

DIGITAL MARKETING COMMUNICATION



FACULTY OF INNOVATION
TECHNOLOGY & CREATIVITY
THE FAR EASTERN UNIVERSITY

นิเทศ
ศาสตร์บัณฑิต
การสื่อสารการตลาดดิจิทัล

คู่มือนักศึกษา

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล

ระดับปริญญาตรี
หลักสูตรปรับปรุง

2565





TABLE OF CONTENTS

ข้อมูลหลักสูตร	01
ความสำคัญของหลักสูตร	03
ปรัชญาหลักสูตร	04
วัตถุประสงค์ของหลักสูตร	04
จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร	05
แผนการศึกษาหลักสูตรระดับปริญญาตรี	09
คำอธิบายรายวิชา	11
องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม	27
ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้เมื่อสิ้นปีการศึกษา	30
หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา	31

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565

รหัสและชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย : หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล

ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Communication Arts Program in DigitalMarketing Communication

ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ภาษาไทย ชื่อเต็ม : นิเทศศาสตรบัณฑิต (การสื่อสารการตลาดดิจิทัล)

ชื่อย่อ : นศ.บ. (การสื่อสารการตลาดดิจิทัล)

ภาษาอังกฤษ ชื่อเต็ม : Bachelor of Communication Arts (Digital Marketing Communication)

ชื่อย่อ : B. Comm.Arts. (Digital Marketing Communication)

วิชาเอก : -

จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร : 122 หน่วยกิต

รูปแบบของหลักสูตร

รูปแบบ : หลักสูตรระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี

ประเภทหลักสูตร : หลักสูตรทางวิชาการ

ภาษาที่ใช้ : จัดการเรียนการสอนเป็นภาษาไทย

การรับเข้าศึกษา : รับนักศึกษาไทย และนักศึกษาต่างประเทศที่สามารถพูด อ่าน เขียน และเข้าใจภาษาไทยได้

ความร่วมมือกับสถาบันอื่น

เป็นหลักสูตรเฉพาะของมหาวิทยาลัยที่จัดการเรียนการสอนโดยตรงดำเนินงานโดยภาควิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล คณะนวัตกรรม เทคโนโลยี และการสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

ผู้สำเร็จการศึกษาจะได้รับปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว

การให้อนุปริญญาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต

นักศึกษาที่ศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล แต่ไม่สามารถศึกษาได้ครบตามโครงสร้าง และเงื่อนไขต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ในหลักสูตร นักศึกษามีสิทธิ์ขอรับอนุปริญญาได้ ตามเงื่อนไขดังต่อไปนี้ คือ

- ได้หน่วยกิตสะสมไม่น้อยกว่า 90 หน่วยกิต
- ได้รับค่าระดับเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 1.75
- ได้ขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษามาแล้วไม่น้อยกว่า 5 ภาคการศึกษาปกติ
- ได้ศึกษารายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป รวม 30 หน่วยกิต
- ได้ศึกษาหมวดวิชาเฉพาะ ประกอบด้วย วิชาแกน และวิชาเฉพาะ และ/หรือวิชาพื้นฐานวิชาชีพ รวมกันแล้วไม่น้อยกว่า 45 หน่วยกิต
- ได้ศึกษาหมวดวิชาเลือกเสรีมาแล้ว ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต

สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565 ปรับปรุงจากหลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2561

- เปิดสอน ภาคการศึกษาที่ 1 ปี พ.ศ. 2565
- ได้พิจารณาก่อนกรองโดยสภาวิชาการ ในการประชุมครั้งที่ 2/2564
เมื่อวันที่ 6 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2564
- ได้รับอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตรจากสภามหาวิทยาลัยฯ ในการประชุมครั้งที่ 3/2564
เมื่อวันที่ 4 เดือน กันยายน พ.ศ. 2564

ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐาน

หลักสูตรจะได้รับการเผยแพร่ว่าเป็นหลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐานตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี
พ.ศ. 2552 ในปีการศึกษา 2567

อาชีพที่สามารถประกอบอาชีพได้หลังสำเร็จการศึกษา

- นักการสื่อสารการตลาดดิจิทัล
- นักวางแผนสื่อดิจิทัล
- นักวางแผนกลยุทธ์แบรนด์และแบรนด์คอนเท้นท์
- นักออกแบบเนื้อหาทางด้านดิจิทัล
- นักประสานงานการตลาดและการโฆษณา (AE : Account Executive)
- นักวิเคราะห์ข้อมูลและพฤติกรรมลูกค้า
- นักบริหารงานสื่อออนไลน์
- Blogger & Influencer
- เจ้าของธุรกิจด้านการผลิตสื่อดิจิทัล
- นักการสื่อสารดิจิทัลในองค์การภาครัฐ และรัฐวิสาหกิจ



ความสำคัญของหลักสูตร

ปัจจุบันองค์กรธุรกิจประสบปัญหาการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น การดำเนินธุรกิจยุคใหม่จำเป็นต้องแสวงหาแนวทางหรือกลยุทธ์ที่สร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้องค์กรและความอยู่รอดของธุรกิจ พัฒนาการอย่างก้าวกระโดดด้านเทคโนโลยีดิจิทัล โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นช่องทางการสื่อสารที่ทรงพลังอย่างมหาศาลในการเข้าถึงผู้รับสาร หรือผู้บริโภคจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็ว ทันทั่วถึง และยังก่อให้เกิดการสื่อสารแบบโต้ตอบทำให้กระบวนการตัดสินใจทางธุรกิจต้องปรับเปลี่ยนตามให้ทันอย่างรวดเร็ว

ยิ่งไปกว่านั้นผู้รับสารหรือผู้บริโภคมีกระแสนวัตกรรมกรรมการบริโภค การเชื่อมต่อและปฏิสัมพันธ์กับสื่อและแบรนด์ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบที่ซับซ้อนและมีส่วนร่วมมากขึ้น มีการสร้างเนื้อหาโดยผู้ใช้งานสื่อดิจิทัล (User-generated Content) ที่เป็นผู้บริโภคอย่างแพร่หลาย ก่อให้เกิดการตลาดในรูปแบบใหม่ๆ จำนวนมาก อาทิ การตลาดแบบไวรัล (Viral Marketing) การรีวิวสินค้าออนไลน์ (Online Review) นอกจากนี้การเป็นเจ้าของเครื่องมือสื่อสาร เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต หรือแล็ปท็อป ทำให้เกิดธุรกรรมผ่านช่องทางออนไลน์อย่างสะดวก แนวโน้มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าด้วยระบบ AI (Artificial Intelligence) มีแนวโน้มได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ธุรกิจสื่อดั้งเดิม เช่น ธุรกิจสิ่งพิมพ์ได้รับความนิยมลดลง เกิดปรากฏการณ์การปรับตัวของสื่อ (Media Disruption) และเพิ่มขึ้นของสื่อด้านเนื้อหาข้ามแพลตฟอร์ม (Cross Platform) การสื่อสารการตลาดดิจิทัล เป็นศาสตร์องค์ความรู้ และเป็นเครื่องมือที่มีบทบาทและความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจในองค์ประกอบของการตลาดยุค 4.0 เพื่อส่งเสริมการตลาดในบริบทออนไลน์และภูมิทัศน์สื่อ (Media landscape) ที่ปรับเปลี่ยนไปยังผู้บริโภคอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ปัจจุบันวิชาชีพสื่อสารการตลาดดิจิทัล เป็นวิชาชีพที่ตลาดแรงงานอยู่ในภาวะขาดแคลนโดยผู้ประกอบการมีแนวโน้มความต้องการใช้บัณฑิตในระดับสูงขึ้นเรื่อยๆ อย่างต่อเนื่อง

หลักสูตรการสื่อสารการตลาดดิจิทัล หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565 จึงพัฒนาขึ้นด้วยพันธกิจที่มุ่งตอบสนองต่อความต้องการของสังคมและเศรษฐกิจของประเทศไทยยุค 4.0 ทั้งด้านวิชาการและวิชาชีพ โดยองค์ความรู้ด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัล เป็นสหวิทยาการด้านการตลาดและศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง ผสมผสานศาสตร์เทคโนโลยีดิจิทัลและศิลป์ของการสื่อสาร ส่งผลให้เกิดการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ หรือเกิดนวัตกรรมทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลแก่ผู้เรียน

โดยหลักสูตรจัดการเรียนการสอน เน้นการบูรณาการความรู้ทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ ให้สามารถประยุกต์ศาสตร์ที่เกี่ยวข้องอย่างสร้างสรรค์ เป็นระบบ ในบริบทที่หลากหลาย โดยสอดคล้องกับวัฒนธรรม และจรรยาบรรณ มุ่งเน้นกระบวนการสร้างความพร้อมในการเป็นนักสื่อสารการตลาดดิจิทัลที่มีคุณภาพเชิงองค์รวม โดยเน้นการพัฒนาทักษะตั้งแต่กระบวนการคิด การวิเคราะห์ การวางแผน การกำหนดกลยุทธ์ การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล และกิจกรรมต่างๆ โดยผสมผสานแนวคิดทางการตลาดและเทคโนโลยีดิจิทัลที่เหมาะสม การแก้ปัญหาจากกรณีศึกษา จนถึงขั้นการประเมินผล



หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต

ปรัชญาหลักสูตร

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล เชื่อว่านักสื่อสารการตลาดดิจิทัลที่ดีต้องมีความสามารถเชิงบูรณาการศาสตร์ ทั้งความรู้และทักษะด้านการสื่อสารด้านการตลาด ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล มีความคิดสร้างสรรค์ การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า การออกแบบกลยุทธ์ และบริหารช่องทางการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ จะสามารถประยุกต์ก่อเกิดงานนวัตกรรมทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลได้ มีจิตวิญญาณผู้ประกอบการ คุณธรรม จริยธรรม พร้อมด้วยจรรยาบรรณวิชาชีพและความรับผิดชอบต่อสังคม

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

- เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความเข้าใจ ในการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า และพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างเป็นระบบ และทันสมัย พร้อมด้วยคุณธรรม จริยธรรม
- มีทักษะ สามารถวิเคราะห์ คิดสร้างสรรค์เชิงกลยุทธ์ และการวางแผนช่องทางแบบบูรณาการ การประยุกต์ใช้งานอย่างเหมาะสม และประเมินความสำเร็จของผลงานได้
- สามารถประยุกต์ใช้ข้อมูล เพื่อบริหารช่องทาง ปรากฏเป็นผลงานเชิงสร้างสรรค์ หรือเป็นนวัตกรรมทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ เพื่อรองรับการปรับเปลี่ยนสถานการณ์ธุรกิจและสังคมอย่างต่อเนื่อง
- มีภาวะผู้นำ ทักษะการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ และทักษะการนำเสนอ มีจิตวิญญาณผู้ประกอบการ จรรยาบรรณวิชาชีพและความรับผิดชอบต่อสังคม

สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล

จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร	122	หน่วยกิต
ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	30	หน่วยกิต
1) กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	6	หน่วยกิต
2) กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร	9	หน่วยกิต
3) กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีดิจิทัล	9	หน่วยกิต
4) กลุ่มวิชาบูรณาการและเสริมสร้างทักษะชีวิต	6	หน่วยกิต
ข. หมวดวิชาเฉพาะด้าน	86	หน่วยกิต
1) วิชาแกน	18	หน่วยกิต
2) วิชาเอกบังคับ	47	หน่วยกิต
3) วิชาเอกเลือก	21	หน่วยกิต
ค. หมวดวิชาเลือกเสรี	6	หน่วยกิต

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต

1. กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 6 หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษด้วยตนเอง)

วิชาที่กำหนดให้นักศึกษาทุกคนต้องลงทะเบียนเรียน		
GEW101	คุณธรรม ปัญญา คนสมบูรณ์ Ethics, Wisdom and Wholeness	3(2-2-5)
GEW102	การพัฒนาบุคลิกภาพสู่ความสำเร็จ Personality Development for Success	1(1-1-1)
GEW103	วัยใส ใจสะอาด Youngster with Good Heart	1(1-1-1)
GEW104	ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและภูมิปัญญาในการดำเนินชีวิต Sufficiency Economy and Wisdom of Living	1(1-1-1)

2. กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร 9 หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษด้วยตนเอง)

วิชาเลือกเรียน 1 กลุ่มรายวิชา จำนวน 9 หน่วยกิต โดยเลือกเรียนจากกลุ่มวิชาต่อไปนี้		
วิชาเลือกกลุ่มที่ 1 กลุ่มรายวิชาภาษาอังกฤษ จำนวน 9 หน่วยกิต		
GEL103	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร English for Communication	3(3-0-6)
GEL106	ภาษาอังกฤษเพื่อการสมัครงาน English for Job Application	3(2-2-5)
GEL201	ภาษาอังกฤษเพื่อการทดสอบมาตรฐาน English for Standardized Tests	3(3-0-6)
วิชาเลือกกลุ่มที่ 2 กลุ่มรายวิชาภาษาจีน จำนวน 9 หน่วยกิต		
GEL207	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร Chinese for Communication	3(3-0-6)
GEL208	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในงานอาชีพ Communicative Chinese for Careers	3(3-0-6)
GEL306	ภาษาจีนเพื่อธุรกิจออนไลน์ Chinese for E-Commerce	3(2-2-5)

วิชาเลือกกลุ่มที่ 3 กลุ่มรายวิชาภาษาญี่ปุ่น จำนวน 9 หน่วยกิต		
GEL209	ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสาร Japanese for Communication	3(3-0-6)
GEL210	ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสารในงานอาชีพ Japanese in Daily Life	3(3-0-6)
GEL307	การสื่อสารภาษาญี่ปุ่นเชิงธุรกิจ Japanese Communication for Business	3(3-0-6)

3. กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีดิจิทัล 9 หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาที่กำหนดให้นักศึกษาทุกคนต้องลงทะเบียนเรียน		
GED101	ดิจิทัลสำหรับชีวิตประจำวัน Digital for Daily Life	3(2-2-5)
GED102	ดิจิทัลสำหรับการประกอบอาชีพ Digital for Career	3(2-2-5)
GED103	การคิดสร้างสรรค์และการแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน Creative Thinking and Problems Solving in Daily Life	3(2-2-5)

4. กลุ่มวิชาบูรณาการและเสริมสร้างทักษะชีวิต จำนวน 6 หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาที่กำหนดให้นักศึกษาทุกคนต้องลงทะเบียนเรียน		
GEE101	คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ Entrepreneurship	3(2-2-5)
GEE102	ทักษะชีวิตทางสังคม Social Life Skills	3(3-0-6)

ข. หมวดวิชาเฉพาะด้าน 86 หน่วยกิต

หมวดวิชาเฉพาะด้านประกอบด้วย 3 กลุ่มวิชา ดังต่อไปนี้

1. วิชาแกน จำนวน 18 หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาที่กำหนดให้นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียน		
DMC101	ทฤษฎีสื่อสารและเทคโนโลยีนวัตกรรม Communication Theory and Innovative Technology	3(3-0-6)
DMC102	สุนทรียศาสตร์เพื่อการสื่อสารการตลาด Aesthetics for Marketing Communication	3(3-0-6)
DMC103	หลักการตลาดสมัยใหม่ Principles of Modern Marketing	3(3-0-6)
DMC104	การออกแบบทัศนศิลป์เชิงสร้างสรรค์ Creative Visual Design	3(2-2-5)
DMC105	ศาสตร์แห่งการเล่าเรื่อง Narratology	3(3-0-6)
DMC106	กฎหมายและจรรยาบรรณทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัล Laws and Ethics for Digital Marketing Communication	3(3-0-6)

2. วิชาบังคับ จำนวน 47 หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาที่กำหนดให้นักศึกษาต้องลงทะเบียนเรียน		
DMC201	การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior Analysis	3(3-0-6)
DMC202	การสร้างสรรคงานการสื่อสารการตลาดดิจิทัล Creative for Digital Marketing Communication	3(2-2-5)
DMC203	เทคนิคการนำเสนองานเพื่อการสื่อสาร Presentation Technique for Communication	3(2-2-5)
DMC204	การออกแบบเนื้อหาสาระเพื่อการสื่อสารการตลาดดิจิทัล Content Design for Digital Marketing Communication	3(2-2-5)
DMC205	กลยุทธ์สร้างสรรค์การรณรงค์สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ Creative Strategies for Integrated Marketing Communication Campaign	3(3-0-6)
DMC206	การผลิตสื่อมัลติมีเดียเพื่อการสื่อสารการตลาดดิจิทัล Multimedia Production for Digital Marketing Communication	3(2-2-5)
DMC207	แอนิเมชันเพื่อการสื่อสารการตลาดดิจิทัล Animation for Digital Marketing Communication	3(2-2-5)
DMC208	การบริหารงานการตลาดดิจิทัล Digital Marketing Management	3(3-0-6)
DMC209	การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ดิจิทัล Digital Advertising and Public Relations	3(3-0-6)
DMC301	การบริหารช่องทางการสื่อสาร Communication Channels Management	3(3-0-6)
DMC302	การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันเพื่อการสื่อสารการตลาดดิจิทัล Current Situation Analysis for Digital Marketing Communication	3(3-0-6)
DMC303	การบริหารฐานข้อมูลลูกค้าออนไลน์ Online Customer Database Management	3(2-2-5)
DMC304	การสร้างสรรคและบริหารแบรนด์เชิงกลยุทธ์ Creativity and Strategic Brand Management	3(3-0-6)
DMC402	การบริหารภาพลักษณ์และชื่อเสียงองค์กร Corporate Image and Reputation Management	3(3-0-6)
DMC403	การวิจัยทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัล Research in Digital Marketing Communication	3(2-2-5)
DMC540	การเตรียมความพร้อมสำหรับวิชาชีพด้านสื่อสารการตลาดดิจิทัล Digital Marketing Communication Professional Preparation	2(2-0-4)

3. วิชาเลือก จำนวน 21 หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

เลือกวิชาเรียนให้ครบ 21 หน่วยกิต จากรายวิชาต่อไปนี้		
ด้านการผลิตสื่อและทักษะการสื่อสาร (Media Production and Communication Skills)		
DMC211	การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่องานสื่อสารการตลาด Packaging Design for Marketing Communication	3(2-2-5)
ด้านการสื่อสารโดยตรงและการสื่อสารโต้ตอบ (Direct and Interactive Communications)		
DMC212	การตลาดเชิงกิจกรรมสมัยใหม่ Modern Event Marketing	3(2-2-5)
ด้านการบริหารงานลูกค้าและงานขาย (Clients and Sales Management)		
DMC210	การบริหารงานขาย Sales Management	3(3-0-6)
DMC305	การบริหารประสบการณ์ลูกค้า Customer Experiential Management	3(3-0-6)
DMC307	การบริหารงานลูกค้า Client Management	3(3-0-6)
ด้านแบรนด์และกลยุทธ์ (Brand and Strategy)		
DMC306	การสร้างแบรนด์บุคคล Personal Branding	3(2-2-5)
DMC308	การสื่อสารการตลาดดิจิทัลเชิงกลยุทธ์เพื่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม Digital Marketing Communication Strategies for Small and Medium Enterprises	3(2-2-5)
DMC401	การสื่อสารการตลาดดิจิทัลระดับโลก Global Digital Marketing Communication	3(3-0-6)
DMC404	สัมมนาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล Digital Marketing Communication Seminar	3(2-2-5)
DMC405	การค้นคว้าอิสระ Independent Study	3(2-2-5)
ด้านปฏิบัติการวิชาชีพทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัล (Professional Experience in Digital Marketing Communication)		
DMC501	โครงการสื่อสารการตลาดดิจิทัล Digital Marketing Communication Project	3(0-9-0)
DMC541	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ Professional Experience	3(400)
DMC542	สหกิจศึกษา Cooperative Study	6(600)

ค. หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต

(ให้นักศึกษาเลือกเรียนรายวิชาที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น)

แผนการศึกษาหลักสูตรปริญญาตรี
สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล
(แผนการเรียนสหกิจศึกษา)

ชั้นปี	ภาคเรียนที่ 1	หน่วยกิต	ภาคเรียนที่ 2	หน่วยกิต
1	GEW101 คุณธรรม ปัญญา คนสมบูรณ์	3(2-2-5)	GEE101 คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ	3(2-2-5)
	GED101 ดิจิทัลสำหรับชีวิตประจำวัน	3(2-2-5)	GEE102 ทักษะชีวิตทางสังคม	3(3-0-6)
	DMC102 สุนทรียศาสตร์เพื่อการสื่อสารการตลาด	3(3-0-6)	GED102 ดิจิทัลสำหรับการประกอบอาชีพ	3(2-2-5)
	DMC103 หลักการตลาดสมัยใหม่	3(3-0-6)	DMC101 ทฤษฎีสื่อสารและเทคโนโลยีนวัตกรรม	3(3-0-6)
	DMC104 การออกแบบทัศนศิลป์เชิงสร้างสรรค์	3(2-2-5)	DMC201 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
	DMC202 การสร้างสรรค์งานการสื่อสารการตลาดดิจิทัล	3(2-2-5)	DMC206 การผลิตสื่อมัลติมีเดียเพื่อการสื่อสารการตลาดดิจิทัล	3(2-2-5)
	รวม	18	รวม	18
2	GED103 การคิดสร้างสรรค์และการแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน	3(2-2-5)	GEL106 ภาษาอังกฤษเพื่อการสมัครงาน	3(3-0-6)
	GEL103 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร	3(3-0-6)	DMC204 การออกแบบเนื้อหาสาระเพื่อการสื่อสารการตลาดดิจิทัล	3(2-2-5)
	DMC105 ศาสตร์แห่งการเล่าเรื่อง	3(3-0-6)	DMC205 กลยุทธ์สร้างสรรค์การรณรงค์สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3(3-0-6)
	DMC106 กฎหมายและจรรยาบรรณทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)	DMC207 แอนิเมชันเพื่อการสื่อสารการตลาดดิจิทัล	3(2-2-5)
	DMC203 เทคนิคการนำเสนองานเพื่อการสื่อสาร	3(2-2-5)	DMC208 การบริหารงานการตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)
	DMC..... (วิชาเอกเลือก 1)	3(.....)	DMC..... (วิชาเอกเลือก 2)	3(.....)
	รวม	18	รวม	18
3	GEW102 การพัฒนาบุคลิกภาพสู่ความสำเร็จ	1(1-1-1)	DMC209 การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ดิจิทัล	3(3-0-6)
	GEW103 วัยใส ใจสะอาด	1(1-1-1)	DMC302 การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันเพื่อการสื่อสารการตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)
	GEW104 ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและภูมิปัญญาในการดำเนินชีวิต	1(1-1-1)	DMC303 การบริหารฐานข้อมูลลูกค้า ออนไลน์	3(2-2-5)
	GEL201 ภาษาอังกฤษเพื่อการทดสอบ	3(3-0-6)	DMC..... (วิชาเอกเลือก 4)	3(.....)
	DMC301 การบริหารช่องทางการสื่อสาร	3(3-0-6)	DMC..... (วิชาเอกเลือก 5)	3(.....)
	DMC304 การสร้างสรรค์และบริหารแบรนด์เชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)		
	DMC..... (วิชาเอกเลือก 3)	3(.....)		
	 เลือกเสรี 1	3(.....)		
	รวม	18	รวม	15
4	DMC402 การบริหารภาพลักษณ์และชื่อเสียงองค์กร	3(3-0-6)	DMC542 สหกิจศึกษา (วิชาเอกเลือก 6)	6(600)
	DMC403 การวิจัยทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัล	3(2-2-5)		
	DMC540 การเตรียมความพร้อมสำหรับวิชาชีพด้านสื่อสารการตลาดดิจิทัล	2(2-0-4)		
	 เลือกเสรี 2	3(.....)		
	รวม	11	รวม	6

แผนการศึกษาหลักสูตรปริญญาตรี
สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล
(แผนการเรียนรู้โครงการสื่อสารการตลาดดิจิทัล หรือการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ)

ชั้นปี	ภาคเรียนที่ 1	หน่วยกิต	ภาคเรียนที่ 2	หน่วยกิต
1	GEW101 คุณธรรม ปัญญา คนสมบูรณ์	3(2-2-5)	GEE101 คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ	3(2-2-5)
	GED101 ดิจิทัลสำหรับชีวิตประจำวัน	3(2-2-5)	GEE102 ทักษะชีวิตทางสังคม	3(3-0-6)
	DMC102 สุนทรียศาสตร์เพื่อการสื่อสารการตลาด	3(3-0-6)	GED102 ดิจิทัลสำหรับการประกอบอาชีพ	3(2-2-5)
	DMC103 หลักการตลาดสมัยใหม่	3(3-0-6)	DMC101 ทฤษฎีสื่อสารและเทคโนโลยีนวัตกรรม	3(3-0-6)
	DMC104 การออกแบบทัศนศิลป์เชิงสร้างสรรค์	3(2-2-5)	DMC201 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	3(3-0-6)
	DMC202 การสร้างสรรค์งานสื่อสารการตลาดดิจิทัล	3(2-2-5)	DMC206 การผลิตสื่อมัลติมีเดียเพื่อการสื่อสารการตลาดดิจิทัล	3(2-2-5)
	รวม	18	รวม	18
2	GED103 การคิดสร้างสรรค์และการแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน	3(2-2-5) 3(3-0-6)	GEL106 ภาษาอังกฤษเพื่อการสมัครงาน	3(3-0-6)
	GEL103 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร	3(3-0-6)	DMC204 การออกแบบเนื้อหาสำหรับการสื่อสารการตลาดดิจิทัล	3(2-2-5)
	DMC105 ศาสตร์แห่งการเล่าเรื่อง	3(3-0-6)	DMC205 กลยุทธ์สร้างสรรค์การณรงค์สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3(3-0-6)
	DMC106 กฎหมายและจรรยาบรรณทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัล	3(2-2-5)	DMC207 แอนิเมชันเพื่อการสื่อสารการตลาดดิจิทัล	3(2-2-5)
	DMC203 เทคนิคการนำเสนองานเพื่อการสื่อสาร	3(2-2-5)	DMC208 การบริหารงานการตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)
	DMC..... (วิชาเอกเลือก 1)	3(.....)	DMC..... (วิชาเอกเลือก 2)	3(.....)
	รวม	18	รวม	18
3	GEW102 การพัฒนาบุคลิกภาพสู่ความสำเร็จ	1(1-1-1)	DMC209 การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ดิจิทัล	3(3-0-6)
	GEW103 วัยใส ใจสะอาด	1(1-1-1)	DMC302 การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันเพื่อการสื่อสารการตลาดดิจิทัล	3(3-0-6)
	GEW104 ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและภูมิปัญญาในการดำเนินชีวิต	1(1-1-1)	DMC303 การบริหารฐานข้อมูลลูกค้าออนไลน์	3(2-2-5)
	GEL201 ภาษาอังกฤษเพื่อการทดสอบ	3(3-0-6)	DMC..... (วิชาเอกเลือก 4)	3(.....)
	DMC301 การบริหารช่องทางการสื่อสาร	3(3-0-6)	DMC..... (วิชาเอกเลือก 5)	3(.....)
	DMC304 การสร้างสรรค์และบริหารแบรนด์เชิงกลยุทธ์	3(3-0-6)		
	DMC..... (วิชาเอกเลือก 3)	3(.....)		
	 เลือกเสรี 1	3(.....)		
	รวม	18	รวม	15
4	DMC402 การบริหารภาพลักษณ์และชื่อเสียงองค์กร	3(3-0-6)	DMC501 โครงการสื่อสารการตลาดดิจิทัล	3(0-9-0)
	DMC403 การวิจัยทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัล	3(2-2-5)	หรือ	
	DMC540 การเตรียมความพร้อมสำหรับวิชาชีพด้านสื่อสารการตลาดดิจิทัล	2(2-0-4)	DMC541 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ(วิชาเอกเลือก 7)	3(400)
	DMC..... (วิชาเอกเลือก 6)	3(.....)		
	 เลือกเสรี 2	3(.....)		
	รวม	14	รวม	3

คำอธิบายรายวิชา

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

1. กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 6 หน่วยกิต

GEW101 คุณธรรม ปัญญา คนสมบูรณ์

3(2-2-5)

(Ethics, Wisdom and Wholeness)

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

สาระสำคัญแห่งความจริงของชีวิต คุณค่า เป้าหมายและความสำเร็จของชีวิต ศาสตร์การดำเนินชีวิตของนักคิดหรือผู้เป็นแบบอย่างทั้งในและต่างประเทศ แนวคิดการพัฒนาจิตสาธารณะผ่านองค์ความรู้ในตนเอง การวิเคราะห์ปัญหาชุมชนหรือสังคม การออกแบบแนวทางการแก้ไขปัญหาที่สัมพันธ์กับองค์ความรู้ตนเอง การสร้างจิตสำนึกสาธารณะและการพัฒนาแนวทางการแก้ไขปัญหาสังคมหรือชุมชนด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม (Participation Action Process) การสร้างมูลค่าเพิ่มจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและศิลปวัฒนธรรม การวิเคราะห์บทบาทและอิทธิพลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในสังคมหรือชุมชนเป้าหมาย การสร้างวินัยและความมุ่งมั่นในงาน การประพฤติตนเป็นคนดีของสังคม ดำเนินชีวิตตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง การเป็นพลเมืองที่เข้มแข็ง มีคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณในวิชาชีพ การพัฒนาตามศาสตร์พระราชา และการพัฒนาอย่างยั่งยืน การวิเคราะห์การนำศาสตร์พระราชาไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่ระดับบุคคล องค์กรธุรกิจหรือชุมชนในระดับท้องถิ่น และระดับประเทศ

GEW102 การพัฒนาบุคลิกภาพสู่ความสำเร็จ

1 (1-1-1)

(Personality Development for Success)

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

แนวคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบุคลิกภาพ การสำรวจตนเอง หลักและวิธีการสร้างเสริมบุคลิกภาพ การพูด การฟังการแต่งกาย การแสดงออกอย่างสร้างสรรค์ การสร้างมนุษยสัมพันธ์และทักษะในการทำงานร่วมกับผู้อื่น มารยาทไทยและมารยาทสากล มารยาททางธุรกิจ การวางตัวในการเข้าสังคม ในโอกาสต่างๆ การเคารพกฎระเบียบเพื่อการอยู่ร่วมกันในสังคม

GEW103 วัยใส ใจสะอาด

1(1-1-1)

(Youngster with Good Heart)

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

การทุจริตและคอร์รัปชัน ผลประโยชน์ทับซ้อน การขัดกันระหว่างประโยชน์ส่วนบุคคลกับประโยชน์ส่วนรวม การปลูกจิตสำนึก การสร้างความร่วมมือ การมองสังคม มองโลก การสร้างสรรค์ความดีงาม การบำเพ็ญประโยชน์สู่แก่สังคม การมีส่วนร่วมช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน ตลอดจนยอมรับเคารพหลักการกฎระเบียบ กติกา และข้อบังคับทาง

สังคม ทฤษฎีการมีส่วนร่วม การขัดเกลาทางสังคม ประวัติศาสตร์ชุมชน วัฒนธรรมชุมชน จริยธรรม ค่านิยม จรรยาบรรณ ธรรมาภิบาล หน้าที่ที่สมาชิกในสังคมพึงปฏิบัติต่อตนเองและสังคม หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง การสร้าง ภูมิคุ้มกันการทุจริต ความรู้พื้นฐานด้านสิทธิมนุษยชน

GEW104 ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและภูมิปัญญาในการดำเนินชีวิต

1(1-1-1)

(Sufficiency Economy and Wisdom of Living)

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ความสัมพันธ์ของหลักเศรษฐกิจพอเพียงต่อการพัฒนาตนเอง และสังคม การประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิต หลักธรรมาภิบาล ภูมิปัญญา การคิดและการบริหารจัดการชีวิต อย่างรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยและกระแสสังคมโลก การบูรณาการวัฒนธรรมที่หลากหลายสู่ การดำเนินชีวิต การมีจิตสาธารณะและรักษาสีน้ำเงิน การอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างมีความสุขบนพื้นฐาน คุณธรรม จริยธรรมตามหลักการของเศรษฐกิจพอเพียง

2. กลุ่มวิชาภาษาและการสื่อสาร จำนวน 9 หน่วยกิต

GEL103 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร

3(3-0-6)

(English for Communication)

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

การสนทนาในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในบริบทต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน เช่น การทักทาย ทำความรู้จัก การแนะนำตนเอง การบอกเล่าเหตุการณ์ตามลำดับเวลา การบรรยายลักษณะบุคคลหรือสิ่งของ การบรรยายสถานที่ตั้งและบอกทิศทาง การให้คำแนะนำ การแสดงความคิดเห็น โดยเน้นการออกเสียงเฉพาะ คำกับเสียงสูงต่ำในประโยคและฝึกแบบประโยคสนทนาเบื้องต้น

GEL106 ภาษาอังกฤษเพื่อการสมัครงาน

3(2-2-5)

(English for Job Application)

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

คำศัพท์ สำนวน และโครงสร้างภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้องและใช้ในการสมัครงาน เช่น การเขียน ประวัติข้อมูลส่วนตัวเพื่อการสมัครงาน ประวัติย่อ ข้อมูลการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน เขียนจดหมายสมัคร งาน การกรอกแบบฟอร์มใบสมัครงาน อ่านและสรุปใจความประกาศรับสมัครงานจากแหล่งข้อมูลที่ หลากหลาย รวมทั้งฝึกได้ตอบการสัมภาษณ์งาน

GEL201 ภาษาอังกฤษเพื่อการทดสอบมาตรฐาน **3(3-0-6)**
(English for Standardized Tests)

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

รูปแบบ ลักษณะของแบบทดสอบ ตลอดจนองค์ประกอบของข้อสอบวัดระดับมาตรฐานความสามารถภาษาอังกฤษตามมาตรฐาน CEFR หรือมาตรฐานอื่น ๆ ทบทวนและฝึกทักษะภาษาอังกฤษที่จำเป็นในการสอบวัดระดับมาตรฐาน เช่น คำศัพท์ ไวยากรณ์ การฟัง การพูด การอ่านและการเขียน เพื่อเตรียมตัวนักศึกษาให้มีความพร้อมก่อนการเข้าสอบ

GEL207 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร **3(3-0-6)**
Chinese for Communication

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

การออกเสียงภาษาจีนตามระบบเสียง Pinyin คำศัพท์ สำนวนและประโยคภาษาจีนในชีวิตประจำวัน อย่างง่าย โครงสร้างประโยคพื้นฐานของภาษาจีน ทักษะการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียนภาษาจีน เบื้องต้น สนทนาโดยใช้คำศัพท์ สำนวนพื้นฐาน และกิจกรรมในชีวิตประจำวัน

GEL208 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในงานอาชีพ **3(3-0-6)**
Communicative Chinese for Careers

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

การออกเสียงภาษาจีนตามระบบเสียงพินอินขั้นสูง การใช้ภาษาจีนกลางในการสื่อสารในงานอาชีพ การสนทนาในสถานการณ์ต่างๆ การสืบค้นข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ตามสถานการณ์จริง และ การสื่อสารภาษาจีนในสื่อออนไลน์ สำนวนภาษาจีนกลางที่ใช้ในชีวิตประจำวัน

GEL306 ภาษาจีนเพื่อธุรกิจออนไลน์ **3(2-2-5)**
Chinese for E-Commerce

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

การพัฒนาทักษะการฟัง การพูดภาษาจีน วลี ประโยค และศัพท์เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจออนไลน์ประเภทต่าง ๆ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ การพูดโต้ตอบ การฝากและการรับข้อความทางโทรศัพท์ การบันทึกข้อมูลสั้นๆ ที่ใช้ในงานธุรกิจออนไลน์

- GEL209 ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)
 Japanese for Communication
 วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
 ทักษะการฟัง และการพูด เน้นการออกเสียงให้ถูกต้อง การใช้คำศัพท์สำนวนพื้นฐานในการสนทนาตามสถานการณ์ที่แตกต่างกัน การสื่อสารระหว่างบุคคลในชีวิตประจำวันสำหรับผู้ที่ไม่มีความรู้ภาษาญี่ปุ่น
- GEL210 ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสารในงานอาชีพ 3(3-0-6)
 Japanese in Daily Life
 วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
 การสนทนาด้วยภาษาญี่ปุ่นที่ใช้ในงานอาชีพ สำนวนและรูปประโยคอย่างง่ายจากบทสนทนาในสถานการณ์ต่างๆ ฝึกทักษะด้านการฟัง และการพูดสำหรับติดต่อสื่อสารในงานอาชีพเบื้องต้นกับผู้ใช้ภาษาญี่ปุ่น การเรียนรู้ระบบตัวอักษรและระบบตัวเลขในภาษาญี่ปุ่น
- GEL307 การสื่อสารภาษาญี่ปุ่นเชิงธุรกิจ 3(3-0-6)
 Japanese Communication for Business
 วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
 การสนทนาภาษาญี่ปุ่นที่เกี่ยวข้องในงานธุรกิจโดยใช้คำศัพท์ สำนวนที่ถูกต้องและเหมาะสมในองค์กรธุรกิจญี่ปุ่น การสนทนาและการโต้ตอบทางธุรกิจในหัวข้อที่หลากหลาย การแนะนำตนเอง การประชุม การสัมภาษณ์ การโต้ตอบทางโทรศัพท์ การนัดหมาย การเจรจาต่อรอง

3. กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีดิจิทัล จำนวน 9 หน่วยกิต

- GED101 ดิจิทัลสำหรับชีวิตประจำวัน 3(2-2-5)
 (Digital for Daily Life)
 วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
 การเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลสมัยใหม่ในรูปแบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินชีวิตประจำวัน ความรู้พื้นฐานควบคู่การฝึกปฏิบัติเพื่อให้เกิดความเชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อสร้างความสามารถที่หลากหลาย ประกอบด้วย การสืบค้นข้อมูล การจัดการข้อมูลในรูปแบบของฐานข้อมูล การออกแบบและจัดทำระบบเอกสาร การคำนวณทางคณิตศาสตร์ การสร้างข้อมูลเพื่อการนำเสนอและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับชีวิตประจำวัน

GED102 ดิจิทัลสำหรับการประกอบอาชีพ**3(2-2-5)****(Digital for Career)****วิชาบังคับก่อน : ไม่มี**

การเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลสมัยใหม่ที่สนับสนุนการประกอบอาชีพ ควบคู่การฝึกปฏิบัติ เพื่อให้เกิดความเชี่ยวชาญทางด้านทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสร้างสนับสนุนการประกอบอาชีพที่หลากหลาย ประกอบด้วย การออกแบบเนื้อหา การนำเสนอ วิธีการออกแบบและพัฒนาระบบ การออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดีย การใช้เครื่องมือทางด้านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล โปรแกรมจัดการทางด้านธุรกิจบนแพลตฟอร์มต่างๆ การบูรณาการองค์ความรู้ทางเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเตรียมพร้อมรับสถานการณ์ภายใต้การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัลในการประกอบอาชีพ

GED103 การคิดสร้างสรรค์และการแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน**3(2-2-5)****(Creative Thinking and Problems Solving in Daily Life)****วิชาบังคับก่อน : ไม่มี**

หลักการและการพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ การคิดเชิงวิเคราะห์ การคิดเชิงตัวเลข ทักษะการให้เหตุผล คณิตศาสตร์การเงินเบื้องต้น การสำรวจข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูลทั้งเชิงวิชาการและเชิงธุรกิจเพื่อการท้าววิจัยเบื้องต้น การแก้ปัญหาและตัดสินใจโดยประยุกต์ใช้กระบวนการทางคณิตศาสตร์และสถิติเชื่อมโยงกับงานอาชีพเพื่อการแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน

4. กลุ่มวิชาบูรณาการและเสริมสร้างทักษะชีวิต จำนวน 6 หน่วยกิต**GEE101 คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ****3(2-2-5)****(Entrepreneurship)****วิชาบังคับก่อน : ไม่มี**

องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการและการออกแบบตัวแบบธุรกิจ (Business Model) การวิเคราะห์สถานการณ์และการแสวงหาโอกาสในการเริ่มต้นธุรกิจ การสร้างคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการด้วยความคิดสร้างสรรค์และการปฏิบัติจริงเพื่อสร้างสัมมาอาชีพหรือพัฒนารูปแบบธุรกิจเกิดใหม่ (Start-Up) ของตนเอง เข้าใจองค์ความรู้ด้านการประกอบการสมัยใหม่ ประกอบด้วย แนวคิดด้านการตลาดและนวัตกรรมดิจิทัล แนวคิดทางด้านการจัดการ การวิเคราะห์สภาพปัญหาและการกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลัก การออกแบบจุดขายของธุรกิจ การออกแบบช่องทางการสื่อสารการตลาด แนวคิดด้านการทำการตลาดบนสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing) การนำเสนอแนวคิดทางธุรกิจ การเรียนรู้จากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ การพัฒนาตนเองเป็นผู้ประกอบการที่ทันสมัย มุ่งแสวงหาโอกาสและก้าวทันโลกการประกอบการสมัยใหม่

GEE102 ทักษะชีวิตทางสังคม

3(3-0-6)

(Social Life Skills)

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิตของนักศึกษา สิทธิขั้นพื้นฐาน สิทธิมนุษยชน จริยธรรมการใช้สื่อในยุคดิจิทัล บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบต่อครอบครัว สังคม การปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสังคม ทักษะชีวิตและอาชีพการงาน ทักษะในการยืดหยุ่นและการปรับตัว ทักษะการสร้างปฏิสัมพันธ์ในสังคมและในสังคมข้ามวัฒนธรรม ทักษะการสร้างภาวะผู้นำและการรับผิดชอบต่อหน้าที่ ทักษะทางสังคมและความฉลาดทางอารมณ์ การเข้าใจตนเองและการวางแผนอนาคต การพัฒนาการเรียนรู้ตลอดชีวิต การอยู่ร่วมกับผู้อื่นอย่างสงบสุขและเคารพซึ่งกันและกัน มีจิตสำนึกความเป็นพลเมืองดี มีส่วนร่วมเพื่อป้องกันและต่อต้านการทุจริต ประพฤติมีขอบในสังคมไทย ที่นำไปสู่การปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตสู่ความยั่งยืน

ข. หมวดวิชาเฉพาะด้าน

1. วิชาแกน

DMC101 ทฤษฎีสื่อสารและเทคโนโลยีนวัตกรรม

3(3-0-6)

Communication Theory and Innovative Technology

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

ทฤษฎีด้านการสื่อสารในสังคม แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ กระบวนการสื่อสารระดับต่างๆ การสื่อสารภายในบุคคล การสื่อสารระหว่างบุคคล และการสื่อสารมวลชน ลักษณะของการสื่อสารมวลชน ประเภทต่างๆ พัฒนาการของสื่อดิจิทัลและเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร การจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ แนวคิดอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง การใช้งานแพลตฟอร์มการสื่อสาร และแอปพลิเคชัน สื่อสังคมออนไลน์ การเรียนรู้วิธีการรักษาความปลอดภัยบนโซเชียลมีเดีย บทบาทและอิทธิพลของเทคโนโลยีการสื่อสารยุคใหม่ต่อผู้บริโภค

DMC102 สุนทรียศาสตร์เพื่อการสื่อสารการตลาด

3(3-0-6)

Aesthetics for Marketing Communication

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

หลักการสุนทรียศาสตร์ ประวัติศาสตร์ศิลปะ ความรู้เรื่องงานศิลปะแขนงต่าง ๆ ความเข้าใจในงานศิลปะและผลงานศิลปะที่มีชื่อเสียง ความเข้าใจในคุณค่าของศิลปะ กระบวนการเชื่อมโยงความหมายกับการสร้างสรรค์งานศิลปะ แรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ และการประยุกต์ใช้ศิลปะและดนตรี เพื่อออกแบบเนื้อหาทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์ ศิลปะกับโลกสมัยใหม่ การตีความศิลปะในการสื่อสารการตลาดดิจิทัล กรณีศึกษา

- DMC103 หลักการตลาดสมัยใหม่ 3(3-0-6)**
Principles of Modern Marketing
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
 ลักษณะ ความหมาย แนวคิด บทบาท หน้าที่และความสำคัญของการตลาดและการตลาดสมัยใหม่ องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด สิ่งแวดล้อมทางการตลาด ระบบข้อมูลทางการตลาดและการวิจัยทางการตลาด พฤติกรรมของผู้บริโภคออฟไลน์และออนไลน์ การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด การจัดการส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัล การตลาดเพื่อสังคมและจรรยาบรรณทางการตลาด
- DMC104 การออกแบบทัศนศิลป์เชิงสร้างสรรค์ 3(2-2-5)**
Creative Visual Design
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
 ทฤษฎีทางทัศนศิลป์ที่จำเป็นต่อการสื่อสาร การจัดองค์ประกอบทางศิลปะ การเลือกใช้สี การใช้อักษร การจัดวางตัวอักษร การจัดวางภาพและการเลือกใช้ภาพประกอบ หลักการออกแบบกราฟิก มาตรฐานงานออกแบบ กระบวนการผลิตสื่อต้นฉบับ การปฏิบัติการสร้างสรรค์งานอินโฟกราฟิก โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปและแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ จรรยาบรรณของนักออกแบบ
- DMC105 ศาสตร์แห่งการเล่าเรื่อง 3(3-0-6)**
Narratology
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
 แนวคิดและความสำคัญของการเล่าเรื่อง โครงสร้างและหน้าที่ แก่นเรื่อง ขนบการเล่าเรื่อง สัญลักษณ์ต่างๆ ในเรื่องเล่า องค์ประกอบของการเล่าเรื่องในรูปแบบต่างๆ ความคิดสร้างสรรค์และวิธีการสร้าง Storytelling การวางแผนกลยุทธ์และกำหนดพล็อตเรื่อง การสรุปเรื่องย่อเพื่อออกแบบแพลตฟอร์มสื่อสารในแต่ละประเภท เทคนิคการเชื่อมโยงประสบการณ์ของผู้เล่าสู่การโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมาย การประยุกต์ใช้ Storytelling เพื่อการสื่อสารการตลาดดิจิทัล

DMC106 กฎหมายและจรรยาบรรณทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัล 3(3-0-6)

Laws and Ethics for Digital Marketing Communication

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

กฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับงานสื่อสารการตลาดดิจิทัล กฎหมายทางการค้า สิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ กฎหมายดิจิทัล การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล การเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคล สิทธิ เสรีภาพ แนวคิดเรื่องการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ จรรยาบรรณวิชาชีพและความรับผิดชอบต่อสังคมของนักสื่อสารการตลาดดิจิทัล ปัญหาจริยธรรม กรณีศึกษา

2. วิชาเอกบังคับ

DMC201 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 3(3-0-6)

Consumer Behavior Analysis

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

ลักษณะตลาดผู้บริโภค แนวคิด ทฤษฎีและกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค พฤติกรรมและกระบวนการซื้อในตลาดผู้บริโภค เครื่องมือและวิธีการที่ใช้เก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล พฤติกรรมผู้บริโภคและผู้บริโภคออนไลน์ รวมถึงโมเดลและการใช้โปรแกรมต่างๆ การวิจัยผู้บริโภค และการนำผลการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคมาใช้ในการสื่อสารการตลาดดิจิทัล แนวโน้มผู้บริโภคและนวัตกรรม การคุ้มครองผู้บริโภค

DMC202 การสร้างสรรค์งานการสื่อสารการตลาดดิจิทัล 3(2-2-5)

Creative for Digital Marketing Communication

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

กระบวนการสร้างสรรค์งานทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัล การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ การวิเคราะห์ส่วนประสมการสร้างสรรค์งานโฆษณา การปฏิบัติการด้านเนื้อหาและชิ้นงานโฆษณาออนไลน์ เทคนิควิธีการสร้างสรรค์ผลงานโฆษณาออนไลน์ผ่านช่องทางการสื่อสารดิจิทัล ในสภาพแวดล้อมทางการตลาดต่างๆ การประเมินผลงานสร้างสรรค์ จรรยาบรรณนักสร้างสรรค์

- DMC203 เทคนิคการนำเสนองานเพื่อการสื่อสาร 3(2-2-5)**
Presentation Technique for Communication
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
 แนวคิด ทฤษฎี องค์ประกอบในการพูดและนำเสนอผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล กลวิธีและเทคนิคในการพูดและการเตรียมความพร้อมนำเสนอความคิด แผนงานลักษณะต่างๆ การสร้างความน่าเชื่อถือในการสื่อสาร การสร้างเนื้อหาในการนำเสนอ และการเลือกใช้สื่อเทคโนโลยีดิจิทัลในการนำเสนอที่น่าสนใจ การสื่อสารโน้มน้าวใจผู้ฟัง การวิเคราะห์อุปสรรคปัญหาในการนำเสนอ การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการนำเสนอ การปฏิบัติการด้านนำเสนอเพื่อการสื่อสาร
- DMC204 การออกแบบเนื้อหาสารเพื่อการสื่อสารการตลาดดิจิทัล 3(2-2-5)**
Content Design for Digital Marketing Communication
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
 แนวคิดการตลาดเชิงเนื้อหา กระบวนการและเทคนิคการออกแบบเนื้อหาสาร ปฏิบัติการด้านการวางแผนโครงสร้าง การคิดสร้างสรรค์รูปแบบ วิธีการเขียนเชิงสร้างสรรค์ในรูปแบบต่างๆ เพื่องานสื่อสารการตลาดดิจิทัล การเขียนเพื่อโน้มน้าวใจสำหรับการสื่อสาร การเขียนเพื่อรับมือกับภาวะวิกฤติ การบูรณาการเนื้อหาสารข้ามแพลตฟอร์มสื่อสาร การหาแนวคิดเพื่อเพิ่มความคิดสร้างสรรค์ในเนื้อหา จรรยาบรรณของนักออกแบบเนื้อหาเพื่อการสื่อสาร
- DMC205 กลยุทธ์สร้างสรรค์การรณรงค์สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 3(3-0-6)**
Creative Strategies for Integrated Marketing Communication Campaign
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
 แนวคิด หลักการและความสำคัญของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ความสำคัญวัตถุประสงค์ กระบวนการในการวางแผนรณรงค์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การวิเคราะห์สถานการณ์ การแบ่งส่วนตลาดเป้าหมาย การกำหนดเป้าหมายกลยุทธ์ และการนำเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดสมัยใหม่มาใช้แบบผสมผสาน การกำหนดกลยุทธ์และกลวิธีการรณรงค์การสื่อสารการตลาด การวางแผนและการกำหนดงบประมาณการสื่อสาร การประเมินผลการรณรงค์สื่อสารการตลาด จรรยาบรรณของนักสื่อสารการตลาด กรณีศึกษา

- DMC206** **การผลิตสื่อมัลติมีเดียเพื่อการสื่อสารการตลาดดิจิทัล** **3(2-2-5)**
Multimedia Production for Digital Marketing Communication
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
 ความหมาย ความสำคัญของการผลิตสื่อมัลติมีเดียเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ ขั้นตอนการผลิตสื่อภาพนิ่ง, สื่อเสียง, สื่อภาพเคลื่อนไหว กระบวนการผลิตและสร้างสรรค์ การบันทึก, การตัดต่อ, การส่งออกและแปลงข้อมูลไฟล์ดิจิทัล การฝึกปฏิบัติการด้วยโปรแกรมและแอปพลิเคชันสำเร็จรูป การวางแผนกระบวนการผลิต การเผยแพร่มัลติมีเดีย การถ่ายภาพ การผลิตเสียง การตัดต่อภาพเคลื่อนไหว การปฏิบัติโดยใช้อุปกรณ์ต่างๆ โปรแกรมประยุกต์และแอปพลิเคชัน เพื่อการสื่อสารทางธุรกิจในปัจจุบัน
- DMC207** **แอนิเมชันเพื่อการสื่อสารการตลาดดิจิทัล** **3(2-2-5)**
Animation for Digital Marketing Communication
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
 ความหมายและบทบาทของแอนิเมชันองค์ประกอบของแอนิเมชัน แนวคิดและเทคโนโลยีของสื่อแอนิเมชันสมัยใหม่ แพลตฟอร์มสำหรับเผยแพร่เทคโนโลยีสตรีมมิ่ง (Streaming Technology) เพื่อประยุกต์ใช้กับเครื่องมือทางการตลาดสมัยใหม่ การปฏิบัติการด้านแอนิเมชันเพื่อการสื่อสารการตลาดดิจิทัล
- DMC208** **การบริหารงานการตลาดดิจิทัล** **3(3-0-6)**
Digital Marketing Management
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
 แนวคิด บทบาทการตลาดดิจิทัลต่องานการสื่อสารการตลาดดิจิทัล กระบวนการบริหารการตลาดดิจิทัล ช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัล กระบวนการวางแผนและกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัล การใช้แพลตฟอร์มต่างๆ เพื่อการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การกำหนดงบประมาณ การประเมินประสิทธิภาพของแผนดำเนินงาน กรณีศึกษาเพื่อนำมาปรับประยุกต์ใช้ในการพัฒนางานด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัลได้อย่างเหมาะสมและร่วมสมัย
- DMC209** **การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ดิจิทัล** **3(3-0-6)**
Digital Advertising and Public Relations
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
 ความหมาย ความสำคัญ บทบาทหน้าที่ องค์ประกอบ และกระบวนการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ดิจิทัล การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย เทคนิคการใช้สื่อโฆษณาออนไลน์และเครื่องมือประชาสัมพันธ์ดิจิทัล กลยุทธ์การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ การวางแผนรณรงค์โฆษณาและประชาสัมพันธ์ดิจิทัล กฎหมายและจรรยาบรรณวิชาชีพด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

DMC301 การบริหารช่องทางการสื่อสาร 3(3-0-6)

Communication Channels Management

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

ความหมาย ความสำคัญ ลักษณะ บทบาทหน้าที่ รูปแบบ คุณลักษณะเฉพาะ ข้อได้เปรียบ และข้อจำกัดของช่องทางการสื่อสารประเภทต่างๆ โมเดลช่องทางการสื่อสาร ช่องทางการพิมพ์ ช่องทางการออกอากาศ ช่องทางออนไลน์ ช่องทางสถานที่ การใช้ช่องทางการสื่อสารแบบผสม (Hybrid Media) การพัฒนาช่องทางการสื่อสารไปยังผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ การวิเคราะห์ช่องทางการสื่อสารเชิงปริมาณและคุณภาพ หลักการ กลยุทธ์และกลวิธีการวางแผนช่องทางการสื่อสารในงานสื่อสารการตลาด การใช้ช่องทางการสื่อสารแบบผสมผสาน กระบวนการในการซื้อสื่อต่างๆ การวางแผน การตรวจสอบ การควบคุม และการประเมินผลประสิทธิภาพของช่องทางการสื่อสาร กรณีศึกษา

DMC302 การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันเพื่อการสื่อสารการตลาดดิจิทัล 3(3-0-6)

Current Situation Analysis for Digital Marketing Communication

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

การวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ ประเด็นปัญหาและทิศทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลอันเป็นที่สนใจ แนวโน้มความเคลื่อนไหวด้านการสื่อสาร เทคโนโลยี เศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม ที่ส่งผลกระทบต่อดำเนินงานขององค์กร ด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัล เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนางานด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัลได้อย่างเหมาะสมและทันสถานการณ์

DMC303 การบริหารฐานข้อมูลลูกค้าออนไลน์ 3(2-2-5)

Customer Online Database Management

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

บทบาท ความสำคัญของฐานข้อมูลลูกค้าในงานสื่อสารการตลาดดิจิทัล เทคนิค วิธีการเก็บข้อมูล การสร้างฐานข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าออนไลน์ด้วยแพลตฟอร์มสมัยใหม่ การปฏิบัติการจัดทำฐานข้อมูลลูกค้าอย่างเป็นระบบ การประยุกต์ใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพและปริมาณของลูกค้าในการวางแผนกลยุทธ์ การสื่อสารการตลาดดิจิทัล การประเมินผล จรรยาบรรณการใช้ข้อมูลลูกค้า

- DMC304 การสร้างสรรค์และบริหารแบรนด์เชิงกลยุทธ์ 3(3-0-6)**
Creativity and Strategic Brand Management
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
 แนวคิดของแบรนด์ แก่นของแบรนด์ คุณสมบัติของแบรนด์ การวิเคราะห์สภาพของแบรนด์ การวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย และโครงสร้างแบรนด์ กระบวนการสร้างแบรนด์และสื่อสารผ่านเครื่องมือทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัล การพัฒนาอัตลักษณ์ คุณค่าและภาพลักษณ์ของแบรนด์ การสร้างความจงรักภักดีให้กับแบรนด์ด้วยการสื่อสารการตลาดดิจิทัล กลยุทธ์แบรนด์ การวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์ การวัดและประเมินผล กรณีศึกษา
- DMC402 การบริหารภาพลักษณ์และชื่อเสียงองค์กร 3(3-0-6)**
Corporate Image and Reputation Management
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
 แนวคิดของแบรนด์และทฤษฎีด้านการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ ความหมาย ความสำคัญ องค์ประกอบของภาพลักษณ์และชื่อเสียงองค์กร ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการกำหนดและสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียง สร้างภาพลักษณ์ส่งเสริมการตลาด กระบวนการบริหารงานประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงให้องค์กร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แนวคิดความรับผิดชอบขององค์กรต่อสังคม รวมถึงการจัดการภาวะวิกฤตขององค์กร กรณีศึกษา
- DMC403 การวิจัยทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัล 3(2-2-5)**
Research in Digital Marketing Communication
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
 หลักการ แนวคิด ความสำคัญของการวิจัยด้านการสื่อสารการตลาด ระเบียบวิธีวิจัย การสำรวจทัศนคติผู้บริโภค การวิจัยประสิทธิภาพของสื่อออฟไลน์และออนไลน์ กระบวนการวิจัยทางการสื่อสารการตลาดออฟไลน์และออนไลน์เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การจัดทำรายงานวิจัยทางการสื่อสารการตลาด การปฏิบัติการวิจัยรายกลุ่มหรือรายบุคคล

DMC540 การเตรียมความพร้อมสำหรับวิชาชีพด้านสื่อสารการตลาดดิจิทัล 2(2-0-4)
Digital Marketing Communication Professional Preparation
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

หลักการ แนวคิด และกระบวนการของการฝึกประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษา
 ระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง ความรู้พื้นฐานและเทคนิคในการสมัครงานอาชีพ ความรู้พื้นฐานในการ
 ปฏิบัติงาน ทักษะการใช้งาน โปรแกรมที่เกี่ยวข้องในการทำงาน การสื่อสารและมนุษยสัมพันธ์ การพัฒนา
 บุคลิกภาพ ภาษาอังกฤษเพื่องานสื่อสารการตลาดดิจิทัล เทคนิคการนำเสนอ การเขียนรายงาน

3. วิชาเอกเลือก

DMC210 การบริหารงานขาย 3(3-0-6)
Sales Management
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

บทบาทและหน้าที่ของหน่วยงานขายและผู้บริหารงานขาย ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการ
 บริหารบุคคลและการแบ่งกลุ่มลูกค้า วิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าจากแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อวางแผนการขาย ศิลปะ
 การขาย การควบคุมและจูงใจพนักงานขาย การวางแผนการขาย กลยุทธ์การขาย การพยากรณ์การขาย การ
 กำหนดงบประมาณการขาย การจ่ายค่าตอบแทน การมอบหมายงาน การควบคุมการปฏิบัติงานแบบดิจิทัล
 การประเมินผลพนักงานขาย จรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหารงานขาย

DMC211 การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่องานสื่อสารการตลาด 3(2-2-5)
Packaging Design for Marketing Communication
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

บทบาทและความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ในงานสื่อสารการตลาด การสื่อสารการตลาดผ่าน
 บรรจุภัณฑ์ อิทธิพลของบรรจุภัณฑ์ต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค หลักการออกแบบ โครงสร้างและรูปแบบของ
 บรรจุภัณฑ์ แนวโน้มการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์อย่าง
 สร้างสรรค์และตรงกับความต้องการของตลาด การออกแบบอัตลักษณ์ขององค์กร การปฏิบัติกรออกแบบ
 บรรจุภัณฑ์และการนำไปใช้

- DMC212 การตลาดเชิงกิจกรรมสมัยใหม่ 3(2-2-5)**
Modern Event Marketing
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
 การตลาดเชิงกิจกรรมเสมือน (Virtual Event Marketing) การจัดกิจกรรมออนไลน์ การจัดกิจกรรมสื่อสังคม การปฏิบัติการกิจกรรมพิเศษ วิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดและกลุ่มเป้าหมายจากฐานข้อมูลดิจิทัล เครื่องมือ รวมถึงเทคนิคการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อดึงดูดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายเพื่อสอดคล้องกับแผนงานที่กำหนด การสรุปและประเมินผล
- DMC305 การบริหารประสบการณ์ลูกค้า 3(3-0-6)**
Customer Experiential Management
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
 ความสำคัญของประสบการณ์ของลูกค้า การวางแผนกลยุทธ์และเครื่องมือการสื่อสารการตลาด การใช้สื่อดิจิทัลและฐานข้อมูลเพื่อเสริมสร้างปฏิสัมพันธ์และประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า การสร้างแผนที่ประสบการณ์ลูกค้า การวางแผนผ่านข้อมูลและการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อสร้างประสบการณ์ตรงให้กับลูกค้า การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และการประเมินผล
- DMC306 การสร้างแบรนด์บุคคล 3(2-2-5)**
Personal Branding
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
 แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์บุคคล ผ่านองค์ประกอบการสร้างแบรนด์บุคคล กระบวนการค้นหาตัวตนทั้งภายในและภายนอก การปฏิบัติการวิเคราะห์บุคลิกภาพและการสื่อสาร การเก็บข้อมูลและการวางแผนสร้างแบรนด์บุคคลให้ตรงตามวัตถุประสงค์ ใช้สื่อดิจิทัลและแพลตฟอร์มข้อมูลออนไลน์ บูรณาการเพื่อสร้างแบรนด์บุคคล
- DMC307 การบริหารงานลูกค้า 3(3-0-6)**
Client Management
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
 กระบวนการบริหารงานลูกค้า ขั้นตอนและกลยุทธ์การรับโจทย์จากลูกค้า การค้นคว้า วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบโจทย์ กลยุทธ์การสื่อสารระหว่างฝ่ายบริหารลูกค้ากับฝ่ายต่าง ๆ ในบริษัทตัวแทน โฆษณา เทคนิคการโน้มน้าวใจ การสร้างสัมพันธ์ภาพ การผสมผสานการใช้เทคโนโลยีของสื่อดิจิทัลเพื่อการนำเสนอและการขายงานโฆษณา กลยุทธ์การรักษาลูกค้าเดิมและการแสวงหาลูกค้าใหม่จากฐานข้อมูลดิจิทัล

DMC308 การสื่อสารการตลาดดิจิทัลเชิงกลยุทธ์เพื่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 3(2-2-5)

Digital Marketing Communication Strategies for Small and Medium Enterprises

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

หลักการ แนวคิด ความสำคัญของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม บทบาท วิธีการดำเนินงานสื่อสารการตลาดดิจิทัลสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การปฏิบัติเพื่อบูรณาการเทคโนโลยีฐานข้อมูลและสื่อดิจิทัลเพื่อจัดรูปแบบ หน่วยงานสื่อสาร การวางแผน กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัล การสร้างและสื่อสารแบรนด์ การประเมินแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัล

DMC401 การสื่อสารการตลาดดิจิทัลระดับสากล 3(3-0-6)

Global Digital Marketing Communication

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

พัฒนาการและวิธีการดำเนินงานของการสื่อสารการตลาดดิจิทัลระหว่างประเทศและระดับโลก การจัดการการสื่อสารการตลาดดิจิทัลระหว่างประเทศ ความแตกต่างของพฤติกรรมผู้บริโภค การสื่อสารการตลาดดิจิทัลในประเทศต่างๆ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดระหว่างประเทศ การวางแผน การสื่อสารการตลาดดิจิทัลระหว่างประเทศเชิงกลยุทธ์ แนวโน้มและนวัตกรรมการสื่อสารการตลาดดิจิทัลระดับสากล

DMC404 สัมมนาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล 3(2-2-5)

Digital Marketing Communication Seminar

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

หลักการ แนวคิด การเขียนโครงการและหลักการจัดสัมมนา เทคนิคการกำหนดหัวข้อที่สอดคล้องกับวิชาชีพการสื่อสารการตลาดดิจิทัลและทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน ขั้นตอนและกระบวนการจัดเตรียมงานฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ การวัดและประเมินผล การพัฒนาทักษะการพูด บุคลิกภาพและนำเสนอ งานสัมมนา การจัดสัมมนาด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัล

DMC405 การค้นคว้าอิสระ 3(2-2-5)

Independent Study

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

ปฏิบัติการคิดสรรหัวข้อด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัลที่อยู่ในความสนใจส่วนบุคคล หรือการวิจัยเกี่ยวกับประเด็นปัญหาทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัล โดยอยู่ภายใต้การแนะนำและควบคุมของอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ มุ่งเน้นให้ผลการค้นคว้าสามารถต่อยอดเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ในด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัล

DMC501 โครงการสื่อสารการตลาดดิจิทัล 3(0-9-0)

Digital Marketing Communication Project

วิชาบังคับก่อน : DMC540

รายงานการค้นคว้าเชิงลึกรายบุคคลด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัล จากกรณีศึกษาผู้ประกอบการ โดยหัวข้อโครงการต้องเป็นประเด็นปัญหาด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัล มีรายงานการวิจัยและนำผลการวิจัยที่ได้ มาจัดทำข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ปรากฏเป็นผลงานเชิงสร้างสรรค์ หรือเป็นนวัตกรรมทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัล ให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ

DMC541 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ 3(400)

Professional Experience

วิชาบังคับก่อน : DMC540

การฝึกปฏิบัติการด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัลในสถานประกอบการหรือองค์กร จำนวนไม่น้อยกว่า 400 ชั่วโมง มีการปฐมนิเทศ จัดทำแผนการฝึกงาน การนิเทศก์งาน ตลอดจนปัจฉิมนิเทศเพื่ออภิปรายและสรุปผลการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ การนำเสนอผลการศึกษาและผลการดำเนินงาน บทวิเคราะห์ตลอดจนข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ และปรากฏเป็นผลงานเชิงสร้างสรรค์ หรือเป็นนวัตกรรมทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ

DMC542 สหกิจศึกษา 6(600)

Cooperative Study

วิชาบังคับก่อน : DMC540

ระบบการศึกษาที่เน้นการปฏิบัติงานในสถานประกอบการอย่างเป็นระบบ โดยจัดให้มีการปฏิบัติงานจริงเสมือนเป็นพนักงานในสถานประกอบการ ที่มีการดำเนินงานเกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาดดิจิทัลเป็นระยะเวลา ไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์ต่อเนื่อง ใน 1 ภาคการศึกษา ต้องจัดทำรายงาน ผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ปรากฏเป็นผลงานเชิงสร้างสรรค์ หรือเป็นนวัตกรรมทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ และนำเสนอผลงานในการสัมมนาระหว่างนักศึกษา อาจารย์ที่ปรึกษา หรืออาจารย์นิเทศ หลังจากเสร็จสิ้นการปฏิบัติงานแล้ว

ค. หมวดวิชาเลือกเสรี

ให้นักศึกษาเลือกเรียนรายวิชาที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น 6 หน่วยกิต

องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม (การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ หรือสหกิจศึกษา)

การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ หรือสหกิจศึกษา เป็นการฝึกปฏิบัติการวิชาชีพในสถานประกอบการ เอกชนหรือหน่วยงานภาครัฐ ในหน้าที่นักการสื่อสารการตลาดดิจิทัล นักวางแผนสื่อดิจิทัล นักวางแผนกลยุทธ์ แบนด์และแบนด์คอนเท้นท์ นักออกแบบเนื้อหาสารทางด้านดิจิทัล นักประสานงานการตลาดและการโฆษณา (AE : Account Executive) นักวิเคราะห์และประเมินผลสื่อออนไลน์ นักวิเคราะห์ข้อมูลและพฤติกรรมลูกค้า นักบริหารงานสื่อออนไลน์ นักการสื่อสารดิจิทัลในองค์กรภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ ฯลฯ

รายวิชา DMC541 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ นักศึกษาจะต้องฝึกปฏิบัติงานในหน่วยงาน ภาคเอกชนหรือภาครัฐไม่น้อยกว่า 400 ชั่วโมง/ภาคการศึกษา โดยรายวิชาดังกล่าว มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติการด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัลในสถานประกอบการหรือองค์กรจริง มีจัดทำ แผนการฝึกงาน การนิเทศก์งาน ตลอดจนปัจฉิมนิเทศเพื่ออภิปรายและสรุปผลการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ การนำเสนอผลการศึกษาและผลการดำเนินงาน บทวิเคราะห์ตลอดจนข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ และ ปรากฏเป็นผลงานเชิงสร้างสรรค์ หรือเป็นนวัตกรรมทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ

รายวิชา DMC542 สหกิจศึกษา นักศึกษาจะต้องปฏิบัติงานเป็นระยะเวลาอย่างน้อย 16 สัปดาห์อย่างต่อเนื่องใน 1 ภาคการศึกษา โดยรายวิชาดังกล่าว มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ฝึกการปฏิบัติงานในสถาน ประกอบการอย่างเป็นระบบ โดยจัดให้มีการปฏิบัติงานจริงเสมือนเป็นพนักงานในสถานประกอบการ ที่มีการ ดำเนินงานเกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาดดิจิทัล มีการจัดทำรายงาน ผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ปรากฏ เป็นผลงานเชิงสร้างสรรค์ หรือเป็นนวัตกรรมทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ และนำเสนอผลงานในการสัมมนาระหว่างนักศึกษา อาจารย์ที่ปรึกษา หรือ อาจารย์นิเทศ หลังจากเสร็จสิ้น การปฏิบัติงานแล้ว

โดยการประเมินผลทั้ง 2 รายวิชาดังกล่าวจะประเมินผลด้วยการได้รับอักษร A , B+ , B , C+ , C , D+ , D , F หรืออักษร W และ I

มาตรฐานผลการเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนาม

วิชา DMC541 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

1. นักศึกษาฝึกปฏิบัติการด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัลในสถานประกอบการ หรือองค์กรจริง มีจัดทำแผนการฝึกงาน การนิเทศก์งาน ตลอดจนปัจฉิมนิเทศเพื่ออภิปรายและสรุปผลการฝึก ประสบการณ์วิชาชีพ
2. นักศึกษานำเสนอผลการศึกษาและผลการดำเนินงาน บทวิเคราะห์ตลอดจน ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ และปรากฏเป็นผลงานเชิงสร้างสรรค์ หรือเป็นนวัตกรรมทางการสื่อสาร การตลาดดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ

วิชา DMC542 สหกิจศึกษา

1. นักศึกษาฝึกปฏิบัติการในสถานประกอบการอย่างเป็นระบบ โดยจัดให้มีการปฏิบัติงานจริงเสมือนเป็นพนักงานในสถานประกอบการ ที่มีการดำเนินงานเกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาดดิจิทัล
2. นักศึกษาจัดทำรายงาน ผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ปรากฏเป็นผลงานเชิงสร้างสรรค์ หรือเป็นนวัตกรรมทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ
3. นักศึกษานำเสนอผลงานในการสัมมนาระหว่างนักศึกษา อาจารย์ที่ปรึกษา หรืออาจารย์นิเทศ หลังจากเสร็จสิ้นการปฏิบัติงานแล้ว

ช่วงเวลาที่จัดประสบการณ์

ภาคการศึกษาที่ 2 นักศึกษาชั้นปีที่ 4

การจัดเวลาและตารางสอน:

- DMC541 การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ จำนวน 400 ชั่วโมง (วันละ 8 ชั่วโมง)
- DMC542 สหกิจศึกษา จำนวน 16 สัปดาห์อย่างต่อเนื่องใน 1 ภาคการศึกษา (600 ชั่วโมง)

ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการหรือวิจัย

คำอธิบายโดยย่อ

รายวิชา DMC501 โครงการสื่อสารการตลาดดิจิทัล ต้องเป็นประเด็นรายงานการค้นคว้าเชิงลึก รายบุคคลด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัล จากกรณีศึกษาผู้ประกอบการ โดยหัวข้อโครงการต้องเป็นประเด็นปัญหาด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัล มีรายงานการวิจัย และนำผลการวิจัยที่ได้ มาจัดทำข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ปรากฏเป็นผลงานเชิงสร้างสรรค์ หรือเป็นนวัตกรรมทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัล ให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ และมีการนำเสนอผลงานด้วยการสัมมนา ผ่านการประเมินผลร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการ ชุมชนและอาจารย์ที่ปรึกษาประจำรายวิชา

มาตรฐานผลการเรียนรู้

1. เพื่อให้ผู้เรียนมีทักษะการวิเคราะห์ประเด็นปัญหาด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัลอย่างลุ่มลึก
2. เพื่อให้ผู้เรียนมีทักษะการวิจัยและนำผลการศึกษามาวางแผนการสื่อสารการตลาดได้
3. เพื่อฝึกทักษะในการสังเคราะห์และเรียบเรียงข้อมูลเชิงวิชาการด้วยตนเอง
4. เพื่อให้สามารถแสวงหาความรู้ใหม่หรือต่อยอดความรู้ได้

ช่วงเวลา

ภาคการศึกษาที่ 2 ชั้นปีที่ 4

จำนวนหน่วยกิต ได้แก่

รายวิชา DMC501 โครงการสื่อสารการตลาดดิจิทัล จำนวนหน่วยกิต 3(0-9-0)

การเตรียมการ

1. อาจารย์ที่ปรึกษาประจำวิชาให้คำแนะนำนักศึกษา โดยให้นักศึกษาเป็นผู้เลือกอาจารย์ที่ปรึกษาและหัวข้อหรือโครงการที่นักศึกษาสนใจ
2. อาจารย์ที่ปรึกษาประจำวิชาจัดตารางเวลาการให้คำปรึกษาและการติดตามการทำงานของนักศึกษา
3. มีฐานข้อมูลงานวิจัยออนไลน์สำหรับการเรียนรู้ของนักศึกษา

กระบวนการประเมินผล

1. ประเมินคุณภาพโครงการโดยอาจารย์ประจำวิชาและอาจารย์ที่ปรึกษา
2. ประเมินผลจากความความก้าวหน้าในระหว่างการทำวิจัยหรือโครงการโดยอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ประจำวิชา ผู้ประกอบการหรือชุมชน จากการสังเกต จากการนำเสนอ การรายงาน
3. ประเมินผลการทำงานของนักศึกษาในภาพรวม จากการติดตามการทำงาน ผลงานที่เกิดขึ้นในแต่ละขั้นตอน และรายงานโดยอาจารย์ที่ปรึกษา

ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้เมื่อสิ้นปีการศึกษา

ชั้นปี 1

นักศึกษาเกิดความรู้ ความเข้าใจด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัล และเทคโนโลยีดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าและพฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึกอย่างเป็นระบบและทันสมัย มีจิตวิญญาณของความเป็นผู้ประกอบการมีคุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม

ชั้นปี 2

นักศึกษาเกิดทักษะด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัล ทักษะการนำเสนอ รวมถึงทักษะการออกแบบและผลิตสื่อดิจิทัล สามารถวิเคราะห์ คิดสร้างสรรค์เชิงกลยุทธ์ การวางแผนช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลแบบบูรณาการ ประยุกต์ใช้ งานอย่างเหมาะสม ประเมินความสำเร็จของผลงานได้ อีกทั้งมีจรรยาบรรณวิชาชีพ ความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม

ชั้นปี 3

นักศึกษาสามารถประยุกต์ใช้ข้อมูล เพื่อบริหารช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัล ปรากฏเป็นผลงานเชิงสร้างสรรค์ หรือเป็นนวัตกรรมทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ มีภาวะผู้นำ มีทักษะการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ ระหว่างบุคคล การบริหารงานด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัลเชิงกลยุทธ์ รวมถึงการบูรณาการศาสตร์อื่นที่เกี่ยวข้องได้

ชั้นปี 4

นักศึกษาเกิดทักษะและความรู้ด้านการวิจัยทางการสื่อสารการตลาดพร้อมทั้งนำไปประยุกต์ใช้ในกระบวนการฝึก ปฏิบัติการวิชาชีพ ปรากฏเป็นผลงานที่สร้างสรรค์ หรือนวัตกรรมทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ



หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา

1. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

การวัดผลและการสำเร็จการศึกษาให้เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยพาร์อิสเทอร์น ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2560 ข้อ 16

นักศึกษาต้องมีเวลาเรียนในแต่ละรายวิชาไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80 ของเวลาเรียนในแต่ละรายวิชา จึงจะมีสิทธิ์เข้าสอบปลายภาคการศึกษาในรายวิชานั้น ๆ ได้

ในการวัดและประเมินผลการศึกษาแต่ละรายวิชา ให้ใช้ลำดับขั้นและค่าลำดับขั้น ดังนี้

ลำดับขั้น	ค่าลำดับขั้น	ความหมาย
A	4.0	ดีเยี่ยม (Excellent)
B+	3.5	ดีมาก (Very Good)
B	3.0	ดี (Good)
C+	2.5	ค่อนข้างดี (Fairly Good)
C	2.0	พอใช้ (Fair)
D+	1.5	อ่อน (Poor)
D	1.0	อ่อนมาก (Very Poor)
F	0.0	ตก (Fail)

การให้ลำดับขั้น F กระทำได้ในกรณีต่อไปนี้

1. ไม่ผ่านเกณฑ์การวัดและประเมินผลการศึกษา
2. ทุจริตในการสอบ
3. สิ้นสุดเวลาในการแก้ไขลำดับขั้น I หรือ De

สัญลักษณ์ในการประเมินผลการศึกษา ได้แก่

V (Visiting) หมายความว่า การลงทะเบียนรายวิชาในฐานะผู้เข้าร่วมศึกษา โดยนักศึกษาต้องยื่นคำร้องและไม่ประสงค์เข้ารับการวัดผลในรายวิชานั้น ๆ แต่ต้องมีเวลาเรียนไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของเวลาเรียนทั้งหมด หากเวลาเรียนไม่ครบตามที่กำหนดหรือนักศึกษาไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดสำหรับการเรียนการสอนในรายวิชานั้น อาจารย์ผู้สอนอาจพิจารณาเปลี่ยนลำดับขั้น V เป็น W

I (Incomplete) หมายความว่า นักศึกษาไม่สามารถเข้ารับการวัดและประเมินผลในรายวิชานั้นให้เสร็จสมบูรณ์ โดยนักศึกษาต้องมีหลักฐานแสดงเหตุผลความจำเป็น ทั้งนี้การให้ลำดับขั้น I ต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ผู้สอนและการอนุมัติจากคณบดีที่รายวิชานั้นสังกัด

นักศึกษาจะต้องดำเนินการขอรับการวัดและประเมินผลเพื่อแก้ไขลำดับชั้น I ให้สมบูรณ์ ภายใน 2 สัปดาห์นับจากวันเปิดการศึกษาปกติหรือภาคฤดูร้อนถัดไป โดยให้ระบุผลการเรียนในภาคการศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชานั้นๆ และหากพ้นกำหนดดังกล่าวมหาวิทยาลัยจะเปลี่ยนลำดับชั้น I เป็นลำดับชั้น F หรือ U

อนึ่ง ในกรณีที่นักศึกษาได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษาในภาคการศึกษาใด ลำดับชั้น I จะไม่ได้รับการวัดและประเมินผล

IP (In Progress) หมายความว่า การศึกษาในรายวิชาฝึกงานหรือฝึกภาคสนามยังไม่สิ้นสุด และต้องใช้เวลาในการศึกษาให้มีความต่อเนื่อง

De (Defer) หมายความว่า การศึกษาในรายวิชาโครงการ แต่ไม่สามารถจัดทำโครงการให้แล้วเสร็จใน 1 ภาคการศึกษา นักศึกษาสามารถลงทะเบียนรายวิชาโครงการให้มีความต่อเนื่องได้ ทั้งนี้ให้นับรวมภาคฤดูร้อน และต้องชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาตามอัตราที่มหาวิทยาลัยกำหนด หากเสร็จสิ้น 2 ภาคการศึกษาต่อเนื่องแล้วโครงการยังทำไม่เสร็จ สัญลักษณ์ De จะถูกเปลี่ยนเป็น F โดยอัตโนมัติ

CE (Credits from Examination) หมายความว่า หน่วยกิตที่ได้จากการทดสอบโดยใช้ข้อสอบของมหาวิทยาลัย

CP (Credits from Portfolio) หมายความว่า หน่วยกิตที่ได้จากการเสนอแฟ้มสะสมงาน

CS (Credits from Standardized Test) หมายความว่า หน่วยกิตที่ได้จากการทดสอบมาตรฐาน

CT (Credits from Training) หมายความว่า หน่วยกิตที่ได้จากการประเมินการศึกษา/การอบรมที่จัดโดยหน่วยงานต่าง ๆ

CX (Credits from Exemption) หมายความว่า หน่วยกิตที่ได้รับการยกเว้นการเรียน โดยการเทียบโอนจากสถาบันการศึกษาอื่น

S (Satisfactory) หมายความว่า ผลการสอบเป็นที่น่าพอใจ

U (Unsatisfactory) หมายความว่า ผลการสอบยังไม่เป็นที่น่าพอใจ

W (Withdrawal) หมายความว่า การขอลอนรายวิชา โดยไม่นับหน่วยกิต และการให้ลำดับชั้นนี้สามารถกระทำได้ในกรณีต่อไปนี้

1. ถูกสั่งพักการศึกษาในภาคการศึกษานั้น
2. ลาออกก่อนวันสุดท้ายของการส่งผลการศึกษาประจำภาคการศึกษานั้น
3. ขอลอนรายวิชาที่ลงทะเบียนภายในระยะเวลาการขอลอนรายวิชาตามที่กำหนดไว้ในประกาศของมหาวิทยาลัย
4. นักศึกษาได้รับการอนุมัติจากรองอธิการบดีฝ่ายวิชาการให้ถอนทุกรายวิชาที่ลงทะเบียนเรียน อันเนื่องมาจากเหตุสุดวิสัยเมื่อพ้นกำหนดระยะเวลาการขอลอนรายวิชา

5. ได้รับลำดับชั้น I หรือ De และมีได้ทำการวัดและประเมินผลให้เสร็จสิ้นก่อนการยื่นใบลาออกจากการเป็นนักศึกษา

การนับจำนวนหน่วยกิต

16.4.1 รายวิชาที่นักศึกษาได้ลำดับชั้น A, B+, B, C+, C, D+, D หรือ F เท่านั้น จึงจะนำมานับเป็นหน่วยกิตสะสม

16.4.2 ในกรณีที่นักศึกษาลงทะเบียนรายวิชาใดมากกว่าหนึ่งครั้ง ให้นับหน่วยกิตสะสมเพียงครั้งเดียว และให้นับเฉพาะครั้งสุดท้าย

การคำนวณค่าลำดับชั้นเฉลี่ย

16.5.1 มหาวิทยาลัยคำนวณค่าลำดับชั้นสะสมเฉลี่ยจากจำนวนหน่วยกิตและค่าลำดับชั้นของรายวิชาทั้งหมดที่นักศึกษาได้ลงทะเบียนเรียน ซึ่งได้มีการวัดและประเมินผลเป็นลำดับชั้นและค่าลำดับชั้น

16.5.2 การคำนวณหาค่าลำดับชั้นสะสมเฉลี่ย ให้นำผลคูณของจำนวนหน่วยกิตและค่าลำดับชั้นแต่ละรายวิชา ตามข้อ 16.5.1 มารวมกัน แล้วหารด้วยผลบวกของจำนวนหน่วยกิตของรายวิชาที่มีการวัดและประเมินผลด้วยลำดับชั้นที่มีค่าลำดับชั้นทั้งหมด โดยกำหนดให้มีทศนิยม 2 ตำแหน่ง โดยไม่มีการปัดเศษ

16.6 การนับหน่วยกิตสะสมเพื่อสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

16.6.1 รายวิชาที่นักศึกษาได้ลำดับชั้น A, B+, B, C+, C, D+, D หรือ S, CE, CP, CS, CT, CX และ S เท่านั้น จึงจะนับเป็นหน่วยกิตสะสม

16.6.2 ในกรณีที่นักศึกษาลงทะเบียนรายวิชาใดมากกว่าหนึ่งครั้ง ให้นับหน่วยกิตสะสมได้เพียงครั้งเดียว และให้นับเฉพาะครั้งสุดท้าย

2. กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

1.1 การทวนสอบในระดับกระบวนวิชา

- 1) มีคณะกรรมการติดตามการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ เนื้อหา และวิธีการที่กำหนดไว้ในรายละเอียดกระบวนวิชา (มคอ.3 และมคอ.4)
- 2) มีคณะกรรมการประเมินความสอดคล้องของงานที่มอบหมายเกณฑ์ในการวัดและประเมินผล และประเมินข้อสอบเพื่อให้ครอบคลุมมาตรฐานผลการเรียนรู้ที่กำหนดในกระบวนวิชา
- 3) มีคณะกรรมการสุ่มตรวจการให้คะแนนจากกระดาษคำตอบของนักศึกษา การให้คะแนนจากผลงานของนักศึกษาตรงตามความจริง
- 4) มีการให้นักศึกษาประเมินตนเองหลังจากเรียนจบในรายวิชาในแต่ละภาคเรียน
- 5) รายงานผลการดำเนินการของรายวิชา ระบุผล ปัญหา หนทางแก้ไขและข้อเสนอแนะในรายงานการประชุม (มคอ.5 และ มคอ.6)

6) รายงานผลการดำเนินการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายงานการประเมินตนเอง (SAR)

2.2 การทวนสอบในระดับหลักสูตร

- 1) มีการประเมินหลักสูตรโดยนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายหรือของผู้ที่สำเร็จการศึกษาและจากอาจารย์ในสาขาวิชาในประเด็นการบรรลุตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ที่กำหนดไว้ในหลักสูตร
- 2) มีการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ที่กำหนดในหลักสูตร มีการสำรวจการได้งานทำและการทำงานตรงตามสาขาที่กำหนดไว้ในหลักสูตร รวมถึงการสำรวจในการเข้าศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น
- 3) การจัดการทดสอบ หรือการส่งนักศึกษาเข้าร่วมทดสอบผลการเรียนรู้ของนักศึกษาในหลักสูตร โดยเทียบเคียงกับกับนักศึกษาของสถาบันอื่นในหลักสูตรเดียวกัน

3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2560 ดังนี้ ข้อ 21

ข้อ 21 การสำเร็จการศึกษา

ในภาคการศึกษาสุดท้ายที่จะสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร นักศึกษาต้องแจ้งความจำนงสำเร็จการศึกษาตามวันเวลา ที่มหาวิทยาลัยกำหนด โดยต้องมีคุณสมบัติครบถ้วน ดังนี้

21.1 ศึกษารายวิชาครบถ้วนตามที่หลักสูตรกำหนดและผ่านเกณฑ์วัดและประเมินผลในทุกรายวิชา โดยได้ระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 2.00

21.2 ระยะเวลาในการศึกษาเป็นไปตามข้อ 7

21.3 ไม่มีภาระหนี้สินค้างชำระต่อมหาวิทยาลัย

ในกรณีที่นักศึกษาเรียนรายวิชาครบตามหลักสูตรแล้ว และไม่ประสงค์จะแจ้งความจำนงสำเร็จการศึกษาในภาคการศึกษานั้น นักศึกษาต้องลงทะเบียนรักษาสภาพทุกภาคการศึกษา

DIGITAL MARKETING COMMUNICATION