



บันทึกข้อความ

คณะวิทยาการจัดการ	
เลขที่รับ	๑๐๖
วันที่	14 ก.ย. 2569
เวลา	10.34

ส่วนราชการ สาขาวิชาธุรกิจดิจิทัล คณะวิทยาการจัดการ โทร.๑๓๓ ต่อ ๒๔

ที่ อว ๐๖๓๐.๐๖/๑๗ ๕๗๐

วันที่ ๑๔ กันยายน ๒๕๖๙

เรื่อง ขอสั่งแบบเสนอขอปรับปรุงหลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจดิจิทัล หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๗๑

เรียน คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

ด้วยหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจดิจิทัล คณะวิทยาการจัดการ มีการดำเนินการเสนอขอปรับปรุงหลักสูตร เนื่องจากในปีการศึกษา ๒๕๗๐ หลักสูตรจะครบวงจรของการปรับปรุงหลักสูตร ๕ ปี โดยมีสาระสำคัญในการปรับปรุงหลักสูตร เพื่อให้สามารถนำไปใช้จัดการเรียนการสอนได้ตั้งแต่ปีการศึกษา ๒๕๗๑ เป็นต้นไป

ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินงานของหลักสูตรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผลและมีหลักสูตรปรับปรุงที่สามารถประกาศใช้ได้ในปีการศึกษา ๒๕๗๑ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจดิจิทัล จึงขอสั่งแบบเสนอขอปรับปรุงหลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจดิจิทัล หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๗๑ รายละเอียดดังแนบ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

๑ —

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์ชาย นาคนก)

ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาธุรกิจดิจิทัล



แบบเสนอขอปรับปรุงหลักสูตร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาธุรกิจดิจิทัล

เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรีพ.ศ. 2565

แบบเสนอขอปรับปรุงหลักสูตร

ตอนที่ 1 รายละเอียดเบื้องต้น

1.1 ชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจดิจิทัล

ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Business Administration Program in Digital Business

1.2 ชื่อปริญญา

ภาษาไทย ชื่อเต็ม : บริหารธุรกิจบัณฑิต (ธุรกิจดิจิทัล)

ชื่อย่อ : บธ.บ. (ธุรกิจดิจิทัล)

ภาษาอังกฤษ ชื่อเต็ม : Bachelor of Business Administration (Digital Business)

ชื่อย่อ : B.B.A. (Digital Business)

1.3 ประเภทของหลักสูตร

เป็นหลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาการ

1.4 ลักษณะหลักสูตร

หลักสูตร ปริญญาตรี 4 ปี หลักสูตรภาษาไทย

1.5 รูปแบบการจัดการศึกษา

ปริญญาตรีเต็มเวลา

1.6 สภาวิชาชีพเกี่ยวข้องกับการอนุมัติ หรือเห็นชอบหลักสูตร

☒ ไม่มีสภาวิชาชีพเกี่ยวข้อง

☐ มี และสภาวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง คือ

1.7 หลักสูตรนี้ครบรอบการปรับปรุง พ.ศ. 2571

1.8 กำหนดการเปิดสอน ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2571

1.9 ความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น

1.9.1 หลักสูตรนี้จะมีความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี หน่วยงานดังกล่าว ได้แก่

- ไม่มี

1.9.2 หลักสูตรนี้มีความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี หน่วยงานดังกล่าวได้แก่

- บริษัท Wise Sight ประเทศไทย จำกัด ให้ความร่วมมือในลักษณะ ที่ปรึกษาการพัฒนาหลักสูตร อบรมอาจารย์ รับนักศึกษาประสบการณ์วิชาชีพ

- บริษัท Canva ประเทศไทย จำกัด ให้ความร่วมมือในลักษณะ ที่ปรึกษาการพัฒนาหลักสูตร อบรม

ตอนที่ 2 หลักการและเหตุผลในการเสนอขอปรับปรุงหลักสูตร

2.1 หลักการและเหตุผลในการเสนอขอปรับปรุงหลักสูตร

โลกปัจจุบันมีความเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างก้าวกระโดด มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วของแพลตฟอร์มดิจิทัลและเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อโครงสร้างธุรกิจ รูปแบบการค้า ธุรกิจ และพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างเต็มรูปแบบ องค์การทั้งภาครัฐและเอกชนต้องเร่งปรับเปลี่ยนกระบวนการสู่ความเป็นดิจิทัลอย่างสมบูรณ์ การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันดำเนินการภายใต้ระบบนิเวศน์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบไร้พรมแดน การขยายตัวของสื่อดิจิทัล การเกิดขึ้นของข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ทำให้ขับเคลื่อนธุรกิจจำเป็นต้องขับเคลื่อนด้วยข้อมูลมิใช่การใช้สัญชาตญาณหรือประสบการณ์ในการตัดสินใจ นอกจากนี้ความเจริญเติบโตของปัญญาประดิษฐ์ยังได้เปลี่ยนโฉมทางการดำเนินงานและการตลาดไปอย่างสิ้นเชิง

ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวสร้างความท้าทายอย่างยิ่งต่อธุรกิจ ในการกำหนดทิศทาง วางกลยุทธ์ แนวทางในการดำเนินธุรกิจ ตัวชี้วัด และการประเมินผลสัมฤทธิ์อย่างเป็นรูปธรรม การดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จมิใช่เพียงการนำเสนอสินค้าหรือบริการเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับ “ใช้ประโยชน์จากข้อมูล” (Data Driven) โดยการนำข้อมูลเชิงลึกมาใช้ มิใช่จากการใช้แบบสอบถามซึ่งล้าช้าและมีความเอนเอียง แต่เป็นการสืบค้นข้อมูลจริงที่เป็นสาระสนเทศบนอินเทอร์เน็ต ควบคู่ไปกับการใช้ “การตลาดเชิงเนื้อหา” (Content Marketing) เพื่อเข้าถึง ตอบสนอง พฤติกรรมผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด และสร้างความผูกพันกับผู้บริโภค ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันสูง

สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลให้ความต้องการกำลังคนเปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะความต้องการบุคลากรที่สามารถบูรณาการความรู้ระหว่างการบริหารธุรกิจ การคิดวิเคราะห์ข้อมูล การพัฒนาคอนเทนต์และผลิตสื่อดิจิทัลด้วยความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งนอกจากจะมีความรู้แล้ว ยังต้องสามารถปฏิบัติงานจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถดูแลระบบร้านค้าออนไลน์ ระบบคอมมูนิตี้อีเมล รวบรวม สกัด ข้อมูล ประมวลผล สรุปผล สื่อสารข้อมูล และนำผลการวิเคราะห์ไปใช้ได้เหมาะสม ภายใต้กรอบของคุณธรรมจริยธรรมและกฎหมาย สอดรับกับนโยบายของกระทรวง การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) ได้ปรับแนวทางการเรียนรู้โดยนำรูปแบบการจัดการเรียนรู้บนฐานสมรรถนะมาใช้ เพื่อผลิตบัณฑิตที่ตอบโจทย์ความต้องการที่แท้จริงของตลาดแรงงาน และทิศทางการพัฒนาประเทศ ทำให้บัณฑิตในสาขาธุรกิจดิจิทัลควรมีคุณสมบัติคือ เป็นนักวิเคราะห์และตัดสินใจด้วยข้อมูล สามารถบูรณาการเทคโนโลยีใหม่ๆ ปัญญาประดิษฐ์ เข้ากับการวิเคราะห์เชิงระบบ สามารถคิดและพัฒนาคอนเทนต์ รวมถึงออกแบบสื่อที่ตอบสนองจิตวิทยาของผู้บริโภค มีทักษะการปฏิบัติงานจริงในธุรกิจออนไลน์หรือการบริหารจัดการออนไลน์คอมมูนิตี รวมถึงมีคุณธรรมจริยธรรมในการประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลที่มีคุณภาพต่อไป

2.2 หลักสูตรลักษณะนี้มีเปิดสอนอยู่แล้วที่มหาวิทยาลัยอื่นในประเทศ ได้แก่

- 1) มหาวิทยาลัยพะเยา
- 2) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- 3) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง
- 4) มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
- 5) มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

2.3 หลักสูตรที่เสนอพัฒนา/ปรับปรุงนี้แตกต่างกับหลักสูตรดังกล่าวในประเด็นสำคัญ คือ

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตสาขาวิชาธุรกิจดิจิทัล ได้ปรับปรุงให้เกิดความชัดเจนเกี่ยวกับจุดมุ่งหมายและเนื้อหาของหลักสูตร โดยมีคุณสมบัติเด่นที่แตกต่างจากหลักสูตรเดิมใน 3 ประเด็นสำคัญได้แก่

- 1) เพิ่มเนื้อหาและการปฏิบัติเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) ที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ นักศึกษาสามารถรวบรวม สกัด วิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจ ได้แก่ ข้อมูลเว็บ การฟังทางสังคม การใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ ฯลฯ มาวางแผนธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) พัฒนารายวิชาที่เน้นความเชี่ยวชาญในการใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่องานพาณิชย์ การเล่าเรื่อง ออกแบบและผลิตสื่อ รวมถึงการใช้ Ai เพื่องานสร้างสรรค์ โดยพิจารณาถึงจิตวิทยาผู้บริโภคและการสื่อสารอัตลักษณ์ของแบรนด์

3) บูรณาการการใช้ข้อมูล การพัฒนาคอนเทนต์ เทคโนโลยีเชิงพาณิชย์ ไปใช้ในการปฏิบัติงานจริง ได้แก่ การพัฒนาร้านค้าออนไลน์ ระบบการตลาดดิจิทัล ระบบหลังบ้าน

ตอนที่ 3 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

3.1 ปรัชญาของหลักสูตร

ผลิตบัณฑิตให้เป็นผู้ประกอบการดิจิทัลที่สามารถผสมผสานพลังแห่งข้อมูลและความคิดสร้างสรรค์ เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจด้วยนวัตกรรมภายใต้กรอบของจริยธรรม

3.2 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1) พัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจยุคดิจิทัลที่ทันสมัย สามารถประยุกต์ความรู้ด้านบริหารธุรกิจ การจัดการข้อมูล เพื่อการสร้างกลยุทธ์ แก้ปัญหาทางธุรกิจ ภายใต้กรอบของคุณธรรมจริยธรรมและกฎหมาย

2) ผลิตบัณฑิตที่มีทักษะการตัดสินใจโดยอาศัยข้อมูล รวมถึงมีความคิดสร้างสรรค์ สามารถสื่อสารข้อมูลและเนื้อหาดิจิทัลไปยังลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3) ผลิตบัณฑิตที่สามารถบริหารจัดการร้านค้าดิจิทัล ดูแลระบบหลังบ้าน บริหารชุมชนออนไลน์ รับมือภาวะวิกฤติบนโลกออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.3 ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้เมื่อสิ้นปีการศึกษา

ด้าน	ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้ ชั้นปีที่ 1
ความรู้	อธิบายหลักการบริหารธุรกิจ และโครงสร้างพื้นฐานธุรกิจดิจิทัลได้
ทักษะ	สามารถใช้เครื่องมือ หรือซอฟต์แวร์สำเร็จรูปในการปฏิบัติงาน
จริยธรรม	สามารถปฏิบัติตามข้อตกลงของชั้นเรียน สาขาวิชา คณะ และมหาวิทยาลัย
ลักษณะบุคคล	มีความสนใจเรียนรู้เทคโนโลยี
ด้าน	ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้ ชั้นปีที่ 2
ความรู้	อธิบายหลักการประมวลผลข้อมูล การสื่อสารเนื้อหาดิจิทัล
ทักษะ	ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปประมวลผลข้อมูล จัดการกับข้อมูล และพัฒนาเนื้อหาดิจิทัลได้
จริยธรรม	แสดงความซื่อสัตย์ทางวิชาการ มีความรับผิดชอบต่อเนื้อหาที่เผยแพร่
ลักษณะบุคคล	ทันกระแส ทำงานเป็นทีม
ด้าน	ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้ ชั้นปีที่ 3
ความรู้	สามารถประยุกต์ใช้เครื่องมือต่างๆ ในการวิเคราะห์กรณีศึกษาได้
ทักษะ	ทำเหมืองข้อมูลเว็บ การฟังทางสังคม สร้างรายงานข้อมูล ดูแลร้านค้าออนไลน์
จริยธรรม	แสดงออกถึงจิตวิเคราะห์ทางธุรกิจโดยคำนึงถึงคุณธรรม จริยธรรม และกฎหมาย
ลักษณะบุคคล	สามารถประยุกต์ใช้เครื่องมือต่างๆ ในการวิเคราะห์กรณีศึกษาทางธุรกิจได้
ด้าน	ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้ ชั้นปีที่ 4
ความรู้	มีความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานจริงในองค์กรธุรกิจ
ทักษะ	สามารถปฏิบัติงานจริงในองค์กรธุรกิจ หรือมีธุรกิจเป็นของตนเอง
จริยธรรม	สามารถปฏิบัติงานร่วมกับผู้อื่น แก้ปัญหาโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อส่วนรวม
ลักษณะบุคคล	มีผลงานเชิงประจักษ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดิจิทัล

3.4 การวิเคราะห์ภาวะความต้องการบัณฑิตจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และจุดเด่นของหลักสูตร

3.4.1 ความต้องการจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

จากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับตัวแทนบริษัท Wisesight (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งทำธุรกิจเครื่องมือฟังทางสังคม (Social Listening) อันดับ 1 ในประเทศไทย และตัวแทนบริษัท Canva ประเทศไทย ได้กล่าวถึงทักษะที่นักศึกษาควรมีดังนี้

1. ทักษะการจัดการกับข้อมูล ได้แก่ จัดเตรียมข้อมูล ใช้เครื่องมือประมวลผล ใช้เครื่องมือรายงานและนำเสนอผล สามารถนำผลที่ได้ไปปรับใช้ในงาน
2. ทักษะการสร้างคอนเทนต์ ได้แก่ ทักษะการนำเสนอ มีความคิดสร้างสรรค์ ใช้เครื่องมือพัฒนาคอนเทนต์เผยแพร่ ประเมินผล ปรับปรุงงาน
3. ทักษะการปฏิบัติงานทั่วไป ได้แก่ การใช้โปรแกรมสำเร็จรูป กระบวนการคิด ทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่น ความอดทนและซื่อสัตย์

3.4.2 จุดเด่นของหลักสูตร

หลักสูตรสามารถตอบสนองทักษะที่ธุรกิจบนโลกดิจิทัลต้องการ ได้แก่ การคิดวิเคราะห์ด้วยข้อมูล (Data Analytic) การสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ (Creative Communication) การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) ผ่านการลงมือปฏิบัติจริง สามารถตอบโจทย์ธุรกิจ การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว มีความยืดหยุ่นด้านเส้นทางอาชีพ

3.5 ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

PLO1: อธิบายลักษณะการเป็นบัณฑิตวไลยอลงกรณ์ตามเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของความเป็นวไลยอลงกรณ์ได้อย่างถูกต้อง

PLO2: สื่อสารภาษาไทยและภาษาอังกฤษเพื่อการดำเนินชีวิตประจำวัน

PLO3: แสดงออกถึงพฤติกรรม การดูแลสุขภาพกายและจิตใจของตนเอง เพื่อตอบสนองต่อความความรับผิดชอบของชุมชนและสังคม

PLO4: แสดงออกถึงพฤติกรรม การเป็นพลเมืองและพลเมืองดิจิทัลได้อย่างถูกต้อง

PLO5: ใช้ทักษะการคิดเชิงระบบในการสร้างแบบจำลองธุรกิจหรือนวัตกรรมเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างอาชีพในอนาคต

PLO6 สามารถวางแผน พัฒนาเนื้อหาดิจิทัลที่สื่อสารข้อมูล ดึงดูดลูกค้า โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป หรือปัญญาประดิษฐ์ เผยแพร่เนื้อหาดิจิทัลและประเมินความสำเร็จของเนื้อหาที่เผยแพร่ได้

PLO7 สามารถวิเคราะห์ข้อมูล ยอดขาย พฤติกรรมผู้บริโภค กระแสความนิยม ด้วยเครื่องมือต่างๆ รายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบที่เข้าใจและนำไปประยุกต์ใช้ได้

PLO8 สามารถออกแบบธุรกิจดิจิทัล ด้วยการบูรณาการข้อมูล เนื้อหาดิจิทัล เข้ากับการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล

3.6 อาชีพที่ประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

1. นักวิเคราะห์ข้อมูล
2. เจ้าหน้าที่วิเคราะห์และวิจัยตลาด
3. นักสร้างคอนเทนต์
4. เจ้าของธุรกิจ/ผู้ประกอบการด้านคอนเทนต์
5. นักการตลาดดิจิทัล

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ/ตำแหน่งงานกับทักษะของบัณฑิต (Skill Mapping)

อาชีพ/ตำแหน่งงาน	ทักษะทั่วไป (General Skills)	ทักษะเฉพาะ (Specific Skills)
1 กลุ่มงานวิเคราะห์ข้อมูลและการตลาด - นักวิเคราะห์ข้อมูล - นักวิเคราะห์การตลาดออนไลน์ - นักวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์ - นักวิเคราะห์กระแสน์สื่อสังคมออนไลน์	- วิเคราะห์ข้อมูลยอดขาย พฤติกรรมผู้บริโภค ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป และเครื่องมือต่างๆ เช่น Social Listening, Web Scraping ฯลฯ - รายงานผลการวิเคราะห์ในรูปแบบ แผนภูมิ Dashboard	- การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปประเภท Spread Sheet เช่น Excel, Google Sheet - การสร้าง Dashboard ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป - สถิติ - การสื่อสารข้อมูลในรูปแบบต่างๆ เช่น อินโฟกราฟิก - การคิดวิเคราะห์ ตรรกะ
2 กลุ่มงานสื่อดิจิทัลและเนื้อหา ดิจิทัล - นักออกแบบและผลิตเนื้อหา ดิจิทัล - อินฟลูเอนเซอร์ - ผู้จัดการรายการสด	- วิเคราะห์กระแสความคิดเห็น พฤติกรรมผู้บริโภค และความเคลื่อนไหวของคู่แข่ง - วิเคราะห์ความรู้สึกอารมณ์ของ ผู้บริโภค จับเทรนด์ความนิยม - วางแผน แนวคิด ผลิต เนื้อหา ดิจิทัลที่ดึงดูดความสนใจ - พัฒนาเนื้อหาดิจิทัล ข้อความ ดึงดูด มีม ภาพประกอบ ด้วยการ ถ่ายทำ ตัดต่อ หรือใช้ ปัญญาประดิษฐ์ - วางแผน ยิงแคมเปญโฆษณาออนไลน์ - สร้างยอดการเข้าถึง การมีส่วนร่วม ยอดขาย	- ใช้เครื่องมือรับฟังความคิดเห็น ต่างๆ เช่น Social Listening, Web Scraping - ช่างสังเกต เข้าใจจิตวิทยา ผู้บริโภค - ความคิดรวบยอดเกี่ยวกับงาน - วางแผน - การถ่ายภาพ ถ่ายทำวิดีโอสั้น ตัดต่อวิดีโอ ออกแบบกราฟิก - ความคิดสร้างสรรค์ - การจัดองค์ประกอบภาพ การใช้ สี font - จักระแสไวรัล - ทักษะการสื่อสาร มีไหวพริบ แก้ปัญหาเฉพาะหน้า - กฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น PDPA ลิขสิทธิ์ - ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการ พัฒนาสื่อดิจิทัล - การเขียน prompt สำหรับงาน กราฟิก - การใช้เครื่องมือไลฟ์สด และ สตรีมมิง
3 กลุ่มผู้ประกอบการและผู้บริหาร - ผู้จัดการร้านค้าออนไลน์ - แอดมินเว็บไซต์ หรือสื่อสังคม	- ดูแลช่องทางออนไลน์ของธุรกิจ - วางแผน โปสเนื้อหา ยิงแคมเปญ โฆษณาออนไลน์ - ควบคุม-ปรับแต่งงบประมาณ	- กล้าตัดสินใจบนพื้นฐานของ ข้อมูล - การมององค์รวมของงาน วาง แผนการดำเนินงาน

อาชีพ/ตำแหน่งงาน	ทักษะทั่วไป (General Skills)	ทักษะเฉพาะ (Specific Skills)
- เจ้าของธุรกิจส่วนตัว	- คำนวณต้นทุน ราคา ประมาณ การกำไร - การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น ตอบแชท บริการลูกค้า - ดูแลระบบหลังบ้าน - รับมือข้อร้องเรียนเชิงลบ - วางแผนโปรโมชั่น - วิเคราะห์ข้อมูลร้าน - ประสานงานทีมงาน การตลาด คอนเทนต์ ข้อมูล เพื่อการขับเคลื่อนธุรกิจ - พัฒนาระบบปัญญาประดิษฐ์เพื่อตอบคำถามลูกค้า	- กฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น PDPA ลิขสิทธิ์ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ - ทักษะการสื่อสาร มีไหวพริบ แก้ปัญหาเฉพาะหน้า - การเจรจาต่อรอง - การประสานงาน
4 กลุ่มงานราชการ - นักวิชาการคอมพิวเตอร์ - นักประชาสัมพันธ์ - เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน - นักวิชาการส่งเสริมการค้า	- ผลิตสื่อ ประชาสัมพันธ์ผลงานของหน่วยงาน - ดูแลระบบ e-commerce, e-marketplace ให้กับชุมชน - สื่อสารบนสื่อสังคมออนไลน์ - รวบรวมสถิติ วิเคราะห์แนวโน้ม วิเคราะห์เทรนด์สินค้า ความต้องการของตลาดเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการ - การเขียนโครงการ วางแผนตัวชี้วัด	- การสื่อสาร สามารถย่องานให้เข้าใจง่าย - การบริหารเพจ/เว็บไซต์ ที่เป็นทางการ - การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ/โปรแกรมสำเร็จรูป - การจัดทำรายงานผลในรูปแบบ Dashboard, Info Graphic - การดูแลระบบ

ตอนที่ 4 ลักษณะของหลักสูตร

4.1 คุณสมบัติของผู้สมัครเรียน

- 1 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า
- 2 สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
- 3 ผ่านการคัดเลือกตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี ว่าด้วยการจัดการศึกษาระดับอนุปริญญา ระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) พ.ศ. 2566

4.2 โครงสร้างหลักสูตร (ปัจจุบัน)

1) จำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า	133 หน่วยกิต
2) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป จำนวนไม่น้อยกว่า	30 หน่วยกิต
3) หมวดวิชาเฉพาะ จำนวนไม่น้อยกว่า	97 หน่วยกิต
3.1) กลุ่มวิชาเนื้อหา	78 หน่วยกิต
(1) กลุ่มวิชาบังคับ	66 หน่วยกิต
(2) กลุ่มวิชาเลือก	12 หน่วยกิต
3.2) กลุ่มวิชาปฏิบัติการและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ	7 หน่วยกิต
4) หมวดวิชาเลือกเสรี จำนวนไม่น้อยกว่า	6 หน่วยกิต

4.3 โครงสร้างหลักสูตร (ปรับปรุงใหม่)

1) จำนวนหน่วยกิต รวมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า	121 หน่วยกิต
2) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป จำนวนไม่น้อยกว่า	24 หน่วยกิต
3) หมวดวิชาเฉพาะ จำนวนไม่น้อยกว่า	91 หน่วยกิต
3.1) กลุ่มวิชาเนื้อหา	84 หน่วยกิต
(1) กลุ่มวิชาบังคับ	72 หน่วยกิต
(2) กลุ่มวิชาเลือก	12 หน่วยกิต
3.2) กลุ่มวิชาปฏิบัติการและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ	7 หน่วยกิต
4) หมวดวิชาเลือกเสรี จำนวนไม่น้อยกว่า	6 หน่วยกิต

รายวิชาในหมวดต่าง ๆ

1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป จำนวนไม่น้อยกว่า	24	หน่วยกิต
2) หมวดวิชาเฉพาะ จำนวนไม่น้อยกว่า	91	หน่วยกิต
2.1) กลุ่มวิชาเนื้อหา จำนวนไม่น้อยกว่า	84	หน่วยกิต
2.1.1) กลุ่มวิชาบังคับ บัณฑิตเรียนไม่น้อยกว่า	72	หน่วยกิต
รหัส	ชื่อวิชา	น(ท-ป-ศ)
65MSC108	หลักการบัญชี Principles of Accounting	3(2-2-5)
65MSC102	หลักการตลาด Principles of Marketing	3(3-0-6)
65MSC101	การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในงานธุรกิจ Computer Applications in Business	3(2-2-5)
65MDBxx4	เศรษฐกิจดิจิทัล Digital Economy	3(3-0-6)
65MDBxx5	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจดิจิทัล Introduction to Digital Business	3(2-2-5)
65MDBxx6	เนื้อหาดิจิทัลและการนำเสนอบนช่องทางออนไลน์ Digital Content and Online Presentation	3(2-2-5)
65MDBxx7	การผลิตและตัดต่อวิดีโอสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ Introduction for Social Media	3(2-2-5)

65MDBxx8	การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์เพื่อธุรกิจ Web Design and Development for Business	3(2-2-5)
65MDBxx9	การออกแบบระบบและฐานข้อมูลดิจิทัล System Design and Digital Database	3(2-2-5)
65MDBx10	สถิติประยุกต์และวิทยาศาสตร์ข้อมูลสำหรับนักบริหาร Applied Statistics & Data Science for Business	3(2-2-5)
65MDBx11	การแสดงผลข้อมูลทางธุรกิจด้วยแผนภาพ Data Visualization	3(2-2-5)
65MDBx12	การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Electronic Commerce	3(2-2-5)
65MDBx13	การตลาดดิจิทัล Digital Marketing	3(2-2-5)
65MDBx14	การวิจัยตลาดดิจิทัลและการจำลองโมเดลธุรกิจ Digital Market Research & Business Predictive Modeling	3(2-2-5)
65MDBx15	ธุรกิจอัจฉริยะ Business Intelligence	3(2-2-5)
65MDBx16	การบัญชีและการเงินเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจดิจิทัล Accounting & Finance for Digital Decision Making	3(2-2-5)
65MDBx17	สัมมนาธุรกิจดิจิทัล Seminar in Digital Business	3(2-2-5)
65MDBx18	การสร้างแบรนด์ดิจิทัล Digital Branding	3(2-2-5)
65MDBx19	โครงการธุรกิจดิจิทัล Digital Business Projects	3(2-2-5)
65MDBx20	การจัดและบริหารจัดการอีเว้นท์อีเว้นท์ในธุรกิจดิจิทัล Event Design and Exhibition Management In Digital Business	3(2-2-5)
65MDBx21	การเล่าเรื่องและการวางกลยุทธ์คอนเทนต์ดิจิทัล Digital Storytelling & Content Marketing Strategy	3(2-2-5)
65MDBx22	การใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่องานครีเอทีฟและคอนเทนต์ Generative AI for Content Creation & Asset Design	3(2-2-5)
65MDBx23	การผลิตสื่อดิจิทัลและการออกแบบกราฟิกเพื่อการค้า Digital Media Production & Commercial Graphic Design	3(2-2-5)
65MDBx24	ธุรกิจคอนเทนต์ครีเอเตอร์ Creator Business	3(2-2-5)
65MDBx25	การจัดการโซ่อุปทานสำหรับธุรกิจดิจิทัล Logistics and Supply Chains for Digital Business	3(2-2-5)
65MDBx26	เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมสำหรับธุรกิจดิจิทัล Information Technology and Innovation for Digital Business	3(2-2-5)
65MDBx27	การสกัดข้อมูลธุรกิจและวิเคราะห์ความรู้สึก Business Data Scraping and Sentiment Analysis	3(2-2-5)

65MDBx28	หลักกฎหมายและจริยธรรมสำหรับธุรกิจดิจิทัล Principles of Digital Business Law and Morality	3(3-0-6)
----------	---	----------

2.1.2) กลุ่มวิชาเลือก เลือกเรียนไม่น้อยกว่า		12	หน่วยกิต
รหัส	ชื่อวิชา		น(ท-ป-ศ)
65MDBx29	การสื่อสารด้วยภาพ Visual Communication		3(2-2-5)
65MDBx30	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในธุรกิจดิจิทัล Customer Relations for Digital Business		3(2-2-5)
65MDBx31	การเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลสำหรับนักลงทุนรุ่นใหม่ Digital Entrepreneurship for New Investors		3(2-2-5)
65MDBx32	พฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัล Consumer Behavior for Digital Business		3(2-2-5)
65MDBx33	การตลาดผ่านการสืบค้น Search Engine Optimization		3(2-2-5)
65MDBx34	กลยุทธ์การตลาดผ่านผู้มีอิทธิพลทางความคิด Influencer Marketing		3(2-2-5)
65MDBx35	การจัดการคอมมูนิตี้อิจิทัล Digital Community Management		3(2-2-5)
65MDBx36	เทคโนโลยีทางการเงินและสินทรัพย์ดิจิทัล Financial Technology and Digital Assets for Commerce		3(2-2-5)
65MDBx37	เทคโนโลยีการสร้างภาพเสมือนจริงเพื่อการค้า Immersive Commerce		3(2-2-5)
65MDBx39	การตลาดแบบพันธมิตรและธุรกิจนายหน้าดิจิทัล Affiliate Marketing		3(2-2-5)
65MDBx40	การสืบค้นข้อมูลบนแหล่งข้อมูลเปิด Open Source Intelligence (OSINT) for Business		3(2-2-5)

2.2) กลุ่มวิชาปฏิบัติการและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ให้เลือก 7 หน่วยกิต
เรียนกลุ่มวิชาใดวิชาหนึ่ง จำนวนไม่น้อยกว่า

2.2.1) กลุ่มวิชาสหกิจศึกษา			หน่วยกิต
รหัส	ชื่อวิชา		น(ท-ป-ศ)
65MDBx41	การเตรียมสหกิจศึกษาธุรกิจดิจิทัล Preparation for Cooperative Education in Digital Business		1(45)
65MDBx42	สหกิจศึกษาธุรกิจดิจิทัล Cooperative Education in Digital Business		6(640)

2.3.2) กลุ่มวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

รหัส	ชื่อวิชา	น(ท-ป-ศ)
65MDBx43	การเตรียมฝึกประสบการณ์วิชาชีพธุรกิจดิจิทัล Preparation for Professional Experience in Digital Business	1(45)
65MDBx44	การฝึกประสบการณ์วิชาชีพธุรกิจดิจิทัล Field Experience in Digital Business	6(640)

2.3.3) กลุ่มวิชาโครงงาน

รหัส	ชื่อวิชา	น(ท-ป-ศ)
65MDBx45	การเตรียมปฏิบัติโครงงานวิชาชีพธุรกิจดิจิทัล Preparation for Professional Digital Business Projects	1(45)
65MDBx46	ปฏิบัติการโครงงานวิชาชีพธุรกิจดิจิทัล Professional Digital Business Projects	6(640)

3) หมวดวิชาเลือกเสรี จำนวนไม่น้อยกว่า

6 หน่วยกิต

ให้เลือกเรียนรายวิชาใด ๆ ในหลักสูตรของมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี โดยไม่ซ้ำกับรายวิชาที่เคยเรียนมาแล้วและต้องไม่เป็นรายวิชาที่กำหนดให้เรียนโดยไม่นับหน่วยกิตรวมในเกณฑ์การสำเร็จหลักสูตรของสาขาวิชานี้

ตอนที่ 5 วิธีการสอน

5.1 แนวคิดในการจัดการเรียนการสอนที่ใช้ในหลักสูตรปรับปรุงเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

การจัดการเรียนการสอนในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจดิจิทัล หลักสูตรปรับปรุง 2571 มุ่งเน้นการจัดการศึกษาบนฐานสมรรถนะ เพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้ผ่านการลงมือจริงสามารถต่อยอดผลงานไปใช้ใน ชีวิตจริงได้ โดยผสมผสานรูปแบบการเรียนรู้ดังนี้

1) การเรียนรู้เชิงรุกและการปฏิบัติจริง : จัดการเรียนรู้ในรูปแบบบรรยาย ควบคู่ไปกับการฝึกปฏิบัติในห้องปฏิบัติการที่ทันสมัย ใช้ซอฟต์แวร์ที่เป็นที่นิยม

2) การเรียนรู้ผ่านโครงงาน : มีการมอบหมายงานที่เชื่อมโยงกับสถานการณ์จริง นักศึกษามีผลงานเชิงประจักษ์ เพื่อนำไปเป็นประวัติยื่นฝึกงานในภาคการศึกษาสุดท้าย หรือสมัครงาน เมื่อจบการศึกษา

3) เรียนรู้โดยใช้กรณีศึกษาและปัญหาเป็นฐาน : นักศึกษาจะได้เรียนรู้ผ่านกรณีศึกษา ทั้งกรณีศึกษาที่เกิดขึ้นในโลกธุรกิจจริง และการจำลองสถานการณ์ เพื่อให้นักศึกษาแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น

4) การเรียนรู้ผ่านเทคโนโลยี : เรียนรู้การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับงาน และยุคสมัย เช่น ระบบการดูแลร้านค้า ระบบการสร้างคอมมูนิตี โปรแกรมประยุกต์ด้านการวิเคราะห์ข้อมูล ปัญญาประดิษฐ์ เป็นต้น

ตอนที่ 6 ความพร้อมของบุคลากร

6.1 จำนวนอาจารย์ผู้รับผิดชอบและอาจารย์ประจำหลักสูตร ปัจจุบันมีจำนวนทั้งหมด 5 คน ได้แก่

ชื่อ-สกุล	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิ และวุฒิการศึกษา	วุฒิ/สาขา ตรงหรือสัมพันธ์
1. นายศักดิ์ชาย นาคนก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	- ปร.ด. (บริหารธุรกิจ) (หลักสูตรนานาชาติ) - ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์) - บธ.บ. (การเงิน การธนาคาร)	ตรง
ผลงานทางวิชาการ 1. Nakhok, S. (2024). Using Google Trends in Modelling Sales and Household Consumption Behaviors. Thailand and The World Economy, 42(1), 174-198. 2. Nakhok, S. (2025). The Solutions between Personal Income and Household Debt Problem in Thailand. Development Economic Review, 19(1), 7-35. 3. Nakhok, S. (2025). Investigating the Factors Influencing Private Sector Marketing Strategies to Boost Food and Beverage Manufacturing Sales and Overall Manufacturing in Thailand: An Empirical Examination Amid Rapid Structural Changes in Economies. Asia Social Issues, 18(5), e273594-e273594. 4. Hongwei, Z., Wisedsind, N., & Nakhok, S. (2025). The factors in shaping credit risk of commercial acceptance bills in supply chain finance in the Chinese real estate industry. Edelweiss Applied Science and Technology, 9(8), 550-564 5. Xiufeng, Y., Wisedsind, N., & Nakhok, S. (2025). Business model development of experience economy using Chinese escape room as a simulation. Edelweiss Applied Science and Technology, 9(2), 2270-2285.			

ชื่อ-สกุล	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิ และวุฒิการศึกษา	วุฒิ/สาขา ตรงหรือสัมพันธ์
2. น.ส.อาทิมา แป้นธัญญานนท์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	- กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา) - ค.บ. (ธุรกิจศึกษา)	ตรง
ผลงานทางวิชาการ 1. อาทิมา แป้นธัญญานนท์. (2565). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคต่างเจนเนอเรชั่น. วารสารวิจัยราชภัฏกรุงเทพฯ, 9(3), 19-32. 2. อาทิมา แป้นธัญญานนท์. (2569). ปัจจัยและการเปรียบเทียบระดับการยอมรับระบบแนะนำสินค้าด้วยปัญญาประดิษฐ์ของผู้บริโภคในแพลตฟอร์มมาร์เก็ตเพลส. วารสารวิทยาการจัดการวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์. 8(1). 194-216.			

ชื่อ-สกุล	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิ และวุฒิการศึกษา	วุฒิ/สาขา ตรงหรือสัมพันธ์
3. นางไอลดา อรุณศรี	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	- ปร.ด. (สารสนเทศศึกษา) - วท.ม. (เทคโนโลยีสารสนเทศ) - บธ.บ. (คอมพิวเตอร์ธุรกิจ)	ตรง
ผลงานทางวิชาการ 1. Ilada Aroonsri, Thawatchai Kulkeaw and Satith Sangpradid. (2021). Design Personal Chatbot for Customer Service Case study: Sound Indy Shop . International Journal of Innovation Engineering and Science Research, 5(1), 15-19. 2. Ilada Aroonsri and Satith Sangpradid. (2021). Artificial Neural Networks for the Classification of Shrimp Farm from Satellite Imagery . Geographia Technica, 16(2), 149-159. 3. Satith Sangpradid, Narueset Prasertsri and Ilada Aroonsri. (2022). Geographically Weighted Regression Modelling for Above-Ground Biomass Assessment: from Satellite Imagery in Tad Sung Waterfall Park Forest, Thailand . International Journal. Of Conservation Science, 13(2), 695-704. 4. Ilada Aroonsri, Satith Sangpradid. (2023). An Application of Geo Informatics for Web Development of Public Health Database in Maha Sarakham Province, Thailand . International Journal of Advances in Engineering and Management, 5(2), 953-957. 5. Ilada Aroonsri, Satith Sangpradid and Theeraya Uttha. (2023). Estimates of PM2.5 Concentration Based on Aerosol Optical Thickness Data Using Ensemble Learning with Support Vector Machine and Decision Tree . Environmental Research, Engineering and Management, 79(4), 18-28. 6. Buasri, N., Prasertsri, N., Aroonsri, I., & Sangpradid, S. (2025). Evaluating Ensemble Machine Learning Approaches for Landslide Susceptibility Mapping using GIS-BASE Spatial Factors . International Journal on Technical and Physical Problems of Engineering (IJTPE). 17(3), 165-175.			

นักศึกษาที่รับเข้า ปี พ.ศ. 2569 จำนวน 33 คน

นักศึกษาที่รับเข้า ปี พ.ศ. 2568 จำนวน 40 คน

นักศึกษาที่รับเข้า ปี พ.ศ. 2567 จำนวน 34 คน

ตอนที่ 7 ความพร้อมทางกายภาพ

7.1 หนังสือ ตำรา

7.1.1 หนังสือ ตำรา ที่นักศึกษาสามารถค้นคว้าได้จาก

1. สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 26,906 เล่ม
2. ฐานข้อมูลของสำนักวิทยบริการ
3. เอกสารค้นคว้าบนอินเทอร์เน็ต

7.2 หากมีสิ่งประกอบอื่นที่ทำให้เกิดความพร้อม โปรดระบุชื่อและแหล่งค้นคว้า

- คลิปการสอนบนเว็บไซต์ Youtube.com, Thaimooc.ac.th, e-learning.set.or.th
- โปรแกรมสำเร็จรูป และ Plug in ของเว็บไซต์

7.3 ห้องปฏิบัติการ เครื่องมือและอุปกรณ์

- ☒ มีเพียงพอแล้ว สำหรับนักศึกษาจำนวน 40 คน/ครั้ง สถานภาพการใช้งาน พร้อมใช้งาน
- ☐ ยังไม่เพียงพอ สิ่งที่ขาดคือ -
- วิธีแก้ปัญหาห้องปฏิบัติการ เครื่องมือและอุปกรณ์ไม่เพียงพอ คือ -

ทั้งนี้คณะกรรมการวิชาการของคณะได้พิจารณาและเห็นชอบการเสนอขอปรับปรุงหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจดิจิทัลในคราวประชุมครั้งที่ 5/ 2569 เมื่อวันที่ 16 เดือน กันยายน พ.ศ. 2569

ลงนาม.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์ชาย นาคนก)
ประธานหลักสูตรธุรกิจดิจิทัล

ลงนาม.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อาทิตยา แป้นธัญญานนท์)
รองคณบดีฝ่ายวิชาการคณะวิทยาการจัดการ

ลงนาม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตนา สีสี่)
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ