

คณะบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เปิดหลักสูตร ป.โท “แบรนด์-การตลาด”



คณะบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จับมือ ม.เคมบริดจ์ พัฒนาหลักสูตรปริญญาโทด้านแบรนด์และการตลาด ตอบโจทย์โลกธุรกิจในยุคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เผยเป็นสถาบันนักปั้นแบรนด์แห่งแรกของเอเชีย

ดร.เอกก์ ภทรธนกุล ประธานหลักสูตรปริญญาโทด้านแบรนด์และการตลาด (ภาคภาษาอังกฤษ) คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กล่าวว่า ปัจจุบันการสร้างแบรนด์ มีความสำคัญต่อโอกาสการเติบโตของธุรกิจเป็นอย่างมาก หากแต่องค์ความรู้ด้านการสร้างแบรนด์ยังไม่มี การรวบรวม และเปิดให้มีการเรียนการสอนอย่างจริงจังในระดับปริญญาโท ซึ่งเป็นสาเหตุหลักให้องค์กรธุรกิจไทยขาดความได้เปรียบทางการแข่งขัน เหตุนี้เหล่าคณาจารย์ในภาควิชาการตลาด จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จึงร่วมกับมหาวิทยาลัยเคมบริดจ์ ซึ่งมีองค์ความรู้ในเรื่องของการสร้างแบรนด์ และเป็นแหล่งผลิตนักปั้นแบรนด์ มีอาชีพระดับโลกมานาน ในการพัฒนาหลักสูตรด้วยการนำเอาศาสตร์ความรู้ด้านการสร้างแบรนด์เข้ามาผสมผสานกับศาสตร์ด้านการตลาด จนเป็นหลักสูตรใหม่ที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาบุคลากรด้านการตลาดของไทย

“หลักสูตรนี้ เป็นภาคภาษาอังกฤษ ซึ่งการร่วมมือกับเคมบริดจ์ ไม่ใช่เพียงเฉพาะความรู้วิชาการ แต่ยังมีการเรียนการสอนร่วมกันด้วย โดยผู้เรียนจะได้เดินทางไปศึกษาที่มหาวิทยาลัยเคมบริดจ์ ในรายวิชา Global Seminar in Branding ซึ่งจะได้เรียนรู้จากคณาจารย์ เคมบริดจ์ ที่พิเศษไปกว่านั้นก็คือความเป็นเคมบริดจ์ ทำให้สามารถดึงกูรูจากแบรนด์ชั้นนำทั่วโลกมาเป็นวิทยากรบรรยาย นิสิตจะได้ความรู้อย่างเต็มที่ จากคนชั้นเขียนระดับโลก ซึ่งเป็นโอกาสที่หาได้ยากมาก หลักสูตร MBM จึงเป็นเหมือนการสร้างคุณค่าให้ กับตัวผู้เรียน ก่อนที่จะเรียนจบออกไป แล้วเอาความรู้และประสบการณ์ที่ได้ ไปสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของตัวเอง”

ดร.เอกก์ กล่าวต่อว่า เคมบริดจ์ เป็นมหาวิทยาลัยที่มีมาตรฐานสูงมากในการพัฒนาหลักสูตร และมีชื่อเสียงมานานในเรื่องของการสร้างแบรนด์ โดยในการพัฒนาหลักสูตรร่วมกับคณะบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้มีการส่งศาสตราจารย์มาร่วมสังเกตการณ์การเรียนการสอนจนมั่นใจจึงเกิดข้อตกลงขึ้น ซึ่งหนึ่งในข้อตกลงที่ทั้งสองฝ่ายเห็นร่วมกัน คือ เรื่องคุณภาพของนิสิต ที่ต้องมาก่อนเรื่องอื่นใด จึงจำกัดจำนวนรับเข้าแต่ละปีเพียง 25 คนเท่านั้น

รศ.ม.ล.สาวิกา อุณหนันท์ ประธานหลักสูตรปริญญาโทด้านแบรนด์และการตลาด (ภาคภาษาไทย) กล่าวว่า “ก่อนหน้านี้ ภาควิชาการตลาดของคณะบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีการพัฒนาปรับปรุงหลักสูตร เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของยุคสมัยมาโดยตลอด แต่ครั้งนี้ถือเป็นการเปลี่ยนโฉมทั้งหมด โดยนำกลยุทธ์สำคัญในการสร้างแบรนด์ให้ประสบ

ความสำเร็จ ซึ่งจะต้องคำนึงถึงใน 3 เรื่อง คือ Customer Insight, Innovation และ Intimacy เข้ามาอยู่ในการเรียนการสอนทุกวิชา นอกจากนี้ ยังเปิดให้มีแขนงวิชาเฉพาะทาง อย่างการจัดการแบรนด์ และการตลาดค้าปลีก การจัดการแบรนด์และการตลาดบริการ และการจัดการด้านการตลาด เพื่อให้บัณฑิตมีวิธีคิดอย่างเป็นระบบ มีความรู้ด้านทฤษฎีทางการตลาด และสามารถประยุกต์ทฤษฎีสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล”

“ส่วนการเรียนการสอน นอกจากเรียนกับเหล่าคณาจารย์ของภาควิชาเรา ซึ่งหลายท่านล้วนเป็นบุคคลที่ หลายองค์กรชั้นนำต้องการตัวไปเป็นที่ปรึกษาให้แล้ว เรายังดึงเอานักการตลาด หรือนักสร้างแบรนด์เก่งๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการถ่ายทอดประสบการณ์จริงให้กับนิสิต ซึ่งไม่ใช่แค่มาบรรยาย 1 – 2 ชั่วโมง แต่เป็นการสอนเต็มทั้งวิชา ยิ่งไปกว่านี้ ผู้เรียนยังจะมีโอกาสได้สร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนที่ มีประสบการณ์ความรู้ที่หลากหลายด้วย เนื่องจากหลักสูตร MBM จะเปิดกว้างในการรับนิสิต นักศึกษา จากทุกคณะ และทุกภาควิชา ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนมุมมองความคิด อันเป็นสิ่งสำคัญในการทำงานด้านการตลาด”

ทั้งนี้ ปริญญาโทด้านแบรนด์และการตลาด หรือ MBM ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จะเปิดรับสมัครช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2561 และจะเปิดสอนในเดือนสิงหาคม 2561 โดยจะเปิดรับเพียง 65 คนในส่วนภาคภาษาไทย และ 25 คนในภาคภาษาอังกฤษ หากต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมสามารถติดต่อไปได้ที่ 02-218-5791-2 หรือที่เว็บไซต์ mbm.cbs.chula.ac.th และอีเมล ms-mkt@cbs.chula.ac.th