



หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการสื่อสาร
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567

คณะนิเทศศาสตร์
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการสื่อสาร
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา
คณะ/ วิทยาลัย

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
นิเทศศาสตร์

ส่วนที่ 1 ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

1. รหัสและชื่อหลักสูตร

รหัสหลักสูตร : 25622501100031
ภาษาไทย : หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการสื่อสาร
ภาษาอังกฤษ : Master of Communication Arts Program in Communication
Innovation Management

2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ภาษาไทย (ชื่อเต็ม) : นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการนวัตกรรมการสื่อสาร)
(อักษรย่อ) : นศ.ม. (การจัดการนวัตกรรมการสื่อสาร)
ภาษาอังกฤษ (ชื่อเต็ม) : Master of Communication Arts (Communication
Innovation Management)
(อักษรย่อ) : M.Com.Arts (Communication Innovation Management)

3. วิชาเอก (ถ้ามี)

ไม่มี

4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

36 หน่วยกิต

5. รูปแบบของหลักสูตร

5.1 รูปแบบ

เป็นหลักสูตรระดับปริญญาโท หลักสูตร 2 ปี มีระยะเวลาการศึกษาสูงสุดตามประกาศของสถาบัน

5.2 แผนของหลักสูตร

☒ แผน 1 แบบวิชาการ ☒ แผน 2 แบบวิชาชีพ

5.3 ภาษาที่ใช้

หลักสูตรจัดการเรียนการสอนเป็นภาษาไทย และ/หรือภาษาอังกฤษ

5.4 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น

ไม่มี

5.5 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

- ☒ 1 ปริญญา ☐ 2 ปริญญา ☐ 3 ปริญญา
☐ 4 ปริญญา ☐ ปริญญา 2 ระดับ (โท-เอก) ☐ พหุปริญญา

6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

- ☒ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567
กำหนดเปิดสอนภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2567
ปรับปรุงจากหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงนวัตกรรมเพื่อองค์กรสมัยใหม่
หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2562
- ☒ คณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร เห็นชอบในการประชุมหลักสูตรครั้งที่ 1/2566
เมื่อวันที่ 18 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2566
- ☒ คณะกรรมการวิชาการสถาบัน เห็นชอบให้นำเสนอหลักสูตรต่อสภาสถาบัน
ในการประชุมครั้งที่ 5/2566 เมื่อวันที่ 15 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2566
- ☒ ได้รับอนุมัติหลักสูตรจากสภาสถาบัน ในการประชุมครั้งที่ 5/2566
เมื่อวันที่ 26 เดือน กันยายน พ.ศ. 2566

7. สถานที่จัดการเรียนการสอน

- ☒ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

Media Business Management

1. ผู้บริหารองค์กรด้านสื่อ
2. ผู้ประกอบการสื่อ
3. ผู้ผลิตเนื้อหาออนไลน์
4. ผู้ผลิตเนื้อหาข้ามสื่อ
5. นักขับเคลื่อนสังคม

Corporate and Brand Communication Management

1. ผู้บริหารงานสื่อสารองค์กรและแบรนด์
2. นักวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารองค์กรและแบรนด์
3. นักธุรกิจเพื่อสังคม
4. เจ้าของกิจการ / ธุรกิจ

Applied Data Analytics Management

1. ผู้บริหารงานด้านข้อมูลการสื่อสาร
2. ผู้ประกอบการบริษัทที่ปรึกษาด้านการใช้ข้อมูลเพื่อการสื่อสาร
3. นักวิเคราะห์ด้านการสื่อสาร
4. ผู้ทำงานด้านนวัตกรรมการสื่อสาร
5. นักวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 2 ปรัชญา วัตถุประสงค์ และผลลัพธ์การเรียนรู้

1. ปรัชญาการจัดการศึกษา

จากทิศทางนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนากำลังคนของประเทศ และปรัชญาการศึกษาของสถาบันอุดมศึกษา รวมถึงมาตรฐานวิชาการและวิชาชีพที่เป็นสากลในการผลิตบัณฑิตระดับอุดมศึกษา โดยเชื่อว่ากำลังคนที่มีคุณภาพ ต้องเป็นบุคคลที่มีจิตสำนึกของความเป็นพลเมืองดีที่สร้างสรรค์ประโยชน์ต่อสังคม และมีศักยภาพในการพึ่งพาตนเองบนฐานภูมิปัญญาไทยภายใต้กรอบศีลธรรมจรรยาอันดีงาม เพื่อนำพาประเทศสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและทัดเทียมมาตรฐานสากล ตามพันธกิจหลักและยุทธศาสตร์ของสถาบันที่สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของผู้เรียนและผู้มีส่วนได้เสีย

หลักสูตรมุ่งให้การผลิตมหาบัณฑิตมีความสัมพันธ์สอดคล้องกับปรัชญาการอุดมศึกษาโดยทางสถาบันได้กำหนดปรัชญาการศึกษา ไว้ว่า “การเรียนรู้จากประสบการณ์จริง (Work-based Education: WBE)” โดยการจัดการเรียนการสอนของทุกหลักสูตรในสถาบันจะดำเนินการในรูปแบบ Work-based Education Model (WBE Model) โดยการจัดการเรียนการสอนในรูปแบบ WBE Model ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบสำคัญ คือ

1. การสอนโดยมืออาชีพ (Work-based Teaching: WBT) เป็นการเรียนการสอนภาคทฤษฎีโดยคณาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิตรงตามหลักหลักสูตรกำหนด โดยมีส่วนร่วมหรือวิทยากรพิเศษจากองค์กรชั้นนำและมีความโดดเด่นในเรื่องการเรียนการสอน มาร่วมสอนในลักษณะกรณีศึกษาจริง (Real Case Study) ที่ถ่ายทอด วิเคราะห์ และฝึกปฏิบัติโดยเจ้าของกรณีศึกษาเอง ทำให้นักศึกษาได้เรียนรู้ทฤษฎีควบคู่กับภาคปฏิบัติ มีการวิเคราะห์และประยุกต์ใช้กรณีศึกษาในสถานการณ์ที่เทียบเคียงกันได้ตั้งแต่ในห้องเรียน เป็นการเตรียมความพร้อมก่อนไปฝึกปฏิบัติในขั้นที่ 2 คือ WBL

2. การเรียนรู้โดยการลงมือปฏิบัติจริง (Work-based Learning: WBL) เป็นการเรียนรู้โดยการลงมือปฏิบัติงานจริงอย่างมีแบบแผนรองรับ กล่าวคือ การจัดทำโปรแกรม ฝึก และมีการติดตามประเมินอย่างเป็นระบบในองค์กร

การจัดการเรียนการสอนจะมีการสลับกันระหว่างการเรียนรู้ในห้องเรียนกับการฝึกปฏิบัติงานตามโจทย์ที่กำหนดให้อย่างต่อเนื่องรวม 4 - 8 ครั้ง ตามความเหมาะสมของหลักสูตร และออกแบบสอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการเพื่อทำให้มีการบูรณาการระหว่างภาคทฤษฎีกับภาคปฏิบัติอย่างแท้จริง

ในกระบวนการจัดการเรียนการสอนรูปแบบ Work-based Education Model นี้ นักศึกษาสามารถเรียนรู้เพิ่มเติมในสถานประกอบการจริงในโจทย์เดิมหรือศึกษาร่วมกับนักศึกษา คณาจารย์ข้ามสาขาวิชาจนได้ข้อสรุปเป็นโครงการ รวมทั้งสร้างเป็นนวัตกรรมเพื่อเข้าสู่เวทีประกวดในระดับสถาบันและกลุ่มธุรกิจเพื่อสร้างความรู้ใหม่กลับไปสู่องค์กรได้อีกด้วย

3. การศึกษางานวิจัยจากปัญหาวิจัยจริง (Work-based Researching and Innovation: WBR) เป็นการศึกษาวิจัยของคณาจารย์จากปัญหาจริงในองค์กรที่พร้อมนำผลวิจัยไปใช้ในทางปฏิบัติได้โดยตรง และสามารถนำมาถ่ายทอดองค์ความรู้สู่การเรียนการสอนในห้องเรียน ทำให้นักศึกษาได้รับประสบการณ์ตรงและเรียนรู้ในเรื่องของการทำวิจัยที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์สร้างเป็นนวัตกรรมและช่วยแก้ปัญหาต่อองค์กรได้จริง เมื่อนักศึกษาได้ไปฝึกปฏิบัติงานตามโจทย์ต่าง ๆ ในภาคธุรกิจที่มีความแตกต่างกันไป ก็ทำให้อาจารย์ผู้สอนจำเป็นต้องเพิ่มพูนความรู้ของตนเองอยู่เสมอในทุกภาคการศึกษา ซึ่งกระบวนการนี้เสมือนเป็นแรงผลักดันให้เกิดการพัฒนาตนเองของอาจารย์เพื่อตอบคำถาม ช่วยแก้ปัญหาและกระตุ้นแนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมให้แก่นักศึกษาควบคู่กันไปด้วย

4. มหาวิทยาลัยแห่งการสร้างเครือข่าย (Networking University) การเป็นมหาวิทยาลัยแห่งการสร้างเครือข่ายเป็นพลังเสริมที่สำคัญที่ทำให้การจัดการเรียนการสอนแบบ WBE ประสบความสำเร็จ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์จึงมุ่งสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการทั้งกับภาคธุรกิจและภาคการศึกษา ทั้งในประเทศและ

ต่างประเทศ เพื่อร่วมเป็นพลังเสริมและสนับสนุนในการจัดการเรียนการสอน โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ เครือข่ายภาคการศึกษา (Education Network) และเครือข่ายภาคธุรกิจ (Business Network) ทั้งนี้ ทั้ง 2 กลุ่มนั้น ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการถ่ายทอดองค์ความรู้ สร้างประสบการณ์ การเรียนรู้ และเป็นแหล่งเรียนรู้ให้กับนักศึกษา

ทั้งนี้ PIM Work-based Education (WBE) ข้างต้นนี้ได้รับการรับรองลิขสิทธิ์ เลขที่ ว 38214 โดยให้ไว้ ณ วันที่ 25 ธันวาคม 2558 จากกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์

ปรัชญาของหลักสูตร

เพื่อให้สอดคล้องกับปรัชญาของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ว่า “การศึกษาคือบ่อเกิดแห่งภูมิปัญญา” และสอดคล้องกับปรัชญาของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ภายใต้หลักธรรมาภิบาล Sustainability and Good Governance หลักสูตรจึงได้มุ่งเน้นทางด้านการสร้าง “นักสื่อสารที่มีจริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ ตอบโจทย์ธุรกิจและสังคม” ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับนักสื่อสาร ไม่เพียงเฉพาะอาชีพสื่อมวลชนเท่านั้น ดังนั้น การคำนึงถึงจริยธรรมในการสื่อสารในทุกกระบวนการของการสื่อสาร จึงเป็นสิ่งที่หลักสูตรฯ เน้นย้ำ โดยกำหนดเป็นผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร และสอดแทรกอยู่ในรายวิชาต่าง ๆ ผ่านรูปแบบการเรียนการสอนแบบ Work-based Researching เพื่อผลิตนักสื่อสารที่สามารถจัดการการสื่อสารหรือสร้างสรรค์นวัตกรรมการสื่อสารโดยผ่านกระบวนการวิจัยจากโจทย์การทำงานจริงขององค์กร ซึ่งนวัตกรรมการสื่อสารคือการสร้างรูปแบบใหม่ วิธีการใหม่ในการสื่อสารที่ยังไม่เคยใช้มาก่อน นำมาประยุกต์ร่วมกับเทคโนโลยีการสื่อสารให้เข้ากับบริบททางการสื่อสาร เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร สังคม ฯลฯ

2. วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

เพื่อผลิตมหาบัณฑิตที่สามารถบูรณาการทฤษฎีการสื่อสารเพื่อสร้างนวัตกรรมการสื่อสารที่สามารถนำไปใช้แก้ปัญหาและพัฒนาองค์กร ธุรกิจ หรือ สังคมได้ ออกแบบการวิจัย วิธีการ กระบวนการ และกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อตอบโจทย์ด้านการสื่อสาร รวมถึงสร้างนวัตกรรมการสื่อสารที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร ธุรกิจ หรือ สังคมได้ โดยเป็นนักสื่อสารที่ใช้หลักจริยธรรมและจรรยาบรรณทางวิชาชีพ และแสดงออกถึงพฤติกรรมตามทักษะภาวะผู้นำด้านการสื่อสาร เพื่อการบริหารจัดการหน่วยงานหรือองค์กร

3. ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs)

แผน 1 แบบวิชาการ

PLO1 บูรณาการองค์ความรู้ด้านการสื่อสารเพื่อสร้างนวัตกรรมการสื่อสารที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนางานวิชาการ หรืองานวิจัย

PLO2 ออกแบบการวิจัย วิธีการ กระบวนการ และกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อตอบโจทย์ด้านการจัดการสื่อสาร

PLO3 สร้างนวัตกรรมการสื่อสารที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงวิชาการ

PLO4 เป็นนักสื่อสารที่ใช้หลักจริยธรรมและจรรยาบรรณทางวิชาชีพ

PLO5 แสดงออกถึงพฤติกรรมตามทักษะภาวะผู้นำด้านการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการ

แผน 2 แบบวิชาชีพ

PLO1 บูรณาการองค์ความรู้ด้านการสื่อสารเพื่อสร้างนวัตกรรมการสื่อสารที่สามารถนำไปใช้บริหารจัดการองค์กร ธุรกิจ หรือสังคมได้

PLO2 ประยุกต์กระบวนการวิจัย วิธีการ กระบวนการ และกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อตอบโจทย์ด้านการจัดการสื่อสารขององค์กร ธุรกิจ หรือสังคม

PLO3 สร้างนวัตกรรมการสื่อสารที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร ธุรกิจ หรือสังคมได้

PLO4 เป็นนักสื่อสารที่ใช้หลักจริยธรรมและจรรยาบรรณทางวิชาชีพ

PLO5 แสดงออกถึงพฤติกรรมตามทักษะภาวะผู้นำด้านการสื่อสาร เพื่อการบริหารจัดการหน่วยงาน
หรือองค์กร

ส่วนที่ 4 โครงสร้างหลักสูตร รายวิชาและหน่วยกิต

1. โครงสร้างหลักสูตร

1.1 หลักสูตร

1.1.1 จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร 36 หน่วยกิต

1.1.2 โครงสร้างหลักสูตร

รายการ	จำนวนหน่วยกิต		
	แผน 1 แบบวิชาการ (นค.)		แผน 2 แบบวิชาชีพ (นค.)
	แผน 1 (วิทยานิพนธ์)	แผน 1 (วิทยานิพนธ์+รายวิชา)	
1) กลุ่มวิชาปรับพื้นฐาน (ถ้ามี) *	ไม่นับหน่วยกิต	ไม่นับหน่วยกิต	ไม่นับหน่วยกิต
2) กลุ่มวิชาบังคับ	-	15	15
3) กลุ่มวิชาเลือก	-	9	15
4) วิทยานิพนธ์	36	12	-
5) การค้นคว้าอิสระ	-	-	6
รวมจำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตร	36	36	36

5) ลำดับที่ 6 และ 7 หมายถึง ตัวเลขระบุลำดับรายวิชา

01 หมายถึง รายวิชาลำดับที่ 1

(ลำดับที่ 01-50 รายวิชา “บรรยายหรือทฤษฎี/ปฏิบัติ/
โครงการ/การศึกษาค้นคว้าอิสระ/วิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์”)

51 หมายถึง รายวิชาลำดับที่ 51

(ลำดับที่ 51 เป็นต้นไป รายวิชา “การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้าน...”)

รายวิชา

1) กลุ่มวิชาปรับพื้นฐาน ไม่นับหน่วยกิต

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	วิชาบังคับก่อน
1770701	ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสาร (Introduction to Communication)	2(2-0-4)* ไม่นับหน่วยกิต	-

หมายเหตุ

* สำหรับนักศึกษาที่มีได้จบการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร และคณะกรรมการบริหารหลักสูตรพิจารณาแล้วเห็นว่าควรศึกษารายวิชานี้

2) กลุ่มวิชาบังคับ จำนวน 15 หน่วยกิต

สำหรับนักศึกษา แผน 1 แบบวิชาการ และแผน 2 แบบวิชาชีพ ต้องศึกษารายวิชา ดังต่อไปนี้

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	วิชาบังคับก่อน
1772701	ทฤษฎีการสื่อสารและนวัตกรรม (Theories of Communication and Innovation)	3(3-0-6)	-
1772702	การวิจัยสำหรับนวัตกรรมการสื่อสาร (Research for Communication Innovation)	3(3-0-6)	-
1772703	การสื่อสารเพื่อความยั่งยืนองค์กร (Communication for Corporate Sustainability)	3(3-0-6)	-
1772704	การประยุกต์นวัตกรรมด้านเครื่องมือการสื่อสาร (Application of Innovation of Communication Tools)	3(3-0-6)	-
1772705	ภาวะผู้นำและการจัดการองค์กร (Leadership and Corporate Management)	3(3-0-6)	-

3) กลุ่มวิชาเลือก แบ่งเป็น 3 กลุ่มวิชาเลือก สำหรับนักศึกษา แผน 1 แบบวิชาการ (ศึกษารายวิชาและวิทยานิพนธ์) โดยต้องศึกษารายวิชาเลือก จำนวน 3 รายวิชา 9 หน่วยกิต และแผน 2 แบบวิชาชีพ ต้องศึกษารายวิชาเลือก จำนวน 5 รายวิชา 15 หน่วยกิต ทั้งนี้ สามารถคละรายวิชาเลือกในแต่ละกลุ่มได้ ดังต่อไปนี้

3.1) กลุ่มวิชาเลือก

- สำหรับแผน 1 แบบวิชาการ เลือกเรียนไม่น้อยกว่า 9 หน่วยกิต

- สำหรับแผน 2 แบบวิชาชีพ เลือกเรียนไม่น้อยกว่า 15 หน่วยกิต จากรายวิชาดังต่อไปนี้

3.1.1) กลุ่มวิชาการจัดการธุรกิจสื่อ (Media Business Management)

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	วิชาบังคับก่อน
1773701	การจัดการการสื่อสารและช่องทางสื่อดิจิทัล (Communication and Digital Platform Management)	3(3-0-6)	-
1773702	กลยุทธ์เนื้อหาและการเล่าเรื่องข้ามสื่อ (Content Strategy and Transmedia Storytelling)	3(3-0-6)	-
1773703	การสื่อสารเพื่อการขับเคลื่อนทางสังคม (Communication for Social Driving)	3(3-0-6)	-
1773704	นวัตกรรมการสื่อสารสำหรับผู้ประกอบการทางธุรกิจ (Communication Innovation for Entrepreneur)	3(3-0-6)	-
1773705	การศึกษาเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับนวัตกรรมการสื่อสาร (Selected Topics in Communication Innovation)	3(3-0-6)	-

3.1.2) กลุ่มวิชาการจัดการการสื่อสารสำหรับองค์กรและแบรนด์ (Corporate and Brand Communication Management)

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	วิชาบังคับก่อน
1773706	กลยุทธ์การสื่อสารองค์กรและแบรนด์เพื่อธุรกิจ (Corporate and Brand Communication Strategy for Business)	3(3-0-6)	-
1773707	การจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียและภาวะวิกฤต (Stakeholders Relationship and Crisis Management)	3(3-0-6)	-
1773708	การคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อนวัตกรรมการสื่อสาร (Creative Thinking for Communication Innovation)	3(3-0-6)	-

3.1.3) กลุ่มวิชาการจัดการธุรกิจด้านข้อมูล (Applied Data Business Management)

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	วิชาบังคับก่อน
1773709	การวิเคราะห์ผู้รับสารและข้อมูลเชิงลึก (Audience Insight and Data Analytics)	3(3-0-6)	-
1773710	การสื่อสารตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Communication)	3(3-0-6)	-
1773711	การใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ในการจัดการการสื่อสาร (Big Data for Communication Management)	3(3-0-6)	-

4) กลุ่มวิชาวิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระ

4.1) วิทยานิพนธ์ สำหรับแผน 1 แบบวิชาการ (ศึกษารายวิชาและวิทยานิพนธ์) จำนวน 12 หน่วยกิต

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	วิชาบังคับก่อน
1774701	วิทยานิพนธ์ (Thesis)	12(0-36-0)	-

4.2) การค้นคว้าอิสระ สำหรับแผน 2 แบบวิชาชีพ จำนวน 6 หน่วยกิต

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	วิชาบังคับก่อน
1774702	การค้นคว้าอิสระ (Independent Study)	6(0-18-0)	-

ทั้งนี้ในรายวิชาทุกวิชาที่มีเงื่อนไขบังคับก่อน คณบดีสามารถอนุมัติให้นักศึกษาลงทะเบียนในรายวิชานั้นได้

6. คำอธิบายรายวิชา

1) กลุ่มวิชาปรับพื้นฐาน

- 1770701 ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสาร 2(2-0-4) (ไม่นับหน่วยกิต)
(Introduction to Communication)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

กระบวนการสื่อสาร ประเภทการสื่อสาร ธุรกิจสื่อ การสื่อสารกับประเด็นทางสังคม นโยบายและการกำกับดูแลกิจการสื่อมวลชน จริยธรรมสื่อมวลชนและความรับผิดชอบต่อสังคม

Process of communication, communication types, media businesses, communication and social issues, policies and regulations of media, media ethics and social responsibility.

2) กลุ่มวิชาบังคับ

- 1772701 ทฤษฎีการสื่อสารและนวัตกรรม 3(3-0-6)
(Theories of Communication and Innovation)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

ปรัชญา กระบวนทัศน์ ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร ทั้งการสื่อสารภายในบุคคล การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่ม การสื่อสารองค์กร และการสื่อสารมวลชน การประยุกต์ใช้ทฤษฎีการสื่อสาร เพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์ปรากฏการณ์การสื่อสารในสังคม ออกแบบและพัฒนานวัตกรรมสื่อสารในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาองค์กร ธุรกิจ และสังคม

Philosophy, paradigm, theories and concepts of communication, intrapersonal communication, interpersonal communication, group communication, corporate communication, and mass communication; application of communication theories to analyze and synthesize communication phenomena in society; design and develop communication innovation to solve problem and develop organization, business, and society.

- 1772702 การวิจัยสำหรับนวัตกรรมสื่อสาร 3(3-0-6)
(Research for Communication Innovation)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

กระบวนทัศน์เกี่ยวกับการวิจัย ประเภทการวิจัย การเขียนข้อเสนอโครงการวิจัย การกำหนดปัญหาการวิจัย การทบทวนวรรณกรรม ระเบียบวิธีวิจัย การสร้างกรอบแนวคิด เครื่องมือวิจัย การออกแบบวิจัย การสุ่มตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล การจัดระบบข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติ และนำเสนอรายงานการวิจัย เพื่อแสวงหาความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารและนวัตกรรมสื่อสาร ภายใต้หลักจริยธรรมทางการวิจัย

Research paradigm, research types, writing a research proposal, formulation of research problems; literature review research methodology, conceptualization research tools research design, sampling data collection, information system, analysis of statistics and presenting

a research report to seek knowledge on communication and communication innovation under research ethics.

- 1772703 การสื่อสารเพื่อความยั่งยืนองค์กร 3(3-0-6)**
(Communication for Corporate Sustainability)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารองค์กร ประเภทและนวัตกรรมของการสื่อสารองค์กร การสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร การรักษาและส่งเสริมอัตลักษณ์ ความยั่งยืนขององค์กร การสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงสำหรับองค์กรสมัยใหม่ หลักจริยธรรมของนักสื่อสารองค์กรในการวางแผนการสื่อสารความยั่งยืนขององค์กร
Concepts and theories related to corporate communication; types and innovation of corporate communications; internal and external communication; maintaining and promoting identity; corporate sustainability; communication for change in modern organization; ethics of corporate communicator for corporate sustainability communication planning.
- 1772704 การประยุกต์นวัตกรรมด้านเครื่องมือการสื่อสาร 3(3-0-6)**
(Application of Innovation of Communication Tools)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)
วิวัฒนาการของนวัตกรรมด้านเครื่องมือการสื่อสารแบบดั้งเดิมจนถึงสมัยใหม่ คุณลักษณะของนวัตกรรมด้านเครื่องมือการสื่อสารแต่ละประเภท การคิดเชิงออกแบบสำหรับเครื่องมือการสื่อสาร การสร้างนวัตกรรมด้านเครื่องมือการสื่อสาร รวมถึงการวัดและประเมินผลเครื่องมือการสื่อสาร
Revolution of both traditional and innovative communication tools; attribute of communication tools; design thinking for communication tools; creating innovation of communication tools, including communication tools measurement and evaluation.
- 1772705 ภาวะผู้นำและการจัดการองค์กร 3(3-0-6)**
(Leadership and Corporate Management)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)
แนวคิดภาวะผู้นำ ประเภท คุณลักษณะ ทักษะของผู้นำ การตัดสินใจ การสั่งการ การเจรจาต่อรอง และการโน้มน้าวใจ จิตวิทยาการสื่อสาร พฤติกรรมตามทักษะภาวะผู้นำในการสื่อสาร ทักษะการสื่อสารเพื่อการสร้างทีม และกรณีศึกษาที่แสดงถึงการมีภาวะผู้นำในการบริหารจัดการองค์กรอย่างมีธรรมาภิบาล
Leadership concepts; types, characteristics, skills of leader; decision making, commanding, negotiating, and persuading; communication psychology; behavior of leadership in communication; communication skills for team building and case studies of manifestation of leadership for corporate management under good governance.

3) กลุ่มวิชาเลือก

3.1) กลุ่มวิชาการจัดการธุรกิจสื่อ (Media Business Management)

- 1773701** **การจัดการการสื่อสารและช่องทางสื่อดิจิทัล** **3(3-0-6)**
(Communication and Digital Platform Management)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)
หลักการการสื่อสารดิจิทัล องค์ประกอบของสื่อดิจิทัล ช่องทางสื่อดิจิทัล การจัดการการสื่อสารดิจิทัลคอนเทนต์ การวิเคราะห์สถานการณ์ ประเด็น และปัญหาภาวะวิกฤตที่ส่งผลกระทบต่อสื่อสื่อสารดิจิทัล การวางแผนเชิงกลยุทธ์ผ่านช่องทางสื่อดิจิทัลให้ตรงตามความต้องการกลุ่มเป้าหมาย และการวัดประสิทธิผล
Digital communication concepts, characteristics and channel of digital communication, digital content communication management; analysis of situation; issues and crisis effecting digital communication; digital communication strategic planning; digital content and platform management; evaluation.
- 1773702** **กลยุทธ์เนื้อหาและการเล่าเรื่องข้ามสื่อ** **3(3-0-6)**
(Content Strategy and Transmedia Storytelling)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)
กลยุทธ์การเล่าเรื่องข้ามสื่อ แบบจำลองและเทคนิคการคิดอย่างสร้างสรรค์ เครื่องมือในการขยายการเล่าเรื่อง การออกแบบเนื้อหาสำหรับการนำเสนอในช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย การออกแบบประสบการณ์ของผู้รับสาร การประเมินเทคโนโลยีทั้งที่มีอยู่และกำลังเกิดขึ้นใหม่เพื่อใช้สำหรับกลยุทธ์การออกแบบเนื้อหาข้ามสื่อ ผลกระทบของผู้รับสารและเทคโนโลยีต่อกลยุทธ์การเล่าเรื่อง กรณีศึกษาของการเล่าเรื่องข้ามสื่อทั้งในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อวางแผนกลยุทธ์ และประเมินผล
Transmedia storytelling strategy; models and techniques for creative thinking; tools for expanding storytelling; content design for presentation in various channels; designing audience experiences; evaluation of traditional and emerging technologies to be used for transmedia content design strategies; impact of audiences and technology on storytelling strategies; case study of transmedia storytelling in relevant industry for strategic planning, and evaluation.
- 1773703** **การสื่อสารเพื่อการขับเคลื่อนทางสังคม** **3(3-0-6)**
(Communication for Social Driving)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)
การณรงค์ทางการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนทางสังคมและความสนใจของสาธารณชน การตลาดเพื่อสังคม กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม แนวคิดความรับผิดชอบขององค์กรต่อสังคม การวางแผนกลยุทธ์และการประเมินผล เพื่อการขับเคลื่อนทางสังคมอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมบนพื้นฐานจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อ

Communication campaign for social driving activities and public interest; social marketing; participatory communication process; corporate social responsibility concept; strategic planning and evaluation, leading to implementation based on ethics and professional ethics.

1773704 นวัตกรรมการสื่อสารสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ 3(3-0-6)
(Communication Innovation for Entrepreneur)

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

(Prerequisite Course: None)

แนวคิด และกระบวนการคิด การใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อนวัตกรรมการสื่อสาร การวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารสำหรับธุรกิจ การศึกษาความเป็นไปได้เชิงธุรกิจ การบริหารการเจริญเติบโตของธุรกิจ กรณีศึกษาของวิสาหกิจเริ่มต้นและผู้ประกอบการ จริยธรรมทางธุรกิจ ธรรมาภิบาลสำหรับผู้ประกอบการ กฎหมายข้อมูลส่วนบุคคล กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา กฎหมายเทคโนโลยีสารสนเทศ กฎหมายลิขสิทธิ์ และกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจ

Concept and thinking process; using of creative ideas for communication innovation; strategic communication planning; business feasibility study; business growth management; case study of startup and entrepreneur; business ethics; good governance for enterprise; personal data protection law and act; consumer protection law; intellectual property law; information technology law; copyright law; etc.

1773705 การศึกษาเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับนวัตกรรมการสื่อสาร 3(3-0-6)
(Selected Topics in Communication Innovation)

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

(Prerequisite Course: None)

ประเด็นเฉพาะเรื่องสำหรับการจัดการนวัตกรรมการสื่อสาร ทฤษฎี แนวคิด และวิธีการวิจัยผ่านกระบวนการวิจัย การบรรยาย การอภิปรายกลุ่ม และกรณีศึกษา

Selected topics in communication innovation management: theories, concepts and research methods through research process, lecture, discussion, and case studies.

3.2) กลุ่มวิชาการจัดการการสื่อสารสำหรับองค์กรและแบรนด์ (Corporate and Brand Communication Management)

1773706 กลยุทธ์การสื่อสารองค์กรและแบรนด์เพื่อธุรกิจ 3(3-0-6)
(Corporate and Brand Communication Strategy for Business)

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

(Prerequisite Course: None)

แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านการจัดการแบรนด์องค์กรอย่างยั่งยืน กระบวนการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ การวิเคราะห์ปัญหาทางธุรกิจ การวางแผนกลยุทธ์ การสื่อสารเชิงบูรณาการ การวัดประสิทธิผล กรณีศึกษาจากองค์กรธุรกิจ

Concepts of corporate and brand management strategies for sustainability; corporate and brand communication process; business problem analysis; strategic planning; integrated communication; and evaluation; case studies from business organization.

1773707 การจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียและภาวะวิกฤต 3(3-0-6)
(Stakeholders Relationship and Crisis Management)

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

(Prerequisite Course: None)

แนวคิดและกลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งภายในและภายนอกองค์กร การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย การจัดการภาพลักษณ์องค์กร การจัดการภาวะวิกฤต ประเภทของภาวะวิกฤต การวางแผนการแก้ไขภาวะวิกฤตด้วยกระบวนการสื่อสาร และการฟื้นฟูภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กรและแบรนด์ โดยใช้ตัวอย่างจากสถานการณ์ปัจจุบัน

Concepts and strategies for stakeholder relationship management both inside and outside the organization; stakeholder analysis; image management; crisis management; types of crisis; planning for solving crisis by communication process; restoring corporate image and brand reputation from current situations.

1773708 ความคิดสร้างสรรค์สำหรับนวัตกรรมการสื่อสาร 3(3-0-6)
(Creative Thinking for Communication Innovation)

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

(Prerequisite Course: None)

หลักการสร้างความคิดสร้างสรรค์ กระบวนการความคิดสร้างสรรค์ การรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ สังเคราะห์ และวิพากษ์ข้อมูล การกำหนดโจทย์ เป้าหมายของการคิดเชิงออกแบบ และงานสร้างสรรค์ รวมถึงการนำเสนอผลงานสร้างสรรค์นวัตกรรมการสื่อสาร

Principles of creating creativity; creative thinking process; gathering, analyzing, synthesizing, and criticizing data; defining problems; goals of design thinking and creative works; including presentation of creating communication innovation.

3.3) กลุ่มวิชาการจัดการธุรกิจด้านข้อมูล (Applied Data Business Management)

1773709 การวิเคราะห์ผู้รับสารและข้อมูลเชิงลึก 3(3-0-6)
(Audience Insight and Data Analytics)

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

(Prerequisite Course: None)

ศาสตร์แห่งข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลผู้รับสารในระดับเริ่มต้น และในระดับเชิงลึก ทั้งข้อมูลประชากรศาสตร์ พื้นที่ วัฒนธรรม จิตวิทยา พฤติกรรม และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการทำนายอนาคต และการตัดสินใจทางการตลาด จากสื่อทั้งสื่อดั้งเดิม และสื่อใหม่ ตัวชี้วัด การวัด และการประเมิน การประยุกต์เครื่องมือสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลผู้รับสาร และการนำข้อมูลของผู้รับสารไปใช้ประโยชน์เพื่อการสื่อสาร

Data science and marketing data analysis for both basic and insight audience analysis: demographic, geographic, cultural, psychographic, behavioral data, etc. for marketing prediction and decision making from traditional and new media; indicators, measurement and evaluation; application of tools for analyzing audience data; utilization of audience information for communication.

1773710 การสื่อสารตลาดดิจิทัล 3(3-0-6)
(Digital Marketing Communication)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

หลักการทางการตลาดดิจิทัล และการนำเทคโนโลยีมาเป็นส่วนสำคัญในการทำการตลาด การนำข้อมูลทางการตลาดไปใช้ประโยชน์ เครื่องมือสำหรับการวิเคราะห์ตลาดดิจิทัล เครื่องมือดิจิทัลสำหรับใช้ในตลาดดิจิทัล การสร้างและการกระจายสินค้าหรือบริการในรูปแบบดิจิทัลและการกำหนดราคาและการส่งเสริมการขายในตลาดดิจิทัล

Fundamental digital marketing concepts and marketing technologies; utilization of marketing information; tools for digital market analysis; digital tools for digital marketing; creating and distributing digital products or services; pricing and sales promotion in digital market.

1773711 การใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ในการจัดการการสื่อสาร 3(3-0-6)
(Big Data for Communication Management)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

แนวคิดเกี่ยวกับข้อมูลขนาดใหญ่เพื่อการสื่อสาร การทำนายความต้องการของผู้บริโภค การเพิ่มผู้ติดตาม การลดความวุ่นวายของผู้ติดตาม การกำหนดเป้าหมายการสื่อสาร การสร้างรายได้จากเนื้อหา และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ในการจัดการการสื่อสาร เครื่องมือการรับฟังข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์ การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่และการบูรณาการโดยใช้เครื่องมือที่นิยมใช้ในการจัดการการสื่อสาร

Concept of big data for communication predicting consumer demand; adding followers; reducing follower; chaos communication goal setting; content monetization and new product development by using big data to manage communications; social media listening tools ; big data analytics and integration by currently use tools for communication management.

4) กลุ่มวิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระ

4.1) วิทยานิพนธ์

1774701 วิทยานิพนธ์ 12(0-36-0)
(Thesis)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

การศึกษารวบรวมในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับงานด้านนิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ การสื่อสารมวลชน หรือนวัตกรรมสื่อสาร การกำหนดปัญหาการวิจัย การทบทวนวรรณกรรม การสร้างกรอบแนวคิด การออกแบบวิจัย

การสุ่มตัวอย่าง เครื่องมือวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การจัดระบบข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล การเขียน การนำเสนอ และการสอบปกป้องวิทยานิพนธ์ การเผยแพร่ผลงานวิจัย และจริยธรรมการวิจัย

Research on topics related to communication arts, journalism, mass communication or communication innovation: defining research problems, literature review, conceptual framework for research, research design, sampling, research tools, data collection, information system management, and data analysis; writing, presentation and defending thesis; research publication; research ethics.

4.2) การค้นคว้าอิสระ

1774702 การค้นคว้าอิสระ 6(0-18-0)

(Independent Study)

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

(Prerequisite Course: None)

การศึกษาในหัวข้อหรือประเด็นเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับงานด้านนิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ การสื่อสารมวลชน หรือนวัตกรรมการสื่อสารที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรตามความสนใจของผู้เรียน จริยธรรมการวิจัย

Study on specific topics or issues related to communication arts, journalism, mass communication or communication innovation which is beneficial to the organization, according to the interests of students; research ethics.