	Credit	Code	Title	Credit	
ICNS 131	Fundamental Physics	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICNS 132	Principles of Physics	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICNS 133	Introduction to Astronomy	4 (3-2-7)		-		Discontinued
ICNS 141	Computer Essentials	4 (3-2-7)	ICGN 119	Computer Essentials	4 (4-0-8)	Changed code, credits and course descriptions
ICNS 142	Introduction to Internet Technology	4 (3-2-7)		-		Discontinued
ICNS 143	Fundamental of Computer Science	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICNS 152	Southeast Asian Ecology	4 (3-2-7)		-		Discontinued
ICNS 153	Ecosystems and Natural Resources	4 (3-2-7)		-		Discontinued
ICNS 154	Science, Technology and Environment	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICNS 161	General Geology	4 (3-2-7)		-		Discontinued
ICNS 171	The Scientific Approach and Society	4 (3-2-7)	ICGN 114	The Scientific Approach and Society	4 (4-0-8)	Changed code, credits and course descriptions
ICNS 211	The Science of Food	4 (3-2-7)		-		Discontinued
ICNS 212	Essentials of the Food Industry	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICNS 255	Essentials of Marine Life	4 (3-2-7)		-		Discontinued
ICNS 256	Sustainable Development	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICNS 257	Environmental Issues: past, present and future	4 (4-0-8)		-		Discontinued
	-		ICGN 104	Mathematics and Its Contemporary Applications	4 (4-0-8)	New course
	-		ICGN 105	Ecology, Ecosystems and Socio-Economics in Southeast Asia	4 (3-2-7)	New course
	-		ICGN 106	Climate Change and Human Society	4 (4-0-8)	New course
	-		ICGN 107	The Chemistry of Everyday Life	4 (4-0-8)	New course
	-		ICGN 108	Essentials of Culinary Science for Food Business	4 (3-2-7)	New course
	-		ICGN 109	Food for Health	4 (4-0-8)	New course



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral

Mahidol University International College

TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Business Administration Division

B.B.A. in Marketing (International Program) Revised Program 2013			B.B.A. in Marketing (International Program) Revised Program 2018			Remark
Code	Title	Credit	Code	Title	Credit	
-	-	-	ICGN 110	Maker Workshop	4 (3-2-7)	New course
-	-	-	ICGN 111	Physics for CEO	4 (4-0-8)	New course
-	-	-	ICGN 112	Stargazer	4 (3-2-7)	New course
-	-	-	ICGN 113	Plants, People and Poisons	4 (4-0-8)	New course
-	-	-	ICGN 115	Human Evolution, Diversity and Health	4 (4-0-8)	New course
-	-	-	ICGN 116	Understanding and Visualizing Data	4 (3-2-7)	New course
-	-	-	ICGN 117	Technology behind E-Business and Digital Strategies	4 (3-2-7)	New course
-	-	-	ICGN 118	Everyday Connectivity	4 (4-0-8)	New course
1.3 Humanities (12 credits)			1.3 Humanities and Foreign Languages (8 credits)			Moved to Foundation Courses
ICID 100	Freshman Seminar	0 (0-1-0)	-	-	-	
ICHM 101	Introduction to Philosophy	4 (4-0-8)	-	-	-	Discontinued
ICHM 103	Introduction to Logic	4 (4-0-8)	-	-	-	Discontinued
ICHM 105	Music Appreciation	4 (4-0-8)	-	-	-	Discontinued
ICHM 106	Moral and Ethical Studies	4 (4-0-8)	-	-	-	Discontinued
ICHM 107	Introduction to Asian Philosophy	4 (4-0-8)	-	-	-	Discontinued
ICHM 140	Elementary Art Theory	4 (4-0-8)	-	-	-	Discontinued
ICHM 141	Art Appreciation I	4 (4-0-8)	-	-	-	Discontinued
ICHM 142	Art Appreciation II	4 (4-0-8)	-	-	-	Discontinued
ICHM 143	Introduction to Photography	4 (2-4-6)	-	-	-	Discontinued
ICHM 144	Intermediate Photography	4 (4-0-8)	-	-	-	Discontinued
ICHM 205	Politics and Ethics	4 (4-0-8)	-	-	-	Discontinued
ICHM 206	Ethics and Technology	4 (4-0-8)	-	-	-	Discontinued
ICHM 212	The Enlightenment in European Literature	4 (4-0-8)	-	-	-	Discontinued
ICHM 213	Elements of Knowledge Representation	4 (4-0-8)	-	-	-	Discontinued
ICHM 218	Film Studies	4 (4-0-8)	-	-	-	Discontinued
ICHM 223	Thai Arts	4 (4-0-8)	-	-	-	Discontinued
ICHM 225	The Western Classical Ideal	4 (4-0-8)	-	-	-	Discontinued



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

B.B.A. in Marketing (International Program) Revised Program 2013			B.B.A. in Marketing (International Program) Revised Program 2018			Remark
Code	Title	Credit	Code	Title	Credit	
ICHM 241	Introduction to Drawing	4 (2-4-6)		-		Discontinued
ICHM 242	Intermediate Drawing	4 (2-4-6)		-		Discontinued
ICML 101	Elementary German I	4 (4-0-8)	ICGL 101	Elementary German I	4 (4-0-8)	Changed code and course description
ICML 102	Elementary German II	4 (4-0-8)	ICGL 102	Elementary German II	4 (4-0-8)	Changed code and course description
ICML 103	Elementary German III	4 (4-0-8)	ICGL 103	Elementary German III	4 (4-0-8)	Changed code and course description
ICLG 211	Pre-intermediate German I	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICLG 212	Pre-intermediate German II	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICLG 213	Pre-intermediate German III	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICML 111	Elementary Japanese I	4 (4-0-8)	ICGL 111	Elementary Japanese I	4 (4-0-8)	Changed code and course description
ICML 112	Elementary Japanese II	4 (4-0-8)	ICGL 112	Elementary Japanese II	4 (4-0-8)	Changed code and course description
ICML 113	Elementary Japanese III	4 (4-0-8)	ICGL 113	Elementary Japanese III	4 (4-0-8)	Changed code and course description
ICLJ 211	Pre-intermediate Japanese I	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICLJ 212	Pre-intermediate Japanese II	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICLJ 213	Pre-intermediate Japanese III	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICML 121	Elementary French I	4 (4-0-8)	ICGL 121	Elementary French I	4 (4-0-8)	Changed code and course description
ICML 122	Elementary French II	4 (4-0-8)	ICGL 122	Elementary French II	4 (4-0-8)	Changed code and course description
ICML 123	Elementary French III	4 (4-0-8)	ICGL 123	Elementary French III	4 (4-0-8)	Changed code and course description
ICLF 211	Pre-intermediate French I	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICLF 212	Pre-intermediate French II	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICLF 213	Pre-intermediate French III	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICML 131	Elementary Chinese I	4 (4-0-8)	ICGL 131	Elementary Chinese I	4 (4-0-8)	Changed code and course description
ICML 132	Elementary Chinese II	4 (4-0-8)	ICGL 132	Elementary Chinese II	4 (4-0-8)	Changed code and course description



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

B.B.A. in Marketing (International Program) Revised Program 2013			B.B.A. in Marketing (International Program) Revised Program 2018			Remark
Code	Title	Credit	Code	Title	Credit	
ICML 133	Elementary Chinese III	4 (4-0-8)	ICGL 133	Elementary Chinese III	4 (4-0-8)	Changed code and course description
ICLC 211	Pre-intermediate Chinese I	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICLC 212	Pre-intermediate Chinese II	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICLC 213	Pre-intermediate Chinese III	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICML 141	Elementary Spanish I	4 (4-0-8)	ICGL 141	Elementary Spanish I	4 (4-0-8)	Changed code and course description
ICML 142	Elementary Spanish II	4 (4-0-8)	ICGL 142	Elementary Spanish II	4 (4-0-8)	Changed code and course description
ICML 143	Elementary Spanish III	4 (4-0-8)	ICGL 143	Elementary Spanish III	4 (4-0-8)	Changed code and course description
ICLS 211	Pre-intermediate Spanish I	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICLS 212	Pre-intermediate Spanish II	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICLS 213	Pre-intermediate Spanish III	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICML 160	Introduction to Thai Language and Culture	4 (4-0-8)	ICGL 160	Introduction to Thai Language and Culture	4 (4-0-8)	Changed code and course description
ICML 161	Elementary Thai I	4 (4-0-8)	ICGL 161	Elementary Thai I	4 (4-0-8)	Changed code and course description
ICML 162	Elementary Thai II	4 (4-0-8)	ICGL 162	Elementary Thai II	4 (4-0-8)	Changed code and course description
ICML 163	Elementary Thai III	4 (4-0-8)	ICGL 163	Elementary Thai III	4 (4-0-8)	Changed code and course description
ICML 171	Elementary Indonesian I	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICML 172	Elementary Indonesian II	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICML 173	Elementary Indonesian III	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICML 181	Elementary Burmese I	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICML 182	Elementary Burmese II	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICML 183	Elementary Burmese III	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICML 191	Elementary Cambodian I	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICML 192	Elementary Cambodian II	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICML 193	Elementary Cambodian III	4 (4-0-8)				Discontinued
	-		ICGH 101	Biotechnology: from Science to Business	4 (4-0-8)	New course



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

B.B.A. in Marketing (International Program) Revised Program 2013			B.B.A. in Marketing (International Program) Revised Program 2018			Remark
Code	Title	Credit	Code	Title	Credit	
-			ICGH 102	Famous Arguments and Thought Experiments in Philosophy	4 (4-0-8)	New course
-			ICGH 103	Logic, Analysis and Critical Thinking: Good and Bad Arguments	4 (4-0-8)	New course
-			ICGH 104	Moral Reasoning: How can we know what is good?	4 (4-0-8)	New course
-			ICGH 105	Technology, Philosophy and Human Kind: Where Are We Now?!	4 (4-0-8)	New course
-			ICGH 106	The Greeks: Crucible of Civilization	4 (4-0-8)	New course
-			ICGH 107	Contemporary Art and Visual Culture	4 (4-0-8)	New course
-			ICGH 108	Creative Drawing Expression	4 (2-4-6)	New course
-			ICGH 109	Creative Thinking Through Art and Design	4 (2-4-6)	New course
-			ICGH 110	Drawing as Visual Analysis	4 (2-4-6)	New course
-			ICGH 111	Media Literacy: Skills for 21st Century Learning	4 (4-0-8)	New course
-			ICGH 112	Photography	4 (2-4-6)	New course
-			ICGH 113	Moving Pictures: A History of Film	4 (4-0-8)	New course
-			ICGH 114	The Sound of Music: Form, Emotion, and Meaning	4 (4-0-8)	New course
1.4 Social Sciences (12 credits)			1.4 Social Sciences (8 credits)			
ICSS 112	Introduction to Psychology	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 113	Introduction to Sociology	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 115	Introduction to Physical Anthropology	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 116	Introduction to Political Science	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 117	Introduction to Social Anthropology	4 (4-0-8)		-		Discontinued



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

B.B.A. in Marketing (International Program) Revised Program 2013			B.B.A. in Marketing (International Program) Revised Program 2018			Remark
Code	Title	Credit	Code	Title	Credit	
ICSS 118	Introduction to Mass Communications	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 119	Introduction to International Studies	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 121	Southeast Asian Studies	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 133	Introduction to European History	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 135	Introduction to Human Geography	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 136	Religious Experience and Traditions	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 137	Introduction to Archaeology	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 139	Tourism Geography	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 202	Social Institutions	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 203	Globalization and the Modern World	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 204	World History A (c. 1400-1763)	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 205	World History B (c. 1763-1914)	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 206	World History C (c. 1914-1945)	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 207	World History D (c. 1945-2000)	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 211	Regional Geography of Southeast Asia	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 212	History of Southeast Asia in the Modern Period	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 213	Southeast Asian Political Systems	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 214	Southeast Asian Women	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 215	Southeast Asian Religious and Cultural Traditions	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 216	Introduction to the Economics of Southeast Asia	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 221	Thai Society and Culture	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 222	Thai History	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 231	The History of East Asia in the Modern Age	4 (4-0-8)		-		Discontinued



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

B.B.A. in Marketing (International Program) Revised Program 2013			B.B.A. in Marketing (International Program) Revised Program 2018			Remark
Code	Title	Credit	Code	Title	Credit	
ICSS 232	Introduction to the Civilizations of East Asia I	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 233	Introduction to the Civilizations of East Asia II	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 234	The History and Culture of South Asia up to c.1500	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 235	The History and Culture of South Asia since c.1500	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 237	Introduction to Australasian History since 1770	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 238	Africa since 1800	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 239	The Middle East Since 1800	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 241	Latin America since 1800	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 243	North America History c. 1763-1900	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 244	North America History since 1900	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 246	Europe History since 1945	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 247	The European Union	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 250	Introduction to History and Systems of Psychology	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 251	Developmental Psychology I	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 252	Developmental Psychology II	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 253	Social Psychology	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 254	Psychological Approaches to Personality	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 255	Abnormal Psychology	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 256	Introduction to Industrial and Organizational Psychology	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 257	Introduction to Educational Psychology	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 258	Introduction to Cross-Cultural Psychology	4 (4-0-8)		-		Discontinued



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

B.B.A. in Marketing (International Program) Revised Program 2013			B.B.A. in Marketing (International Program) Revised Program 2018			Remark
Code	Title	Credit	Code	Title	Credit	
ICSS 259	Russia and the Soviet Union up to 1825	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 260	Russia and the Soviet Union Since 1825	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 271	An Introduction to International Relations	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 272	An Introduction to Comparative Political Systems	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 303	The Early History of Southeast Asia	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 307	A Historical Introduction to the World Economy	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 311	Introduction to International Politics in Southeast Asia	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 312	Introduction to Ethnicity and Nationalism in Southeast Asia	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 315	Thai Economic History	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 317	Introduction to Poverty and Rural Development in Southeast Asia	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 332	Introduction to Human Rights	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 334	Economic Problem in Southeast Asia	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 335	SEA Arts I	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 337	Introduction to Southeast Asian Dance and Theater	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 352	Topics in Social Psychology: Prosocial and Antisocial Behaviour	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 355	Drug Use and Behavior	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 361	Economic Geography	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 362	Introduction to Global Resources	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 363	Introduction to Population and Migration Issues	4 (4-0-8)		-		Discontinued



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

B.B.A. in Marketing (International Program) Revised Program 2013			B.B.A. in Marketing (International Program) Revised Program 2018			Remark
Code	Title	Credit	Code	Title	Credit	
ICSS 374	Introduction to International Organization	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 375	Introduction to Democracy as a Political System	4 (4-0-8)		-		Discontinued
ICSS 382	Introduction to Global Media and Social Change	4 (4-0-8)		-		Discontinued
	-		ICGS 106	Fashion and Society	4 (4-0-8)	New course
	-		ICGS 109	American History, Film and Modern Life	4 (4-0-8)	New course
	-		ICGS 110	Development and Conflicts	4 (4-0-8)	New course
	-		ICGS 111	Exploring Religions	4 (4-0-8)	New course
	-		ICGS 112	Geography of Human Activities	4 (4-0-8)	New course
	-		ICGS 113	Perspectives on the Thai Past	4 (4-0-8)	New course
	-		ICGS 114	Power, Money and Behavior of Powerful States	4 (4-0-8)	New course
	-		ICGS 115	Sociology in the Modern World	4 (4-0-8)	New course
	-		ICGS 116	Power and Politics	4 (4-0-8)	New course
	-		ICGS 117	Overcoming Stereotypes, Prejudice and Discrimination	4 (4-0-8)	New course
	-		ICGS 119	World Politics	4 (4-0-8)	New course
	-		ICGS 120	Global Awareness	4 (4-0-8)	New course
	-		ICGS 121	Abnormal Colleagues: how do I make this work?	4 (4-0-8)	New course
	-		ICGS 122	Propaganda, Nudge Theory and Marketing: How to resist?	4 (4-0-8)	New course
1.5 Health Science and Physical Education (4 credits)			1.5 Physical Education (2 credits)			
ICHE 101	Health Education	2 (2-0-4)		-		Discontinued
ICPE 101	Physical Education: Badminton	1 (0-3-1)	ICGP 102	Badminton	1 (0-2-1)	Change code, title, credits and course description
ICPE 102	Physical Education: Basketball	1 (0-3-1)	ICGP 103	Basketball	1 (0-2-1)	Change code, title, credits and course description



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

B.B.A. in Marketing (International Program) Revised Program 2013			B.B.A. in Marketing (International Program) Revised Program 2018			Remark
Code	Title	Credit	Code	Title	Credit	
ICPE 103	Physical Education: Golf	1 (0-3-1)	ICGP 107	Golf	1 (0-2-1)	Change code, title, credits and course description
ICPE 105	Physical Education: Swimming	1 (0-3-1)	ICGP 114	Swimming	1 (0-2-1)	Change code, title, credits and course description
ICPE 106	Physical Education: Tennis	1 (0-3-1)	ICGP 115	Tennis	1 (0-2-1)	Change code, title, credits and course description
ICPE 107	Physical Education: Volleyball	1 (0-3-1)	ICGP 116	Volleyball	1 (0-2-1)	Change code, title, credits and course description
ICPE 109	Physical Education: Social Dance	1 (0-3-1)	ICGP 113	Social Dance	1 (0-2-1)	Change code, title, credits and course description
ICPE 113	Physical Education: Modern Dance	1 (0-3-1)	-	-	-	Discontinued
ICPE 115	Self Defense	1 (0-3-1)	-	-	-	Discontinued
ICPE 117	Physical Education: Mind and Body	1 (0-3-1)	ICGP 108	Mind and Body	1 (0-2-1)	Change code, title, credits and course description
ICPE 118	Physical Education: American Flag Football	1 (0-3-1)	ICGP 101	American Flag Football	1 (0-2-1)	Change code, title, credits and course description
ICPE 121	Physical Education: Soccer	1 (0-3-1)	ICGP 112	Soccer	1 (0-2-1)	Change code, title, credits and course description
ICPE 123	Physical Education: Cycling	1 (0-3-1)	ICGP 105	Cycling	1 (0-2-1)	Change code, title, credits and course description
ICPE 124	Selected Topics in Sports	1 (0-3-1)	ICGP 109	Selected Topics in Sports	1 (0-2-1)	Change code, title, credits and course description
-	-	-	ICGP 104	Body Fitness	1 (0-2-1)	New course



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral

Mahidol University International College

TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Business Administration Division

B.B.A. in Marketing (International Program) Revised Program 2013			B.B.A. in Marketing (International Program) Revised Program 2018			Remark
Code	Title	Credit	Code	Title	Credit	
-			ICGP 106	Discover Dance	1 (0-2-1)	New course
-			ICGP 110	Self Defense (Striking)	1 (0-2-1)	New course
-			ICGP 111	Self Defense (Grappling)	1 (0-2-1)	New course

Marketing Revised Program 2013	Marketing Revised Program 2018	Remarks
1. Major Courses in Business Administration (120 credits)	1. Major Courses in Business Administration (133 credits)	
1.1 Core Business Courses (60 credits)	1.1 Core Business Courses (69 credits)	
ICMB 204 Macroeconomics 4(4-0-8)	ICMB 205 Macroeconomics 4(4-0-8)	Changed Code
ICMB 203 Microeconomics 4(4-0-8)	ICMB 206 Microeconomics 4(4-0-8)	Changed Code
ICMB 211 Fundamental Financial Accounting 4(4-0-8)	ICMB 213 Financial Accounting 4(4-0-8)	Changed Code and Title
ICMB 212 Managerial Accounting 4(4-0-8)	ICMB 214 Managerial Accounting 4(4-0-8)	Changed Code
ICMB 221 Principles of Marketing 4(4-0-8)	ICMB 222 Principles of Marketing 4(4-0-8)	Changed Code
ICMB 282 Computer Software Usage Skills 4(4-0-8)	ICMB 207 Management of Business Information 4(4-0-8)	Changed Code and Title
ICMB 341 Business Law 4(4-0-8)	ICMB 310 Business Law 4(4-0-8)	Changed Code
ICMB 351 International Business Management 4(4-0-8)	ICMB 237 International Business Management 4(4-0-8)	Changed Code
ICMB 363 Management Science 4(4-0-8)	ICMB 312 Management Science 4(4-0-8)	Changed Code
ICMB 371 Business Finance 4(4-0-8)	ICMB 215 Business Finance for Entrepreneurs 4(4-0-8)	Changed Code and Title
ICMB 431 Strategic Management 4(4-0-8)	ICMB 402 Business Strategy 4(4-0-8)	Changed Code, Title, and Prerequisite
ICMB 231 Business Communication 4(4-0-8)	ICMB 216 Business Communication 4(4-0-8)	Changed Code
ICMB 234 Management and Organizational Behavior 4(4-0-8)	ICMB 235 Management and Organizational Behavior 4(4-0-8)	Changed Code
ICMB 364 Operations Management 4(4-0-8)	ICMB 314 Operations Management 4(4-0-8)	Changed Code and Prerequisite
ICMB 432 Business Ethics 4(4-0-8)	ICMB 432 Business Ethics and Sustainability 4(4-0-8)	Changed Code and Prerequisite
	ICMB 201 Business Statistics 4(4-0-8)	New Subject
	ICMB 236 Human Resource Management 4(4-0-8)	New Subject
	ICMB 401 Business Innovation and Entrepreneurship 4(4-0-8)	New Subject
	ICMB 490 Career Preparation 1(1-0-2)	New Subject
1.2 Required Marketing Major Courses (36 credits)	1.2 Required Marketing Major Courses (20 credits)	
ICMK 314 Marketing Research 4 (4-0-8)		Discontinued
ICMK 316 Consumer Behavior 4 (4-0-8)	ICMK353 Consumer Behavior and Decision Making 4 (4-0-8)	Changed
ICMK 319 New Product Management 4 (4-0-8)		Move to elective
ICMK 322 Brand Management 4 (4-0-8)		Move to elective
ICMK 323 Integrated Marketing Communication 4 (4-0-8)		Move to elective
ICMK 328 Marketing Channel Management 4 (4-0-8)		Move to elective
ICMK 420 Business-to-Business Marketing 4 (4-0-8)		Move to elective
ICMK 424 Global Marketing Strategy 4 (4-0-8)		Move to elective
ICMK 429 Pricing Strategy and Tactics 4 (4-0-8)		Move to elective
	ICMK351 Consumer Insights - A Qualitative Approach 4 (4-0-8)	New Subject
	ICMK352 Market Intelligence - A Quantitative Approach 4 (4-0-8)	New Subject
	ICMK361 Digital Marketing 4 (4-0-8)	New Subject
	ICMK461 Marketing Strategy for Sustainability 4 (4-0-8)	New Subject



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral

Mahidol University International College

TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Business Administration Division

Marketing Revised Program 2013	Marketing Revised Program 2018	Remarks
1.3 Elective Marketing Major Courses (20 credits) ICMB 491 Practical Business Training - On Campus 8(0-24-8) ICMB 492 Practical Business Training - Off Campus 12(0-36-12) ICMB 481 Special Topics in Business (1) 4 (4-0-8) ICMB 482 Special Topics in Business (2) 4 (4-0-8) ICMB 483 Special Topics in Business (3) 4 (4-0-8) ICMB 484 Special Topics in Business (4) 4 (4-0-8) ICMB 485 Special Topics in Business (5) 4 (4-0-8) ICMB 494 Business Plan for Entrepreneur 8(0-24-8) ICMB 495 Business Practices 8(0-24-8)	1.3 Elective Marketing Major Courses (44 credits) 1.3.1 Elective Major Courses (24 credits) ICMB 496 Practical Business Training - On Campus 8(2-32-10) ICMB 497 Practical Business Training - Off Campus 8(0-24-8) ICMK 456 Special Topics in Marketing 4 (4-0-8) ICMK 354 New Product Management 4 (4-0-8) ICMK 355 Integrated Marketing Communications 4 (4-0-8) ICMK 362 Strategic Brand Management 4 (4-0-8) ICMK 451 Distribution and Retail Channels 4 (4-0-8) ICMK 452 Business Marketing and Selling Strategy 4 (4-0-8) ICMK 453 Global Marketing Strategy 4 (4-0-8) ICBE 471 Market Structure and Pricing Strategy 4 (4-0-8) ICM1331 Global Logistics and Supply Chain Management 4 (4-0-8) 1.3.2 Interdisciplinary Elective Business Courses (20 credits) · Any 5 courses offered by MUIC's Business Administration Division · 5 specific Minor courses offered by any BBA program. · Minor courses from other MUIC divisions	Change Code and Credit Changed Code Changed Code Discontinued Discontinued Discontinued Discontinued Discontinued Discontinued Changed Code Changed Code Changed Code and Title Changed Code and Title Changed Code and Title Changed Code Changed Code and Title New Subject
2. Free Elective Courses (8 credits) All BBA students are not allowed to take ICSS 114 Introduction to Economics as a social science course or as a free elective course. Other than that students can take any course offered by Mahidol University as a free elective with the approval from the advisor.	2. Free Elective Courses (8 credits) Students can take any courses offered by Mahidol University as a free elective course with an approval from their advisors.	



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

6. New program structure after the revision in comparison with current structure and criteria of undergraduate program (A.D.2015) Ministry of Education can be shown as follows:

Course Category	Criteria of Undergraduate Program (A.D. 2015) Ministry of Education (4-year Program)		Current Structure	New Structure
	Semester	Trimester		
1. General Education Courses no less than	30	38	60	42
2. Major Courses no less than	72	90	120	133
3. Free Elective Courses no less than	6	8	8	8
Total Credits	120	150	187	183



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Appendix 6

Details on Lecturers in Charge of the Program and Name List of Program Designated Lecturers

Details on the lecturers in charge of program

Name Ms. Kandapa Thanasuta
Academic Position -
Division Business Administration
Institute Mahidol University International College
Education Ph.D. (Business Administration), Thammasat University, Thailand, 2016
 M.B.A. (Marketing and Finance), Sasin Graduate Institute of Business
 Administration, Chulalongkorn University, Thailand, 2003
 B.S. (International Business), Georgetown College, U.S.A., 1999
Field of expertise Consumer Behavior, Retail Pricing, Branding, Willingness to Pay

Research or Academic

1. Metharom, P. & Thanasutha, K. (2016). Private Labels Purchase: Integrating Effect of Store Image, Store-Category Association, and Branding Strategy. *SIBR-RDINRRU 2016 Conference on Interdisciplinary Business and Economics Research*, 5 (3), 1-9.
2. Metharom, P. & Thanasutha, K. (2015). Influencing the Willingness to Pay for Private Labels: The Role of Branding. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 7 (3), 197—15. (SCOPUS)
3. Thanasutha, K. (2015). Thai Consumers' Purchase Decisions and Private Label Brands. *International Journal of Emerging Markets*, 10 (1), 102-121. (SCOPUS)

List of Courses Taught in the Current Program

ICMK 316	Consumer Behavior	4 (4-0-8)
ICMK 328	Marketing Channel Management	4 (4-0-8)

List of Courses Taught in the New Program

ICMK 353	Consumer Behavior	4 (4-0-8)
ICMK 451	Distribution and Retail Channels	4 (4-0-8)



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Name Ms. Apiradee Wongkitrungrueng
Academic Position -
Division Business Administration
Institute Mahidol University International College
Education Ph.D. (Marketing), Sasin Graduate Institute of Business Administration of Chulalongkorn University, Thailand, 2012
 M.S. (Analysis, Design, and Management of Information Systems), London School of Economics and Political Science, 2003
 B.A. (Economics), Chulalongkorn University, Thailand, 2002
Field of expertise Retail Marketing, Consumer Information Processing

Research or Academic

1. Wongkitrungrueng, A. (2015). From “Tom Yam Kung Crisis” To “Bangkok Shutdown”. *Proceeding of the International Conference on Tourism and Business*, 131-139.

List of Courses Taught in the Current Program

ICMB 221	Principle of Marketing	4 (4-0-8)
----------	------------------------	-----------

List of Courses Taught in the New Program

ICMB 222	Principle of Marketing	4 (4-0-8)
----------	------------------------	-----------



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Name Ms. Olimpia Cavorsora Racela
Academic Position -
Division Business Administration
Institute Mahidol University International College
Education D.B.A. (Marketing), Thammasat University, Thailand, 2005
 M.B.A. (Business Administration), Pittsburg State University, USA, 1995
 B.B.A. (Economics and Marketing), Pittsburg State University, USA, 1994
Field of expertise New Product Management, Brand Strategy

Research or Academic

1. Vithessonthi, C. & Racela, O.C. (2016). Short-and Long-run Effects of Internationalization and R&D Intensity on Firm Performance. *Journal of Multinational Financial Management*, 34, 28-45.
2. Racela, O.C. (2016). Customer Orientation, Innovation Capabilities and Firm Performance: A Test of Direct and Moderating Effects. *International Proceeding 2016 Global Marketing Conference*.
3. Racela, O.C. (2015). Viable Strategy Configurations and New Product Development Capability and Performance. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 27 (2), 249-266.

List of Courses Taught in the Current Program

ICMK 319	New Product Management	4 (4-0-8)
ICMK 322	Brand Management	4 (4-0-8)

List of Courses Taught in the New Program

ICMK 354	New Product Management	4 (4-0-8)
ICMK 362	Strategic Brand Management	4 (4-0-8)



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Name Mr. Chanchai Phonthanukitithaworn
Academic Position Assistant Professor
Division Business Administration
Institute Mahidol University International College
Education D.B.A. (Business Administration), College of Business, Victoria University, Australia, 2013
 M.B.A. (Technology Management), Graduate School, Assumption University, Thailand, 2007
 B.B.A (Business English), Rajamangala Institute of Technology Borpitpimuk Mahamek, Thailand, 2001
Field of expertise Consumer Behavior, Cross-Cultural Research on Technology Adoption

Research or Academic

1. Selitto, C., Fong, M. & Phonthanukitithaworn, C. (2016). An Investigation of Mobile Payment (m-payment) Services in Thailand. *Asia Pacific Journal of Business Administration*, 8 (1), 37-54.
2. Selitto, C. & Phonthanukitithaworn, C. (2016). Role of Service Quality and Total Attending Cost on Satisfaction and Behavioral Intention to Return to a Sport Event. *International Proceeding of the 7th International Research Symposium in Service Management (IRSSM7)*.
3. Selitto, C. & Phonthanukitithaworn, C. (2016). A Reflection on Intercept Survey use in Thailand: Some Cultural Considerations for Transnational Studies. *The Electronic Journal of Business Research Methods*, 14 (1), 60-70. (SCOPUS)
4. Selitto, C., Fong, M. & Phonthanukitithaworn, C. (2015). A Study of Mobile Payment (M-Payment) Services Adoption in Thailand. *Encyclopedia of Information Science and Technology, Third Edition*, 731-741.

List of Courses Taught in the Current Program

ICMK 323	Integrated Marketing Communications	4 (4-0-8)
ICMK 420	Business-to-Business Marketing	4 (4-0-8)



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

List of Courses Taught in the New Program

ICMK 361	Digital Marketing	4 (4-0-8)
ICMK 355	Integrated Marketing Communications	4 (4-0-8)



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Name Ms. Phassawan Suntraruk
Academic Position -
Division Business Administration
Institute Mahidol University International College
Education Ph.D. (Business Administration), Assumption University, 2010
 M.S. (Accountancy), University of Illinois at Urbana-Champaign, USA, 2003
 B.A. (Accounting), Chiang Mai University, 2001
Field of expertise Corporate Governance, Investment Strategy

Research or Academic

1. Duchdara, D., Sincharoonsak, T., Tirasriwat, A. & Suntraruk, P. (2016). Factors Affecting E-Commerce Taxation Based on Tax-base Extension Policy of Tourism Industry in Bangkok and Vacinity. *Proceeding of International Symposium on Business & Management-Fall Session 2016*.
2. Jounggrattanakamjorn, W. & Suntraruk, P. (2016). Economic Variables as Predictors of Stock Market Performance: Evidence from the Market for Alternative Investment. *Srinakharinwirot Business Journal*, 7 (1), 25-47. (TCI)
3. Suntraruk, P. (2015). The Existence of Financing Hierarchy of Firms Listed in Thailand. *International Conference on Applied Business Research*, 550-560.

List of Courses Taught in the Current Program

ICMB 212	Managerial Accounting	4 (4-0-8)
----------	-----------------------	-----------

List of Courses Taught in the New Program

ICMB 214	Management Accounting	4 (4-0-8)
----------	-----------------------	-----------



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Name lists of Full-time Lecturers

No.	Name	Academic Position/ Name Title	Educational Qualification and Name of Institution Graduated From
1	Mr. Alessandro Stasi	-	Ph.D. (Business Law), University of Nice Sophia Antipolis, Italy, 2011 Ph.D. (Business Law), University of Naples Federico II, Italy, 2011 M.S. (International Law), University of Nice Sophia Antipolis, Italy, 2007 B.S. (Law), University of Naples Federico II, Italy, 2005
2	Mr. Aman Saggu	-	Ph.D. (Financial Economics), University of Glasgow, UK, 2014 M.S. (International Finance), University of St.Andrew, School of Economics & Finance, UK, 2009 B.S. (Economics), University of London, Royal Holloway College, UK, 2008
3	Ms. Benjalux Sakunasingha	-	D.B.A. (Performance Measurement), Southern Cross University, Australia, 2007 M.B.A. (Finance), California State University, USA, 1995 B.S. (Biology), Mahidol University International Student Degree Program), Thailand, 1993



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

No.	Name	Academic Position/ Name Title	Educational Qualification and Name of Institution Graduated From
4	Mrs. Chairawee Anamthawat-Kierig	-	Ph.D. (Marketing), RGJ-TRF Full Scholarship, Thammasat University, Thailand, 2006 E.M.B.A. (International Business and Marketing), SASIN of Chulalongkorn University, Thailand, 1990 B.A. (Economics, Honors), Chulalongkorn University, Thailand, 1975
5	Mr. Claus Schreier	-	Ph.D. (International Management & Human Resources), European Business School, Germany, 2000 M.S. (Business Administration), University of Hagen, Germany, 1999 B.B.A. (Business Administration), University Admission: Abitur, German, 1989
6	Mr. Dissatat Prasertsakul	-	D.B.A. (Marketing and Strategic Management), University of Newcastle, Australia, 2008 M.A. (Business & Managerial Economics), Chulalongkorn University, Thailand, 2003 B.B.A. (General Management), Assumption University, Thailand, 1998
7	Mr. Dolchai La-Ornual	-	Ph.D. (Management Decision Sciences), INSEAD Fontainebleau, France, 2010 M.S. (Engineering-Economic Systems and Operations Research), Stanford University, USA, 1998 B.S. (Engineering and Material Science), Duke



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

No.	Name	Academic Position/ Name Title	Educational Qualification and Name of Institution Graduated From
			University, USA, 1994
8	Mrs. Isabel Pereira Rodrigues	-	Ph.D. (Economic Analysis), University Autonomia de Barcelona, Spain, 2007 M.S. (Economics), University Autonomia de Barcelona, Spain, 2004 M.S. (Economics), Universidade Nova de Lisboa, Lisbon, Portugal, 2004 B.S. (Economics), Universidade Nova de Lisboa, Lisbon, Portugal, 1996
9	Mr. Jesper Ole Dopping	-	Ph.D. (Social Science), University of Copenhagen. Denmark, 1997 M.A. (Organizational Psychology), University of Copenhagen, Denmark, 1992 B.S. (Social Psychology), University of Copenhagen, Denmark, 1989
10	Ms. Ji Hye Jaime Chung	-	Ph.D. (Education), University of Sheffield, School of Education, UK, 2016 M.Ed. (Education), University of Sheffield, School of Education, UK, 2013 B.B.A. (Business Management), Indiana University, USA, 2001
11	Mr. Kangwan Yodwisitsak	Assistant Professor	D.B.A. (Business Administration), University of South Australia, 2003 M.B.A. (Finance and Marketing), SASIN of Chulalongkorn University, Thailand, 1998



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

No.	Name	Academic Position/ Name Title	Educational Qualification and Name of Institution Graduated From
			B.B.A. (Marketing), Assumption University, Thailand, 1992
12	Ms. Kanix Bukkavesa	-	Ph.D. (International Business), Southern New Hampshire University, USA, 2013 M.S. (Science in Finance), Boston College, USA, 2007 B.S. (Science in Electrical Engineer), University of South Florida, USA, 2000
13	Ms. Malinvisa Sakdiyakorn	Assistant Professor	Ph.D. (Development Administration), National Institute of Development Administration, Thailand, 2008 M.S. (International Employment Relations), London School of Economics and Political Science, UK, 2003 M.A. (European Studies), Chulalongkorn University, Thailand, 2000 B.A. (English), Chulalongkorn University, Thailand, 1999
14	Ms. Nuntana Udomkit	Assistant Professor	Ph.D. (Economics and International Development), University of Bath, UK, 2002 M.A. (Economy and Society), Lancaster University, UK, 1998 B.A. (Public Administration), Chiang Mai University, Thailand, 1995



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

No.	Name	Academic Position/ Name Title	Educational Qualification and Name of Institution Graduated From
15	Mrs. Ornlatcha Sivarak	Assistant Professor	Ph.D. (Management Science), Stuart School of Business, Illinois Institute of Technology, USA, 2007 M.S. (Management Science), University of Illinois, USA, 2002 M.B.A., Western Michigan University, USA, 1998 B.Ed., Chulalongkorn University, Thailand, 1995
16	Mr. Pandej Chintrakarn	Associate Professor	Ph.D. (Economics), Southern Methodist University, USA, 2007 M.S. (Economics and Research), University of North Texas, USA, 2001 B.A. (Economics), Thammasat University, Thailand, 1997
17	Ms. Ploy Sud-On	-	Ph.D. (Supply Chain and Logistics Management), RMIT University, Australia, 2014 M.S. (Logistic and International Freight), University of Sydney, Australia, 2007 B.B.A. (Marketing), Bangkok University, Thailand 2004
18	Ms. Praowpan Tansitpong	Assistant Professor	Ph.D. (Operation Management), Rensselaer Polytechnic Institute, USA, 2012 M.S. (Innovation Management and Entrepreneurship), Brown University, USA, 2008 B.Eng. (Civil Engineering), Chulalongkorn University, Thailand, 2007



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

No.	Name	Academic Position/ Name Title	Educational Qualification and Name of Institution Graduated From
19	Mr. Rattakarn Komonrat	-	M.A. (International Economics Relation), University of Konstanz, Germany, 2003 B.B.A. (International Business), Mahidol University International College, Thailand, 2001
20	Mr. Roman Meinhold	Assistant Professor	Ph.D. (Philosophy), Johannes Gutenberg University Mainz, Germany, 2004 M.A. (Philosophy & Sociology & Economics), Johannes Gutenberg University Mainz, Germany, 1999
21	Mr. Sarayut Nathaphan	Assistant Professor	D.B.A. (Finance), Thammasat University, Thailand, 2006 M.S. (Finance), University of Denver, 1997 B.B.A. (Finance), Thammasat, Thailand, 1994
22	Ms. Saruta Benjanuvatra	-	Ph.D. (Econometrics), University of York, UK, 2014 M.S. (Econometrics), Erasmus Universiteit Rotterdam, Netherlands, 2007 B.S. (Econometrics), Erasmus Universiteit Rotterdam, Netherlands, 2006
23	Ms. Sirithida Chaivisuttangkun	-	M.Sc. (Economics and Finance), University of York, U.K., 2007 B.B.A. (Finance), Mahidol University International College, Thailand, 2004 B.B.A. (Commerce and Accountancy), Thammasat



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

No.	Name	Academic Position/ Name Title	Educational Qualification and Name of Institution Graduated From
			University, Thailand, 2004
24	Mrs. Supara Kapasuwan	Assistant Professor	Ph.D. (International Business), Washington State University, USA, 2004 M.B.A. (International Business), Washington State University, USA, 1998 B.A. (English), Chulalongkorn University, Thailand, 1991
25	Mr. Thanarerk Thanakijombat	-	Ph.D. (International Finance), Southern New Hampshire University, USA, 2012 M.B.A. (Business Administration), Rivier University, USA, 2004 B.E. (Mechanical Engineering), Chulalongkorn University, Thailand, 1999
26	Mrs. Thanita Buranatrakul	-	Ph.D. (Business Administration), Thammasat University, Thailand, 2016 M.Com. (Finance), University of New South Wales, Australia, 2006 B.B.A. (Finance), Mahidol University International College, Thailand, 2003
27	Ms. Thanyawee Pratoomsuwan	Assistant Professor	M.Com. (Accounting), University of Sydney, Australia, 2006 B.B.A. (Finance) Mahidol University International College, Thailand, 2004



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

No.	Name	Academic Position/ Name Title	Educational Qualification and Name of Institution Graduated From
28	Ms. Titawadee Sutthijakra	-	Ph.D. (Accountancy), University of Exeter, UK, 2016 M.S. (Multinational Accounting and Financial Management), University of Reading, UK, 2003 B.S. (Accounting), Thammasat University, Thailand, 2000
29	Mr. Treerapot Kongtoranin	-	Ph.D. (Business Administration), Assumption University, Thailand, 2012 M.S. (Mechatronic), Technical University Hamburg- Harburg, Germany, 2001 B.E. (Automatic Control), Chulalongkorn University, Thailand, 1999
30	Ms. Varang Wiriyawit	-	Ph.D. (Economics), The Australian National University, Australia, 2014 M.S. (Economics), University of Michigan, USA, 2008 B.A. (Economics), Chulalongkorn University, Thailand, 2007
31	Mr. Veera Bhatiasavi	Assistant Professor	Ph.D. (Management of Technology), Asian Institute of Technology, Thailand, 2012 M.S. (Information System), Hawaii Pacific University, USA, 1999 B.S. (Computer Science), Hawaii Pacific University, USA, 1998



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

No.	Name	Academic Position/ Name Title	Educational Qualification and Name of Institution Graduated From
32	Mr. Viriya Taecharungroj	Assistant Professor	D.P.A. (Public and Private Management), National Institute of Development Administration, Thailand, 2014 M.S. (Marketing), University of Surrey, UK, 2006 B.A. (Economics), Thammasat University, Thailand, 2005
33	Mr. Woraphon Wattanatorn	-	Ph.D. (Business Administration), Thammasat Business School, 2015 M.B.A. (Innovation Management), College of Management Mahidol University, 2008 B.S.E. (Instrumentation Engineering), King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, 2003
34	Mrs. Xiaoxia Wei	-	Ph.D. (Educational Leadership), Assumption University, Thailand, 2009 M.A. (English Language Teaching), Assumption University, Thailand, 2003 B.A. (Tourism Management), Zhengzhou University, China, 1999
35	Mr. Yingyot Chiaravutthi	Associate Professor	Ph.D. (Economics), University of South Carolina, USA, 2002 M.B.A. (Finance), Hawaii Pacific University, USA, 1997 B.B.A. (General Management), Assumption University, Thailand, 1994



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division

No.	Name	Academic Position/ Name Title	Educational Qualification and Name of Institution Graduated From
36	Mr. Youcef Nassim Dehouche	-	Ph.D. (Computer Science), Paris-Dauphine University, France, 2014 M.S. (Management Information System), Paris-Dauphine University, France, 2009 B.S. (Operation Research), USTHB, Algeria, 2008



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

Name lists of Part-time Lecturers

No.	Name	Academic Position/ Name Title	Educational Qualification and Name of Institution Graduated From
1	Ms. Alisa Sony	-	Ph.D. (Business Administration), Asian Institute of Technology, Thailand, 2015 M.M. (Management and Finance), European School of Management, Paris, 2007 M.B.A. (International Business), Asian Institute of Technology, Thailand, 2007 B.Acc. (Accounting), Chulalongkorn University, Thailand, 2004
2	Mr. Arthit Satthavorasit	-	Ph.D.(Laws), Cardiff University, UK, 2009 M.S.(Fiscal Studies), University of Bath, UK, B.S.(Laws), Thammasat University, Thailand
3	Mr. Barry John Clements	-	Post Graduate Certificate (Business Education), Garnett College, The University of London, U.K., 1982 B.A. (Accounting/Law), University of Kent, U.K., 1979
4	Mr. Bhubate Samutachak	-	D.B.A. (International Business), Joint Doctoral Program in Business Administration (JDBA) CU-TU-NIDA, Thailand, 2001 M.B.A. (International Management), Baylor University, USA, 1994 B.B.A (Information System), Yonok University,



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

No.	Name	Academic Position/ Name Title	Educational Qualification and Name of Institution Graduated From
			Thailand, 1991
5	Mr. Chaoyong Ngampravatdee	-	M.S. (Civil Law), Indiana University, USA, 1988 B.S. (Laws), Thammasat University, Thailand, 1986
6	Mr. David Tan	-	M.B.A. (Business Administration), Central Queensland University, Australia, 1997 B.S. (Laws), University of Buckingham, UK, 1995
7	Mr. Jakkarin Pipokullaporn	-	M.I.M. (Marketing), Thammasat University, Thailand, 2010 B.B.A. (Finance), Mahidol University International College, 2006
8	Mr. Kittipong Rueanthip	-	M.A. (Economics), University of East Anglia, UK, 2010 B.A. (Economics), Thammasat University, Thailand, 2009
9	Mr. Nakarin Amarase	-	Ph.D. (Economics), Michigan State University, USA, 2012 M.A. (Economics), Michigan State University, USA, 2007 M.A. (International Economics and Finance), Chulalongkorn University, Thailand, 2003 B.E. (Quantitative Economics), Chulalongkorn



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
 TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
 Business Administration Division

No.	Name	Academic Position/ Name Title	Educational Qualification and Name of Institution Graduated From
			University, Thailand, 2002
10	Mr. Subin Liengpunsakul	-	M.S. (Engineering Economics and Operation Research), Stanforn University, USA, 1999 B.E. (Electrical Engineering), King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Thailand, 1993
11	Mr. Sasha Horst Funk	-	M.B.A. (Business Information System), University of Applied Sciences Wuerzburg, Germany, 2009 B.A. (Banking), Vocational Trading School KBBZ Wuerzburg, Germany, 2004
12	Mr. Teradej Dejrangsri	-	Post Graduate Certificate (Computing Studies), University of Melbourne, Australia, 1987 Post Graduate Certificate (Applied Finance and Investment), Securities Institute of Australia, Australia, 1990 B.A. (Theoretical Physics), University of Melbourne, Australia, 1985
13	Mr. Varavuth Chintaradeja	-	Ph.D. (Economics), University of Missouri-Columbia, USA, 2004 M.A. (Economics), Western Michigan University, USA, 1999 B.A. (Economics), Thammasat University, Thailand, 1997



Degree Level ☒ Bachelor's ☐ Grad.Dip. ☐ Master's ☐ Higher Grad.Dip. ☐ Doctoral
TQF2 Bachelor of Business Administration Program in Marketing (International Program)

Mahidol University International College
Business Administration Division