

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564

รหัสและชื่อหลักสูตร

รหัสหลักสูตร	:	25511161102468
ภาษาไทย	:	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล
ภาษาอังกฤษ	:	Bachelor of Business Administration Program in Digital Marketing

ชื่อปริญญาและชื่อสาขาวิชา

ภาษาไทย	ชื่อเต็ม	:	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาดดิจิทัล)
	ชื่อย่อ	:	บร.บ. (การตลาดดิจิทัล)
ภาษาอังกฤษ	ชื่อเต็ม	:	Bachelor of Business Administration (Digital Marketing)
	ชื่อย่อ	:	B.B.A. (Digital Marketing)

วิชาเอก : ไม่มี

จำนวนหน่วยกิตรับเรียนตลอดหลักสูตร : 123 หน่วยกิต

โครงสร้างหลักสูตร

จำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 123 หน่วยกิต ประกอบด้วย หมวดวิชาศึกษาทั่วไป หมวดวิชาเฉพาะ และหมวดวิชาเลือกเสรี รวมไม่น้อยกว่า 123 หน่วยกิต โดยมีสัดส่วนจำนวนหน่วยกิตแต่ละหมวดวิชา ดังนี้

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	ไม่น้อยกว่า	30	หน่วยกิต
1.1 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์		12	หน่วยกิต
1.2 กลุ่มวิชาภาษา		12	หน่วยกิต
1.3 กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ และวิทยาศาสตร์		6	หน่วยกิต
2. หมวดวิชาเฉพาะ	ไม่น้อยกว่า	87	หน่วยกิต
2.1 วิชาแกน		30	หน่วยกิต
2.2 วิชาเอก		57	หน่วยกิต
2.2.1 วิชาเอก-บังคับ		42	หน่วยกิต
2.2.2 วิชาเอก-เลือก		15	หน่วยกิต
3. หมวดวิชาเลือกเสรี	ไม่น้อยกว่า	6	หน่วยกิต

รายชื่อวิชาและจำนวนหน่วยกิต

(1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

1.1) กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ จำนวน 12 หน่วยกิต

บังคับเรียน 3 วิชา จำนวน 6 หน่วยกิต

100110	ทักษะการเรียนรู้และ การแก้ปัญหา Learning and Problem Solving Skills	3(3-0-6)
100209	คุณค่าบัณฑิต Value of the Graduate	2(2-0-4)
100210	การพัฒนาบุคลิกภาพ Personality Development	1(0-2-2)

เลือกเรียนจากรายวิชานี้ 2 วิชา จำนวน 6 หน่วยกิต

100101	จริยธรรม Ethics	3(3-0-6)
100102	จิตวิทยาเพื่อชีวิตสมัยใหม่ Psychology for Modern Life	3(3-0-6)
100103	สังคมศาสตร์บูรณาการ Integrative Social Science	3(3-0-6)
100104	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ กฎหมาย Introduction to Law	3(3-0-6)
100105	การเมืองและการปกครอง ของไทย Thai Politics and Government	3(3-0-6)
100107	มนุษย์กับการใช้เหตุผล Man and Reasoning	3(3-0-6)
100108	พลเมืองพลโลก Global Citizenship	3(3-0-6)
100204	อาเซียนศึกษา ASEAN Studies	3(3-0-6)
100205	การพัฒนาสุขภาพแบบ องค์รวม Holistic Health Development	3(3-0-6)
100206	ชีวิตกับดนตรี Life and Music	3(3-0-6)
100207	ภูมิปัญญาไทย Thai Wisdom	3(3-0-6)
100208	ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง The Philosophy of Sufficiency Economy	3(3-0-6)
100211	สมุทรปราการศึกษา Samut Prakan Studies	3(3-0-6)

100212	มารยาทในการสื่อสารสากล International Communication Etiquette	3(3-0-6)
--------	---	----------

1.2) กลุ่มวิชาภาษา จำนวน 12 หน่วยกิต

บังคับเรียน 3 วิชา จำนวน 9 หน่วยกิต

100111	การใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร Thai Usage for Communication	3(3-0-6)
100112	การศึกษาไวยากรณ์ ภาษาอังกฤษ Studies in English Grammar	3(3-0-6)
100113	การพูดสื่อสารด้วย ภาษาอังกฤษ English Oral Communication	3(2-2-5)

เลือกเรียนจากรายวิชานี้ 1 วิชา จำนวน 3 หน่วยกิต

100201	การสื่อสารระหว่างบุคคล Interpersonal Communication	3(2-2-5)
100202	ศิลปะการเจรจาต่อรอง The Art of Negotiation	3(2-2-5)
100301	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร ออนไลน์ English for Online Communication	3(2-2-5)

1.3) กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ (เลือกจากทั้ง 2 กลุ่มวิชา) จำนวน 6 หน่วยกิต

กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ จำนวน 3 หน่วยกิต

100114	คณิตศาสตร์พื้นฐาน Basic Mathematics	3(3-0-6)
100115	สถิติเบื้องต้น Introduction to Statistics	3(3-0-6)
100118	คณิตศาสตร์และสถิติในชีวิต ประจำวัน Mathematics and Statistics in Daily Life	3(3-0-6)

กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์ จำนวน 3 หน่วยกิต

100116	วิทยาศาสตร์ทั่วไป General Science	3(3-0-6)
100117	คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี สารสนเทศ Computer and Information Technology	3(3-0-6)

100203	มนุษย์กับสิ่งแวดล้อม Man and Environment	3(3-0-6)
100213	วิถีชีวิตในยุคดิจิทัล Digital Lifestyles	3(3-0-6)

102205	การประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์ ในงานการตลาด Computer Application in Marketing	3(2-2-5)
102206	พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล Consumer Behavior in The Digital Age	3(3-0-6)

(2) หมวดวิชาเฉพาะ

2.1) วิชาแกน จำนวน 30 หน่วยกิต

101111	การบัญชีขั้นต้น Fundamentals of Accounting	3(3-0-6)
101324	การเงินธุรกิจ Business Finance	3(3-0-6)
102102	หลักเศรษฐศาสตร์ Principles of Economics	3(3-0-6)
102103	หลักการตลาดดิจิทัล Principles of Digital Marketing	3(3-0-6)
102301	การวิเคราะห์เชิงปริมาณและ สถิติธุรกิจ Quantitative Analysis and Business Statistics	3(3-0-6)
104101	องค์การและการจัดการ สมัยใหม่ Organization and Modern Management	3(3-0-6)
104301	การจัดการเชิงกลยุทธ์ Strategic Management	3(3-0-6)
104304	การเป็นผู้ประกอบการและการ ลงทุนธุรกิจใหม่ Entrepreneurship and New Ventures Formation	3(3-0-6)
104211	การจัดการการผลิตและ การดำเนินงานยุคดิจิทัล Production and Operations Management in Digital Age	3(3-0-6)
101272	กฎหมายเกี่ยวกับการทำ สัญญาทางธุรกิจและภาษีอากร Business Contract Law and Taxation	3(3-0-6)

2.2) วิชาเอก จำนวน 57 หน่วยกิต

2.2.1) วิชาเอก-บังคับ จำนวน 42 หน่วยกิต

102203	การจัดการผลิตภัณฑ์และ ราคา Product and Price Management	3(3-0-6)
--------	---	----------

102207	การออกแบบกราฟิกเพื่อ งานการตลาด Graphic Design for Marketing	3(2-2-5)
102320	การจัดการช่องทางการตลาด แบบบูรณาการ Integrated Marketing Channel Management	3(3-0-6)
102321	การสื่อสารการตลาดดิจิทัล แบบบูรณาการ Integrated Digital Marketing Communication	3(3-0-6)
102322	การตลาดระดับโลก Global Marketing	3(3-0-6)
102323	กลยุทธ์และการจัดการ การตลาดดิจิทัล Digital Marketing Strategy and Management	3(3-0-6)
102324	การใช้เครื่องมือการตลาด ดิจิทัลและการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ Digital Marketing Tools and Big Data Analytics	3(2-2-5)
102325	การจัดการความเข้าใจ ของลูกค้า Customer Journey	3(3-0-6)
102326	การสร้างเนื้อหาเพื่อการตลาด Content Marketing	3(3-0-6)
102402	การวิจัยการตลาด Marketing Research	3(3-0-6)
102419	การตลาดพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ Electronic Commerce Marketing	3(3-0-6)
102420	สัมมนาทางการตลาดดิจิทัล Seminar in Digital Marketing	3(3-0-6)

**2.2.2) วิชาเอก-เลือก จำนวน 15 หน่วยกิต เลือก
จากกลุ่มรายวิชาต่อไปนี้**

● กลุ่มการจัดการการตลาดดิจิทัล

102327	การจัดการการตลาดธุรกิจ ค้าปลีกดิจิทัล Digital Retail Marketing Management	3(3-0-6)
102328	การจัดการการตลาดธุรกิจ อุตสาหกรรมและบริการดิจิทัล Marketing Management for Digital Business Industry and Service	3(3-0-6)
102333	อีเวนต์ด้านการตลาด Event Marketing	3(3-0-6)
102334	จริยธรรมทางการตลาดและ ความรับผิดชอบต่อสังคม Marketing Ethics and Social Responsibilities	3(3-0-6)
102421	การผสมผสานเครื่องมือสื่อสาร การตลาด Marketing Communication Tools Integration	3(3-0-6)
102422	การจัดการสินค้าในธุรกิจ ค้าปลีก Merchandising Management for Retail Business	3(3-0-6)
102423	การบริหารประสบการณ์ลูกค้า และลูกค้าสัมพันธ์ Customer Experience and Customer Relations Management	3(3-0-6)
102319	การเตรียมสหกิจศึกษา Preparation for Co-Operative Education	0(0-30-0)
102424	สหกิจศึกษา Co-operative Education	6(0-560-0)
102425	การฝึกงานด้านการตลาด ดิจิทัล Digital Marketing Internship	3(0-280-0)

● กลุ่มการตลาดออนไลน์

102329	การโฆษณาออนไลน์ Online Advertising	3(2-2-5)
102330	การรณรงค์การสื่อสาร การตลาดดิจิทัล Digital Marketing Campaign	3(3-0-6)

102335	การรู้เท่าทันสื่อ Media Literacy	3(3-0-6)
102336	งานสร้างสรรค์บนสื่อดิจิทัล Creativity on Social Media	3(2-2-5)
102426	การเล่าเรื่องเพื่อการสร้าง ตราสินค้า Story Telling for Branding	3(3-0-6)
102427	การตลาดโดยใช้ผู้มีอิทธิพล บนสื่อสังคมออนไลน์ Influencer Marketing on Social Media	3(3-0-6)
102428	การสร้างร้านค้าและการขาย ออนไลน์ Building Online Store and Online Selling	3(2-2-5)
102319	การเตรียมสหกิจศึกษา Preparation for Co-Operative Education	0(0-30-0)
102424	สหกิจศึกษา Co-operative Education	6(0-560-0)
102425	การฝึกงานด้านการตลาด ดิจิทัล Digital Marketing Internship	3(0-280-0)

● กลุ่มนวัตกรรมและการสร้างสรรค์งานการตลาด

102331	หลักการสร้างสรรค์นวัตกรรม ทางการตลาด Principles of Marketing Innovation	3(3-0-6)
102332	นวัตกรรมการออกแบบ พัฒนาผลิตภัณฑ์ Innovative Design and Product Development	3(2-2-5)
102337	เทคโนโลยีกับการสร้างสรรค์ Technology and Creativity	3(3-0-6)
102429	นวัตกรรมและการสร้างธุรกิจ Innovation and Business Creation	3(3-0-6)
102431	ความคิดสร้างสรรค์เพื่อการ สื่อสารการตลาดดิจิทัล Creative Ideas for Digital Marketing Communication	3(3-0-6)
102432	การจัดการมัลติมีเดียเพื่อ สร้างสรรค์งานการตลาดดิจิทัล Multimedia Management to Create Digital Marketing Work	3(2-2-5)

102433	โครงการนวัตกรรมและการ สร้างสรรคงานการตลาดดิจิทัล Innovative Projects and Digital Marketing Creation	3(3-0-6)
102319	การเตรียมสหกิจศึกษา Preparation for Co-Operative Education	0(0-30-0)
102424	สหกิจศึกษา Co-operative Education	6(0-560-0)
102425	การฝึกงานด้านการตลาด ดิจิทัล Digital Marketing Internship	3(0-280-0)

(3) หมวดวิชาเลือกเสรี

เลือกเรียนไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต ให้เลือกเรียนรายวิชาใดๆ
ในหลักสูตรที่วิทยาลัยเซนต์บังกอกเปิด โดยไม่ซ้ำกับรายวิชา
ที่เคยเรียนมาแล้ว และต้องไม่เป็นรายวิชาที่กำหนดให้เรียนโดยไม่นับ
หน่วยกิตรวมในเกณฑ์การสำเร็จหลักสูตรของสาขานี้

แผนการศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล

ชั้นปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 1

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ค้นคว้า)	วิชา บังคับก่อน	หมายเหตุ
100110	ทักษะการเรียนรู้และการแก้ปัญหา	3(3-0-6)	-	ศึกษาทั่วไป
100111	การใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3(3-0-6)	-	ศึกษาทั่วไป
100112	การศึกษาไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ	3(3-0-6)	-	ศึกษาทั่วไป
100115	สถิติเบื้องต้น	3(3-0-6)	-	ศึกษาทั่วไป
100213	วิถีชีวิตในยุคดิจิทัล	3(3-0-6)	-	ศึกษาทั่วไป
101111	การบัญชีขั้นต้น	3(3-0-6)	-	วิชาแกน
รวม		18(18-0-36)		

ชั้นปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ค้นคว้า)	วิชา บังคับก่อน	หมายเหตุ
100113	การพูดสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ	3(2-2-5)	-	ศึกษาทั่วไป
104101	องค์การและการจัดการสมัยใหม่	3(3-0-6)	-	วิชาแกน
102103	หลักการตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)	-	วิชาแกน
102102	หลักเศรษฐศาสตร์	3(3-0-6)	-	วิชาแกน
100xxx	เลือกเรียนกลุ่มวิชาสังคมและมนุษยศาสตร์	3(3-0-6)	-	ศึกษาทั่วไป
xxxxxx	เลือกเสรี	3(3-0-6)	-	วิชาเลือกเสรี
รวม		18(17-2-35)		

* หมายเหตุ หลังจากเรียนชั้นปีที่ 1 นักศึกษาจะมี PLO01 : สามารถนำความรู้ ความเข้าใจ และทักษะพื้นฐานด้านภาษา การคำนวณ การบริหารธุรกิจ และการตลาดดิจิทัล ไปใช้ในการบอก อธิบาย คำนวณ ยกตัวอย่าง แสดงถึงความเข้าใจเพื่อนำไปสู่การเรียนรู้ การวิเคราะห์ และการพัฒนากลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่เหมาะสมกับสถานการณ์ในอนาคต รวมไปถึงการมีมนุษยสัมพันธ์ สามารถปรับตัวและใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่นได้

ชั้นปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 1

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ค้นคว้า)	วิชา บังคับก่อน	หมายเหตุ
100xxx	เลือกเรียนกลุ่มภาษาอังกฤษ	3(2-2-5)	-	ศึกษาทั่วไป
101324	การเงินธุรกิจ	3(3-0-6)	-	วิชาแกน
104211	การจัดการการผลิตและการดำเนินงานยุค ดิจิทัล	3(3-0-6)	-	วิชาแกน
102205	การประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์ในงาน การตลาด	3(2-5-5)	หลักการตลาดดิจิทัล	วิชาเอก-บังคับ
102206	พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล	3(3-0-6)	หลักการตลาดดิจิทัล	วิชาเอก-บังคับ
101272	กฎหมายเกี่ยวกับการทำสัญญาทางธุรกิจ และภาษีอากร	3(3-0-6)	-	วิชาแกน
รวม		18(16-4-34)		

ชั้นปีที่ 2 ภาคการศึกษาที่ 2

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ค้นคว้า)	วิชา บังคับก่อน	หมายเหตุ
100xxx	เลือกเรียนกลุ่มวิชาสังคมและมนุษยศาสตร์	3(3-0-6)	-	ศึกษาทั่วไป
102203	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา	3(3-0-6)	หลักการตลาดดิจิทัล	วิชาเอก-บังคับ
102207	การออกแบบกราฟิกเพื่องานการตลาด	3(2-2-5)	หลักการตลาดดิจิทัล	วิชาเอก-บังคับ
102301	การวิเคราะห์เชิงปริมาณและสถิติธุรกิจ	3(3-0-6)	-	วิชาแกน
102320	การจัดการช่องทางการตลาดแบบบูรณา การ	3(3-0-6)	หลักการตลาดดิจิทัล	วิชาเอก-บังคับ
102321	การสื่อสารการตลาดดิจิทัลแบบบูรณาการ	3(3-0-6)	หลักการตลาดดิจิทัล	วิชาเอก-บังคับ
รวม		18(17-2-35)		

* **หมายเหตุ** หลังจากเรียนชั้นปีที่ 2 นักศึกษาจะมี PLO02 : สามารถนำความรู้ และทักษะทั้งด้านภาษา การคำนวณ บริหารธุรกิจ การตลาดดิจิทัล และคอมพิวเตอร์ ไปใช้ในการอธิบาย ระบุ บอก วิเคราะห์ เพื่อการประยุกต์ใช้ในการออกแบบและพัฒนา กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลได้ในระดับดี โดยใช้เทคโนโลยีในการนำเสนอได้อย่างเหมาะสม มีการเรียนรู้การทำงานเป็นทีมและความรับผิดชอบต่อหน้าที่และทีมงาน

ชั้นปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 1

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ค้นคว้า)	วิชา บังคับก่อน	หมายเหตุ
104301	การจัดการเชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)	-	วิชาแกน
102324	การใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลและการ วิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่	3(2-2-5)	หลักการตลาดดิจิทัล	วิชาเอก-บังคับ
102325	การจัดการความเข้าใจของลูกค้า	3(3-0-6)	หลักการตลาดดิจิทัล	วิชาเอก-บังคับ
102326	การสร้างเนื้อหาเพื่อการตลาด	3(3-0-6)	หลักการตลาดดิจิทัล	วิชาเอก-บังคับ
102323	กลยุทธ์และการจัดการการตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)	หลักการตลาดดิจิทัล	วิชาเอก-บังคับ
102xxx	กลุ่มวิชาเอก-เลือก	3(3-0-6)	หลักการตลาดดิจิทัล ตามเกณฑ์ที่กำหนด	วิชาเอก-เลือก
รวม		18(17-2-35)		

ชั้นปีที่ 3 ภาคการศึกษาที่ 2

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ค้นคว้า)	วิชา บังคับก่อน	หมายเหตุ
102322	การตลาดระดับโลก	3(3-0-6)	หลักการตลาดดิจิทัล	วิชาเอก-บังคับ
102419	การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	3(3-0-6)	หลักการตลาดดิจิทัล	วิชาเอก-บังคับ
102402	การวิจัยการตลาด	3(3-0-6)	หลักการตลาดดิจิทัล	วิชาเอก-บังคับ
104304	การเป็นผู้ประกอบการและการลงทุนธุรกิจใหม่	3(3-0-6)	หลักการตลาดดิจิทัล	วิชาแกน
102xxx	กลุ่มวิชาเอก-เลือก	3(3-0-6)	หลักการตลาดดิจิทัล ตามเกณฑ์ที่กำหนด	วิชาเอก-เลือก
รวม		15(15-0-30)		

* หมายเหตุ หลังจากเรียนชั้นปีที่ 3 นักศึกษาจะมี PLO03 และ PLO04 : สามารถนำความรู้ด้านการตลาดดิจิทัลบูรณาการกับกับศาสตร์ด้านบริหารจัดการ ไปใช้ในการวิเคราะห์ สังเคราะห์ อธิบาย การจัดทำแผน การนำเสนอ การกำหนดกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล การพัฒนาสื่อ การพัฒนาและสร้างสรรค์งานด้านการตลาดได้ในระดับดี รู้จักใช้เทคโนโลยีในการนำเสนอที่เหมาะสม รวมถึง มีทักษะ และสามารถนำเสนอผลงานการออกแบบ วางแผน การพัฒนา สื่อ รวมถึงการสร้างสรรคงานการตลาดได้อย่างมีขั้นตอน เป็นระบบและเป็นรูปธรรม สามารถบริหารจัดการทีมงานได้

ชั้นปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1 (แผนการเรียนแบบที่ 1: ไม่เลือกเรียนสหกิจศึกษา)

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ค้นคว้า)	วิชา บังคับก่อน	หมายเหตุ
102448	สัมมนาทางการตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)	ตามเกณฑ์ที่กำหนด	วิชาเอก-บังคับ
100209	คุณค่าของบัณฑิต	2(2-0-4)	-	ศึกษาทั่วไป
100210	การพัฒนาบุคลิกภาพ	1(0-2-2)	-	ศึกษาทั่วไป
102xxx	วิชาเลือกเสรี	3(3-0-6)	-	ศึกษาทั่วไป
102xxx	วิชาเอก-เลือก	3(3-0-6)	หลักการตลาดดิจิทัล ตามเกณฑ์ที่กำหนด	วิชาเอก-เลือก
รวม		12(11-2-24)		

ชั้นปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 1 (แผนการเรียนแบบที่ 2: เลือกเรียนสหกิจศึกษา)

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ค้นคว้า)	วิชา บังคับก่อน	หมายเหตุ
102448	สัมมนาทางการตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)	ตามเกณฑ์ที่กำหนด	วิชาเอก-บังคับ
102xxx	วิชาเอก-เลือก	3(3-0-6)	หลักการตลาดดิจิทัล ตามเกณฑ์ที่กำหนด	วิชาเอก-บังคับ
102xxx	วิชาเลือกเสรี	3(3-0-6)	-	วิชาเลือกเสรี
102309	การเตรียมสหกิจศึกษา	0(0-30-0)	-	วิชาเอก-เลือก
100209	คุณค่าของบัณฑิต	2(2-0-4)	-	ศึกษาทั่วไป
100210	การพัฒนาบุคลิกภาพ	1(0-2-2)	-	ศึกษาทั่วไป
รวม		12(11-32-24)		

ชั้นปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2 (แผนการเรียนแบบที่ 1: ไม่เลือกเรียนสหกิจศึกษา)

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ค้นคว้า)	วิชา บังคับก่อน	หมายเหตุ
102xxx	วิชาเอก-เลือก	3(3-0-6)	หลักการตลาดดิจิทัล ตามเกณฑ์ที่กำหนด	วิชาเอก-เลือก
102xxx	วิชาเอก-เลือก	3(3-0-6)	หลักการตลาดดิจิทัล ตามเกณฑ์ที่กำหนด	วิชาเอก-เลือก
รวม		6(6-0-12)		

ชั้นปีที่ 4 ภาคการศึกษาที่ 2 (แผนการเรียนแบบที่ 2: เลือกเรียนสหกิจศึกษา)

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ค้นคว้า)	วิชา บังคับก่อน	หมายเหตุ
102413	สหกิจศึกษา	6(0-560-0)	ตามเกณฑ์ที่กำหนด	วิชาเอก-เลือก
รวม		6(0-560-0)		

* หมายเหตุ หลังจากเรียนชั้นปีที่ 4 นักศึกษาจะมี PLO05 : สามารถต่อยอดและบูรณาการศาสตร์ต่าง ๆ ที่เรียนรู้ ทั้งด้านทักษะ-สังคม ภาษา คำนวณ บริหารธุรกิจ เทคโนโลยีและการตลาดดิจิทัล ในการพัฒนาและออกแบบโปรแกรมการตลาดเพื่อการใช้งานได้ตามความต้องการของธุรกิจและตลาดภายใต้ความเหมาะสมของสภาพแวดล้อม มีความพร้อมในการเรียนรู้และปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง และมีจิตสำนึกที่ดีต่อชุมชนและสังคม

คำอธิบายรายวิชา

หมวดวิชาเฉพาะ

1) วิชาพื้นฐานวิชาชีพ 30 หน่วยกิต

101111 การบัญชีขั้นต้น 3(3-0-6)

Fundamentals of Accounting

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

ความหมาย วัตถุประสงค์ ความสำคัญของการบัญชี การใช้ประโยชน์ของข้อมูลทางการบัญชี กรอบแนวคิดในการจัดทำบัญชี ความรู้เกี่ยวกับหลักการและวิธีการบัญชีตามหลักการบัญชี รวมถึงการจัดทำงบการเงินของกิจการให้บริการ กิจการซื้อขาย ไป และกิจการผลิตสินค้า วิธีการบัญชีเกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่ม

101324 การเงินธุรกิจ 3(3-0-6)

Business Finance

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

หลักการบริหารการเงินของผู้บริหารการเงินธุรกิจ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย การสร้างมูลค่าเพิ่มของกิจการ ภายใต้สภาพแวดล้อมต่างๆ ทางการเงิน การวิเคราะห์การเงินขั้นพื้นฐาน การวางแผนและควบคุมการเงิน การบริหารและจัดการสินทรัพย์ต่างๆ การจัดส่วนผสมทางการเงิน การจัดหาเงินทุนระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว การพิจารณาการลงทุน โครงสร้างของเงินทุน และนโยบายเงินปันผล การเลือกเครื่องมือทางการเงินให้เหมาะสมกับกิจการ

102102 หลักเศรษฐศาสตร์ 3(3-0-6)

Principles of Economics

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

หลักและความหมายของวิชาเศรษฐศาสตร์ ขอบเขตหลักทั่วไปของเศรษฐศาสตร์จุลภาคว่าด้วย มูลค่า ราคา และการจัดการทรัพยากร พฤติกรรมของผู้บริโภค ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ อุปทานของสินค้าในตลาดที่มีการแข่งขันโดยสมบูรณ์และไม่สมบูรณ์ หลักเศรษฐศาสตร์มหภาคว่าด้วยการภาวการณ์การค้า การลงทุนนโยบายการเงิน และนโยบายการคลัง กรณีศึกษาและกรณีตัวอย่างที่เป็นผลกระทบจากการนำนโยบายการเงินและการคลังมาใช้

102103 หลักการตลาดดิจิทัล 3(3-0-6)

Principles of Digital Marketing

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

แนวคิดและหลักการการตลาดดิจิทัล สภาพแวดล้อมทางการตลาดดิจิทัล การวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การจัดการผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายตัวสินค้า การส่งเสริมการตลาด บทบาทของการตลาดดิจิทัลกับการสื่อสาร และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ยุคดิจิทัล

102301 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ และสถิติธุรกิจ 3(3-0-6)

Quantitative Analysis and Business Statistics
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

ความรู้ทางคณิตศาสตร์และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงปริมาณ เทคนิคการตัดสินใจภายใต้ความแน่นอนและความไม่แน่นอน การโปรแกรมเชิงเส้น การวิเคราะห์โครงการงาน การจำลองสถานการณ์ รวมทั้งประยุกต์ใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน เพื่อวางแผนและตัดสินใจทางธุรกิจ

104301 การจัดการเชิงกลยุทธ์ 3(3-0-6)
Strategic Management

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

แนวคิดการวางแผนและการจัดการเชิงกลยุทธ์ ความแตกต่างของการวางแผนและการบริหาร องค์ประกอบของการวางแผนเชิงกลยุทธ์ การกำหนดเป้าหมายของธุรกิจ กระบวนการและเทคนิคการวางแผน การวางนโยบายธุรกิจ โครงสร้างสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก การกำหนดกลยุทธ์ การนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ การประเมินผลและการควบคุมกลยุทธ์

104101 องค์กรและการจัดการสมัยใหม่ 3(3-0-6)

Organization and Modern Management
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

แนวคิดพื้นฐานและลักษณะขององค์การวิวัฒนาการ การจัดการและทฤษฎีการจัดการสมัยใหม่ กระบวนการจัดการ สภาพแวดล้อมทางการจัดการ จริยธรรมในการจัดการ หน้าที่หลักในการจัดการ การวางแผน การจัดองค์การ การขึ้นนำ และการควบคุม โครงสร้างองค์การ การติดต่อสื่อสาร การจัดการความขัดแย้ง พฤติกรรมของปัจเจกบุคคล พฤติกรรมกลุ่มเจตคติ วัฒนธรรมองค์การและการเสริมสร้างบรรยากาศในองค์การ หลักการสำคัญเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ขอบเขตและหน้าที่การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การสรรหา คัดเลือกและบรรจุแต่งตั้ง การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในยุคโลกาภิวัตน์ ประเด็นอื่นๆ ที่น่าสนใจเกี่ยวกับแนวโน้มการจัดการสมัยใหม่และการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ

104304 การเป็นผู้ประกอบการและการลงทุนธุรกิจใหม่ 3(3-0-6)

Entrepreneurship and New Ventures Formation

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการและการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ ทักษะและแรงจูงใจของผู้ประกอบการ คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ การประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน ทักษะและทรัพยากรที่จำเป็นของผู้ประกอบการ ความคิดสร้างสรรค์และการสร้างความคิด การตระหนักและประเมินโอกาสทางธุรกิจ การวิจัยทางการตลาด ขั้นตอนการเริ่มธุรกิจใหม่และการจัดทำแผนธุรกิจ การประเมิน ความเป็นไปได้ของธุรกิจและปัญหาของการเริ่มธุรกิจใหม่ การสร้างสรรค์นวัตกรรมและการคิดเชิงสร้างสรรค์ การหาแหล่งเงินทุน

104211 การจัดการผลิตและดำเนินงานยุคดิจิทัล 3(3-0-6)

Production Management and Marketing in The Digital Era

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

การวางแผน การดำเนินงานและการควบคุม การผลิตสินค้าและบริการในยุคดิจิทัล การออกแบบผลิตภัณฑ์และกระบวนการดำเนินงาน เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การจัดการซัพพลายเชนตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำ จนถึงอุตสาหกรรมปลายน้ำ เพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพ การดำเนินงานและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

101272 กฎหมายเกี่ยวกับการทำสัญญาทางธุรกิจและภาษีอากร 3(3-0-6)

Business Contract Law and Taxation
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

กฎหมายเกี่ยวกับการทำสัญญาทางธุรกิจที่ผู้ประกอบการควรทราบ ได้แก่ ชื่อขาย เช่า สิสซิ่ง แฟรนไชส์ ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และหลักการภาษีอากร ได้แก่ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม อากรแสตมป์ ภาษีธุรกิจเฉพาะ ภาษีสกุลการ และภาษีสรรพสามิต

2) วิชาเอก 57 หน่วยกิต

2.1) วิชาเอก-บังคับ 42 หน่วยกิต

- 102203 การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา 3(3-0-6)**
Product and Price Management
วิชาบังคับก่อน : 102103 หลักการตลาดดิจิทัล
แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ประเภทของผลิตภัณฑ์ ความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์และราคา บทบาทและหน้าที่ของผู้จัดการผลิตภัณฑ์ แนวทางการกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์ การจัดการผลิตภัณฑ์ การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์และการวิเคราะห์ฝั่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ การตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์และส่วนประสมผลิตภัณฑ์ วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ แนวคิดเกี่ยวกับราคา วัตถุประสงค์การตั้งราคา นโยบายและกลยุทธ์การตั้งราคา ปัจจัยที่พิจารณาในการตั้งราคา กลยุทธ์การตั้งราคา การตั้งราคาทางปฏิบัติ และการเปลี่ยนแปลงราคา
- 102205 การประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์ในงานการตลาด 3(2-2-5)**
Computer Application in Marketing
วิชาบังคับก่อน : 102103 หลักการตลาดดิจิทัล
การประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์ในงานต่าง ๆ ทางด้านการตลาด ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารงานข้อมูลความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเทคโนโลยีทางไมโคร คอมพิวเตอร์และการใช้งานส่วนบุคคล เช่น โปรแกรมประมวลผลคำและโปรแกรมการจัดการฐานข้อมูล เป็นต้น ผลกระทบทางสังคมและจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้คอมพิวเตอร์
- 102206 พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล 3(3-0-6)**
Consumer Behavior in The Digital Age
วิชาบังคับก่อน : 102103 หลักการตลาดดิจิทัล
หลักและการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การบริโภคและพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ การวิเคราะห์ปัญหาหรือความต้องการของผู้บริโภค การหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อและการประเมินผลภายหลังการซื้อ เส้นทางการเดินทางของลูกค้า อิทธิพลของวัฒนธรรม สังคม กลุ่มครอบครัว ที่มีต่อการตัดสินใจและรูปแบบการดำเนินชีวิต รูปแบบใหม่ของพฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์ปัจจัยภายในของบุคคล แรงจูงใจและบุคลิกภาพ กระบวนการรับรู้ เรียนรู้ทัศนคติ และการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด ยุคสมัยของผู้บริโภค การประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

- 102207 การออกแบบกราฟิกเพื่อการตลาด 3(2-2-5)**
Graphic Design for Marketing
วิชาบังคับก่อน : 102103 หลักการตลาดดิจิทัล
ความหมาย คุณสมบัติ บทบาทและความสำคัญของงานกราฟิก การออกแบบ หลักการสร้างภาพหรือรูปกราฟิกพื้นฐาน การใช้เทคนิคต่างๆ สำหรับตกแต่งภาพ การใช้ซอฟต์แวร์ในการสร้างงาน การสร้างภาพด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิก ออกแบบสร้างสรรค์ผลงาน เน้นการนำไปใช้กับงานนำเสนอสินค้าและบริการเพื่องานการตลาด
- 102320 การจัดการช่องทางการตลาด 3(3-0-6)**
แบบบูรณาการ
Integrated Marketing Channel Management
วิชาบังคับก่อน : 102103 หลักการตลาดดิจิทัล
แนวคิดการตัดสินใจ การคัดเลือก ออกแบบ จัดการ ประเมินผล และปรับเปลี่ยนช่องทางการจัดจำหน่ายแบบบูรณาการ การจัดการเกี่ยวกับการค้าส่ง การค้าปลีก และการส่งกำลังบำรุงทางการตลาด แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงช่องทางการจัดจำหน่ายแบบใหม่
- 102321 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 3(3-0-6)**
Integrated Marketing Communication
วิชาบังคับก่อน : 102103 หลักการตลาดดิจิทัล
แนวคิด กระบวนการสื่อสารทางการตลาดดิจิทัล และวิธีการของการส่งเสริมและสื่อสารประชาสัมพันธ์ทางการตลาด การวางแผน การกำหนดกลยุทธ์การใช้สื่อ ปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการเลือกสื่อ กลยุทธ์ในการผสมผสานสื่อ การประเมินผลการใช้สื่อ การกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารให้สอดคล้องกับกลยุทธ์การตลาดอื่น และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ
- 102322 การตลาดระดับโลก 3(3-0-6)**
Global Marketing
วิชาบังคับก่อน : 102103 หลักการตลาดดิจิทัล
แนวคิดและทฤษฎีการจัดการการตลาดระดับโลก สิ่งแวดล้อมการตลาดระดับโลก กลยุทธ์การตลาดระดับโลก พฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดระดับโลก กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดระดับโลก ผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคาและการส่งเสริมการตลาดสำหรับตลาดระดับโลก บทบาทและนโยบายของรัฐที่มีต่อการตลาดระดับโลก การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจและองค์กรต่างๆ ที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจระดับโลก และแนวโน้มของการตลาดระดับโลก

102323 กลยุทธ์และการจัดการการตลาดดิจิทัล 3(3-0-6)
Digital Marketing Strategy and Management
วิชาบังคับก่อน : 102103 หลักการตลาดดิจิทัล
การนำหลักการทางการตลาดยุคดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในตลาด การออกแบบกลยุทธ์การตลาดยุคดิจิทัลการวางแผนและการพัฒนาแผนการตลาดยุคดิจิทัล การนำไปปฏิบัติและควบคุมโปรแกรมทางการตลาดยุคดิจิทัล

102324 การใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลและการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ 3(2-2-5)
Digital Marketing Tools and Big Data Analytics
วิชาบังคับก่อน : 102103 หลักการตลาดดิจิทัล
แนวคิด ความหมาย ความสำคัญการใช้เครื่องมือ ดิจิทัลบนแพลตฟอร์มกับงานการตลาดดิจิทัล องค์ ประกอบของการทำตลาดบนสื่อดิจิทัล ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการทำตลาดดิจิทัล วิธีการทำการตลาดดิจิทัล การเก็บรวบรวม การจัดการ การวิเคราะห์และจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ การพยากรณ์ความได้เปรียบทางการใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลและการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่

102325 การจัดการความเข้าใจของลูกค้า 3(3-0-6)
Customer Journey
วิชาบังคับก่อน : 102103 หลักการตลาดดิจิทัล
แนวทางในการบริหารจัดการประสบการณ์ลูกค้า การวิเคราะห์เส้นทางการเดินทางของผู้บริโภคอย่างเป็นขั้นตอน ความพึงพอใจและประสบการณ์ในแต่ละจุดสัมผัสลูกค้า การสร้างคุณค่าแก่ลูกค้าผ่านกิจกรรมการตลาดเพื่อเพิ่มประสบการณ์ เน้นการสื่อสารการตลาดโดยตรงต่อกลุ่มเป้าหมาย

102326 การสร้างเนื้อหาเพื่อการตลาด 3(3-0-6)
Content Marketing
วิชาบังคับก่อน : 102103 หลักการตลาดดิจิทัล
ความหมายของการสร้างเนื้อหาเพื่อการตลาด การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและเครื่องมือการตลาด แนวโน้มการพัฒนาตลาดคอนเทนต์ ประเภทของตลาดคอนเทนต์ เครื่องมือเทคโนโลยีและสื่อที่ใช้ในการทำตลาดคอนเทนต์ กลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ทางการตลาดด้วยคอนเทนต์ การวางกลยุทธ์และเป้าหมายทางธุรกิจ ตัวอย่างการทำตลาดคอนเทนต์

102402 การวิจัยการตลาด 3(3-0-6)
Marketing Research
วิชาบังคับก่อน : 102103 หลักการตลาดดิจิทัล
ความหมายและบทบาทของการวิจัยการตลาด กระบวนการวิจัยการตลาด การออกแบบการวิจัย ข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การสร้างเครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การสรุปผลและการนำเสนอผลการวิจัย หลักการวิจัยเชิงคุณภาพทางการตลาด การประยุกต์ใช้ผลการวิจัยทางการตลาด จริยธรรมในการวิจัยการตลาด

102419 การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3(3-0-6)
Electronic Commerce Marketing
วิชาบังคับก่อน : 102103 หลักการตลาดดิจิทัล
บทบาทและความสำคัญของการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ประเภทตลาดอิเล็กทรอนิกส์ การตัดสินใจทำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ การกำหนดกลยุทธ์การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ และอนาคตตลาดอิเล็กทรอนิกส์

102420 สัมมนาการตลาดดิจิทัล 3(3-0-6)
Seminar in Digital Marketing
วิชาบังคับก่อน : วิชาเอก-บังคับ และ/หรือ วิชาเอก-เลือก ไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต
ประเด็นที่น่าสนใจทางการตลาดดิจิทัล ความ สำเร็จหรือความล้มเหลวจากการนำเทคโนโลยีด้านดิจิทัลมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ การนำทฤษฎีและความรู้ทั้งหมดที่เรียนมาประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหา โดยใช้กรณีศึกษา การระดมสมอง การอภิปรายกลุ่ม รวมถึงการเรียนรู้ประสบการณ์จากผู้ปฏิบัติงานหรือเจ้าของธุรกิจ เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการประกอบอาชีพในอนาคต

2.2 วิชาเอกเลือก 15 หน่วยกิต

● กลุ่มการจัดการการตลาดดิจิทัล

102327 การจัดการการตลาดธุรกิจ 3(3-0-6)
ค้าปลีกดิจิทัล
Digital Retail Marketing Management
วิชาบังคับก่อน : 102103 หลักการตลาดดิจิทัล
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัย ใหม่ยุคดิจิทัล รูปแบบและความแตกต่างของธุรกิจค้าปลีกแบบมีหน้าร้านและไม่มีหน้าร้าน ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรูปแบบ การดำเนินงาน การออกแบบกลยุทธ์การตลาดที่ใช้การควบคุมและการประเมินผลการดำเนินงานสำหรับธุรกิจค้าปลีกทั้งแบบมีหน้าร้านและไม่มีหน้าร้าน กรณีศึกษาธุรกิจค้าปลีกดิจิทัล

102328 การจัดการการตลาดธุรกิจ **3(3-0-6)**
อุตสาหกรรมและบริการดิจิทัล
Marketing Management for Digital Business
Industry and Service

วิชาบังคับก่อน : 102103 หลักการตลาดดิจิทัล
แนวคิด ประเภทของการตลาดสินค้าอุตสาหกรรม และบริการ การประเมินสภาพแวดล้อมทางการตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งและการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด การดำเนินกลยุทธ์ การประเมินผลและการควบคุมกลยุทธ์ตลาดอุตสาหกรรมและบริการ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธุรกิจอุตสาหกรรมและบริการยุคดิจิทัล

102333 อีเวนท์ด้านการตลาด **3(3-0-6)**
Event Marketing

วิชาบังคับก่อน : 102103 หลักการตลาดดิจิทัล
ทฤษฎีและรูปแบบการจัดกิจกรรมทางการตลาด บทบาทผู้จัดการกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสร้างความสนใจของผู้บริโภคต่อสินค้าและบริการ กลยุทธ์การเลือกเครื่องมือการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสม เช่น กิจกรรมทางธุรกิจ กิจกรรมบันเทิง กิจกรรมบันเทิงนาการ กิจกรรมด้านกีฬา กิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมขององค์กรที่ไม่แสวงหากำไร การบริหารคน การบริหารเครื่องมือในสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบัน

102334 จริยธรรมทางการตลาดและ **3(3-0-6)**
ความรับผิดชอบต่อสังคม
Marketing Ethics and Social Responsibilities

วิชาบังคับก่อน : 102103 หลักการตลาดดิจิทัล
แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านศีลธรรมของนักการตลาด ธรรมาภิบาลทางธุรกิจ ประยุกต์หลักนิติธรรม คุณธรรม ความโปร่งใส การมีส่วนร่วม ความรับผิดชอบต่อสังคม และความคุ้มค่าใช้เป็นหลักในการดำเนินงานด้านการตลาด การพัฒนากระบวนการสร้างเสริมจริยธรรม และส่งเสริมให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเกิดความรับผิดชอบต่อสังคม โดยศึกษาและวิเคราะห์ด้วยการใช้กรณีศึกษา

102421 การผสมผสานเครื่องมือสื่อสาร **3(3-0-6)**
การตลาด
Marketing Communication Tools Integration

วิชาบังคับก่อน : 102103 หลักการตลาดดิจิทัล
ความหมาย ความแตกต่าง ความสำคัญ ของการตลาดแบบออนไลน์และออฟไลน์ เครื่องมือในการทำการสื่อสารการตลาดออนไลน์และออฟไลน์ การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า การวางแผนการสื่อสารการตลาด การออกแบบโปรแกรม

การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานระหว่างออนไลน์และออฟไลน์ การควบคุมและการประเมินผลการสื่อสารการตลาดออนไลน์และออฟไลน์ การศึกษาด้วยกรณีศึกษา

102422 การจัดการสินค้าในธุรกิจค้าปลีก **3(3-0-6)**
Merchandising Management for Retail
Business

วิชาบังคับก่อน : 102103 หลักการตลาดดิจิทัล
หลักการจัดการร้านค้าปลีก ความรู้เกี่ยวกับสินค้า กลยุทธ์และเทคนิคในการจัดการสินค้า การกำหนดส่วนประสมสินค้า การวางแผนกำหนดหมวดหมู่ การจัดเรียงสินค้า การบริหารสินค้าเพื่อเพิ่มยอดขายและผลกำไร กลยุทธ์และนโยบายการจัดซื้อ การหาแหล่งสินค้า กระบวนการจัดซื้อ การบริหารการจัดเก็บและคลังสินค้า การออกแบบผังร้านค้า การจัดแสดงสินค้า และการตกแต่งร้านค้า เทคนิคและอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดแสดงสินค้า การวิเคราะห์ต้นทุนกำไร เพื่อการกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาด และการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการสินค้าในร้านค้าปลีกยุคดิจิทัล

102423 การบริหารประสบการณ์ลูกค้า **3(3-0-6)**
และลูกค้าสัมพันธ์
Customer Experience and Customer
Relations Management

วิชาบังคับก่อน : 102103 หลักการตลาดดิจิทัล
ความสำคัญเกี่ยวกับการบริหารประสบการณ์และการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารประสบการณ์ลูกค้าและลูกค้าสัมพันธ์ บทบาทและความรับผิดชอบของผู้บริหารต่อการจัดการประสบการณ์ลูกค้าและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การจัดการข้อมูลลูกค้า เทคนิคและกระบวนการในการทำการตลาดประสบการณ์ การออกแบบโปรแกรมลูกค้าสัมพันธ์เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความภักดีในตราสินค้า และการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการประเมินผลในการออกแบบการบริหารประสบการณ์ลูกค้าและลูกค้าสัมพันธ์

● **กลุ่มวิชาการตลาดออนไลน์**

102329 การโฆษณาออนไลน์ **3(2-2-5)**
Online Advertising

วิชาบังคับก่อน : 102103 หลักการตลาดดิจิทัล
แนวคิด หลักการ ความหมาย ประเภทของการโฆษณา การเลือกกลุ่มเป้าหมาย รูปแบบการซื้อขายออนไลน์ การเลือกใช้เครื่องมือวัดเพื่อประเมินผล เทคนิคการสร้างตราสินค้าออนไลน์ การสร้างแคมเปญโฆษณาออนไลน์ กฎ ระเบียบและข้อกำหนดการโฆษณาออนไลน์ และการฟลอปฏิกิริยาการโฆษณาออนไลน์

102337 เทคโนโลยีกับการสร้างสรรค์ 3 (3-0-6)
Technology and Creativity

วิชาบังคับก่อน : 102103 หลักการตลาดดิจิทัล
ความหมาย ความสำคัญของการสร้างสรรค์ การ
เลือกใช้เทคโนโลยีและกระบวนการเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อนำไปสู่
การสร้างสรรคนวัตกรรม

102429 นวัตกรรมและการสร้างธุรกิจ 3 (3-0-6)
Innovation and Business Creation

วิชาบังคับก่อน : 102103 หลักการตลาดดิจิทัล
แนวคิดนวัตกรรม คุณลักษณะ ทักษะที่จำเป็นสำหรับ
การเป็นผู้ประกอบการ การจัดการนวัตกรรมเพื่อการประกอบ
ธุรกิจ การแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ การจัดทำแผนธุรกิจ เรียนรู้
ผ่านกรณีศึกษา การอภิปราย เพื่อให้สามารถประยุกต์แนวคิดของ
การประกอบธุรกิจมาปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพให้กับการ
ทำงานขององค์กรทั่วไป และ/หรือ ธุรกิจของตนเอง

102431 ความคิดสร้างสรรค์เพื่อการ
สื่อสารการตลาดดิจิทัล 3 (3-0-6)
Creative Ideas for Digital Marketing
Communication

วิชาบังคับก่อน : 102103 หลักการตลาดดิจิทัล
บทบาทการทำงานสร้างสรรค์บนสื่อดิจิทัล การ
วางแผนสื่อดิจิทัลร่วมกับสื่อโฆษณาแบบผสมผสานในรูปแบบอื่นๆ
เรียนรู้ทักษะที่จำเป็นเพื่อผลิตงานสร้างสรรค์บนสื่อดิจิทัล เรียนรู้
บทบาทความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตงานโฆษณานบนสื่อดิจิทัล
เทคนิคการนำเสนอผลงานสร้างสรรค์บนสื่อดิจิทัล

102432 การจัดการมัลติมีเดียเพื่อ
สร้างสรรค์งานการตลาดดิจิทัล 3 (2-2-5)
Multimedia Management to Create Digital
Marketing Work

วิชาบังคับก่อน : 102103 หลักการตลาดดิจิทัล
การประยุกต์ใช้และปรับแต่งข้อมูลมัลติมีเดีย การ
แปลงข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัล การประยุกต์ใช้โปรแกรมที่
เหมาะสมเพื่อสร้างสรรค์และจัดการมัลติมีเดียที่ครอบคลุมสื่อใน
รูปแบบเสียง วิดีโอ รูปภาพภาพ เคลื่อนไหว แนวทางการนำสื่อ
มัลติมีเดียไปประยุกต์ใช้ในบริบทของงานการตลาดในลักษณะต่างๆ

102433 โครงการนวัตกรรมและการ
สร้างสรรค์งานการตลาดดิจิทัล 3 (3-0-6)
Innovative Projects and Digital Marketing
Creation

วิชาบังคับก่อน : 102103 หลักการตลาดดิจิทัล
พัฒนาหัวข้อโครงการที่เกี่ยวข้องกับการตลาด
ดิจิทัล การศึกษานวัตกรรมและการสร้างสรรค์ การนำความ
คืบหน้า การพัฒนาโครงการ การนำเสนอโครงการ การนำ
โครงการ นวัตกรรม และการสร้างสรรค์เผยแพร่ในช่องทาง
การตลาดดิจิทัล

จาก 3 รายวิชานี้ เป็นรายวิชาที่มีอยู่ทุกกลุ่มวิชา

102319 การเตรียมสหกิจศึกษา 0(0-30-0)
Preparation for Co-Operative Education

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
การจัดกิจกรรมการเตรียมความพร้อมเพื่อนำไป
การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาด้านการตลาดดิจิทัล

102425 การฝึกงานด้านการตลาดดิจิทัล 3(0-280-0)
Digital Marketing Internship

วิชาบังคับก่อน : วิชาเอก-บังคับ และ/หรือวิชาเอก-
เลือก ไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต
การฝึกปฏิบัติด้านการตลาดดิจิทัล ในหน่วย งานทั้ง
ภาครัฐ ภาคเอกชน และ ชุมชน

102424 สหกิจศึกษา 6(0-560-0)
Co-operative Education

วิชาบังคับก่อน : 102319 การเตรียมสหกิจศึกษา
การปฏิบัติงานทางด้านการตลาดดิจิทัลในสถาน
ประกอบการ โดยมีการวางแผนร่วมกันระหว่างสถาบันกับสถาน
ประกอบการ นักศึกษาจะต้องเข้าไปปฏิบัติงานเต็มเวลาเสมือนเป็น
พนักงานของหน่วยงานนั้น โดยมีพนักงานที่ปรึกษาที่สถาน
ประกอบการมอบหมายให้ทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบการปฏิบัติงาน
ของนักศึกษา มีการกำหนดลักษณะงาน แผนการปฏิบัติงานให้กับ
นักศึกษา นักศึกษาจะต้องจัดทำรายงานและนำเสนอรายงานหลัง
เสร็จสิ้นการปฏิบัติงานเพื่อประเมินผลการศึกษา