



หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการสื่อสาร
(หลักสูตรนานาชาติ)
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2566)

คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการสื่อสาร (หลักสูตรนานาชาติ)
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2566)

1. ชื่อหลักสูตร

(ภาษาไทย) หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการสื่อสาร (หลักสูตรนานาชาติ)
(ภาษาอังกฤษ) Bachelor of Arts (Communication Arts) Program
in Communication Management (International Program)

2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ภาษาไทย (ชื่อเต็ม) : นิเทศศาสตรบัณฑิต
ภาษาไทย (อักษรย่อ) : นศ.บ.
ภาษาอังกฤษ (ชื่อเต็ม) : Bachelor of Arts (Communication Arts)
ภาษาอังกฤษ (อักษรย่อ) : B.A. (Communication Arts)
สาขาวิชา : Communication Management

3. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

- Media Entrepreneur
- Communications Executive
- Marketing Communication Executive
- PR and Marketing Coordinator
- Brand Executive
- Digital Content Creator
- Content and Social Media Executive
- Digital Media Executive

4. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

4.1 หลักสูตร

4.1.1 จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร 129 หน่วยกิต
ระยะเวลาการศึกษา 4 ปี

4.1.2 โครงสร้างหลักสูตร

จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร	129	หน่วยกิต
1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	30	หน่วยกิต
ก. กลุ่มวิชาภาษาต่างประเทศ	6	หน่วยกิต
ข. กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	6	หน่วยกิต
ค. กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์	3	หน่วยกิต
ง. กลุ่มวิชาสหศาสตร์	3	หน่วยกิต
จ. กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	6	หน่วยกิต
ฉ. กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มพิเศษ	6	หน่วยกิต
2. หมวดวิชาเฉพาะ	93	หน่วยกิต
ก. กลุ่มวิชาชีพพื้นฐาน	30	หน่วยกิต
ข. กลุ่มวิชาชีพเฉพาะสาขาวิชา	63	หน่วยกิต
(1) กลุ่มวิชาบังคับเฉพาะสาขา	36	หน่วยกิต
(2) กลุ่มวิชาเลือกเฉพาะสาขา	27	หน่วยกิต
3. หมวดวิชาเลือกเสรี	6	หน่วยกิต

4.1.3 รายวิชา

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต

ประกอบด้วย 6 กลุ่มวิชา คือ กลุ่มวิชาภาษาต่างประเทศ กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์ กลุ่มวิชาสหศาสตร์ กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ และกลุ่มวิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มพิเศษ ดังนี้

ก. กลุ่มวิชาภาษาต่างประเทศ	6	หน่วยกิต
5508111 การเขียนทางวิชาการ Academic Writing	3 (3-0-6)	
5508122 การเขียนบทความวิจัย Research Paper Writing	3 (3-0-6)	
ข. กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	6	หน่วยกิต
ค. กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์	3	หน่วยกิต
ง. กลุ่มวิชาสหศาสตร์	3	หน่วยกิต
จ. กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	6	หน่วยกิต
ฉ. กลุ่มวิชาศึกษาทั่วไปกลุ่มพิเศษ	6	หน่วยกิต

รายวิชาในหลักสูตรวิชาการศึกษานี้ทั้งหมด จัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษ

2. หมวดวิชาเฉพาะ		93	หน่วยกิต
ประกอบด้วย 2 กลุ่มวิชา คือ กลุ่มวิชาชีพพื้นฐาน กลุ่มวิชาชีพเฉพาะสาขาวิชา (กลุ่มวิชาบังคับเฉพาะสาขา และกลุ่มวิชาเลือกเฉพาะสาขา)			
2.1 กลุ่มวิชาชีพพื้นฐาน		30	หน่วยกิต
2800102*	สังคมศาสตร์พื้นฐานเพื่อการสื่อสาร Foundations of Social Science for Communication		3(3-0-6)
2800105*	หลักการและการปฏิบัติทางการประชาสัมพันธ์ Principles and Practices of Public Relations		3(3-0-6)
28001251	การศึกษาการจัดการสื่อและการสื่อสาร Media and Communication Management Studies		3(3-0-6)
2800126*	การสื่อสารการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค Marketing Communications and Consumer Behavior		3(3-0-6)
2800127*	การโฆษณาและการสร้างแบรนด์ Advertising and Branding		3(3-0-6)
2800128*	ศิลปะนิยมเพื่อสื่อและการสื่อสาร Art Appreciation for Media and Communication		3(3-0-6)
2800206*	การสื่อสารและพฤติกรรมในองค์กร Organizational Communication and Behavior		3(3-0-6)
2800207*	วิธีวิจัยด้านการสื่อสาร Research Methods in Communication		3(3-0-6)
2800208*	วัฒนธรรมไทยและการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม Thai Culture and Cross-Cultural Communication		3(3-0-6)
2800209*	กฎหมายและจริยธรรมสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร Law and Ethics for Communication Professionals		3(3-0-6)

¹ รายวิชาเปิดใหม่

2.2 กลุ่มวิชาชีพเฉพาะสาขาวิชา		63	หน่วยกิต
ก) กลุ่มวิชาบังคับเฉพาะสาขา		36	หน่วยกิต
28001502	การเขียนสำหรับสื่อ Writing for Media		3(3-0-6)
2800151*	การพูดในที่สาธารณะและทักษะการนำเสนอ Public Speaking and Presentation Skills		3(2-2-5)
2800250*	หลักการและแนวทางปฏิบัติของการสื่อสารด้วยภาพกราฟิก Principles and Practices of Graphic Communication		3(2-2-5)
2800251*	การสื่อสารผ่านเสียงและภาพ Audiovisual Communication		3(2-2-5)
2800252*	การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจและการเจรจาต่อรอง Persuasive Communication and Negotiation		3(3-0-6)
2800380*	การสื่อสารและการเป็นผู้ประกอบการ Communication and Entrepreneurship		3(3-0-6)
2800381*	การจัดการและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการสื่อสาร Data Management and Analysis for Communication		3(3-0-6)
2800382*	การพัฒนาการรณรงค์ด้านการสื่อสาร Communication Campaign Development		3(3-0-6)
2800383*	สัมมนาสื่อและประเด็นร่วมสมัย Seminar in Media and Contemporary Issues		3(3-0-6)
2800384*	การวางแผนวิชาชีพด้านการสื่อสาร Professional Communication Career Planning		3(3-0-6)
2800420*	การฝึกงานวิชาชีพการจัดการการสื่อสาร Professional Internship in Communication Management		3(0-9-0)
2800421*	โครงการปริญญานิพนธ์การจัดการการสื่อสาร Senior Project in Communication Management		3(0-6-3)

² รายวิชาเปิดใหม่

ข) กลุ่มวิชาเลือกเฉพาะสาขา		27	หน่วยกิต
ข.1 กลุ่มรายวิชาทั่วไป			
2800336*	การจัดการการสื่อสารโครงการ Project Communications Management		3(2-2-5)
2800337*	การสื่อสารสุขภาพ Health Communication		3(3-0-6)
2800397*	การปฏิบัติการจัดการการสื่อสาร Communication Management Practicum		3(2-2-5)
2800430*	การจัดการการสื่อสารระดับโลก Global Communication Management		3(3-0-6)
28004313	หัวข้อพิเศษด้านการจัดการการสื่อสาร Special Topics in Communication Management		3(3-0-6)
2800496	เอกัตศึกษา Individual Study		3(3-0-6)
ข.2 กลุ่มรายวิชาการจัดการการสื่อสารสำหรับองค์กรสื่อและการเป็นผู้ประกอบการ (Communication management for media enterprise and entrepreneurship)			
2800253*	วัฒนธรรมสื่อระดับโลก Global Media Cultures		3(3-0-6)
2800387*	การตลาดขั้นสูงสำหรับสื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดีย Advanced Digital and Social Media Marketing		3(3-0-6)
2800388*	นวัตกรรมในการจัดการชื่อเสียง Innovations in Reputation Management		3(3-0-6)
2800390*	กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการระดมทุนและการสนับสนุน Communication Strategy for Fundraising and Sponsorship		3(3-0-6)
2800391*	การจัดการการสื่อสารแบรนด์ Brand Communications Management		3(3-0-6)
2800392*	การสื่อสารความขัดแย้งและภาวะวิกฤต Conflict and Crisis Communication		3(3-0-6)

³ รายวิชาเปิดใหม่

2800394*	การสื่อสารเพื่อสร้างประสบการณ์ของลูกค้า Communication for Customer Experience	3(3-0-6)
2800398*	การวางแผนสื่อและการจัดซื้อสื่อ Media Planning and Media Buying	3(3-0-6)
2800455*	การจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย Stakeholder Relationship Management	3(3-0-6)
2800422*	การสื่อสารทางธุรกิจขั้นสูงและการเป็นผู้ประกอบการ Advanced Business Communication and Entrepreneurship	3(3-0-6)
2800423*	เสวนาประเด็นร่วมสมัยในอุตสาหกรรมสื่อ Colloquium in Contemporary Issues in Media Industry	3(3-0-6)
2800424*	ข้อมูลเชิงลึกของลูกค้าและการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย Customer Insights and Target Audience Analysis	3(3-0-6)
2800427*	การจัดการองค์กรสื่อสารสร้างสรรค์และนวัตกรรม Managing Creative Media Enterprise and Innovation	3(3-0-6)

**ข.3 กลุ่มรายวิชานวัตกรรมการสื่อสารสำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
(Communication innovations for the creative industries)**

28002544	การผลิตวารสารและสื่อสารสนเทศบนแพลตฟอร์มดิจิทัล Production of Journalism and Information Media on Digital Platforms	3(2-2-5)
2800331*	การเขียนบทเพื่อภาพยนตร์ โทรทัศน์ และสื่อใหม่ Scriptwriting for Film, Television, and New Media	3(2-2-5)
2800332*	เสียงและดนตรีสำหรับสื่อ Sound and Music for Media	3(1-4-4)
2800333*	การสื่อสารด้วยกราฟิกเคลื่อนไหว Motion Graphic Communication	3(2-2-5)
2800334*	ภาพนิ่งและการสื่อสารด้วยภาพ Still Media and Visual Communication	3(1-4-4)
2800335*	การสื่อสารแบรนด์ลักซูรี Luxury Brand Communications	3(3-0-6)

⁴ รายวิชาเปิดใหม่

2800338*	การเล่าเรื่องด้วยกราฟิก Graphic Narrative	3(2-2-5)
2800339*	การออกแบบและการผลิตประสบการณ์ในงานอีเวนต์ Event Experience Design and Production	3(2-2-5)
2800386*	การเล่าเรื่องแบบดิจิทัล Digital Storytelling	3(2-2-5)
2800396*	การสื่อสารดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ Digital Communication and Social Media	3(3-0-6)
2800425*	การผลิตสื่ออิมเมอร์ซีฟ Immersive Media Production	3(2-2-5)
2800428*	การจัดการสื่อการแสดงและสื่อบันเทิง Entertainment and Performing Arts Management	3(2-2-5)
28004295	การกำกับศิลป์เพื่ออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ Art Direction for the Creative Industries	3(2-2-5)

3. หมวดวิชาเลือกเสรี

6 หน่วยกิต

นิสิตเลือกเรียนรายวิชาต่าง ๆ ตามความสนใจได้ทั่วไปอย่างน้อยจำนวน 6 หน่วยกิต จากรายวิชาที่เปิดสอนทั้งภายในและภายนอกคณะที่เปิดสอนเป็นภาษาอังกฤษ

⁵ รายวิชาเปิดใหม่

4.1.4 แผนการศึกษา

ปีที่ 1			ปีที่ 1		
ภาคการศึกษาต้น			ภาคการศึกษาปลาย		
2800102*	สังคมศาสตร์พื้นฐานเพื่อการสื่อสาร	3	2800126*	การสื่อสารการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค	3
2800105*	หลักการและการปฏิบัติทางการประชาสัมพันธ์	3	2800127*	การโฆษณาและการสร้างแบรนด์	3
2800125*	การศึกษาการจัดการสื่อและการสื่อสาร	3	2800128*	ศิลปะนิยมเพื่อสื่อและการสื่อสาร	3
2800120*	การเขียนสำหรับสื่อ	3	2800121*	การพูดในที่สาธารณะและทักษะการนำเสนอ	3
	วิชาศึกษาทั่วไป	3		วิชาศึกษาทั่วไป	3
	วิชาศึกษาทั่วไป	3		วิชาศึกษาทั่วไป	3
	รวม	18		รวม	18
ปีที่ 2			ปีที่ 2		
ภาคการศึกษาต้น			ภาคการศึกษาปลาย		
2800206*	การสื่อสารและพฤติกรรมในองค์กร	3	2800209*	กฎหมายและจริยธรรมสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้าน การสื่อสาร	3
2800207*	วิธีวิจัยด้านการสื่อสาร	3	2800231*	การสื่อสารผ่านเสียงและภาพ	3
2800208*	วัฒนธรรมไทยและการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม	3	2800232*	การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจและการเจรจาต่อรอง	3
2800230*	หลักการและแนวทางปฏิบัติของการสื่อสาร ด้วยภาพกราฟิก	3		วิชาเลือกเฉพาะสาขา	3
	วิชาศึกษาทั่วไป	3		วิชาศึกษาทั่วไป	3
	วิชาศึกษาทั่วไป	3		วิชาศึกษาทั่วไป	3
	รวม	18		รวม	18
ปีที่ 3			ปีที่ 3		
ภาคการศึกษาต้น			ภาคการศึกษาปลาย		
2800380*	การสื่อสารและการเป็นผู้ประกอบการ	3	2800382*	การพัฒนาการณรงค์ด้านการสื่อสาร	3
2800381*	การจัดการและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการสื่อสาร	3	2800383*	สัมมนาสื่อและประเด็นร่วมสมัย	3
	วิชาเลือกเฉพาะสาขา	3		วิชาเลือกเฉพาะสาขา	3
	วิชาเลือกเฉพาะสาขา	3		วิชาเลือกเฉพาะสาขา	3
	วิชาศึกษาทั่วไป	3		วิชาเลือกเฉพาะสาขา	3
	วิชาศึกษาทั่วไป	3		วิชาเลือกเสรี	3
	รวม	18		รวม	18
ปีที่ 4			ปีที่ 4		
ภาคการศึกษาต้น			ภาคการศึกษาปลาย		
2800384*	การวางแผนวิชาชีพด้านการสื่อสาร	3	2800421*	โครงการปริญญานิพนธ์การจัดการการสื่อสาร	3
2800420*	การฝึกงานวิชาชีพการจัดการการสื่อสาร	3			
	วิชาเลือกเฉพาะสาขา	3			
	วิชาเลือกเฉพาะสาขา	3			
	วิชาเลือกเฉพาะสาขา	3			
	วิชาเลือกเสรี	3			
	รวม	18		รวม	3

5. คำอธิบายรายวิชา

หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

กลุ่มวิชาภาษาต่างประเทศ

5508111 การเขียนทางวิชาการ 3(3-0-6)

Academic Writing

ACADEMIC WRITING

เงื่อนไขรายวิชา : -

A focus on developing reading and writing skills with an emphasis on essays writing based on a selection of readings, articles and semi-academic texts in communication arts and related-fields.

5508122 การเขียนบทความวิจัย 3(3-0-6)

Research Paper Writing

RES PAP WRIT

เงื่อนไขรายวิชา : -

This course focuses on important skills necessary to succeed in the academic and business research. Students are required to develop a thesis, plan and conduct primary and secondary research, evaluate and present their results in a clear and argumentative fashion.

หมวดวิชาเฉพาะ

วิชาชีพพื้นฐาน

2800102* สังคมศาสตร์พื้นฐานเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)

Foundations of Social Science for Communications

FDN SOC SCI COMM

เงื่อนไขรายวิชา : -

สังคมศาสตร์พื้นฐาน ประกอบด้วยแนวคิดพื้นฐานและคำจำกัดความทางสังคมศาสตร์ ตลอดจนมุมมองทางทฤษฎีที่สำคัญและมีอิทธิพลมากที่สุด在社会ศาสตร์ซึ่งมีความสำคัญต่อทุกสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร ภาพรวมของผลงานที่สำคัญในสาขามานุษยวิทยา สังคมวิทยา จิตวิทยาและเศรษฐศาสตร์ บริบททางสังคมและทางปัญญา กรอบแนวคิดและวิธีการ และการวิเคราะห์ด้านสังคมร่วมสมัย

การอภิปรายเบื้องต้นเกี่ยวกับรากฐานของปรัชญาการเมืองและทฤษฎีทางกฎหมาย การพิจารณาบทบาทของแนวความคิดในประวัติศาสตร์

Foundations of social sciences, including the basic social concepts and definitions, as well as the most important and influential theoretical perspectives in social sciences which are important to all disciplines related to communication; overview of major works of social thought in anthropology, sociology, psychology and economics; social and intellectual contexts, conceptual frameworks and methods, and contributions to contemporary social analysis; introductory discussions of the foundations of political philosophy and legal theory, examining the role of ideas in history.

2800105* หลักการและการปฏิบัติทางการประชาสัมพันธ์ 3(3-0-6)

Principles and Practices of Public Relations

PRIN/PRAC PR

เงื่อนไขรายวิชา : -

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับทฤษฎี แนวปฏิบัติ หลักการ ประวัติศาสตร์ วิวัฒนาการ และการปฏิบัติงานเชิงวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์ แนวความคิดในการวางแผนและดำเนินกลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งการออกแบบและเผยแพร่สารสำหรับองค์กร การสำรวจงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์และบทบาทและวัตถุประสงค์ในองค์กรต่าง ๆ การวิเคราะห์แนวปฏิบัติในการใช้หลักการและทฤษฎีการประชาสัมพันธ์

Introduction to the theories, practices, principles, history, evolution and professional practice of public relations; concepts of planning and executing effective communication strategies, including message design and distribution, for any organization; survey of tasks commonly associated with the practice of public relations and its role and purpose in various organizations; analysis of the practices of applying principles and theories of public relations.

2800125* การศึกษาการจัดการสื่อและการสื่อสาร 3(3-0-6)

Media and Communication Management Studies

MEDIA/COMM STUD

เงื่อนไขรายวิชา : -

ภาพรวมของสาขาวิชาการศึกษาสื่อและการสื่อสาร และการบริหารจัดการสื่อ เน้นที่ความ

แตกต่างระหว่างศิลปะการสื่อสารและวิทยาการสื่อสาร ตลอดจนทฤษฎีและเทคโนโลยีสื่อ จุดเริ่มต้นการศึกษาด้านการสื่อสารในช่วงศตวรรษที่ 20 และความเชื่อมโยงกับประเด็นการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม จิตวิทยาการโน้มน้าวใจและอิทธิพลทางสังคม อิทธิพลของการสื่อสารต่อมุมมองของเราต่อผู้อื่น โลก และตัวเรา การรู้เท่าทันสื่อ

A general mapping of the field of media and communication studies and communication management with an emphasis on the difference between communication art and communication science, as well as media theory and technology; origin of communications studies during the twentieth century, and its association with the issues of social and cultural change; the psychology of persuasion and social influence; influences of communication to our perspective on others, the world and ourselves; media literacy.

2800126* การสื่อสารการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค 3(3-0-6)

Marketing Communications and Consumer Behaviour

MKT COMM/CONSU

เงื่อนไขรายวิชา : -

หลักการ ทฤษฎีและแบบจำลอง และกรณีศึกษาของการสื่อสารการตลาด เครื่องมือสำหรับนักการตลาดเพื่อวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการขาย การบูรณาการเครื่องมือสื่อสารการตลาด กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค การวิเคราะห์ผลกระทบของปัจจัยแวดล้อมภายนอกและวัฒนธรรมต่อพฤติกรรมผู้บริโภค แนวปฏิบัติในการออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดตามข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

Principles, theories and models, and case studies of marketing communications; tools available to marketers for the purpose of promotion; the integration of marketing communication tools; consumer decision-making process; analysis of the impact of external environmental factors and culture on consumer behavior; practice of designing marketing communication strategy based on consumer behavior insights.

2800127* การโฆษณาและการสร้างแบรนด์ 3(3-0-6)

Advertising and Branding

ADVERT/BRAND

เงื่อนไขรายวิชา : -

ทฤษฎีและแนวคิดหลักในการโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ การวิเคราะห์กรณีศึกษาในการโฆษณา ประสิทธิภาพแบรนด์และอารมณ์ของผู้บริโภค การสร้างแบรนด์ดิจิทัลและชุมชนแบบ

รนต์ กลยุทธ์และการวางแผนแบรนด์และการโฆษณา การเขียนคำโฆษณา จริยธรรมและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาและส่งเสริมการขาย การพัฒนาโฆษณาเชิงกลยุทธ์และสร้างสรรค์

Key theories and concepts of advertising in relation to branding strategies; critical analysis of case studies in advertising; brand experience and consumer emotions; digital branding and brand communities; the brand and advertising strategy and planning; copywriting; ethics and regulations related to advertising and promotion; development of strategic and creative advertisements.

2800128* ศิลปะนิยมเพื่อสื่อและการสื่อสาร 3(3-0-6)

Art Appreciation for Media and Communication

ART APP MED/COMM

เงื่อนไขรายวิชา : -

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับทัศนศิลป์ สื่อ เทคนิคและประวัติศาสตร์ศิลปะ แนวคิดพื้นฐานและศัพท์เฉพาะทางศิลปะ รูปแบบศิลปะตะวันตกและไม่ใช่ตะวันตกในอดีตในสื่อต่าง ๆ กระบวนการสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับทัศนศิลป์ การวิเคราะห์ผลงานศิลปะที่ทรงอิทธิพล บริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อการแสดงออกทางศิลปะและศิลปะในสื่อ

Introduction to the visual arts, media, techniques and art history; fundamental concepts and terminology of art; historical western and non-western cultural styles of art in a variety of media; the creative processes involved in the visual arts; analysis of influential works of art; social and cultural contexts that influence art and artistic expressions in media.

2800206* การสื่อสารและพฤติกรรมในองค์กร 3(3-0-6)

Organizational Communication and Behavior

ORG COMM BEHAVIOR

เงื่อนไขรายวิชา : -

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับทฤษฎีและการวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารในองค์กร การศึกษาอิทธิพลของรูปแบบการบริหารที่มีต่อการสื่อสารในองค์กร การอธิบายโครงสร้างการสื่อสาร หน้าที่ บริบทในองค์กร และจริยธรรมการสื่อสารในองค์กร การวิเคราะห์การประสานงานและควบคุมการกระทำของบุคคลภายในองค์กรเพื่อให้ได้ผลลัพธ์โดยรวม การกำหนดพฤติกรรมของบุคคลโดยการมีปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กร การสื่อสารในฐานะกระบวนการและทักษะที่สามารถช่วยให้บุคคลและองค์กรของตนได้เปรียบในการแข่งขัน

Introduction to current theories and research on organizational communication; the study of the influence of management styles on organizational communication; discussion of communication structure, functions, contexts in organizations, and communication ethics in organizations; analysis of how the actions of people inside organizations are coordinated and controlled to achieve some collective outcomes; the shaping of individuals by organizational interactions; communication as a process and skill that can help individuals and their organizations gain competitive advantage.

2800207* วิธีวิจัยด้านการสื่อสาร 3(3-0-6)

Research Methods in Communication

RES METH COMM

เงื่อนไขรายวิชา : -

ภาพรวมของทฤษฎี วิธีการ และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในสาขาการสื่อสาร กระบวนการวิจัย การกำหนดคำถามการวิจัย การทบทวนวรรณกรรม การออกแบบการศึกษาวิจัยการสื่อสาร วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล จริยธรรมการวิจัยการสื่อสาร การนำเสนอผลการวิจัย

Overview of the theories, methods, and tools used to conduct research in the communication discipline; research process; formulating research questions; conducting literature reviews; designing communication research studies; data collection methods; data analysis; ethics of communication research; presentation of research findings.

2800208* วัฒนธรรมไทยและการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม 3(3-0-6)

Thai Culture and Cross-Cultural Communication

TH CUL/CROSS COMM

เงื่อนไขรายวิชา : -

ทฤษฎีและแนวคิดในการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม แก่นมของวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการสื่อสาร การใช้การสื่อสารข้ามวัฒนธรรมในการปฏิสัมพันธ์ส่วนตัวและในอาชีพ วัฒนธรรมไทยและอิทธิพลต่อกระบวนการสื่อสาร อุปสรรคในการสื่อสาร ความอ่อนไหวทางวัฒนธรรม การก่อตัวของเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ความแตกต่างทางวัฒนธรรมในการสื่อสารด้วยวจนภาษาและอวจนภาษา หลักการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในบริบททางวัฒนธรรม

Theories and concepts in cross-cultural communication; aspects of culture that affect communication; applying cross-cultural communication in personal and professional

interactions; Thai culture and influence on the communication process; communication barriers; cultural sensitivity; formation of cultural identity; cultural differences in verbal and non-verbal communication; principles of effective communication in cultural context.

2800209* กฎหมายและจริยธรรมสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร 3(3-0-6)

Law and Ethics for Communication Professionals

LAW/ETHICS COMM

เงื่อนไขรายวิชา : -

หลักการพื้นฐานและแนวปฏิบัติทางกฎหมายและจริยธรรมสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพด้านการสื่อสาร ความแตกต่างระหว่างกฎหมายและจริยธรรม กระบวนการตัดสินใจในด้านจริยธรรม ประเด็นทางกฎหมายและจริยธรรมในการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา วารสารศาสตร์ วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล กรอบจริยธรรมสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพด้านการสื่อสาร ความรับผิดชอบทางจริยธรรมของผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร

Fundamental principles and practices of law and ethics for communication professionals; differences between law and ethics; ethical decision-making process; legal and ethical issues in public relations, advertising, journalism, broadcasting, and digital media; ethical frameworks for communication professionals; ethical responsibilities of communication professionals.

วิชาชีพเฉพาะสาขา

2800150* การเขียนสำหรับสื่อ 3(3-0-6)

Writing for Media

WRITING MEDIA

เงื่อนไขรายวิชา : -

ความสำคัญของวารสารศาสตร์ ความหมายของข่าว คุณค่าของข่าวและการประเมิน การสร้างประเด็นเนื้อหา ทักษะการสังเกต การสัมภาษณ์ การวิจัยและการตรวจสอบ หลักการเขียนพื้นฐาน การรวบรวมและสังเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งที่หลากหลาย การประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งที่มา ทำความเข้าใจผู้ฟังและปรับแต่งข้อความ การเขียนสื่อในรูปแบบวารสารศาสตร์ (พิมพ์และออกอากาศ) การประชาสัมพันธ์ การสื่อสารองค์กร ออนไลน์ กระบวนการเขียน ประกอบด้วย การเขียน วิจัย เรียบเรียงและแก้ไข จรรยาบรรณและมาตรฐานวิชาชีพในการเขียนสื่อ การรู้เท่าทันสื่อ งานเขียนทั่วไปสำหรับมืออาชีพด้านการสื่อสาร

Importance of journalism; defining what is news; news value and judgement; generating story ideas; observation, interview, research, and verification skills; fundamental writing principles; gather and synthesize information from different sources; evaluating credibility of sources; understanding the audience and tailoring the message; different forms of media writing including journalism (print and broadcast), public relations, corporate communication, and online; the writing process including writing, critiquing, editing and revising; ethics and professional standard for media writing; media literacy; common writing tasks for communication professionals.

2800151* การพูดในที่สาธารณะและทักษะการนำเสนอ 3(2-2-5)

Public Speaking and Presentation Skills

PUBLIC SP/PRE

เงื่อนไขรายวิชา : -

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารด้วยคำพูดผ่านทักษะการพูดในที่สาธารณะ เทคนิคในการลดความวิตกกังวลของผู้พูดและสร้างความมั่นใจ หลักการพูดอย่างมีประสิทธิภาพสำหรับผู้ฟังในสถานที่จริง และพื้นที่เสมือนจริง พื้นฐานของการฝึกวาดศิลป์และสื่อ ทักษะการวิเคราะห์พื้นฐานของผู้ฟังและผู้ประเมิน การใช้สื่อโสตทัศนูปกรณ์ในการนำเสนอ

Introduction to speech communication through the practical skill of public speaking; techniques to lessen speaker anxiety and build confidence; principles of effective speeches for physical and virtual audiences; fundamentals of rhetoric and media training; analytical skills as an active listener and evaluator; use of visual aids in presentation.

2800250* หลักการและแนวทางปฏิบัติของการสื่อสารด้วยภาพกราฟิก 3(2-2-5)

Principles and Practices of Graphic Communication

PRIN/PRAC GRAPH CM

เงื่อนไขรายวิชา : -

การสื่อสารด้วยกราฟิก การคิดเชิงออกแบบ แนวปฏิบัติในการออกแบบ กระบวนการออกแบบ การวิเคราะห์การออกแบบ ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในเชิงภาพและในเชิงปัญญา การออกแบบตราสินค้า การออกแบบเอกลักษณ์องค์กร การออกแบบโฆษณา การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ภาพประกอบกราฟิก การออกแบบการส่งเสริมและออกอากาศ อินโฟกราฟิก การออกแบบแบรนด์

Graphic communication; design thinking; design practices; design process; design analysis; visual and intellectual unity; logo design; corporate identity design advertising design, packaging design; graphic illustration; promotion and broadcast design; infographic; brand design.

2800251* การสื่อสารผ่านเสียงและภาพ 3(2-2-5)

Audiovisual Communication

AV COMM

เงื่อนไขรายวิชา : -

หลักการสื่อสารข้อมูล ความคิด และความรู้สึกผ่านทางเสียงและภาพ องค์ประกอบและสุนทรียะทางเสียงและภาพในสื่อต่าง ๆ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเสียงและภาพในการสื่อสาร อิทธิพลของสื่อเสียงและภาพต่อการรับรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสาร การจัดองค์ประกอบทางเสียงและภาพในกระบวนการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสาร

Principles of communicating information, thoughts and feelings through sounds and images; composition and aesthetics of audio and visual communication in various media; analysis of the relationship between sound and image in communication; the influences of audio and visual media on perceptions, attitudes, and behaviours of the audience; audio and visual composition in media production process for communication.

2800252* การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจและการเจรจาต่อรอง 3(3-0-6)

Persuasive Communication and Negotiation

PERSU COMM/NEGO

เงื่อนไขรายวิชา : รายวิชาที่ต้องสอบผ่าน 2800121 Public Speaking and Presentation Skills

หลักการและทฤษฎีการโน้มน้าวใจและการเจรจาต่อรองที่ใช้เพื่อโน้มน้าวผู้อื่น ปัจจัยทางจิตวิทยาและผลกระทบต่อการโน้มน้าวใจและการเจรจาต่อรอง กลยุทธ์การสื่อสารแบบโน้มน้าวใจ เทคนิคและรูปแบบการเจรจาต่อรอง กลยุทธ์ในการรักษาความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ และความน่าเชื่อถือของข้อความ แนวคิดในการจัดการความขัดแย้ง ความท้าทายและกลยุทธ์ทั่วไป กระบวนการเจรจาสำหรับบุคคล กลุ่ม และองค์กร การเจรจาข้ามวัฒนธรรม การวิเคราะห์สื่อการสื่อสารเพื่อประเมินประสิทธิภาพของกลยุทธ์โน้มน้าวใจ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการโน้มน้าวใจ การออกแบบข้อความโน้มน้าวใจโดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่หลากหลาย ประเด็นทางจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการโน้มน้าวใจและการเจรจาต่อรอง

Principles and theories of persuasion and negotiation used to influence others; psychological factors and impact on persuasion and negotiation; persuasive communication strategies; negotiation techniques and styles; strategies to secure credibility, trust, and message believability; concept of conflict management; common challenges, and strategies; negotiation process for individuals, groups, and organizations; cross-cultural negotiations; analysis of communication materials to evaluate effectiveness of persuasive strategies; factors that influence the persuasion process; persuasive message design using various communication strategies; ethical issues related to persuasion and negotiation.

2800380* การสื่อสารและการเป็นผู้ประกอบการ 3(3-0-6)

Communication and Entrepreneurship

COMM ENTREP

เงื่อนไขรายวิชา : -

บทนำสู่โลกแห่งการประกอบการ ประกอบด้วยแนวคิดธุรกิจทั่วไปและความท้าทายที่หลากหลายที่ผู้ประกอบการเผชิญอยู่ในสาขาการสื่อสาร แนวคิดและแนวปฏิบัติโดยการคิดเชิงออกแบบ วิธีการต่าง ๆ สำหรับการเปิดตัว การจัดการ และการจัดหาเงินทุนสำหรับกิจการใหม่ ตลอดจนความเสี่ยงและข้อผิดพลาดของการเป็นผู้ประกอบการ การประยุกต์ใช้กรอบทฤษฎีเพื่อพัฒนาและดำเนินการตามแผนพื้นฐานสำหรับธุรกิจสตาร์ทอัพ

Introduction to the world of entrepreneurship including general business concepts and the wide range of challenges facing entrepreneurs in the field of communication; concepts in design thinking and practices; various methods for launching, managing and financing a new venture, as well as to the risks and pitfalls of entrepreneurship; application of theoretical frameworks for developing and implementing a basic plan for a startup business.

2800381* การจัดการและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)

Data Management and Analysis for Communication

DATA MGT/ANAL COMM

เงื่อนไขรายวิชา : -

แนวคิด เทคนิคและเครื่องมือในการจัดการและวิเคราะห์ข้อมูล วิธีการจัดเก็บและจัดการข้อมูล การวางแผน วิเคราะห์ และตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อมูล เทคนิคการสร้างภาพข้อมูลและการวิเคราะห์ปัญหาในการจัดการข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล การเปรียบเทียบระหว่างวิธีการแสดงข้อมูลแบบต่าง ๆ และ

ข้อจำกัดของโลก การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลใหม่ ๆ เพื่อแก้ไขและปรับปรุงการดำเนินธุรกิจ และการจัดการสินทรัพย์ดิจิทัลในแพลตฟอร์มต่าง ๆ

Concepts, techniques and tools of data management and analysis; means of storing and managing data; planning, analyzing and decision-making based on data; data visualisation and analysis techniques; issues in data management and data analytics; comparison between different ways of representing the data, and limitations of the mechanisms; utilization of new digital technologies for solving and improving business operations, and digital asset management in various platforms.

2800382* การพัฒนาการรณรงค์ด้านการสื่อสาร 3(3-0-6)

Communication Campaign Development

COMM CAMPAIGN DEV

เงื่อนไขรายวิชา : -

แนวคิดและกลยุทธ์ในการวางแผนและการจัดการการรณรงค์ด้านการสื่อสาร การวิจัยเพื่อพัฒนากิจกรรมรณรงค์ การระบุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ การเลือกกลุ่มเป้าหมาย วิธีสื่อสารการรณรงค์ กลยุทธ์และยุทธวิธี การเลือกช่องทางสื่อ การดำเนินการรณรงค์ เส้นเวลาและงบประมาณ การประเมินกิจกรรมรณรงค์ การวิเคราะห์กิจกรรมรณรงค์ในชีวิตจริง

Concepts and strategies of communication campaign planning and management; conducting research to develop a campaign; identifying goals and objectives; selecting target audiences; ways to communicate campaign; strategies and tactics; selecting media channels; campaign implementation; timeline and budgeting; campaign evaluations; analyzing real-life campaigns.

2800383* สัมมนาสื่อและประเด็นร่วมสมัย 3(3-0-6)

Seminar in Media and Contemporary Issues

SEM MEDIA/CONT ISS

เงื่อนไขรายวิชา : -

บทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบของสื่อในสังคม ประเด็นร่วมสมัยที่เกี่ยวข้องกับสื่อ กรอบงานในการประเมินเนื้อหาสื่อ และการเป็นตัวแทน; ปัจจัยทางสังคม ภาครัฐ และเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อสื่อ อิทธิพลของสื่อที่มีต่อสุขภาพ พฤติกรรม และทัศนคติของผู้ฟัง ความท้าทายที่สื่อสร้างขึ้น การใช้สื่อเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

Roles, functions, and responsibilities of media in society; contemporary issues related to the media; frameworks to evaluate media content; and representations; social, governmental, and economic factors that influence the media; media's influence on audiences' health, behavior, and attitudes; challenges created by the media; use of media for social responsibility addressing the Sustainable Development Goals.

2800384* การวางแผนวิชาชีพด้านการสื่อสาร 3(3-0-6)

Professional Communication Career Planning

PRO COMM PLAN

เงื่อนไขรายวิชา : -

การวางแผนพัฒนาอาชีพรายบุคคล พื้นฐานของตลาดงานและประตูสู่อาชีพในประเทศไทยและต่างประเทศ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสมัครงานและการสรรหาบุคลากร หลักการและประโยชน์ของการประเมินส่วนบุคคลและการสร้างเครือข่าย เครื่องมือและสิ่งที่จำเป็นสำหรับการสมัครงาน การแนะนำอาชีพต่าง ๆ ในด้านการสื่อสาร

Individual career development planning; fundamentals of the job market and career gateways in Thailand and overseas; introduction to the fundamentals of job application and recruitment; principles and benefits of personal assessment and networking; tools and materials necessary for job applications; introductions to various professions in the field of communication.

2800420* การฝึกงานวิชาชีพการจัดการการสื่อสาร 3(0-9-0)

Professional Internship in Communication Management

INTERN COMM MGT

เงื่อนไขรายวิชา : -

ประสบการณ์ตรงในด้านการจัดการการสื่อสาร รวมถึงการวางแผนการสื่อสาร การออกแบบการสื่อสาร และการเลือกสื่อ การประยุกต์ใช้ทฤษฎี หลักการ และวิธีปฏิบัติในการสื่อสารกับสถานการณ์การทำงานประจำวัน การพัฒนาข้อเสนอโครงการ การประเมินโครงการ

Direct experience in the field of communication management, including communication planning, communication design, and media selection; application of communication theories, principles, and practices to everyday work situations; developing project proposals; project evaluation.

2800421* โครงการปริญญานิพนธ์การจัดการการสื่อสาร 3(0-6-3)

Senior Project in Communication Management

SENIOR PROJ COMM

เงื่อนไขรายวิชา : รายวิชาที่ต้องสอบผ่าน 2800380 Communication and
Entrepreneurship

ออกแบบ พัฒนา และดำเนินโครงการในหัวข้อเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการสื่อสาร
ตามความสนใจภายใต้การดูแลของคณาจารย์ รวมทฤษฎี หลักการ และทักษะที่เรียนรู้ในห้องเรียนเข้ากับ
โครงงาน

Design, develop and execute a project on a specific topic related to
communication management, according to their interest under faculty supervision; integrate
the theories, principles, and skills learned in the classroom to the project.

วิชาเลือกเฉพาะสาขา (กลุ่มรายวิชาทั่วไป)

2800336* การจัดการการสื่อสารโครงการ 3(2-2-5)

Project Communications Management

PROJ COMM MGT

เงื่อนไขรายวิชา : -

มิติและกระบวนการจัดการการสื่อสารโครงการ การจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโครงการ
การวิเคราะห์และการเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การประเมินจุดแข็งการสื่อสาร แผนการจัดการ
การสื่อสาร เครื่องมือและเทคนิคการสื่อสารที่ช่วยปรับปรุงการสื่อสารและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน
เทคโนโลยีการสื่อสารของทีมและแนวปฏิบัติที่ดี การสื่อสารระบบการควบคุม การรายงานผลการปฏิบัติงาน
แบบฝึกหัดกรณีศึกษาในการจัดการการสื่อสารโครงการ

Project communications management dimensions and processes; project
stakeholder management; stakeholder analysis and engagement; communication strengths
inventory; communication management plan; communication tools and techniques that
improve communication and increase productivity; virtual team communications technologies
and best practices; control communications; performance reporting; case study exercises in
project communications management.

2800337* การสื่อสารสุขภาพ 3(3-0-6)
Health Communication
HEALTH COMM
เงื่อนไขรายวิชา : รายวิชาที่ต้องสอบผ่าน 2800105 Principles and Practices of Public Relations

บทบาทของการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารมวลชน วารสารศาสตร์ด้านสุขภาพ การสื่อสารองค์กร และสื่อใหม่/โซเชียลมีเดียในการสื่อสารด้านสุขภาพ การสื่อสารโดยองค์กรด้านสุขภาพที่ไม่แสวงหาผลกำไร หน่วยงานด้านสุขภาพของรัฐบาล แคมเปญการศึกษาด้านสาธารณสุข ปัญหาสุขภาพของประเทศ ประกอบด้วยความไม่เท่าเทียมกันด้านสุขภาพ ความรู้ด้านสุขภาพ ความปลอดภัยของผู้ป่วยและการปฏิบัติการดูแลสุขภาพ ความท้าทายในการสื่อสารและการประเมินปัจจัยทางสังคมของสุขภาพภายในกลุ่มประชากรต่าง ๆ การพัฒนาการรณรงค์ให้ความรู้ด้านสาธารณสุข

The roles of interpersonal communication, mass communication, health journalism, corporate communication, and new/ social media in health communication; communication by non-profit health organizations; government health agencies; public health education campaigns; national health issues including health disparities, health literacy, patient safety and healthcare reform; the challenges in communicating and assessing the social determinants of health within various populations; developing a public health education campaign.

2800397* การปฏิบัติการจัดการการสื่อสาร 3(2-2-5)
Communication Management Practicum
COMM MGT PRACTICUM
เงื่อนไขรายวิชา : รายวิชาที่ต้องสอบผ่าน 2800206 Organizational Communication and Behavior

สำรวจอาชีพต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการสื่อสาร ทฤษฎี แนวคิด และแนวปฏิบัติที่ใช้ในสภาพแวดล้อมการทำงานอย่างมืออาชีพ คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร ประสบการณ์การทำงานในกิจกรรมเฉพาะและโครงการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการสื่อสาร

Different professions related to communication management; theories, concepts, and practices used in professional workplace environments; recommendations from communication professionals; practical experience working on specific activities and projects related to communication management.

2800430* การจัดการการสื่อสารระดับโลก 3(3-0-6)
Global Communication Management
GLOBAL COMM MGT
เงื่อนไขรายวิชา : รายวิชาที่ต้องสอบผ่าน 2800105 Principles and Practices of Public Relations

แนวคิดและทักษะที่จำเป็นในการประชาสัมพันธ์ในสภาพแวดล้อมการสื่อสารระดับโลกร่วมสมัย การสร้างความตระหนักและความเข้าใจในการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมในการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ การประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กรในระบบเศรษฐกิจโลกและภูมิภาค โครงการการสื่อสารระดับโลก ซึ่งเป็นโครงการริเริ่มระดับนานาชาติที่ประสานงานระหว่างมหาวิทยาลัย 15 แห่ง ใน 15 ประเทศ การรับข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์ การพัฒนาแนวทางการแก้ปัญหาการประชาสัมพันธ์ที่สร้างสรรค์และสมจริงในรูปแบบของการนำเสนอ

Concepts and skills of public relations essentials in contemporary global communications environment; building an awareness and understanding of cross-cultural communication in international public relations; public relations and corporate communications in world economies and specific regions; Global Communication Project framework — an international initiative co-ordinated between 15 universities, across 15 countries; public relation brief; development of a creative and realistic public relation solution in the form of a presentation.

2800431* หัวข้อพิเศษด้านการจัดการการสื่อสาร 3(3-0-6)
Special Topics in Communication Management
SPE TOP MGT
เงื่อนไขรายวิชา : -

หัวข้อและประเด็นร่วมสมัยที่เกี่ยวข้องกับสาขาการจัดการการสื่อสาร การศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับปัญหาและกระบวนการในการจัดการการสื่อสารในโลกปัจจุบัน

Contemporary topics and issues related to the field of communication management; in-depth study of the problems and process in communication management in today's world.

2800496 เอกัตศึกษา 3(3-0-6)

Individual Study

INDIVIDUAL STUDY

เงื่อนไขรายวิชา : -

Student explores in- depth topics related to the field of communication management, under faculty guidance and supervision; course topic and activities will vary by term

วิชาเลือกเฉพาะสาขา (กลุ่มรายวิชาการจัดการการสื่อสารสำหรับองค์กรสื่อและการเป็นผู้ประกอบการ)

2800253* วัฒนธรรมสื่อระดับโลก 3(3-0-6)

Global Media Cultures

GLOB MEDIA CUL

เงื่อนไขรายวิชา : -

แนวคิดและทฤษฎีสำคัญเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างโลกาภิวัตน์กับสื่อ บริบททางสถาบัน และวัฒนธรรมของสื่อระดับโลก มุมมองเกี่ยวกับการเมืองของการนำเสนอภาพตัวแทน ลัทธิชาตินิยมทางวัฒนธรรม การกระจุกตัวของสื่อ และทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด สื่อมวลชนทั้งแบบดั้งเดิมและที่เกิดขึ้นใหม่ในฐานะองค์ประกอบสำคัญของการก่อตัวทางสังคมและการเมืองในระดับท้องถิ่นและระดับโลก แนวปฏิบัติของผู้ชมสื่อทั่วโลก

Key concepts and theories on the relationship between globalization and the media; institutional and cultural contexts of global media; perspectives on the politics of representation, cultural nationalism, media concentration, and technological determinism; traditional and emerging mass media as key element of local and global social and political formations; practices of global media audiences.

2800387* การตลาดขั้นสูงสำหรับสื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดีย 3(3-0-6)

Advanced Digital and Social Media Marketing

ADV DIGI/SOC MKT

เงื่อนไขรายวิชา : รายวิชาที่ต้องสอบผ่าน 2800126 Marketing Communications and Consumer Behavior

บทบาทและความสำคัญของการตลาดดิจิทัลและโซเชียลมีเดีย การตรวจติดตามโซเชียลมีเดีย ความเข้าใจในความต้องการของผู้บริโภค การระบุกลุ่มเป้าหมายและผู้มีอิทธิพล กลยุทธ์ในการสร้างผู้สนับสนุน

แบรนด์และดึงดูดผู้มีอิทธิพล การวางแผน พัฒนาและดำเนินการแคมเปญการตลาดโซเชียลมีเดีย กลยุทธ์ในการสร้างเนื้อหาโซเชียลมีเดียและพัฒนาแผนเนื้อหา เครื่องมือและการใช้งานโซเชียลมีเดียประเภทต่าง ๆ แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย รวมถึงการใช้งาน ยุทธวิธี และกลยุทธ์ การบูรณาการข้ามช่องทาง กลยุทธ์เพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้ชมและเพิ่มจำนวนผู้ชม การรับฟังและกลยุทธ์ในการติดตามช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ การวัดและวิเคราะห์ผลกระทบและประสิทธิภาพของแคมเปญการตลาดโซเชียลมีเดีย การวัดและคำนวณผลตอบแทนจากการลงทุนโซเชียลมีเดีย ประเด็นด้านจริยธรรมและกฎหมาย รวมถึงนโยบายและแนวทางปฏิบัติของโซเชียลมีเดีย

Role and Importance of digital and social media marketing; Social media audit; understanding consumers' needs, identifying target audiences, and influencers; strategies to create brand advocates and engage influencers; planning, developing and implement social media marketing campaigns; strategies to create social media content and developing a content plan; different types of social media tools and usage; social media platforms, including use, tactics, and strategies; cross- channel integration; strategies to increase audience engagement and growing audience; social listening and strategies to monitor social media channels; measuring and analyzing impact and effectiveness of social media marketing campaigns; measuring and calculating social media return on investment; ethical and legal issues, including social media policies and guidelines.

2800388* นวัตกรรมในการจัดการชื่อเสียง 3(3-0-6)

Innovations in Reputation Management

INNO REP MGT

เงื่อนไขรายวิชา : -

องค์ประกอบของการรักษาชื่อเสียงขององค์กรและแบรนด์ ความสำคัญของนวัตกรรมสื่อดิจิทัลในการจัดการชื่อเสียง การใช้โซเชียลมีเดียและความท้าทายในการรักษาภาพลักษณ์ในยุคที่เกือบทุกคนอาจโจมตีชื่อเสียงส่วนตัวหรือชื่อเสียงขององค์กรได้ แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กรและทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการภาพลักษณ์ การประยุกต์แนวคิดเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร การวิเคราะห์การสร้างภาพลักษณ์ในแต่ละองค์กร รวมทั้งแนวคิดในการสร้างเอกลักษณ์องค์กรและตราสินค้า ความเกี่ยวข้องของจริยธรรมทางธุรกิจและบทบาทของการกำกับดูแลกิจการในการพัฒนาชื่อเสียงขององค์กร

Elements of maintaining an organization and brand reputation; the importance of digital media innovation in reputation management; the use of social media and as the difficulty of maintaining one's image in an age when nearly anybody may launch a personal

or corporate reputation attack; corporate image concepts and public relations theories related to image building; the application of image building concepts in building credibility for organizations; analysis of image building in each organization, including concepts of corporate and brand identity building; relevance of business ethics and the role of corporate governance in developing corporate reputation.

2800390* กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการระดมทุนและการสนับสนุน 3(3-0-6)

Communication Strategy for Fundraising and Sponsorship

COMM STRG FUND/SPN

เงื่อนไขรายวิชา : รายวิชาที่ต้องสอบผ่าน 2800126 Marketing Communications and Consumer Behavior

บทบาทและลักษณะของการสนับสนุนและการระดมทุนสำหรับกิจกรรม บริษัท และองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร ทฤษฎี แนวคิด และคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการระดมทุนและการสนับสนุน แรงจูงใจของกลุ่มเป้าหมายในการบริจาค ตัวเลือกการระดมทุนประเภทต่าง ๆ องค์ประกอบของแผนการหาทุน กลยุทธ์ในการระดมทุนกลุ่มเป้าหมาย ผู้สนับสนุน และแหล่งเงินทุน ช่องทางการสื่อสาร เทคนิค และกลยุทธ์ที่ใช้ในการระดมทุนและรับการสนับสนุน การออกแบบแผนการระดมทุนและการสนับสนุน แนวปฏิบัติในการจัดการผู้สนับสนุน การประเมินแผนการระดมทุนและการสนับสนุน ประเด็นด้านกฎหมายและจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการระดมทุนและการสนับสนุน

Role and nature of sponsorship and fundraising for events, corporations, and non-profits; theories, concepts, and terminology related to fundraising and sponsorship; audience's motivations for donating; different types of fundraising options; elements of a fundraising plan; strategies to identify target audience, sponsors and sources of funding; communication channels, techniques, and strategies used for raising funds and getting sponsorships; designing fundraising and sponsorship plans; practices to manage sponsorships; evaluating fundraising and sponsorships plans; legal aspects and ethical issues related to fundraising and sponsorship.

2800391* การจัดการการสื่อสารแบรนด์ 3(3-0-6)

Brand Communications Management

BRAND COMM MGT

เงื่อนไขรายวิชา : -

แนวคิด ทฤษฎี กรอบการทำงาน และเครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแบรนด์ องค์ประกอบของแบรนด์ การวางตำแหน่งแบรนด์ กระบวนการสร้าง วัดผล และจัดการแบรนด์ กระบวนการสร้างแบรนด์ เครื่องมือเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณเพื่อวัดคุณค่าของแบรนด์และประสิทธิภาพของแบรนด์ กลยุทธ์ในการจัดการพอร์ตแบรนด์ การสร้างข้อความและการออกแบบของแบรนด์ การสื่อสารความหมายของแบรนด์ การขยายแบรนด์ การประเมินแนวคิดของแบรนด์ในชีวิตจริง ความท้าทายและปัญหาของการสร้างแบรนด์

Concepts, theories, frameworks, and tools related to brand management; brand elements; brand positioning; process to build, measure, and manage brand equity; process of building brands; qualitative and quantitative tools to measure brand equity and brand performance; strategies to managing brand portfolios; creating brand message and design; communicating brand meaning; brand extensions; evaluating real-life brand concepts; challenges and issues of branding.

2800392* การสื่อสารความขัดแย้งและภาวะวิกฤต 3(3-0-6)

Conflict and Crisis Communication

CONF/CRIS COMM

เงื่อนไขรายวิชา : -

ความขัดแย้งและลักษณะของวิกฤตในการจัดการการสื่อสารในองค์กร การตรวจสอบพลวัต กลยุทธ์การแทรกแซงและการรักษาสถานการณ์ความขัดแย้งและวิกฤตที่หลากหลาย แง่มุมทางทฤษฎีของการแทรกแซงและกลยุทธ์การจัดการที่อาจเกิดขึ้น เทคนิคการไกล่เกลี่ย การวิเคราะห์ปัญหาและการแก้ปัญหา รวมถึงการประชาสัมพันธ์ การจัดตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษา การป้องกันความขัดแย้งและวิกฤต ความร่วมมือกับที่ปรึกษาด้านความขัดแย้ง การจัดการกับนักเคลื่อนไหว การรณรงค์จัดการวิกฤต และการฟื้นฟูภาพลักษณ์ การจัดการปัญหาและการดำเนินการสำหรับองค์กรที่มีความเสี่ยงสูง บทบาทและหน้าที่ของสมาชิกในทีมจัดการวิกฤตแต่ละคน การวางแผนฉุกเฉิน ความเสี่ยงหรือสถานการณ์ที่อาจก่อให้เกิดวิกฤตหรือเหตุฉุกเฉิน สถานการณ์ตอบสนองฉุกเฉินที่หลากหลาย การฟื้นฟูความเชื่อมั่นในองค์กร

Conflict and crisis nature in communication management in organizations, examination of dynamics, intervention strategies and treatment for a variety of conflict and crisis situations; theoretical aspects of potential intervention and management strategies; mediation techniques; issue analysis and problem solving including public hearing, advisory committee forming, conflicts and crisis prevention, cooperation with conflict consultants, dealing with activists, crisis management campaign, and image restoration; issue management

and implementation for high risk organizations; the roles and functions of each crisis management team member; contingency planning; potential risks or situations that may precipitate a crisis or emergency; a variety of emergency response scenarios; the restoration of confidence in an organization.

2800394* การสื่อสารเพื่อสร้างประสบการณ์ของลูกค้า 3(3-0-6)

Communication for Customer Experience

COMM CUST XP

เงื่อนไขรายวิชา : รายวิชาที่ต้องสอบผ่าน 2800126 Marketing Communications and Consumer Behavior

ลักษณะสำคัญและหลักการของประสบการณ์ของลูกค้า การสร้างประสบการณ์ของลูกค้า ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสบการณ์ของลูกค้า บุคลิกของลูกค้า เครื่องมือและเทคนิคในการสร้างประสบการณ์ที่น่าดึงดูดใจของลูกค้า การวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจและอิทธิพลต่อประสบการณ์ของลูกค้า เทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพเพื่อทำความเข้าใจประสบการณ์ของลูกค้า การสร้างการสื่อสารเพื่อสร้างและปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้า ประเภทของโมเดลธุรกิจและผลกระทบต่อประสบการณ์ของลูกค้า การออกแบบข้อเสนอคุณค่า ขั้นตอนของแผนที่การเดินทางของลูกค้า การออกแบบประสบการณ์ที่ละขั้นตอน กลยุทธ์การสื่อสารและการส่งข้อความในแต่ละขั้นตอนของการเดินทางของลูกค้า การสร้างจุดสัมผัส กิจกรรมการสร้างแบรนด์และประสบการณ์ของลูกค้า กลยุทธ์ในการจัดการประสบการณ์ของลูกค้า กลยุทธ์การวัดผลและประเมินผลการจัดการประสบการณ์ลูกค้า

Key characteristics and principles of the customer experience; constructs of customer experience; factors influencing customer experience; customer persona; tools and techniques to create compelling customer experiences; research on consumer behavior and decision making process and influence on customer experience; quantitative and qualitative research techniques to understand the customer experience; creating communications to build and enhance the customer experience; types of business models and impact on customer experience; value proposition design; stages of the customer journey map; designing step-by-step experience; communication and messaging strategies during each step of the customer journey; building touchpoints; branding activities and customer experiences; strategies to manage the customer experience; measurement and evaluation strategies of customer experience management outcomes.

2800398* การวางแผนสื่อและการจัดซื้อสื่อ 3(3-0-6)

Media Planning and Media Buying

MEDIA PLAN/BUYING

เงื่อนไขรายวิชา : รายวิชาที่ต้องสอบผ่าน 2800127 Advertising and Branding

หลักการ คำศัพท์ และเครื่องมือในการวางแผนและจัดซื้อสื่อ ภูมิทัศน์ของสื่อและการตลาด การตีความงานวิจัยที่รวบรวมเพื่อทำความเข้าใจความต้องการและนิสัยของกลุ่มเป้าหมาย เครื่องมือและกลยุทธ์ที่ใช้ในการรวบรวมการวัดผลกลุ่มเป้าหมาย การระบุวัตถุประสงค์ของสื่อและการตลาดและกลุ่มเป้าหมาย ลักษณะ บทบาท และความสามารถของสื่อต่าง ๆ กลยุทธ์การวางแผนสื่อประเภทต่าง ๆ องค์ประกอบของแผนการโฆษณา งบประมาณสื่อ

Principles, terminology, and tools of media planning and buying; media and marketing landscape; interpreting syndicated research to understand audience needs and habits; tools and strategies used to gather audience measurements; identifying media and marketing objectives and target audience; characteristics, roles, and capabilities of various media platforms; different types of media planning strategies; components of a media plan; media budget.

2800455* การจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3(3-0-6)

Stakeholder Relationship Management

STAKEHOLD RLT MGT

เงื่อนไขรายวิชา : -

การสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายกลุ่มในองค์กร รัฐบาล และองค์กรภาคประชาสังคม การระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ พนักงาน ลูกค้า ผู้ถือหุ้น คู่ค้าช่องทางจำหน่าย และซัพพลายเออร์เฉพาะทาง วิธีการและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง การวิจัยและการวัดผล วิธีพัฒนาและใช้กลยุทธ์และยุทธวิธีที่สามารถเพิ่มโอกาสขององค์กรเพื่อปรับปรุงและรักษาความสัมพันธ์และชื่อเสียง แนวความคิดเกี่ยวกับอำนาจและอิทธิพล แบบจำลองและกลยุทธ์การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรวมถึงเทคนิคการจัดการความสัมพันธ์ อิทธิพลและการลอบบี้

Different stakeholder relationships in corporations, governments, and civil society organizations; identifying stakeholders including employees, customers, shareholders, channel partners, and specialized suppliers; related methodologies and technologies; research and measurements; how to develop and implement strategies and tactics that can maximize an organization's opportunities in order to improve and maintain relations and reputation;

concepts of power and influence; models and stakeholder engagement strategies including relationship management techniques; influence and lobbying.

2800422* การสื่อสารทางธุรกิจขั้นสูงและการเป็นผู้ประกอบการ 3(3-0-6)

Advanced Business Communication and Entrepreneurship

ADV BUS COMM/ENTRE

เงื่อนไขรายวิชา : -

ทักษะและความสามารถด้านเทคนิคและธุรกิจ เทคนิคการจัดการธุรกิจขั้นสูง กระบวนการและขั้นตอนสำหรับความเฉียบแหลมทางธุรกิจ ทักษะในการสื่อสารในสถานที่ทำงานเพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กรที่เพิ่มขึ้น การพัฒนาสื่อการตลาดที่เกี่ยวข้อง การตีความผลการปฏิบัติงานขององค์กร ด้วยอัตราส่วนทางการเงิน การจัดทำงบกำไรขาดทุน และงบดุล การระบุและเพิ่มประสิทธิภาพกิจกรรมเพิ่มมูลค่า การวางกลยุทธ์บนพื้นฐานของผลการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมระดับจุลภาคและมหภาค เทคโนโลยีใหม่ในธุรกิจ: กระแสเทคโนโลยีขนาดใหญ่ บิ๊กดาตา เอไอ บล็อกเชน เอ็นเอฟที การใช้เทคโนโลยีใหม่ในการจัดการห่วงโซ่อุปทาน การเงิน ฟินเทค และการสื่อสารทางธุรกิจ

Technical and business skills and competencies, advanced business management techniques, processes and procedures for sound business acumen; skills for effective workplace communication, performance and enhanced organizational productivity; developing relevant marketing material; interpreting organizational performance with financial ratios, drawing up income statements and balance sheets; identifying and optimizing value-adding activities; strategizing on the basis of the results of micro- and macro- environmental analyses; new technology in business: technological mega-trends of Big Data, AI, Blockchain, NFT; the utilization of these new technologies in supply chain management, finance, fintech and business communication.

2800423* เสวนาประเด็นร่วมสมัยในอุตสาหกรรมสื่อ 3(3-0-6)

Colloquium in Contemporary Issues in Media Industry

COLL CONT ISS MED

เงื่อนไขรายวิชา : -

การศึกษาการอภิปรายและการโต้เถียงในปัจจุบันในอุตสาหกรรมสื่อและแนวปฏิบัติในสื่อ การวิเคราะห์บทบาทและผลกระทบของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในปัจจุบันที่มีต่ออุตสาหกรรมสื่อ

สารในสื่อ และผู้ชม การใช้แนวคิดในการศึกษาสื่อและการจัดการการสื่อสารเพื่อวิเคราะห์ผลกระทบทางสังคมและเศรษฐกิจ สถานการณ์ที่ยากลำบากและแนวโน้มที่เกิดขึ้นใหม่

Examining current debates and controversies in media industry and practices; analyzing roles and impacts of today's information and communication technologies on media industry, media texts and audiences; applying concepts in media studies and communication managements to analyze socio-economic implications, dilemmas and emerging trends.

2800424* ข้อมูลเชิงลึกของลูกค้าและการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย 3(3-0-6)

Customer Insights and Target Audience Analysis

CUS IN/AUD ANLS

เงื่อนไขรายวิชา : รายวิชาที่ต้องสอบผ่าน 2800126 Marketing Communications and Consumer Behavior

แนวคิดและกรอบการทำงานที่ใช้ในการพัฒนาความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยการประเมินมูลค่ากลุ่มเป้าหมาย พฤติกรรมลูกค้า กระบวนการตัดสินใจ กระบวนการของการแบ่งกลุ่มผู้บริโภค การกำหนดเป้าหมาย และการตัดสินใจเกี่ยวกับการวางตำแหน่งสินค้า วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลประเภทต่าง ๆ เครื่องมือและกระบวนการวิเคราะห์เบื้องต้นที่ใช้ในการพัฒนาข้อมูลการแข่งขัน การวิเคราะห์ข้อมูลและการระบุข้อมูลเชิงลึก กระบวนการจัดการและเขียนรายงานวิเคราะห์ กลยุทธ์ในการนำเสนอข้อมูลเชิงลึกเชิงวิเคราะห์แก่ลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ เครื่องมือในการสร้างภาพข้อมูล

Concepts and frameworks used to develop an understanding of the target audience, including audience valuation, customer behavior, decision-making process; process of consumer segmentation, targeting, and positioning decisions; different types of data collection methods; primary analytics tools and process used to develop competitive intelligence; analyzing data and identifying insights; process of organizing and writing analytic reports; strategies to effectively presenting analytical insights to clients; tools of data visualization.

2800427* การจัดการองค์กรสื่อสร้างสรรค์และนวัตกรรม 3(3-0-6)

Managing Creative Media Enterprise and Innovation

MNG CREAT MED ENT

เงื่อนไขรายวิชา : -

แนวคิดและแนวปฏิบัติด้านนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์จากมุมมองของการจัดการการสื่อสาร วิเคราะห์วิธีที่องค์กรสื่อสาร สร้าง ทำการค้า และสร้างมูลค่าจากผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นนวัตกรรมใหม่ การตรวจสอบปัญหาขององค์กรรวมถึงการจัดการความคิดสร้างสรรค์และบริหารทีม เทคนิคการระดมทุนสำหรับผู้ประกอบการ และการต้านทานนวัตกรรม

Concepts and practice of innovation and creativity from the perspective of communication management; analyzing how media organizations create, commercialize and capture value from innovative products and services; examining the organizational issues including management of creativity and teams, funding techniques for entrepreneurship, and resistance to innovation.

วิชาเลือกเฉพาะสาขา (กลุ่มรายวิชานวัตกรรมการสื่อสารสำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์)

2800254* การผลิตวารสารและสื่อสารสนเทศบนแพลตฟอร์มดิจิทัล 3(2-2-5)

Production of Journalism and Information Media on Digital Platforms

PROD JR/INFO DIGIT

เงื่อนไขรายวิชา : -

เทคนิคและแนวคิดสำหรับการทำข่าวและการผลิตข้อมูลบนแพลตฟอร์มดิจิทัล กระบวนการคิดเชิงออกแบบและวิจัยข้อมูลเพื่อสร้างเนื้อหาและสื่อสร้างสรรค์ การใช้เครื่องมือในการผลิตสื่อโดยเน้นที่การโต้ตอบกับผู้ใช้งาน การประเมินและคัดเลือกวิธีการที่เหมาะสมสำหรับการผลิตและเผยแพร่สื่อบนแพลตฟอร์มดิจิทัล การตรวจสอบข้อเท็จจริงผ่านแพลตฟอร์มสื่อดิจิทัล การรายงานด้วยจรรยาบรรณวิชาชีพและความรับผิดชอบต่อสังคม

Techniques and concepts for journalism and information production on digital platforms; process of design thinking and data research to create content and creative media; using media production tools with an emphasis on user interaction; evaluation and selection of proper methods for media production and distribution on digital platforms; fact checking via digital media platforms; reporting with professional ethics and social responsibilities.

2800331* การเขียนบทเพื่อภาพยนตร์ โทรทัศน์ และสื่อใหม่ 3(2-2-5)

Scriptwriting for Film, Television, and New Media

SCRIPT FILM TV MED

เงื่อนไขรายวิชา : -

แนวคิดการเขียนบท การสร้างและพัฒนาแนวความคิด การเขียนโครงเรื่องขยาย กระบวนการร่างบท เรื่องราว ประเภทของโครงเรื่องและโครงสร้างของโครงเรื่อง ต้นแบบของตัวละครและการพัฒนาตัวละคร การพัฒนาของตัวละคร การสร้างฉาก บทสนทนา การระบุความขัดแย้ง รูปแบบการเขียนบท การนำเสนอแนวความคิด กระบวนการเขียนใหม่และแก้ไข การปรับองค์ประกอบและรูปแบบการเขียนบท สำหรับสื่อต่าง ๆ การวิเคราะห์บทต่าง ๆ

Scriptwriting concepts; generating and developing ideas; creating the treatment; script outlining process; story; types of plots and plot structures; character archetypes and character development; character arcs; creating the scene; dialogue; identifying conflict; scripting format; pitching ideas; rewriting and editing process; adapting scriptwriting elements and styles for different platforms; analysis of scripts.

2800332* เสียงและดนตรีสำหรับสื่อ 3(1-4-4)

Sound and Music for Media

SOUND/MUS MEDIA

เงื่อนไขรายวิชา : -

ประวัติและหลักการสร้างสรรค์เสียงและดนตรีสำหรับสื่อ การออกแบบเสียงและการบันทึกเสียงและการผลิตสำหรับอุตสาหกรรมกิจการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ ละครเวที เกม และอิมเมอร์ซีฟ การพัฒนาและการประยุกต์ใช้ทักษะเฉพาะทางด้านเทคนิคและความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตเสียงและดนตรี การทำงานร่วมกันภายในโครงการสหวิทยาการที่จำลองแบบการปฏิบัติวิชาชีพในอุตสาหกรรมสื่อ

History and principles of sound and music creation for media; sound design and studio recording and production for the broadcast, film, theatre, games and immersive experience industries; development and application of specialist technical and creative skills in sound and music production; collaborative work within interdisciplinary projects modelled on professional practice in the media industry.

2800333* การสื่อสารด้วยกราฟิกเคลื่อนไหว 3(2-2-5)

Motion Graphic Communication

MOTION GRAPH COMM

เงื่อนไขรายวิชา : -

หลักการสื่อสารแนวความคิดผ่านกราฟิกเคลื่อนไหว คำโครงและองค์ประกอบ การออกแบบ มัลติมีเดีย แอนิเมชัน การแก้ไขกราฟิก การบรรยายด้วยภาพ การจัดองค์ประกอบภาพ การกำหนดตำแหน่ง

การสร้างภาพเคลื่อนไหว สตอรี่บอร์ดเรื่องราวการเคลื่อนไหว การเพิ่มเสียงประกอบ การออกแบบส่วนต่อประสานกับผู้ใช้ ประสบการณ์ผู้ใช้งาน พื้นที่สามมิติและการจัดองค์ประกอบ การใช้เทคนิคภาพยนตร์ในรูปแบบใหม่

Principles of communicating ideas through motion graphics; layout and composition; multimedia design; animation; graphic editing; visual narrative; compositing; keyframe animation; motion storyboard; audio integration; user interface design; user experiences; 3-D space and compositing; applying cinematic techniques in innovative ways.

2800334* ภาพนิ่งและการสื่อสารด้วยภาพ 3(1-4-4)

Still Media and Visual Communication

STILL MED/VIS COMM

เงื่อนไขรายวิชา : -

หลักการและแนวทางปฏิบัติของการออกแบบกราฟิก การจัดตัวอักษรเพื่อการสื่อสาร การออกแบบภาพประกอบ การถ่ายภาพและการสร้างสรรค์ภาพเวกเตอร์สำหรับสื่อทั้งแบบเก่าและแบบใหม่ โครงงานออกแบบที่ขับเคลื่อนโดยลูกค้าสำหรับแพลตฟอร์มการพิมพ์ ออนไลน์ มือถือ และแพลตฟอร์มที่เกิดขึ้นใหม่ ทักษะทางวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับการทำงานกับลูกค้า การตอบสนองต่อโจทย์การทำงาน และพัฒนากลยุทธ์ด้านภาพ แพลตฟอร์มดิจิทัลที่เกิดขึ้นใหม่และบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปสำหรับการออกแบบการสื่อสารด้วยภาพทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ

Principles and practices of graphic design, typography, and illustration; photography and vector-based imaging for both traditional and new media; client-driven design projects for print, online, mobile, and emerging platforms; professional skills involved in working with clients, responding to briefs, and developing visual strategy; emerging digital platforms and the changing context for visual communication design, both in Thailand and internationally.

2800335* การสื่อสารแบรนด์ลักซูรี 3(3-0-6)

Luxury Brand Communications

LUX BRAND COMM

เงื่อนไขรายวิชา : รายวิชาที่ต้องสอบผ่าน 2800126 Marketing Communications and Consumer Behavior

แง่มุมทางทฤษฎีของการสื่อสารแบรนด์ลักซูรี ศึกษาแนวคิดหลักของความหรูหราผ่านมุมมองเชิงสังคมศาสตร์ การตลาด และการสื่อสาร แนวทางปฏิบัติของธุรกิจลักซูรีผ่านกรณีศึกษาและการทำงานภาคสนาม

Theoretical aspects of luxury brand communications; study of the key concepts of luxury through the lens of social sciences, marketing, and communications; practical approach of luxury business through case studies and fieldwork.

2800338* การเล่าเรื่องด้วยกราฟิก 3(2-2-5)

Graphic Narrative

GRAPH NARRATIVE

เงื่อนไขรายวิชา : -

หลักการและแนวปฏิบัติของการจัดองค์ประกอบการเล่าเรื่องด้วยภาพกราฟิก คุณสมบัติการ์ตูนและมังงะ รายละเอียดเฉพาะและความน่าดึงดูดใจของรูปแบบศิลปะทั้งในฐานะเครื่องมือซอฟต์แวร์ระดับโลกและการแสดงออกที่ต่อต้านวัฒนธรรม การวิเคราะห์และการผลิตที่สำคัญของข้อความกราฟิกหลากหลายชั้นเพื่อส่งเสริมการรู้หนังสือ การสื่อสารและการเล่าเรื่องหลายรูปแบบ การสำรวจพลวัตข้อความและภาพ การกำหนดพื้นที่ข้อความ และความสามัคคีของภาพสัญลักษณ์ เทคนิคการพิมพ์ เว็บบตูนและการ์ตูนดิจิทัล การเล่าเรื่องที่ไม่เป็นเส้นตรงและการเล่าเรื่องเชิงทดลอง แนวโน้มและสาขาที่เพิ่มขึ้นของกราฟิกที่ไม่ใช่นิยาย ประกอบด้วยบันทึกความทรงจำ วารสารศาสตร์การ์ตูน และเวชศาสตร์ภาพกราฟิก

Principles and practices of graphic narrative composition; comics and manga features; medium specificity, and appeal of the artform both as a global soft power tool and a countercultural expression; critical analysis and production of multi-layered graphic texts to enhance multimodal literacy, communication and storytelling; exploring text-image dynamic, text spatialization and iconic solidarity; printing techniques; webtoons and digital comics; non-linear and experimental narratives; trends and growing field of graphic non-fiction including graphic memoirs, comics journalism, and graphic medicine.

2800339* การออกแบบและการผลิตประสบการณ์ในงานอีเวนต์ 3(2-2-5)

Event Experience Design and Production

EVENT XP DES/PRO

เงื่อนไขรายวิชา : -

แง่มุมทางทฤษฎีของอุตสาหกรรมการแสดงสดและอีเวนต์ ได้แก่อิทธิพลทางวัฒนธรรม เหตุการณ์สำคัญทางประวัติศาสตร์ และบริบททางสังคมวัฒนธรรม การออกแบบประสบการณ์งานอีเวนต์และ การกำกับเชิงสร้างสรรค์ในหลากหลายแพลตฟอร์มสด คืองานองค์กร เทศกาล งานส่งเสริมการขาย งานการ กุศล การศึกษา และงานบันเทิง บทบาทและความรับผิดชอบในการผลิตงานอีเวนต์ แนวทางการผลิตที่เป็น มิตรต่อสิ่งแวดล้อม

Theoretical aspects of the live event industry including cultural influences, historical moments, and sociocultural context; event experience design and creative direction across a broad range of live platforms, including corporate, festivals, promotional, charitable, educational, and entertainment events; roles and responsibilities in event production; environmentally friendly approaches to production.

2800386* การเล่าเรื่องแบบดิจิทัล 3(2-2-5)

Digital Storytelling

DIGI STORYTELL

เงื่อนไขรายวิชา : -

พื้นฐานขององค์ประกอบการเล่าเรื่องสำหรับสื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดีย การพัฒนาทักษะใน การใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อพัฒนาการเล่าเรื่องดิจิทัลที่หลากหลายตั้งแต่ภาพและเสียงไปจนถึงเชิงข้อมูลและการ เล่าเรื่องแบบโต้ตอบ การวิเคราะห์แนวปฏิบัติที่ดีที่สุดสำหรับการเล่าเรื่องดิจิทัล หลักการเล่าเรื่อง มิติหลาย รูปแบบ และแพลตฟอร์มการเผยแพร่

The fundamentals of storytelling and narrative elements for digital and social media; fostering skills in the use of digital tools to develop a wide variety of digital narratives from audio-visual to data-oriented, and to interactive storytelling; analyzing best practices for digital storytelling, the narrative conventions, multimodal dimensions, and publishing platform.

2800396* การสื่อสารดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ 3(3-0-6)

Digital Communication and Social Media

DIGI COMM/SOC MED

เงื่อนไขรายวิชา : -

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ในฐานะอุตสาหกรรมและเป็นศูนย์กลางในการทำ ความ เข้าใจการเมืองวัฒนธรรมในชีวิตประจำวัน การแบ่งปันและการมองเห็นในโซเชียลมีเดีย การใช้เครื่องมือ

โซเชี่ยลมีเดียเพื่อสำรวจแนวคิดของหลักสูตรและเนื้อหาเชิงทฤษฎี รูปแบบใหม่ของการสื่อสารมวลชน การสื่อสาร และการเป็นพลเมือง ความเชื่อมโยงระหว่างโซเชี่ยลมีเดียกับปรากฏการณ์ทางดิจิทัลอื่น ๆ รวมถึงอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง บิ๊กดาต้า และการหลอมรวมสื่อ พัฒนาความสามารถในการวิเคราะห์และพัฒนาแนวทางแก้ไขปัญหาโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและโซเชี่ยลมีเดีย

Concepts of social media as industries and as central sites for understanding the cultural politics of everyday life; sharing and visibility in social media; using social media tools to explore course concepts and theoretical materials; new forms of journalism, communication and citizenship; connections between social media and other digital phenomena including the internet of things, Big Data, and media convergence; developing an ability to analyse and develop solutions to problems using digital and social media technologies.

2800425* การผลิตสื่ออิมเมอร์ซีฟ 3(2-2-5)

Immersive Media Production

IMMERS MED PRODE

เงื่อนไขรายวิชา : -

การสำรวจข้อควรพิจารณาทางเทคนิคและศิลปะในการผลิตสื่ออิมเมอร์ซีฟในสถานการณ์สมมติและในสถานการณ์จริง การใช้เครื่องมือในการผลิตและการจัดการองค์ประกอบสื่ออิมเมอร์ซีฟ การวิเคราะห์และไตร่ตรองถึงเทคโนโลยีและแนวทางปฏิบัติที่มีอยู่สำหรับการผลิตสื่ออิมเมอร์ซีฟ

Exploring the technical and artistic considerations in media production for immersive environments in a range of hypothetical and real-world scenarios; using tools for the production and handling of immersive media elements; analyzing and reflecting over existing technologies and practices for immersive media production.

2800428* การจัดการสื่อการแสดงและสื่อบันเทิง 3(2-2-5)

Entertainment and Performing Arts Management

ENT/PA MGT

เงื่อนไขรายวิชา : -

อุตสาหกรรมบันเทิงและศิลปะการแสดงร่วมสมัยระดับโลก การจัดการสื่อบันเทิงและสื่อการแสดง ได้แก่ บริษัทบันเทิงเชิงพาณิชย์ที่แสวงหาผลกำไร และองค์กรศิลปะและวัฒนธรรมที่ไม่แสวงหาผลกำไร การเป็นตัวแทนและการจัดการศิลปิน กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสื่อบันเทิงและการบริหารจัดการศิลปะ การ

ส่งเสริมการขายสื่อบันเทิงและการสร้างแบรนด์ การระดมทุน ลิขสิทธิ์และเครื่องหมายการค้า การจำหน่ายตั๋ว
ชมสื่อการแสดงและการจัดการสถานที่ การเผยแพร่สื่อการแสดงในพื้นที่ต่าง ๆ การวางแผนและการผลิต
โครงการสื่อบันเทิงและสื่อการแสดง

Contemporary global entertainment and performing arts industries;
management of entertainment and performing arts, from for-profit commercial entertainment
companies to non-profit arts and culture organizations; artist representation and management;
law for entertainment and arts management; entertainment promotion and branding;
fundraising; copyrights and trademarks; box office and venue management; performing arts
touring; planning and producing entertainment and performing arts projects.

2800429* การกำกับศิลป์เพื่ออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 3(2-2-5)

Art Direction for the Creative Industries

ART DI CREAT ID

เงื่อนไขรายวิชา : -

ประวัติของภาพและพัฒนาการทางศิลปะ แก่นเรื่องและการสร้างภาพข้อมูล ไดอารี่ภาพ
สุนทรียศาสตร์ของการสื่อสารด้วยภาพ รายละเอียดของบท กระดานแสดงผลการค้นคว้า ภาพประกอบ
แนวความคิด ภาพวาด แบบจำลองการกำกับศิลป์ การออกแบบการผลิต

Visual history and development of art direction; story theme and visualization;
visual diary; aesthetics of visual communication; script breakdowns; visual research boards;
conceptual illustrations; working drawings; art direction models; production design.