

วิชาโท

“

นวัตกรรมการตลาด

Marketing Innovation

”

วิชาโทนวัตกรรมการตลาด

Marketing Innovation

วิชาโทนวัตกรรมการตลาด (Marketing Innovation) : จัดอยู่ในกลุ่มสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการ

จำนวนหน่วยกิต	ไม่น้อยกว่า	15	หน่วยกิต
วิชาโทบังคับ		15	หน่วยกิต
วิชาโทบังคับ		15	หน่วยกิต
0701112 หลักการตลาดสมัยใหม่			3(2-2-5)
Principles of Modern Marketing			
0701331 การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม			3(2-2-5)
Product and Innovation Management			
0701332 กลยุทธ์ราคาและนวัตกรรมการตั้งราคา			3(2-2-5)
Pricing Innovation and Strategy			
0701333 การจัดการช่องทางการตลาดสมัยใหม่			3(2-2-5)
Modern Marketing Channels Management			
0701334 การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการอย่างสร้างสรรค์			3(2-2-5)
Creative Integrated Marketing Communication			

คำอธิบายรายวิชา

07011112 หลักการตลาดสมัยใหม่ 3(2-2-5)

Principles of Modern Marketing

ความหมาย หลักการ และความสำคัญของการตลาดสมัยใหม่ บทบาท หน้าที่ และผลกระทบที่สำคัญของการตลาดสมัยใหม่ต่อเศรษฐกิจและสังคม สภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด ส่วนประสมทางการตลาด จริยธรรมทางการตลาด การฝึกปฏิบัติ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและส่วนประสมทางการตลาด จัดทำรายงานความรู้พื้นฐานด้านการตลาดสมัยใหม่และการเป็นผู้ประกอบการ ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ แสดงออกถึงความซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบ

Meanings, principles, and significance of modern marketing; roles, functions, and major impacts of modern marketing on economy and society; environment influencing marketing decisions, consumer behavior, market segmentation, marketing mix; analytical practice on

environment and marketing mix; marketing ethics; prepare a report on fundamental knowledge in modern marketing and entrepreneurship; working with others, demonstrating honesty and Integrity and adhering to discipline and regulations.

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course Learning Outcomes : CLOs)

นิสิตที่ผ่านรายวิชานี้ สามารถ

1. อธิบายความหมาย หลักการ และความสำคัญของการตลาดสมัยใหม่
2. อธิบายทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตลาดสมัยใหม่
3. จัดทำรายงานความรู้พื้นฐานด้านการตลาดสมัยใหม่และการเป็นผู้ประกอบการ
4. ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น
5. แสดงออกถึงความซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย ปฏิบัติตามกฎระเบียบ

0701331 การจัดการผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม

3(2-2-5)

Product and Innovation Management

ความหมาย แนวคิด ประเภทของนวัตกรรมและการสร้างสรรค์ นวัตกรรมทางการตลาด การร่วมสร้างสรรค์กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การสร้างตราสินค้า และการฝึกปฏิบัติการวางแผนและบริหารผลิตภัณฑ์

Meanings, concepts, types of innovation and creativity, marketing innovation, new product co-creation and development, new product creation processes; product design and packaging, branding, and practice on product planning and management.

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course Learning Outcomes : CLOs)

นิสิตที่ผ่านรายวิชานี้ สามารถ

1. อธิบายศาสตร์ทางการตลาดในการสร้างสรรค์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่บนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นไปตามจรรยาบรรณนักการตลาด และรับผิดชอบต่อสังคมได้
2. วิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด การวางแผน การวิจัยและการตัดสินใจแก้ปัญหา ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ออกสู่ตลาดเพื่อจัดจำหน่ายได้จริง
3. สร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดได้ และสร้างสรรค์เนื้อหาและออกแบบสื่อด้วยเครื่องมือการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ต้องครอบคลุมเหมาะสมกับกลุ่มผู้รับสาร บรรลุวัตถุประสงค์ และสามารถนำเสนอได้อย่างมีอาชีพ
4. แสดงออกถึงการใช้วิจารณญาณในการแก้ปัญหา ทำงานร่วมกับผู้อื่น ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงานได้
5. แสดงออกถึงความซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย ปฏิบัติตามกฎระเบียบ รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมได้

0701332 กลยุทธ์ราคาและนวัตกรรมการตั้งราคา

3(3-0-6)

Pricing Innovation and Strategy

ทฤษฎีการกำหนดราคา นโยบายราคา เกณฑ์การกำหนดราคา กลยุทธ์การตั้งราคา การปรับปรุงราคา การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีในการตั้งราคาเพื่อความสามารถในการทำกำไรทางการตลาด จริยธรรมและมุมมองด้านกฎหมายเกี่ยวกับกลยุทธ์ราคา

Pricing theories; pricing policies; pricing criteria; pricing strategies; price improvement; use of innovation and technology in pricing for marketing profitability; ethics and legal perspectives on pricing strategies.

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course Learning Outcomes : CLOs)

นิสิตที่ผ่านรายวิชานี้ สามารถ :

1. อธิบายทฤษฎีการกำหนดราคา ขั้นตอนในการวางแผนกลยุทธ์การตั้งราคาได้ และเลือกใช้นโยบายราคาได้อย่างเหมาะสม
2. ประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีในการตั้งราคาเพื่อความสามารถในการทำกำไรทางการตลาด โดยคำนึงถึงจริยธรรมและมุมมองด้านกฎหมายเกี่ยวกับกลยุทธ์ราคาได้
3. สร้างสรรค์และนำเสนอกลยุทธ์ราคาเพื่อการได้เปรียบทางการแข่งขันได้
4. แสดงออกถึงการใช้วิจารณญาณในการแก้ปัญหา การบริหารจัดการตนเอง ทำงานร่วมกับผู้อื่น ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงานได้
5. แสดงออกถึงความซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย ปฏิบัติตามกฎระเบียบ รับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมได้

0701333 การจัดการช่องทางการตลาดสมัยใหม่

3(2-2-5)

Modern Marketing Channels Management

ความหมายและความสำคัญของการจัดการช่องทางการตลาด โครงสร้างช่องทางการตลาด การตลาดแบบหลากหลายช่องทาง การออกแบบและคัดเลือกช่องทางการตลาด การบริหารช่องทางการตลาดภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป การฝึกปฏิบัติการวางแผนกลยุทธ์ช่องทางการตลาดสมัยใหม่ การนำเสนอรายงาน

Meanings and significance of marketing channel management; marketing channel structure; omnichannel marketing; design and selection of marketing channels; marketing channels management under changing environment; practice on planning modern marketing channels strategies; presentation of reports.

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course Learning Outcomes : CLOs)

นิสิตที่ผ่านรายวิชานี้ สามารถ

1. อธิบายความหมายและความสำคัญของการจัดการช่องทางการตลาดสมัยใหม่ได้
2. อธิบายโครงสร้างช่องทางการตลาดและกลยุทธ์การตลาดแบบหลากหลายช่องทางได้
3. ออกแบบช่องทางการตลาดเพื่อวางแผนกลยุทธ์การจัดการช่องทางการตลาดสมัยใหม่แบบหลากหลายช่องทางที่เหมาะสมกับธุรกิจและการนำเสนอได้
4. แสดงออกถึงการบริหารจัดการตนเอง ทำงานร่วมกับผู้อื่น และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงานได้
5. แสดงออกถึงความซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบได้

0701334 การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการอย่างสร้างสรรค์ 3(2-2-5)

Creative Integrated Marketing Communication

ความหมายและความสำคัญของการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ กระบวนการสื่อสารทางการตลาด ส่วนประสมการสื่อสารทางการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการอย่างสร้างสรรค์ การสื่อสารการตลาดดิจิทัล การควบคุมและการประเมินผลกิจกรรมการสื่อสารทางการตลาด การฝึกปฏิบัติการวางแผนกลยุทธ์ การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการอย่างสร้างสรรค์ การนำเสนอรายงาน

Meanings and significance of integrated marketing communications; marketing communication processes; marketing communication mix; Marketing environment analysis; Consumer behavior analysis; creative integrated marketing communication strategy; digital marketing communication; control and evaluation of marketing communication event outputs; practice on planning integrated marketing communication strategies; presentation of reports.

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course Learning Outcomes : CLOs)

นิสิตที่ผ่านรายวิชานี้ สามารถ :

1. อธิบายความหมายและความสำคัญของการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ กระบวนการสื่อสารทางการตลาด และส่วนประสมการสื่อสารทางการตลาดได้
2. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดได้
3. วางแผนกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่สร้างสรรค์ และการนำเสนอได้
4. แสดงออกถึงการบริหารจัดการตนเอง ทำงานร่วมกับผู้อื่น และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงานได้

5. แสดงออกถึงความซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย ปฏิบัติตามกฎระเบียบ มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมได้