



SM
SCHOOL OF MANAGEMENT
WALAILAK UNIVERSITY



หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์



หลักสูตรปรับปรุง
ปีการศึกษา 2567



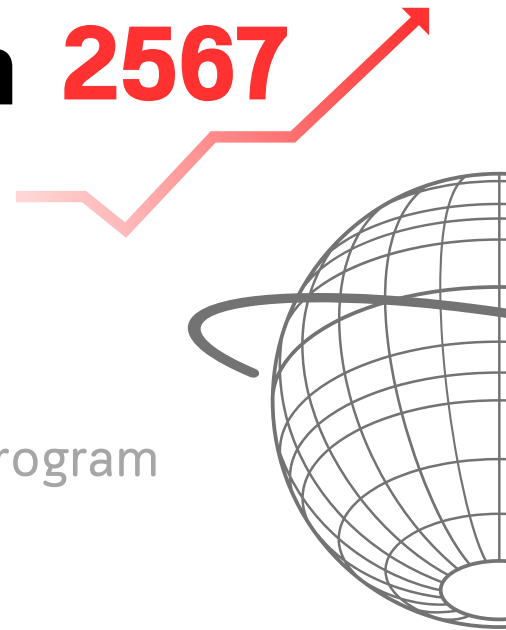
ข้อมูลทั่วไป หลักสูตรปรับปรุงปีการศึกษา **2567**

ชื่อหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์
Bachelor of Business Administration program
in Digital Marketing and Branding

ชื่อปริญญา

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์)
บธ.บ.(การตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์)
Bachelor of Business Administration
B.B.A. (Digital Marketing and Branding)



หลักสูตรปริญญาตรี (4 ปี)

หลักสูตรปริญญาเดียว

และเป็นหลักสูตรเฉพาะของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ระบบทวิภาค

2 ภาคการศึกษา / 1 ปีการศึกษา

- ภาคเรียนที่ 1 เดือนมิถุนายน - เดือนตุลาคม
- ภาคเรียนที่ 2 เดือนพฤศจิกายน - เดือนมีนาคม

ภาษาที่ใช้

ภาษาไทยและภาษาอังกฤษในบางรายวิชา



สถานที่จัดการเรียนการสอน



มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

นอกสถานที่ ได้แก่ การฝึกสหกิจศึกษา ณ สถานประกอบการ
(ภาคผนวกที่ 10)

ปรัชญาของหลักสูตร

เป็นหลักสูตรที่มุ่งผลิตบัณฑิต ให้มีความพร้อมในการเป็น
ผู้ประกอบการธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่ง
แวดล้อมสามารถประยุกต์ใช้เครื่องมือทางการตลาดดิจิทัล
และการสร้างแบรนด์ในการสร้าง
หรือต่อยอดธุรกิจภายใต้กรอบแนวคิด

“เก่งวิชาการ เชี่ยวชาญปฏิบัติ”



วัตถุประสงค์ ของหลักสูตร



ผลิตบัณฑิต

- 1** เพื่อผลิตบัณฑิตนักการตลาดที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านทางการตลาดดิจิทัลการสร้างแบรนด์ และมีความเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัล สอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรม และยุทธศาสตร์ชาติ ในด้านขีดความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายรายได้เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่
- 2** เพื่อผลิตบัณฑิตนักการตลาด และนักสร้างแบรนด์ที่สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ในการสร้างมูลค่าทางการตลาดและพัฒนาธุรกิจบนแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13
- 3** เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีทักษะวิจัยทางการตลาด ตอบสนองนโยบายการพัฒนากำลังคนของประเทศตามพันธกิจหลักของมหาวิทยาลัย สอดคล้องกับการจัดกลุ่มสถาบันอุดมศึกษาที่เป็นมหาวิทยาลัยวิจัย
- 4** เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณลักษณะสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ทั้ง 4 ด้าน ตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่องรายละเอียดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ.2565



จุดเด่น ของหลักสูตร

1

หลักสูตรมุ่งเน้นการสร้างนักการตลาดที่มีทักษะดิจิทัลและสร้างแบรนด์ พร้อมทั้งจะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัล โดยกระบวนการสหกิจศึกษา ซึ่งเพิ่มโอกาสการได้งานทำ จากการปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการ 8 เดือน

2

หลักสูตรผลิตนักการตลาดดิจิทัล และ นักสร้างแบรนด์ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์สมัยใหม่ ผ่านโครงการความร่วมมือกับธุรกิจภาคอุตสาหกรรม บริษัทชั้นนำ และมหาวิทยาลัยในต่างประเทศ



หลักสูตร ๑ ได้มีการ พัฒนาปรับปรุงให้มี ความสอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561- 2580



1 ด้านการสร้างความสามารถใน การแข่งขัน

- ในการร่วมขับเคลื่อนความมั่นคงทางเศรษฐกิจ เพื่อใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการขับเคลื่อนประเทศไทยให้ก้าวข้ามกับการเป็นประเทศรายได้ปานกลาง ลดการเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ รวมถึงมีความสามารถทางการแข่งขัน
- การร่วมขับเคลื่อนประเทศภายใต้ระบบเศรษฐกิจคุณค่า(Value Economy) ที่จะนำไปสู่การสร้างระบบเศรษฐกิจมูลค่าสูง ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ที่ต้องวางระบบและ เตรียมการรับมือกับกระแสการเปลี่ยนแปลงในโลกยุคดิจิทัล

2 ด้านการสร้าง ความสามารถในการแข่งขัน

- มุ่งเน้นผลิตบัณฑิตให้เป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพตามยุทธศาสตร์ชาติ โดยมีเป้าหมาย คือ การสร้างคนเก่ง มีความซื่อสัตย์ ใฝ่รู้ เป็นคนดี รวมถึงเป็นผู้ที่มีสุขภาวะที่ดีเป็นกำลังคนที่มีคุณภาพของประเทศและเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศ
- การกำหนดเป้าหมายและทิศทางที่ชัดเจนในการสร้างและ ขับเคลื่อนประเทศ โดยด้านที่สำคัญเกี่ยวข้องกับการพัฒนาบนฐานศักยภาพทางทรัพยากร และวัฒนธรรมของพื้นที่ และการสร้างความสมดุลในการกระจายผลประโยชน์จากการพัฒนาแก่ทุกภาคส่วนเศรษฐกิจและสังคม

โครงสร้างหลักสูตร

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป



ไม่น้อยกว่า 26 หน่วยกิต

โดยเลือกภาษาอังกฤษ 9 หน่วยกิต
หรือภาษาจีน 9 หน่วยกิต

หมวดวิชาเฉพาะ



ไม่น้อยกว่า 88 หน่วยกิต

หมวดวิชาเลือกเสรี



ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต

| | |
|--|--------------|
| 1.หมวดวิชาศึกษาทั่วไป | 26 หน่วยกิต |
| 2.หมวดวิชาเฉพาะ | 101 หน่วยกิต |
| 2.1) กลุ่มวิชาแกนธุรกิจ | 27 หน่วยกิต |
| 2.2) กลุ่มวิชาเฉพาะด้านการตลาดดิจิทัล และการสร้างแบรนด์ | 48 หน่วยกิต |
| 2.3) กลุ่มวิชาสหกิจศึกษา | 13 หน่วยกิต |
| 3. หมวดวิชาเลือกเสรี | 6 หน่วยกิต |

รวมตลอดหลักสูตร

ไม่น้อยกว่า

120 หน่วยกิต



แผนการศึกษา กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ

ชั้นปีที่

1

ภาคการศึกษา 1

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

- GEN67-011 ภาษาไทยพื้นฐาน
- GEN67-111 ภาษาไทยเพื่อการนำเสนอ
- GEN67-121 ภาษาอังกฤษแบบบูรณาการ สำหรับผู้ใช้ภาษาขึ้นเริ่มต้นระดับสูง
- GEN67-133 สุนทรียศาสตร์เพื่อคุณภาพชีวิต
- GEN67-142 การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและ สภาวะโลกร้อน
- CSP67-15x กีฬา
- MKT67-101 หลักการตลาดยุคดิจิทัล
- MKT67-102 เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการยุคดิจิทัล

หมวดวิชาเฉพาะ

- MKT67-101 หลักการตลาดยุคดิจิทัล
- MKT67-102 เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการยุคดิจิทัล
- MKT67-101 หลักการตลาดยุคดิจิทัล
- MKT67-102 เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการยุคดิจิทัล

ภาคการศึกษา 2

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

- GEN67-161 นวัตกรรมและผู้ประกอบการ
- GEN67-141 การแสวงหาความรู้และการวิจัยเบื้องต้น
- INF67-171 เทคโนโลยีสารสนเทศในยุคดิจิทัล
- INF67-173 การใช้ซอฟต์แวร์ตารางคำนวณเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล
- CHI67-121 ภาษาจีนพื้นฐาน
- CSP67-15x กีฬา

หมวดวิชาเฉพาะ

- ACT67-105 การบัญชีเพื่อการจัดการธุรกิจ
- LGT67-101 การจัดการการดำเนินงาน
- MKT67-103 พฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล

ชั้นปีที่

2

ภาคการศึกษา 1

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

- GEN67-123 ภาษาอังกฤษการอ่าน-เขียน สำหรับผู้ใช้ภาษาระดับต้น

หมวดวิชาเฉพาะ

- MKT67-201 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และพฤติกรรมองค์การ
- MKT67-202 การจัดการการเงินยุคดิจิทัล
- MKT67-211 สุนทรียภาพในการสร้างแบรนด์
- MKT67-212 การสื่อสารของนักการตลาดอย่างมืออาชีพ
- MKT67-213 การถ่ายภาพและเล่าเรื่อง การตลาดเชิงสร้างสรรค์

ภาคการศึกษา 2

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

- CHI67-123 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร

หมวดวิชาเฉพาะ

- MKT67-203 สถิติธุรกิจ
- MKT67-204 กฎหมายธุรกิจและภาษีอากร
- MKT67-221 โมเดลทางธุรกิจและการออกแบบความคิดระบบในยุคดิจิทัล
- MKT67-222 นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์
- MKT67-223 การตลาดดิจิทัลและ เครือข่ายสังคมออนไลน์
- MKT67-391 เตรียมสหกิจศึกษา

แผนการศึกษา กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ

ชั้นปีที่

3

ภาคการศึกษา 1

หมวดวิชาเฉพาะ

- MKT67-311 วิทยาการการตลาด
- MKT67-312 การจัดการข้อมูลดิจิทัลเพื่อการตลาด
- MKT67-313 หัวข้อเฉพาะทางด้านการตลาดดิจิทัล และการสร้างแบรนด์
- MKT67-314 การตลาดประสาทวิทยา
- MKT67-321 วัฒนธรรมการบริโภคในการตลาดดิจิทัลและสร้างแบรนด์
- MKT67-322 การออกแบบเชิงสร้างสรรค์เพื่อการสร้างแบรนด์และบรรจุภัณฑ์

หมวดวิชาเลือกเสรี

- XXX-XXX วิชาเลือกเสรี

ภาคการศึกษา 2

หมวดวิชาเฉพาะ

- MKT67-323 กลยุทธ์แบรนด์และการสื่อสารแบรนด์แบบบูรณาการ
- MKT67-324 การพัฒนาอินฟลูเอนเซอร์ทางการตลาด
- MKT67-325 การเขียนเพื่อการสร้างแบรนด์
- MKT67-326 แนวคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ

ชั้นปีที่

4

ภาคการศึกษา 1

หมวดวิชาเฉพาะ

- MKT67-491 สหกิจศึกษา I

ภาคการศึกษา 2

หมวดวิชาเฉพาะ

- MKT67-491 สหกิจศึกษา II

**สหกิจศึกษา 8 เดือน
(พฤษภาคม - ธันวาคม)**

*หมายเหตุ แผนการศึกษาอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม



แผนการศึกษา กลุ่มวิชาภาษาจีน

ชั้นปีที่

1

ภาคการศึกษา 1

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

- GEN67-011 ภาษาไทยพื้นฐาน
- GEN67-111 ภาษาไทยเพื่อการนำเสนอ
- GEN67-021 ภาษาอังกฤษพื้นฐาน
- GEN67-121 ภาษาอังกฤษแบบบูรณาการ สำหรับผู้ใช้ภาษาขั้นเริ่มต้นระดับสูง
- GEN67-133 สุนทรียศาสตร์เพื่อคุณภาพชีวิต
- GEN67-142 การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและสภาวะโลกร้อน
- CSP67-15x กีฬา

หมวดวิชาเฉพาะ

- MKT67-101 หลักการตลาดยุคดิจิทัล
- MKT67-102 เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการยุคดิจิทัล

ภาคการศึกษา 2

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

- GEN67-161 นวัตกรรมและผู้ประกอบการ
- GEN67-141 การแสวงหาความรู้และการวิจัยเบื้องต้น
- INF67-171 เทคโนโลยีสารสนเทศในยุคดิจิทัล
- INF67-173 การใช้ซอฟต์แวร์ตารางคำนวณเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล
- CHI67-121 ภาษาจีนพื้นฐาน
- CSP67-15x กีฬา

หมวดวิชาเฉพาะ

- ACT67-105 การบัญชีเพื่อการจัดการธุรกิจ
- LGT67-101 การจัดการการดำเนินงาน
- MKT67-103 พฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล

ชั้นปีที่

2

ภาคการศึกษา 1

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

- CHI67-122 ภาษาจีนสำหรับชีวิตประจำวัน

หมวดวิชาเฉพาะ

- MKT67-201 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และพฤติกรรมองค์การ
- MKT67-202 การจัดการการเงินยุคดิจิทัล
- MKT67-211 สุนทรียภาพในการสร้างแบรนด์
- MKT67-212 การสื่อสารของนักการตลาด อย่างมืออาชีพ
- MKT67-213 การถ่ายภาพและเล่าเรื่องการตลาดเชิงสร้างสรรค์

ภาคการศึกษา 2

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

- CHI67-123 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร

หมวดวิชาเฉพาะ

- MKT67-203 สถิติธุรกิจ
- MKT67-204 กฎหมายธุรกิจและภาษี อากร
- MKT67-221 โมเดลทางธุรกิจและการออกแบบความคิดระบบในยุคดิจิทัล
- MKT67-222 นวัตกรรมและการตลาดเชิงสร้างสรรค์
- MKT67-223 การตลาดดิจิทัลและเครือข่ายสังคมออนไลน์
- MKT67-391 เตรียมสหกิจศึกษา

แผนการศึกษา กลุ่มวิชาภาษาจีน

ชั้นปีที่

3

ภาคการศึกษา 1

หมวดวิชาเฉพาะ

- MKT67-311 วิทยาทางการตลาด
- MKT67-312 การจัดการข้อมูลดิจิทัล เพื่อการตลาด
- MKT67-313 หัวข้อเฉพาะทางด้าน การตลาดดิจิทัล และการสร้างแบรนด์
- MKT67-314 การตลาดประสาทวิทยา
- MKT67-321 วัฒนธรรมการบริโภคในการตลาดดิจิทัล และสร้างแบรนด์
- MKT67-322 การออกแบบเชิงสร้างสรรค์ เพื่อการสร้างแบรนด์และบรรจุภัณฑ์

ภาคการศึกษา 2

หมวดวิชาเฉพาะ

- MKT67-323 กลยุทธ์แบรนด์และการสื่อสารแบรนด์แบบบูรณาการ
- MKT67-324 การพัฒนาอินฟลูเอนเซอร์ทางการตลาด
- MKT67-325 การเขียนเพื่อการสร้างแบรนด์
- MKT67-326 แนวคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ

หมวดวิชาเลือกเสรี

- XXX-XXX วิชาเลือกเสรี

ชั้นปีที่

4

ภาคการศึกษา 1

หมวดวิชาเฉพาะ

- MKT67-491 สหกิจศึกษา I

ภาคการศึกษา 2

หมวดวิชาเฉพาะ

- MKT67-492 สหกิจศึกษา II

สหกิจศึกษา 8 เดือน (พฤษภาคม - ธันวาคม)

*หมายเหตุ แผนการศึกษาอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม



สหกิจศึกษา

สร้างโอกาสได้ลองปฏิบัติงานจริงใน
สถานประกอบการชั้นนำกว่า 8 เดือน

โรงแรม บันยันทรี ภูเก็ต



บริษัท อีลโสดี รีสอร์ท



บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย (หุงสย) จำกัด



การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
สำนักงานกระบี่



บริษัท ไทบอล มาร์น เทค จำกัด



สหกิจศึกษา
สร้างโอกาสได้ทำงาน

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

Program Learning Outcomes

ด้านความรู้ (Knowledge)

- PLO1 อธิบายแนวคิด หลักการทางด้านบริหารธุรกิจการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ ตามบริบทที่มีการเปลี่ยนแปลง ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และการพัฒนาที่ยั่งยืน
- PLO2: อธิบายแนวคิดการตลาดดิจิทัล และการสร้างแบรนด์ภายใต้การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศในยุคดิจิทัล
- PLO3: วิเคราะห์ความรู้ทางด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์อย่างมีเหตุผล และ นำไปสู่การแก้ปัญหาทางธุรกิจได้
- PLO4: ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ เพื่อวางแผนการตลาดและกำหนดกลยุทธ์แบรนด์ โดยคำนึงถึงความแตกต่างทางเทคโนโลยีและพฤติกรรมธรรมชาติของผู้บริโภค
- PLO5: ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางด้านบริหารธุรกิจและการจัดการนวัตกรรมในการพัฒนาไปสู่ความเป็นผู้ประกอบการธุรกิจยุคดิจิทัลอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ด้านทักษะ (Skills)

- PLO6: มีทักษะการสื่อสาร ถ่ายทอดและ สามารถนำเสนอเรื่องราวทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในงานธุรกิจ โดยในกรณีที่นักศึกษาเลือกภาษาจีนสามารถสื่อสารภาษาจีนในชีวิตประจำวันได้
- PLO7: มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและ ซอฟต์แวร์ เพื่อการสืบค้นข้อมูล คัดกรอง รวบรวม วิเคราะห์ สื่อสารและนำเสนอในงานทางด้านบริหารธุรกิจ การตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ได้
- PLO8: มีทักษะในการดูแลสุขภาพร่างกายและ จิตใจตนเองและสามารถออกแบบการสร้างเสริมสุขภาวะ และสภาพแวดล้อมการทำงานในองค์กรธุรกิจได้
- PLO9: มีทักษะในการปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และสภาพแวดล้อมธุรกิจยุคดิจิทัล
- PLO10: มีทักษะความเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัล สามารถพัฒนาแผนการตลาด และกลยุทธ์แบรนด์ที่นำไปสู่การประกอบธุรกิจ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

Program Learning Outcomes

ด้านจริยธรรม (Ethics)

- PLO11: แสดงออกถึงความซื่อสัตย์ มีวินัย ปฏิบัติตามกฎระเบียบและมีความเป็นผู้ประกอบการที่รับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม

ด้านลักษณะบุคคล (Character)

- PLO12: แสดงออกซึ่งการเป็นผู้มีใจอาสาและมีภาวะผู้นำ สามารถเป็นได้ทั้งผู้นำและผู้ตามมีจิตอาสา กล้าแสดงความคิดเห็น ทำงานร่วมกับผู้อื่นในองค์กรได้
- PLO13: กระตือรือร้น ใฝ่รู้ ใฝ่เรียน สามารถพัฒนาตนเองในงานด้านบริหารธุรกิจ การตลาด และการสร้างแบรนด์ ได้อย่างต่อเนื่อง

เรียนจบหลักสูตรนี้

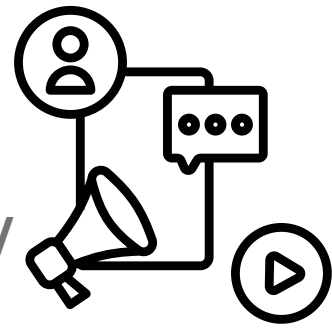
ประกอบอาชีพอะไรได้บ้าง

**นักการตลาดออนไลน์/ เจ้าของที่ฝ่ายโฆษณาออนไลน์/
นักการตลาดเนื้อหา/ นักวิเคราะห์การตลาดออนไลน์ /นักการตลาดโซเชียล
มีเดีย/นักบริการลูกค้าออนไลน์/ ตัวแทนขายออนไลน์มืออาชีพ**

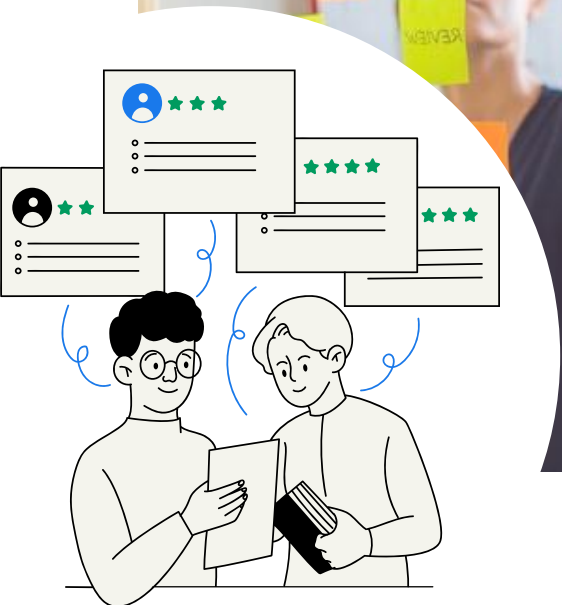
- นำเสนอโปรโมชั่นสำหรับการตลาดทั้งออนไลน์ และออฟไลน์ได้ รวมถึงจัด Event หรือ แคมเปญ และกิจกรรมออนไลน์ ต่างๆ
- ทำให้เกิดการรับรู้ต่อแบรนด์ (Brand Awareness), เกิดการใช้งาน (Traffic), การมีส่วนร่วม (Engagement), การโน้มน้าวลูกค้า (Leads) เพิ่มขึ้น เพื่อเพิ่มยอดขายและรักษาฐานลูกค้า
- นำเสนอความคิดสร้างสรรค์ สำหรับสื่อออนไลน์ สามารถอธิบาย และกระจ่ายงาน สำหรับการทำสื่อ และประสานงานแผนกอื่นๆ เพื่อคิดและจัดทำสื่อโฆษณาออนไลน์ต่างๆ
- วัดผลและรายงานประสิทธิภาพของแคมเปญการตลาดดิจิทัลทั้งหมด และประเมินตามเป้าหมาย
- ชี้ชื่อโฆษณาออนไลน์ ควบคุมและดูแลโฆษณาออนไลน์ สำหรับแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook Ads, Google Ads
- วางแผนและใช้งบประมาณให้เหมาะสม ในการพัฒนา แผนการตลาดออนไลน์ เพื่อส่งเสริมยอดขายให้เติบโต รวมไปถึงวางแผนโฆษณา เพื่อสื่อไอเดียสินค้าหรือบริการต่าง ๆ และซื้อสื่อ เพื่อให้ได้พื้นที่ทำโฆษณา

อาชีพทางด้าน Branding

นักสร้างแบรนด์/ ผู้จัดการแบรนด์/
นักสร้างสรรค์คอนเทนต์/ นักสร้างสรรค์แบรนด์/
นักสร้างกลยุทธ์และบริหารติดตามแบรนด์/
นักการตลาดและการสื่อสารแบรนด์



- เป็นอาชีพที่มุ่งเน้นในการสร้างและออกแบบแบรนด์ ผ่านกระบวนการต่างๆ
- เพื่อสร้างการรับรู้ การรู้จัก และเป็นที่ยึดจำในกลุ่มเป้าหมายของแบรนด์ รวมทั้งการพัฒนาและ บริหารจัดการแบรนด์ให้เป็นไปตามเป้าหมายขององค์กร งานของผู้บริหารแบรนด์ รวมถึงการวางแผนกลยุทธ์ การตลาด การจัดการโฆษณา การเพิ่มการรับรู้และความนิยมของแบรนด์ และการดูแลและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
- งานของผู้สร้างแบรนด์รวมถึงการออกแบบสื่ออัตลักษณ์ แบรนด์ โลโก้ พื้นหลังแบรนด์การออกแบบบรรจุภัณฑ์ สินค้า การออกแบบเว็บไซต์และสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การสร้างแบรนด์



- พัฒนากลยุทธ์การสื่อสารและทำงานเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ให้กับบริษัท

ความเป็นผู้ประกอบการและธุรกิจ Start up

นักพัฒนาธุรกิจ/ นักให้คำปรึกษาธุรกิจออนไลน์/ นักพัฒนากลยุทธ์ธุรกิจ/ นักวิเคราะห์การแข่งขันของธุรกิจ/ นักการขายและการสร้างรายได้/ นักจัดการโครงการ/ อีเว้นท์/ นักพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดออนไลน์

- พัฒนากลยุทธ์การขายและการพัฒนาธุรกิจที่แข่งขันได้ ซึ่งคาดการณ์การกระทำของกลุ่มคู่แข่งและวางทิศทางการขายให้ดีที่สุดในตลาด เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ของลูกค้า
- สร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นกับลูกค้า ผู้ขาย และลูกค้า
- ประเมินกลยุทธ์ กระบวนการพัฒนาธุรกิจ และวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการพัฒนาธุรกิจ
- ส่งเสริมบริการและผลิตภัณฑ์ของทุกหน่วยงาน และประสานงานการขายกับฝ่ายขายอื่นๆ
- เจรจาและรับผิดชอบต่อสัญญา ด้านการพัฒนาสินค้าและบริการ และช่องทางในการลงทุน เพื่อขยายโอกาสทางธุรกิจ

อาจารย์ประจำหลักสูตร



อ.ทรงพันธุ์ จันทรทอง

รักษาการแทนหัวหน้าสาขาการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์
การศึกษา

- สศ.ม. (ศิลปะอุตสาหกรรม)
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- ศป.บ. ออกแบบทัศนศิลป์ (ศิลปะเครื่องประดับ)
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



รศ.ดร.ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์

การศึกษา

- Ph.D. (Management Studies)
University of Exeter, UK
- บธ.ม. (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- บธ.บ.(การตลาด (เกียรตินิยม อันดับ 2))
มหาวิทยาลัยแม่โจ้



อาจารย์ หลง กิม Mr. Long Kim

การศึกษา



- M.B.A (Business Administration)
Prince of Songkla University
- B. Econ.(Economics)
Royal University of Phnom Penh, Cambodia
- B.B.A.(Banking and Finance)
University of Economics and Finance,
Cambodia

อาจารย์ประจำหลักสูตร



อ.วชรวรรษ พรหมมา



การศึกษา

-  วท.ม. (เทคโนโลยีสารสนเทศทาง ธุรกิจ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
-  บช.บ (ระบบสารสนเทศทางการ บัญชี) มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์



ผศ.วาสุภา เอ็มเอก

การศึกษา

-  สถ.ม. (การออกแบบอุตสาหกรรม) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง
-  ศป.บ. การออกแบบทัศนศิลป์ (ออกแบบผลิตภัณฑ์) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประมวลภาพ กิจกรรมหลักสูตร ฯ



ได้รับคัดเลือกพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการร่วมกับหน่วยงานชั้นนำในต่างประเทศ

EXPERIENTIAL LEARNING PROGRAM

FINALIST



รางวัลชมเชย : ทีม Bac-tech มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
 - นำเสนอสเปรย์รักษาแผลเบาหวานจากสารสกัดแบคทีเรีย



#เด็กมวล กว่าชมเชย R2M ระดับประเทศ

เวทีต่อยอดงานวิจัยเชิงพาณิชย์ ครั้งที่ 11



“เก่งวิชาการ เชี่ยวชาญปฏิบัติ”

SM วิทยาลัย

หลักสูตรการตลาดดิจิทัล และการสร้างแบรนด์

ขอแสดงความยินดีกับ

นางสาวณิรุษ รอดภัย

ได้รับรางวัลที่ 1

การประกวดคลิปประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเส้นทางใหม่ ภายใต้หัวข้อ "สร้างสรรค์เส้นทางสีเขียวสู่ผลการท่องเที่ยวแบบ Low Carbon"

ในกิจกรรม STGs Youth Content Award จัดโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและมูลนิธิเพื่อการท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืน

ได้รับเงินรางวัล 50,000 บาท

POPULAR VOTE

INFLUENCER

รางวัล POPULAR VOTE

มีมูลค่า 100,000 บาท

หลักสูตรการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์

WE ARE SO PROUD

Moving Beyond Competitors

CONGRATULATIONS!

นางสาวพรธิดา พนาไธยากุล นักศึกษาหลักสูตรการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ สำนักวิชาการจัดการ บ.วลัยลักษณ์ ครวี่ตัวแทนระดับประเทศ ได้รับคัดเลือกเป็นนักศึกษาการเป็นผู้ประกอบการร่วมกับหน่วยงานชั้นนำต่างประเทศ

SM วิทยาลัย

หลักสูตรการตลาดดิจิทัล และการสร้างแบรนด์

ขอแสดงความยินดีกับ

นายศุภชัย จันทร์คล้าย

นายกิตติพงษ์ เอื้อพัฒนพงศ์

ได้รับรางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1

ทีม Bac-tech รับเงินรางวัลมูลค่า 2,500 บาท เป็นตัวแทนมหาวิทยาลัยไปแข่งขันต่อในระดับภูมิภาค โครงการ "เส้นทางสู่พาณิชย์" Research to Market (R2M) รอบมหาวิทยาลัย จัดโครงการโดยศูนย์พัฒนาผู้ประกอบการนักศึกษา (WEDA CLUB)

รับรางวัล AIS South และ WEDA ในโครงการ Class to Work

ในห้องเรียน T1: Class to work Platform
Entrepreneurship Development Academy



นำเสนอความก้าวหน้างาน วิจัยและเรียนรู้ประสบการณ์



กิจกรรมศึกษาดูงาน

ในประเทศ



ต่างประเทศ



Road to Professional

Digital Marketing and Branding
Walailak University



ดาวน์โหลดรายละเอียดเพิ่มเติม
ของหลักสูตรฯ (มคอ.2)



Keep in touch



075-672-211



dmbwu2021@gmail.com



DMBWU



สมัครเรียน



<https://entry.wu.ac.th>