

สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล

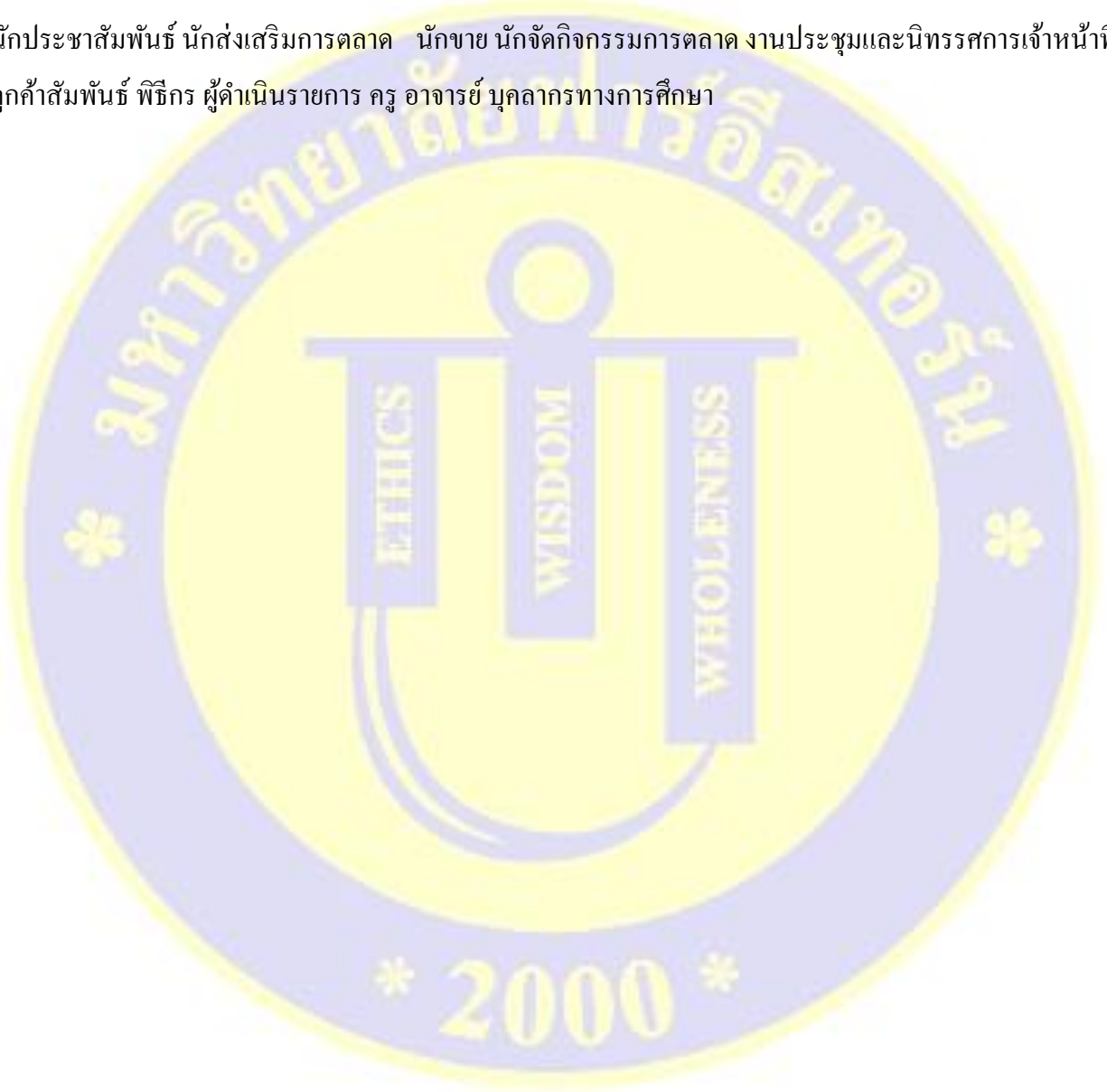
ปัจจุบันองค์กรธุรกิจประสบปัญหาการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น การดำเนินธุรกิจยุคใหม่จำเป็นต้องแสวงหาแนวทางหรือกลยุทธ์ที่สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้องค์กรและความอยู่รอดของธุรกิจ พัฒนาการอย่างก้าวกระโดดด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะเทคโนโลยีเว็บเป็นช่องทางสื่อสารที่ทรงพลังอย่างมหาศาลในการเข้าถึงผู้รับสารหรือผู้บริโภคจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็วทันทั่วถึง และยังก่อให้เกิดการสื่อสารแบบโต้ตอบ ทำให้กระบวนการทางธุรกิจต้องปรับเปลี่ยนตามให้ทันอย่างรวดเร็ว ยิ่งไปกว่านั้นผู้บริโภคมีพฤติกรรมกรบริโภค การเชื่อมต่อและปฏิสัมพันธ์กับสื่อและแบรนด์ในรูปแบบที่ซับซ้อนและมีส่วนร่วมมากขึ้น มีการสร้างเนื้อหาโดยผู้ใช้อินเทอร์เน็ต (User-generated Content) ที่เป็นผู้บริโภคอย่างแพร่หลาย ก่อให้เกิดการตลาดรูปแบบใหม่ๆ จำนวนมาก อาทิ การบอกต่อออนไลน์ (Electronic Word-of-mouth : E-WOM) การรีวิวสินค้าออนไลน์ (Online Review) นอกจากนี้การเป็นเจ้าของอุปกรณ์สื่อสารเช่น สมาร์ทโฟน ทำให้เกิดธุรกรรมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างสะดวก พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) มีแนวโน้มได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ธุรกิจสื่อดั้งเดิม เช่น ธุรกิจสิ่งพิมพ์ได้รับความนิยมลดลง เกิดปรากฏการณ์การหลอมรวมสื่อ (Media Convergence) เพิ่มขึ้นและมีการทำงานของสื่อด้านเนื้อหาข้ามแพลตฟอร์ม (cross platform)

การสื่อสารการตลาดดิจิทัล เป็นเครื่องมือที่มีบทบาทและความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจในองค์ประกอบของการตลาดยุค 4.0 เพื่อส่งเสริมการตลาดในบริบทออนไลน์และภูมิทัศน์สื่อ (Media landscape) ที่ปรับเปลี่ยนไปยังผู้บริโภคอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ปัจจุบันวิชาชีพสื่อสารการตลาดดิจิทัลเป็นวิชาชีพที่ตลาดแรงงานอยู่ในภาวะขาดแคลนโดยผู้ประกอบการมีแนวโน้มความต้องการใช้บัณฑิตในระดับสูงขึ้นเรื่อยๆ อย่างต่อเนื่อง

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561 มหาวิทยาลัยฟาอีสเทิร์น จึงพัฒนาขึ้นด้วยพันธกิจที่มุ่งตอบสนองต่อความต้องการของสังคมและเศรษฐกิจของประเทศไทยยุค 4.0 ทั้งด้านวิชาการและวิชาชีพ โดยองค์ความรู้ด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัลเป็นสหวิทยาด้านการตลาดและศาสตร์ที่เกี่ยวข้องผสมผสานศาสตร์เทคโนโลยีและศิลป์ของการสื่อสาร จะส่งผลให้เกิดการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัลแก่ผู้เรียน โดยหลักสูตรจัดการเรียนการสอนเน้นการบูรณาการความรู้ทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ ให้สามารถประยุกต์ศาสตร์ที่เกี่ยวข้องอย่างสร้างสรรค์ เป็นระบบ ในบริบทที่หลากหลาย โดยสอดคล้องกับวัฒนธรรม และจรรยาบรรณมุ่งเน้นกระบวนการสร้างความพร้อมในการเป็นนักสื่อสารการตลาดดิจิทัลที่มีคุณภาพเชิงองค์รวม โดยเน้นการพัฒนาทักษะตั้งแต่กระบวนการคิด วิเคราะห์ การวางแผน การกำหนด กลยุทธ์ การสร้างสรรค์สื่อ และกิจกรรม โดยผสมผสานแนวคิดทางการตลาด และเทคโนโลยีที่เหมาะสม การแก้ปัญหาจากกรณีศึกษา จนถึงขั้นการประเมินผล

โอกาสในการประกอบอาชีพ

อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา ได้แก่ นักสื่อสารการตลาดดิจิทัล นักออกแบบสื่อดิจิทัล นักออกแบบเนื้อหาดิจิทัล นักวางแผนกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล นักสร้างสรรค์ นักบริหารแบรนด์ นักสื่อสารแบรนด์ ผู้ประกอบการออนไลน์ เจ้าหน้าที่บริหารงานลูกค้า นักการตลาด นักโฆษณา นักประชาสัมพันธ์ นักส่งเสริมการตลาด นักขาย นักจัดกิจกรรมการตลาด งานประชุมและนิทรรศการเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ พิธีกร ผู้ดำเนินรายการ ครู อาจารย์ บุคลากรทางการศึกษา



หลักสูตร

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล มีจำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร
122 หน่วยกิต

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	30	หน่วยกิต
1) กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	6	หน่วยกิต
2) กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	6	หน่วยกิต
3) กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร	12	หน่วยกิต
4) กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์	6	หน่วยกิต
ข. หมวดวิชาเฉพาะด้าน	86	หน่วยกิต
1) วิชาแกน	24	หน่วยกิต
2) วิชาเอกบังคับ	41	หน่วยกิต
3) วิชาเอกเลือก	21	หน่วยกิต
ค. หมวดวิชาเลือกเสรี	6	หน่วยกิต

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต

1) กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ 6 หน่วยกิต

วิชาบังคับเรียน 1 รายวิชา จำนวน 3 หน่วยกิต		
GES101	จิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ Entrepreneurial Spirits	3 (3-0-6)
วิชาเลือกเรียน 1 รายวิชา จำนวน 3 หน่วยกิต โดยเลือกเรียนจากวิชาต่อไปนี้		
GES102	เศรษฐกิจพอเพียงและภูมิปัญญาท้องถิ่น Sufficiency Economy and Local Wisdom	3 (3-0-6)
GES206	พลวัตสังคมไทยและสังคมโลก Dynamics of Thai Society and Global Society	3 (3-0-6)

2) กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ 6 หน่วยกิต

วิชาบังคับเรียน 2 รายวิชา จำนวน 6 หน่วยกิต		
GEH101	คุณธรรม ปัญญา คนสมบูรณ์ Ethics Wisdom Wholeness	3 (3-0-6)
GEH205	ศิลปะการดำเนินชีวิต Arts of Living	3 (3-0-6)

3) กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร 12 หน่วยกิต

วิชาบังคับเรียน 2 รายวิชา จำนวน 6 หน่วยกิต		
GEL102	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน English for Daily Life Communication	3 (3-0-6)
GEL105	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร Thai for Communication	3 (3-0-6)

วิชาเลือกเรียน 1 กลุ่มรายวิชา จำนวน 6 หน่วยกิต โดยเลือกเรียนจากกลุ่มวิชาต่อไปนี้		
วิชาเลือกกลุ่มที่ 1 กลุ่มรายวิชาภาษาอังกฤษ จำนวน 6 หน่วยกิต		
GEL202	ภาษาอังกฤษเพื่อการเพิ่มพูนความรู้ English for Study Skills	3 (3-0-6)
GEL304	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในงานอาชีพ Communicative English for Careers	3 (3-0-6)
วิชาเลือกกลุ่มที่ 2 กลุ่มรายวิชาภาษาจีน จำนวน 6 หน่วยกิต		
GEL203	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร Chinese for Communication	3 (3-0-6)
GEL305	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในงานอาชีพ Communicative Chinese for Careers	3 (3-0-6)

4) กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ 6 หน่วยกิต

วิชาบังคับเรียน 2 รายวิชา จำนวน 6 หน่วยกิต		
GEM101	การแก้ปัญหาและการตัดสินใจโดยใช้กระบวนการทางคณิตศาสตร์ Problem Solving and Decision Making Using Mathematical Methods	3 (3-0-6)
GEM103	ชีวิตกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ Life and Modern Technology	3 (3-0-6)

ข. หมวดวิชาเฉพาะด้าน 86 หน่วยกิต

หมวดวิชาเฉพาะด้านประกอบด้วย 3 กลุ่มวิชา ดังต่อไปนี้

1. วิชาแกน 24 หน่วยกิต

วิชาที่กำหนดให้นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียน		
IMC101	ทฤษฎีสื่อสารและหลักสื่อสารมวลชน Communication Theories and Principles of Mass Communication	3 (3-0-6)
IMC103	การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior Analysis	3 (3-0-6)
IMC106	การออกแบบกราฟิก Graphic Designs	3 (2-2-5)
IMC110	กฎหมายและจริยธรรมทางการสื่อสารการตลาด Laws and Ethics for Marketing Communication	3 (3-0-6)
IMC111	หลักการตลาดเพื่อนิเทศศาสตร์ Principles of Marketing for Communication Arts	3 (3-0-6)
IMC112	สื่อดิจิทัลและเทคโนโลยีการสื่อสาร Digital Media and Communication Technology	3 (3-0-6)
IMC113	เทคนิคการนำเสนองานเพื่อการสื่อสาร Presentation Technique for Communication	3 (3-0-6)
IMC114	สุนทรียศาสตร์เพื่อการสื่อสารการตลาด Aesthetics for Marketing Communication	3 (3-0-6)

วิชาที่กำหนดให้นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียน		
IMC203	แบรนด์และโครงสร้างแบรนด์ Brand and Brand Architecture	3 (3-0-6)
IMC205	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ Integrated Marketing Communication	3 (3-0-6)
IMC210	การรณรงค์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ Integrated Marketing Communication Campaign	3(3-0-6)
IMC212	มัลติมีเดียเพื่อการสื่อสารการตลาดดิจิทัล Multimedia for Digital Marketing Communication	3 (2-2-5)
IMC213	การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ดิจิทัล Digital Advertising and Public Relations	3(3-0-6)
IMC214	การออกแบบเนื้อหาสารเพื่อการสื่อสารการตลาดดิจิทัล Content Design for Digital Marketing Communication	3 (3-0-6)
IMC215	การบริหารช่องทางการสื่อสาร Communication Channels Management	3(3-0-6)
IMC216	กลยุทธ์การสร้างสรรค์งานการสื่อสารการตลาดดิจิทัล Creative Strategies for Digital Marketing Communication	3(3-0-6)
IMC301	การตลาดดิจิทัล Digital Marketing	3(3-0-6)
IMC312	การบริหารแบรนด์เชิงกลยุทธ์ Strategic Brand Management	3(3-0-6)
IMC321	การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันเพื่อการสื่อสารการตลาดดิจิทัล Current Situation Analysis for Digital Marketing Communication	3(3-0-6)
IMC322	การบริหารฐานข้อมูลลูกค้าออนไลน์ Online Customer Database Management	3(3-0-6)
IMC323	การวิจัยการสื่อสารการตลาด Marketing Communication Research	3(2-2-5)
IMC540	การเตรียมความพร้อมสำหรับวิชาชีพด้านสื่อสารการตลาด Marketing Communication Professional Preparation	2(2-0-4)

วิชาเลือกเรียน 21 หน่วยกิต		
กลุ่มการสื่อสารโดยตรงและการสื่อสารโต้ตอบ (Direct and Interactive Communications)		
IMC308	การบริหารประสบการณ์ลูกค้า Customer Experiential Management	3 (3-0-6)
IMC324	การบริหารการตลาดเชิงกิจกรรม Event Marketing Management	3 (2-2-5)
กลุ่มการบริหารงานลูกค้าและงานขาย (Sales and Clients Management)		
IMC209	การบริหารงานขาย Sales Management	3 (3-0-6)
IMC309	การบริหารงานลูกค้า Client Management	3 (3-0-6)
กลุ่มแบรนด์และกลยุทธ์ (Brand and Strategy)		
IMC304	การบริหารภาพลักษณ์และชื่อเสียงองค์กร Corporate Image and Reputation Management	3 (3-0-6)
IMC325	การสร้างแบรนด์บุคคล Personal Branding	3 (3-0-6)
IMC310	การสื่อสารการตลาดเชิงกลยุทธ์เพื่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม Marketing Communication Strategies for Small and Medium Enterprises	3 (3-0-6)
IMC326	การสื่อสารการตลาดดิจิทัลระดับโลก Global Digital Marketing Communication	3 (3-0-6)
IMC530	การค้นคว้าอิสระ Independent Study	3 (0-9-0)
กลุ่มการผลิตสื่อและทักษะการสื่อสาร (Media Production and Communication Skills)		
IMC314	การผลิตสื่อดิจิทัล Digital Media Production	3 (2-2-5)
IMC315	มัลติมีเดียและแอนิเมชัน Multimedia and Animation	3 (2-2-5)
IMC316	การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่องานสื่อสารการตลาด Packaging Design for Marketing Communication	3 (2-2-5)

วิชาเลือกเรียน 21 หน่วยกิต		
กลุ่มปฏิบัติการวิชาชีพทางการสื่อสารการตลาด		
(Professional Experience in Marketing Communication) เลือกรายวิชา ต่อไปนี้ 1 วิชา		
IMC510	โครงการสื่อสารการตลาด Marketing Communication Project	6(0-40-0)
IMC541	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ Professional Experience	6(0-40-0)
IMC542	สหกิจศึกษา Cooperative Study	6(0-40-0)

ค. หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต

ให้นักศึกษาเลือกเรียนรายวิชาที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

