



ข่าวประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 ■ โทรศัพท์ 0-2649-5000 ภายใน 15666 ■ โทรสาร 0-259-6172

114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ 0-2649-5000 ภายใน 15666

ส่วนวิเทศสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ได้จัดระบบข่าวสิ่งพิมพ์ สนใจดูรายละเอียดได้ที่ <http://news.swu.ac.th/newsclips/>

ข่าวจากหนังสือพิมพ์ข่าวสด ฉบับประจำวันที 28 เดือนกรกฎาคม พ.ศ.2563 หน้า 16 มูลค่าข่าว 158,367.-

ประกาศผลทีมชนะเลิศ
ไปแล้ว
สำหรับ โครงการ
U Power : Digital Idea
Challenge ครั้งที่ 4 ที่เปิด
โอกาสให้นักศึกษา
จากทั่วประเทศรวมกลุ่ม

มช.ดัวะรางวัล การตลาดออนไลน์

สดจาก
เยาวชน

กันมาแสดงความคิด
สร้างสรรค์ ประกวด
แผนการตลาดที่เน้นการ
ประยุกต์ใช้ Digital
Technology จัดโดย
กระทรวงดิจิทัลเพื่อ
เศรษฐกิจและสังคม
ร่วมมือกับกระทรวงการ



ทีม Unlimit มช. ดัวะแชมป์



ทีม RED PANDA มช. รองอันดับ 1

อุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม และ
สมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย

ในรอบแรกมีนิสิตนักศึกษาสมัครเข้าร่วมแข่งขัน
821 ทีม จาก 59 มหาวิทยาลัยทั่วประเทศ ผลการ
ตัดสิน ทีมชนะเลิศ คือ ทีม Unlimit จากมหาวิทยาลัย
เชียงใหม่ แบนด์ Veldent รองชนะเลิศอันดับ 1
ทีม RED PANDA จากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
แบนด์ Snow Girl รองชนะเลิศอันดับ 2 ทีม Mitr



จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ แบรินด์ Colly

รางวัลชมเชย 3 รางวัล ได้แก่ ทีม Leave it on us จากมหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์ แบรินด์ Himalaya, ทีม Aiko จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
แบรินด์ Rii, ทีมชาลาลา ลาลา จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
แบรินด์ Julia's Herb

น.ส.วาสิตา เสถียรวงศ์นุกูล ตัวแทนทีม Unlimit ที่ได้รับรางวัล
 ชนะเลิศ กล่าวว่า เริ่มแรกต้องวิเคราะห์ข้อมูลถึงเป้าหมายของแบรินด์
 ก่อน จากนั้นนำมาวิเคราะห์เพื่อทำคอนเทนต์ และสร้างแคมเปญการ
 ตลาดออนไลน์ สิ่งที่ได้จากโครงการนี้ทำให้ได้เห็นมุมมองใหม่ๆ จาก
 คณะกรรมการ ทักษะการพูดสื่อสารกับลูกค้า สำหรับเพื่อนๆ ที่อยาก
 เข้าร่วมโครงการในปีหน้าอย่าคิดว่ายาก ควรเข้ามาลงมือทำ เพราะ
 จะได้เห็นมุมมองการตลาดดิจิทัลใหม่ๆ

ด้าน นายสมศักดิ์ จุงดี จากทีม RED PANDA รองชนะเลิศ
 อันดับ 1 กล่าวว่า การเข้าร่วมโครงการนี้ทำให้ทุกคนในทีมได้รับทักษะ
 ที่ไม่มีในห้องเรียน เมื่อต้องมาทำการตลาดออนไลน์กับแบรินด์จริงๆ
 จะต้องมีการพูดเพื่อจูงใจลูกค้า หรือการสื่อสารที่จะทำให้คนรับรู้ใน
 ตัวแบรินด์มากขึ้น ขณะเดียวกันบริษัทเอกชนที่เป็นพี่เลี้ยงก็มีส่วน
 สำคัญที่กระตุ้นให้ทีมเราเข้าใจการตลาดในความเป็นจริงมากขึ้น