

วิจัยประเมินหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2556) คณะบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

โดย

สุเมษ เลิศจรรย์พร

วารสาร ธุรกิจปริทัศน์ 11,1 (มกราคม-มิถุนายน 2562) : 127-145

สามารถเข้าถึงบทความฉบับเต็มได้ที่

<https://so01.tci-thaijo.org/index.php/bahcuojs/article/view/198285/138069>