

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รายละเอียดชุดวิชาของหลักสูตร

หลักสูตรประกาศนียบัตรกฤษฎีกาสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัล
หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2565

15206	คอนเทนต์เชิงสร้างสรรค์ Creative Content ผลลัพธ์การเรียนรู้ของชุดวิชา 1. เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจแนวคิดการสร้างสรรคคอนเทนต์ในการสื่อสาร 2. เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจหลักการทางสุนทรียศาสตร์และการสื่อความหมายผ่านคอนเทนต์รูปแบบต่างๆ 3. เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจการใช้เทคโนโลยีสร้างสรรค์คอนเทนต์ในการสื่อสาร 4. เพื่อให้มีความรู้ ความสามารถในการคิดเชิงสร้างสรรค์ การวางแผนและออกแบบคอนเทนต์เชิงสร้างสรรค์ในงานการสื่อสาร คำอธิบายชุดวิชา แนวคิดการสร้างสรรคคอนเทนต์ หลักการทางสุนทรียศาสตร์ในการสื่อความหมายด้วยภาพ กราฟิก แสง สี เส้น รูปทรง ตัวอักษร สัญลักษณ์ เสียงดนตรี และภาษาท่าทาง กระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ การวางแผนและการออกแบบคอนเทนต์เชิงสร้างสรรค์ทางด้านเนื้อหา การเล่าเรื่องรูปแบบต่างๆ เช่น ข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และอินโฟกราฟิก การใช้เทคโนโลยีในการสร้างคอนเทนต์ในการสื่อสาร และกรณีศึกษาการสร้างคอนเทนต์เชิงสร้างสรรค์	(6 หน่วยกิต)
15335	การวิจัยการสื่อสารและการจัดการข้อมูลในยุคดิจิทัล Communication Research and Data Management in Digital Era ผลลัพธ์การเรียนรู้ของชุดวิชา 1. เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิด หลักการ ระเบียบวิธีวิจัย และการใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล 2. เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการแสวงหาข้อมูล การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากฐานข้อมูลขนาดใหญ่ 3. เพื่อให้มีความรู้ ความสามารถในการจัดทำโครงการวิจัยการสื่อสารและการจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ เพื่อการตัดสินใจในงานการสื่อสาร คำอธิบายชุดวิชา แนวคิด หลักการ กระบวนการ ประเภทของการวิจัย ระเบียบวิธีวิจัย การใช้สถิติเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย การสื่อสาร การแสวงหาและการจัดการข้อมูล หลักการและกระบวนการจัดการข้อมูล การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล การวิจัยและฐานข้อมูลขนาดใหญ่ และการใช้โปรแกรม เพื่อการจัดการข้อมูล การรับฟังสังคม เพื่อการตัดสินใจงานการสื่อสารในยุคดิจิทัล	(6 หน่วยกิต)
16353	การสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัล Marketing Communication in Digital Age ผลลัพธ์การเรียนรู้ของชุดวิชา 1. เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจแนวคิด หลักการตลาดและการสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัล 2. เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อการสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัล 3. เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจในการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัล 4. เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจและตระหนักในจริยธรรมและ การคุ้มครองผู้บริโภคในยุคดิจิทัล 5. เพื่อให้มีความสามารถในการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในยุคดิจิทัล	(6 หน่วยกิต)

คำอธิบายชุดวิชา

แนวคิด หลักการการสื่อสารการตลาด การสื่อสารการตลาดเชิงธุรกิจ การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคม การวิเคราะห์การตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย จิตวิทยาและรูปแบบการสื่อสารเพื่อจูงใจ การวิจัยการสื่อสารการตลาด การสื่อสารแบรนด์ การสร้างภาพลักษณ์ในการสื่อสารการตลาด เครื่องมือการสื่อสารการตลาด ด้านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การตลาดแบบเจาะจง การตลาดเชิงกิจกรรม การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารการตลาด การวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จริยธรรมและการคุ้มครองผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

16426	การสื่อสารแบรนด์ Brand Communication	(6 หน่วยกิต)
-------	---	--------------

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของชุดวิชา

1. เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจแนวคิดและหลักการการสื่อสารในยุคดิจิทัล
2. เพื่อให้มีความสามารถในการสร้างแบรนด์ที่ยั่งยืน
3. เพื่อประยุกต์ใช้ความรู้ในการสร้างแบรนด์กับบุคคล องค์กร สินค้า บริการและสังคม

คำอธิบายชุดวิชา

แนวคิด หลักการ การวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อการรีแบรนด์ การสร้างคุณค่า ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ ภาพลักษณ์ในการสร้างแบรนด์ จุดสัมผัสแบรนด์ ประสบการณ์แบรนด์ การประยุกต์ใช้การสร้างแบรนด์ด้านผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด การตลาด สังคม องค์กร เพื่อก้าวสู่แบรนด์ที่ยั่งยืนในการสื่อสารยุคดิจิทัล การสื่อสารแบรนด์ในองค์กร

16455	การสร้างสรรค์คอนเทนต์และสตรีมมิ่ง Creative Content and Streaming	(6 หน่วยกิต)
-------	---	--------------

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของชุดวิชา

1. เพื่อให้มีความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูล ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง การสร้างสรรค์คอนเทนต์และสตรีมมิ่ง
2. เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจการคิดสร้างสรรค์ ศิลปะและศาสตร์การถ่ายทอดความคิดในการสร้างสรรค์คอนเทนต์และสตรีมมิ่ง
3. เพื่อให้มีความสามารถและทักษะในการผลิตคอนเทนต์ในแพลตฟอร์มต่างๆ เพื่อการสื่อสารในยุคดิจิทัล
4. เพื่อให้มีความสามารถและทักษะในการทำแผนงาน โครงการและนำเสนอคอนเทนต์เพื่อการสื่อสารในยุคดิจิทัล

คำอธิบายชุดวิชา

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง การคิดสร้างสรรค์ ศิลปะและศาสตร์การถ่ายทอดความคิด การผลิต การนำเสนอ การประยุกต์ใช้ คอนเทนต์และสตรีมมิ่ง เพื่อการรณรงค์การสื่อสารในยุคดิจิทัล การรับส่งสัญญาณภาพและเสียงผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ การถ่ายทอดสด การรับชม รูปแบบการสตรีมมิ่ง อุปกรณ์การสตรีมมิ่ง การสร้างรายได้ช่องทางอาชีพใหม่ๆ การเป็นผู้ผลิตสื่อผ่านช่องทางต่างๆ ได้หลายแพลตฟอร์ม กรณีศึกษาและการฝึกทักษะการสร้างสรรค์คอนเทนต์และสตรีมมิ่ง ด้วยการจัดแผนและโครงการเพื่อการสื่อสารในยุคดิจิทัล ประเพณีการค้า ความคิด สังคมและบันเทิง