



**BANGKOK
UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL**

M.Com.Arts

Master of Communication Arts
(Digital Marketing Communications)
(Bilingual Program)

Courses Descriptions

For Graduate Student



คำอธิบายรายวิชา

หมวดวิชาเสริมพื้นฐาน

พฐ.118 การสื่อสารการตลาดดิจิทัลเบื้องต้น

PL 118 Introduction to Digital Marketing Communications

ศึกษาการสื่อสารการตลาดดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ การสื่อสารตรา (Brand Communications) การวิจัยตลาด (Market Research) การวิเคราะห์ธุรกิจ (Business Analysis) แผนผังโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas) การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึก (Consumer Insights) การวางแผนและการจัดการผู้บริโภค (Audience Planning) เพื่อนำมากำหนดการวางแผนและพัฒนาเนื้อหาและสื่อได้อย่างเหมาะสม การสร้างเครื่องมือวัดผล วิธีการวัดผล ตลอดจนกรอบตัวชี้วัดความสำเร็จในการวางแผนสื่อดิจิทัลและโครงการรณรงค์ต่างๆ เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ เทคโนโลยีด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัล เช่น AI, Chatbot, Programmatic, Biometrics แนวโน้มการสื่อสารการตลาดดิจิทัลในอนาคต

This course introduces students with digital marketing communications and social media Including brand communications, market research, business analysis, business model canvas, Consumer insights and audience planning so that students are able to plan and create content and platforms appropriately. Students will also know about how to build measurement tools and measure communication success and failure and also learn about key performance indicators for evaluating digital planning and campaigning. Students also study about digital marketing Communications technologies including AI, Chatbot, Programmatic, and Biometrics and future trends of digital marketing communications.

พฐ.119 การศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาเบื้องต้น

PL 119 Introduction to Graduate Studies

ศึกษาทฤษฎีการสื่อสารการตลาดดิจิทัลเบื้องต้น การพัฒนาและวางแผนการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Practice-Based Research) การเขียนเชิงวิชาการ การดำเนินการทำวิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระ การตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานวิชาการและวิจัย การนำเสนอผลงานเชิงวิชาการอย่างสร้างสรรค์

This course introduces students with introduction to digital marketing communications theories and principles, practice- based research, academic writing, thesis and independent study process, academic and research publications, and creatively academic presentation.



หมวดวิชาบังคับ

สด. 651 การวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อการสื่อสารการตลาดดิจิทัล

DC 651 Practice-Based Research

ศึกษาการวิจัยเชิงปฏิบัติการ การออกแบบวิจัยผ่านการลงมือปฏิบัติจริง รูปแบบ วิธีการ และโครงสร้าง ความสำคัญและความสัมพันธ์ระหว่างนักวิชาการ นักวิจัย และธุรกิจ อุตสาหกรรม ประสบการณ์และประโยชน์ที่ นักศึกษาและอุตสาหกรรมจะได้รับจากการวิจัยเชิงปฏิบัติการ

Students study practice- based research, research design through hands- on experience, format, approach, and structure, the importance and relationship between academic scholars, researchers, and business and industry, and experience and contribution students and industry receive from the practice-based research.

สด. 652 การตลาดด้วยเครื่องมือค้นหา

DC 652 Search Marketing

ศึกษาเครื่องมือ Search Engine ที่สำคัญของโลก เพื่อเรียนรู้การทำการตลาด เพิ่มอันดับการค้นหาของ เว็บไซต์ สำหรับการประกอบธุรกิจส่วนตัว และประกอบอาชีพในสายกลยุทธ์ ศึกษากลยุทธ์ Search Engine Optimization (SEO) Search Engine Marketing (SEM) หรือสายโฆษณาออนไลน์อื่นๆ เพื่อซื้อคำค้นหา ลูกเล่น และเทคนิคที่จำเป็นเพื่อให้แคมเปญประสบความสำเร็จ การเลือกและวางแผนคำค้นหา การเขียนคำโฆษณา ความสำคัญของคะแนนที่มีคุณภาพ การอ่านข้อมูลสถิติ และนำข้อมูลไปปรับปรุงแผนงาน และการวิเคราะห์การ แข่งขันทางธุรกิจ

Students explore the world's important search engine tools in order to know how to do a market and optimization which are good for their personal business and career about strategic planning. They are also given to know about search engine optimization (SEO), search engine marketing (SEM), and online advertising for buying potential keywords, gimmicks, and techniques for creating successful campaigns, keywords selection and planning, copy writing, quality score, statistical analysis for further development, and competitive analysis.

สด. 653 การเล่าเรื่อง ของแบรนด์

DC 653 Brand Storytelling

ศึกษากลยุทธ์การสร้างสรรคเนื้อหาสาระและการเล่าเรื่องของแบรนด์บนสื่อดิจิทัล เพื่อให้เกิดการส่งต่อ การเพิ่มจำนวน การสร้างเสริมประสบการณ์และการมีส่วนร่วม (Engagement) ของผู้บริโภคที่มีต่อแบรนด์ โดยผ่าน การผลิตชิ้นงานโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการสร้างสรรค์แคมเปญ การวางแผนและการเขียนคำโฆษณาแบบสั้น (Short Form) และแบบยาว (Long Form) การทำบทวิดีโอ การเขียนบทความ และคำค้นหา (Keyword) ที่สามารถ ดึงดูดความสนใจให้เกิดการมีส่วนร่วม และการขยายกลุ่มเป้าหมายบนสื่อสังคมเพื่อเพิ่มการรับรู้ในตัวแบรนด์และ ยอดขายด้วยเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ การวัดและประเมินผลความสำเร็จ



Students learn about content strategy and brand storytelling presented on digital platforms for the purposes of viral communication and an increasing numbers of customer engagement towards brands. These can be created through advertisements, public relations, and campaigning, short-form and long- form planning and writing, script writing, articles writing, and keywords that can draw attention and engagement and also increase customer database on social media for enlarging brand perception and sale volumes through electronic tools. This course, likewise, covers evaluation on success or failure depends.

std. 654 การวางแผนกลุ่มผู้ชมโฆษณาและการวางแผนสื่อ

DC 654 Audience Planning and Channel Planning

ศึกษาการแบ่งส่วนการตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย กระบวนการในการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค เส้นทางการซื้อของผู้บริโภค (Consumer Path of Purchase) ข้อมูลและปัจจัยต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง การสร้างและบริหารระบบการจัดการข้อมูลเพื่อการตลาด (Data Management Platform) การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก (Data Analytics) เพื่อกำหนดกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย และกลุ่มผู้ชมโฆษณา สร้างกลยุทธ์ในการเข้าถึงกลุ่มผู้ชมโฆษณา กลยุทธ์การสื่อสารกับกลุ่มผู้ชมโฆษณา ทั้งการเข้าถึงอย่างจำเพาะเจาะจงเป็นรายบุคคล และการเข้าถึงผ่านสื่อโฆษณาชนิดต่างๆ ตลอดจน การวัดผลสำเร็จของแคมเปญ

Students learn about market segmentation, target segmentation, analysis of consumer behavior, consumer path of purchase, analysis of data and information, data management platform, and data analytics for defining target consumers and audiences, designing strategies to reach audiences and communication strategies for audiences through customization and personalization, and also through a variety of advertising media. Campaign evaluation is also taken into granted in this course.

std. 655 การตลาดในเชิงผลประกอบการ

DC 655 Performance Marketing

ศึกษาเครื่องมือและวิธีการวัดผลสำเร็จของการทำการตลาดดิจิทัล วางแผนรอบตัวชี้วัดความคุ้มค่าทางการลงทุน (ROI Return On Investment) เพื่อประเมินประสิทธิผลของแผนกลยุทธ์ต่อธุรกิจ และกลุ่มผู้บริโภค โดยเน้นการใช้เครื่องมือ Google Analytics, Facebook Insights และเครื่องมือวัดผลอื่นๆ เพื่อประเมินผลและปรับปรุงแผนกลยุทธ์ให้ดียิ่งขึ้น เปรียบเทียบประสิทธิผลของแคมเปญกับมาตรฐานต่างๆ ในตลาด ศึกษาเครื่องมือตรวจสอบการสนทนabanสื่อออนไลน์ (Social Media Monitoring Tools) ค้นหาข้อความต่างๆ บนสื่อสังคมออนไลน์ และการตอบรับจากผู้บริโภค เพื่อนำมาใช้ในการจัดการกิจกรรมทางการตลาดดิจิทัล

Students learn tools and approaches to evaluate success of digital marketing and plan return on investment (ROI) to evaluate the effectiveness of strategic plans on business and consumers through Google Analytics, Facebook Insights, and other measurement tools for further



strategy development. Students also compare campaign effectiveness with other standard tools in the markets and study social media monitoring tools, search engines, and social listening for managing digital marketing activities and events.

หมวดวิชาเฉพาะสาขา

สศ. 656 การวางแผนเชิงกลยุทธ์

DC 656 Strategic Planning

ประเมินขอบข่ายการทำงานของเครื่องมือการตลาดดิจิทัล และองค์ประกอบอื่นๆ ของแผนกลยุทธ์การสื่อสารสร้างและพัฒนากลยุทธ์เพื่อประสิทธิผลจากการทำการตลาดดิจิทัล หน้าที่ของสื่อสังคม สื่อดิจิทัล และสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อใช้ในการผลักดันแบรนด์สู่ตลาด อิทธิพลของสื่อสังคมต่อเส้นทางการตัดสินใจของผู้บริโภค (Customer Journey) การพิจารณาและประเมินผลบทบาทของผู้บริโภค ชุมชนบนโลกออนไลน์ การทำ Crowd Source และเทคนิคการทำการตลาดด้วยเนื้อหาดิจิทัล เพื่อกระตุ้นให้เกิดปฏิสัมพันธ์บนสื่อสังคมกับพื้นที่สื่ออื่นๆ

Students evaluate a scope of digital marketing tools, elements of strategic communication plans, develop strategies for increasing the effectiveness of digital marketing, and also learn about roles of social media, digital media, and interactive media for introducing brands to markets. Students, likewise, study effects of social media on customer journey, understand and evaluate roles of consumers, online communities, crowdsourcing, and digital content marketing techniques to boost interaction on social media and other platforms.

สศ. 658 การประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อดิจิทัล

DC 658 Digital Public Relations

ศึกษากระบวนการวิเคราะห์และการวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ในสื่อดิจิทัล กลยุทธ์การตลาดที่อาศัยอิทธิพลทางความคิด การประเมินเหตุการณ์วิกฤตที่อาจกระทบต่อแบรนด์หรือองค์กรบนสื่อสังคม การวางแผนและลงมือปฏิบัติการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ในเหตุการณ์วิเคราะห์ กลยุทธ์การเตรียมตัวและการตอบโต้ เพื่อรักษาภาพลักษณ์ที่มีคุณค่าของแบรนด์หรือองค์กร โดยประยุกต์ใช้เครื่องมือการประเมินผลสื่อสังคม

Students examine analysis and planning of strategic public relations plans on digital media, key opinion leader (KoL) marketing, evaluation of crises on social media that can affect brands and companies, planning and execution of strategic communication, and analysis of preparedness and counterargument strategies in order to maintain valuable brand and corporate images through the application of social media monitoring tools.



สด. 660 เทคโนโลยีเชิงการตลาดและนวัตกรรม

DC 660 Marketing Technology and Innovation

ศึกษาเทคโนโลยี และ นวัตกรรมต่างๆ ที่มีผลต่อการตลาดและการโฆษณา เทคโนโลยีที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างระบบกับมนุษย์ (Human Machine Interface) เช่น Augmented Reality, Virtual Reality, Voice Recognition, Image Recognition, Face Detection, Biometrics เทคโนโลยีหุ่นยนต์ เทคโนโลยีที่เพิ่มขีดความสามารถในการวิเคราะห์ เรียนรู้ และคาดการณ์เพื่อผลตอบรับทางการตลาดที่ดีขึ้น เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) เทคโนโลยีที่ใช้สื่อสารระหว่างระบบกับระบบเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการประยุกต์ใช้งาน (Internet of Things)

Students learn about technology and innovation affecting on marketing and advertising. Students also examine human machine interface including augmented reality, virtual reality, Voice recognition, image recognition, face detection, biometrics, robotics, and technology that can help increase proficiency level of analysis, learning, and prediction for better marketing effectiveness including artificial intelligence and internet of things.

หมวดวิชาเลือก

สด. 614 การสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์

DC 614 Relationship Marketing Communications

ศึกษาทักษะในการวางแผน สร้างกลยุทธ์ และจัดการกิจกรรมทางการตลาดแบบตัวต่อตัวเพื่อต่อยอดระหว่างผู้บริโภคกับแบรนด์ โดยสามารถประยุกต์ได้ทั้งกับองค์กรขนาดเล็กและขนาดใหญ่ รวมทั้งศึกษาเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการทำสื่ออินเทอร์เน็ตออฟทีฟ การสร้างฐานข้อมูล และการนำไปประยุกต์ใช้ในกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ

Students exercise planning, strategizing, one-to-one marketing skills for building a relationship between consumers and brands including small and big companies. Students study innovative technology for creating interactive media and database and that can be applied to a variety of marketing activities.

สด. 617 การบริหารจัดการชุมชนออนไลน์

DC 617 Online Community Management

ศึกษากรอบการทำงานเพื่อจัดการ ดูแลและพัฒนาชุมชนออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด กลยุทธ์การเพิ่มจำนวนสมาชิกชุมชน การสร้างเนื้อหา การกระตุ้นปฏิสัมพันธ์ของสมาชิกในชุมชน และการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับ ผ่านกระบวนการวิเคราะห์เชิงเหตุผลโดยนำเอาประเด็นของชุมชนมาเป็นเครื่องมือ เช่น การบริหารความคาดหวัง การทำงานเมื่อมีข้อจำกัด การหาแหล่งข้อมูลเพื่อพัฒนาเนื้อหา การจัดการชุมชนในภาวะวิกฤตโดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก

Students examine framework of managing and developing online communities for the effectiveness. Students also learn how to increase community members, create content, boost



interaction between community members, and build well-accepted brands through rational analysis and application of community- based tools including expectation management, working under constraints, information seeking for content development, and community management during crises on worldwide internet behavior basis.

สด. 619 การพาณิชย์บนสื่ออิเล็กทรอนิกส์

DC 619 Electronic Commerce

ศึกษาภาพกว้างของเทคโนโลยีและการจัดการที่เกี่ยวข้องในการทำธุรกิจบนสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำแนกธุรกรรมต่างๆที่ต้องใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีและแอปพลิเคชันที่หลากหลาย ศึกษามุมมองเชิงกลยุทธ์และกฎหมายทางอินเทอร์เน็ตที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจบนสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และเทคนิคการทำการตลาดเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

Students study breadth of technology and management relating to electronic commerce and understand different types of transaction that requires a variety of technologies and applications. Students also learn about strategic perspectives and Internet laws that are needed for electronic commerce and marketing techniques that can drive business success.

สด. 620 การวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอข้อมูลเชิงภาพ

DC 620 Data Analytics and Visualization

ศึกษาวิธีการจัดเก็บเครื่องมือ เครื่องมือในการสร้างสรรค์ข้อมูลเชิงบรรยายและพรรณนา สถิติที่เข้าใจยากให้เป็นข้อมูลภาพ กราฟ เป็นต้น เพื่อให้สามารถเข้าใจข้อมูลได้อย่างชัดเจน และมีประสิทธิภาพ

Students are taught about how to store data and tools and about tools that can transform descriptive and narrative as well as statistical data that is difficult to understand into pictures, graphs, and the like so that audiences can understand such data clearly and effectively.

สด. 621 การสัมมนาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล

DC 621 Digital Marketing Communications Seminar

ศึกษาแนวโน้ม ประเด็นการสื่อสารการตลาดดิจิทัล ตลอดจนประเด็นการสื่อสารการตลาดดิจิทัลอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เช่น คุณธรรมและจริยธรรมด้านการสื่อสาร การรู้เท่าทันดิจิทัลของผู้ส่งสาร และผู้รับสาร เป็นต้น Students examine trends, issues of digital marketing communications, and also other digital marketing communications agenda including ethics and morale of communication, digital literacy of senders and receivers, and the like.



วิทยานิพนธ์

สท. 659 วิทยานิพนธ์

DC 659 Thesis

การพัฒนางานวิจัยที่มีคุณภาพดีในสาขาการสื่อสารการตลาดดิจิทัลที่นักศึกษาสนใจ และมีประโยชน์ต่อวิชาการหรือวิชาชีพในสาขานิติศาสตร์ โดยส่งเสริมให้นักศึกษาเผยแพร่วิจัยในระดับชาติหรือนานาชาติ

Students have to develop good- quality, digital marketing communications research papers that match with their interests and give academic and professional communication contributions. Students are encouraged to publish their works in national and international events.

วิชาและการค้นคว้าอิสระ

สท. 600 การค้นคว้าอิสระ

DC 600 Independent Study

การสร้างสรรค์และ/หรือการพัฒนาผลงานวิจัยที่มีคุณภาพดีและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสาขาการตลาดดิจิทัล ตลอดจนสามารถก่อให้เกิดคุณค่าและคุณูปการต่อวงการวิชาการ และ/หรือวิชาชีพทั้งในสาขานิติศาสตร์ และการตลาดดิจิทัล โดยส่งเสริมให้นักศึกษาได้มีโอกาสเผยแพร่ผลงานวิจัยของตนเองในระดับชาติ ในรูปแบบของการนำเสนอผลงานทางวิชาการ การประกวด เป็นต้น

Students have to create and develop good- quality, digital marketing communications That respond to the ever- changing world of digital marketing communications and create academic and professional communication values and contributions and digital marketing. Students are encouraged to publish their works in national-level events through academic presentation, competition, and the like.

