

แผนยุทธศาสตร์การตลาดหลักสูตรบริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต
มหาวิทยาลัยศรีปทุม ปีการศึกษา 2569

1. บทนำ

การหานักศึกษาปริญญาเอกในหลักสูตรบริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต (DBA) เป็นสิ่งที่ท้าทายเนื่องจากกลุ่มเป้าหมายนี้มีความเฉพาะตัวและต้องการโปรแกรมการศึกษาที่สามารถตอบโจทย์ทั้งใน

DBA

สื่อสารที่มีประสิทธิภาพเพื่อดึงดูดนักศึกษาในระดับนี้ โดยการใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมและปรับให้เข้ากับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วยบุคคลที่มีประสบการณ์ในวง

ม

2. เป้าหมายการตลาด

- ดึงดูดนักศึกษาปริญญาเอกที่มีประสบการณ์ทำงานในระดับผู้บริหารหรือเจ้าของธุรกิจ
- สร้างการรับรู้ในเรื่องของหลักสูตร DBA
- ส่งเสริมความเป็นผู้นำทางธุรกิจและการพัฒนาทักษะที่จำเป็น
- เพิ่มจำนวนผู้สมัครในแต่ละปีให้มีการเติบโตในระดับที่ยั่งยืน

3. กลยุทธ์การตลาด

3.1 การสร้างการรับรู้ในหลักสูตร

:

- ใช้สื่อโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, LinkedIn, Instagram, YouTube เพื่อส่งเสริม DBA โดยนำเสนอคอนเทนต์ที่เป็นประโยชน์ เช่น บทสัมภาษณ์กับศิษย์เก่าหรืออาจารย์ผู้สอน เรื่องราวความสำเร็จของนักศึกษาเด่น และเนื้อหาที่สะท้อนถึงคุณค่าของ
- Google Ads Facebook Ads เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะ (บุคคลที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือโท และมีตำแหน่งทางธุรกิจ)

:

- พัฒนาเว็บไซต์หลักสูตรที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้สมัคร เช่น การแ , คีย์เก่าที่ประสบความสำเร็จ, ัน DBA (www.spudba.net)
- การเขียนบล็อกที่ให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับกระบวนการวิจัยในธุรกิจ การพัฒนาทักษะการเป็น

3.2 การสร้างความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วม

- : จัดกิจกรรมเวิร์กช็อปที่เกี่ยวกับการพั ้ บริหารธุรกิจระดับสูง เช่น เวิร์กช็อปด้านการวิจัยทางธุรกิจหรือการจัดการเชิงกลยุทธ์ เพื่อเชิญ ผู้ที่สนใจสมัครเรียนมาเข้าร่วมสัมมนาฟรี
- : การสร้างความสัมพันธ์กับภาคธุรกิจโดยตรงเพื่อ ดึงดูดผู้บริหารระดับสูงที่สนใจเรียนต่อในระดับปริญญาเอก การมีการเชื่อมโยงกับสถาบันวิจัย ต่างๆ เพื่อให้นักศึกษาได้ใช้ประโยชน์จากการทำวิจัยและพัฒนาธุรกิจในระดับโลก
- : ผู้เชี่ยวชาญในแต่ละด้านมาให้คำแนะนำเพื่อดึงดูดผู้ที่สนใจ

3.3 การเสนอโปรแกรมที่ตอบโจทย์

- : พัฒนาหลักสูตรที่ครอบคลุมทั้งการบริหารธุรกิจทั่วไป ึ่ง
- ระบบการเรียนการสอนที่ยืดหยุ่น: เพื่อรองรับนักศึกษาที่มีอาชีพหรือการดำเนินธุรกิจของ ตัวเอง ควรมีรูปแบบการเรียนการสอนที่ยืดหยุ่น เช่น การเรียนออนไลน์แบบผสมผ

3.4 การใช้กลยุทธ์การตลาดแบบเฉพาะเจาะจง (Target Marketing)

- LinkedIn: เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายมีการใช้ LinkedIn ้อและห LinkedIn เข้าร่วมกลุ่มที่เกี่ยวข้องจะช่วยเพิ่มโอกาสในการดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย

- : DBA และผลกระทบที่เกิดขึ้นในด้านอาชีพของ
- : กลยุทธ์การตลาดที่สามารถสร้างความสนใจได้อย่างรวดเร็วและมีผลกระทบมาก เช่น การเผยแพร่เคสศึกษาที่มีความน่าสนใจในโลกธุรกิจ

4. การประเมินผลและปรับกลยุทธ์

การวัดผลการตลาด

ใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล (เช่น Google Analytics) เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพของเว็บไซต์

5. สรุป

DBA ต้องใช้กลยุทธ์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีความ

ออฟไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้, , และให้ข้อมูลที่มีคุณค่า