ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

เอกสารประกอบระเบียบวาระที่ 4.1
ประชุมคณะกรรมการวิชาการ ครั้งที่ 4/2568 วันที่ 10 มิ.ย. 2568

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569

หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาการ

คณะนิเทศศาสตร์
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
ส่วนที่ 1 ชื่อปริญญาและสาขาวิชา	**1**
1. รหัสและชื่อหลักสูตร	1
2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา	1
3. วิชาเอก (ถ้ามี)	1
4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร	1
5. รูปแบบของหลักสูตร	1
6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร	3
7. สถานที่จัดการเรียนการสอน	3
8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา	3
ส่วนที่ 2 ปรัชญา วัตถุประสงค์ และผลลัพธ์การเรียนรู้	**5**
1. ปรัชญาของหลักสูตร	5
2. วัตถุประสงค์ของหลักสูตร	5
3. ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs)	5
ส่วนที่ 3 ระบบและกลไกในการพัฒนาหลักสูตร	**11**
1. นโยบายและยุทธศาสตร์และการพัฒนากำลังคนของประเทศ	11
2. ความเสี่ยงและผลกระทบจากภายนอก	14
3. พันธกิจหลักและยุทธศาสตร์ของสถาบัน	15
4. ที่มาของรายละเอียดความต้องการจำเป็นของหลักสูตร	16
5. ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของหลักสูตร	22
6. การวิเคราะห์ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) ตามความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย	24
7. การสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลของหลักสูตร	26
ส่วนที่ 4 โครงสร้างหลักสูตร รายวิชาและหน่วยกิต	**27**
1. โครงสร้างหลักสูตร	27
2. รายวิชา	27
3. แผนการศึกษา	35
4. ตารางแสดงการกระจายความรับผิดชอบของผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)	39
5. ตารางแสดงความสอดคล้องของผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (Course Learning Outcomes: CLOs) กับผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes : PLOs) ตามชั้นปี	44
6. คำอธิบายรายวิชา	83

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
ส่วนที่ 5 การจัดกระบวนการเรียนรู้	**112**
1. ระบบการจัดการศึกษา	112
2. การจัดการศึกษาให้เป็นไปตามผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร	113
3. รูปแบบการจัดการศึกษา	117
4. ทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตของหลักสูตรและแนวทางการดำเนินการ	117
5. การดำเนินการหลักสูตร	117
ส่วนที่ 6 ความพร้อมและศักยภาพในการบริหารจัดการหลักสูตร	**118**
1. ชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอาจารย์ประจำหลักสูตร	118
2. กระบวนการสรรหาบุคลากร	118
3. การเตรียมความพร้อมสำหรับบุคลากร	119
4. การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่บุคลากร	120
5. การบริหารจัดการ	121
6. ทรัพยากรและสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	121
7. การบริการนักศึกษา	125
ส่วนที่ 7 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา	**127**
1. คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา	127
2. การรับเข้าศึกษาในหลักสูตร	127
3. แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี	129
4. งบประมาณตามแผน	129
5. การจัดการข้อร้องเรียนและอุทธรณ์	130
ส่วนที่ 8 การประเมินผลการเรียนและเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา	**131**
1. การวัดและประเมินผลการศึกษา	131
2. การประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร	133
3. การติดตามความก้าวหน้าผลลัพธ์การเรียนรู้รายชั้นปี	139
4. กระบวนการทบทวน ตรวจสอบ กำกับ และให้ข้อมูลป้อนกลับ	158
5. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษา	158

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง		หน้า
ส่วนที่ 9 การประกันคุณภาพหลักสูตร		**159**
1. การวางแผนคุณภาพ		159
2. การรักษาคุณภาพ		159
3. การควบคุมคุณภาพ		160
4. การปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพ		162
ภาคผนวก		**169**
ภาคผนวก ก	ประวัติอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร	170
ภาคผนวก ข	ข้อบังคับสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2566	195
	ระเบียบสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษา พ.ศ. 2566	207
	ระเบียบสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยแนวทางการดำเนินงานคลังหน่วยกิต พ.ศ. 2566	211
	ประกาศสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ เรื่อง กำหนดระยะเวลาการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษา	214
ภาคผนวก ค	รายละเอียดการปรับปรุงหลักสูตร	216
ภาคผนวก ง	คำสั่งสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ที่ 018/2568 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	273
	รายงานการประชุมคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	275
	คำสั่งสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ที่ 222/2566 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการวิชาการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	286
	คำสั่งสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ที่ 029/2567 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการวิชาการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ด้านเภสัชศาสตร์ (เพิ่มเติม)	288

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
คณะ/ วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

ส่วนที่ 1 ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

1. รหัสและชื่อหลักสูตร

รหัสหลักสูตร : 25542501101381
ภาษาไทย : หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Communication Arts

2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

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

3. วิชาเอก

3.1 วิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์
3.2 วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล

4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

132 หน่วยกิต

5. รูปแบบของหลักสูตร

5.1 รูปแบบ

หลักสูตรระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี มีระยะเวลาการศึกษาสูงสุดตามประกาศของสถาบัน

5.2 ประเภทของหลักสูตร

☑ หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาการ
☐ หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาชีพ
☐ หลักสูตรปริญญาตรีปฏิบัติการ

5.3 ภาษาที่ใช้

หลักสูตรจัดการเรียนการสอนเป็นภาษาไทย และ/หรือภาษาอังกฤษ

5.4 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น

ไม่มี

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

5.5 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

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

6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

☑ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569
กำหนดเปิดสอนภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2569
ปรับปรุงจากหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564

☑ คณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร เห็นชอบในการประชุมหลักสูตรครั้งที่ 1/2568
เมื่อวันที่ 20 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2568

☐ คณะกรรมการวิชาการสถาบัน เห็นชอบให้นำเสนอหลักสูตรต่อสภาสถาบัน
ในการประชุมครั้งที่ 4/2568 เมื่อวันที่ 10 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2568

☐ ได้รับอนุมัติหลักสูตรจากสภาสถาบัน ในการประชุมครั้งที่ 4/2568
เมื่อวันที่ 22 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2568

7. สถานที่จัดการเรียนการสอน

☑ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
☐ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ วิทยาเขตอีอีซี
☐ สถานที่จัดการเรียนการสอนอื่น ๆ (โปรดระบุ).....

8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

(1) นักสื่อสารองค์กร / นักประชาสัมพันธ์ / นักโฆษณา
(2) นักสื่อสารแบรนด์ / ผู้ประกอบการที่ให้ความสำคัญต่อแบรนด์ /ผู้จัดการแบรนด์
(3) นักออกแบบการสื่อสาร / นักสื่อสารการตลาด / นักวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์
(4) นักบริหารความสัมพันธ์ / ผู้เชี่ยวชาญด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
(5) การสื่อสารการตลาดดิจิทัล / นักวิเคราะห์ข้อมูล
(6) นักสร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creator) ทุกช่องทางสื่อ
(7) นักพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ ผู้ผลิตเนื้อหา (เบื้องหน้า-เบื้องหลัง)
(8) ผู้สื่อข่าว-สื่อสารมวลชนทุกแพลตฟอร์ม
(9) นักสร้างสรรค์และบริหารจัดการเนื้อหาบนสื่อดิจิทัล (บริหารจัดการเนื้อหา สร้างคอนเทนต์ การตลาดดิจิทัล บริหารจัดการชุมชนออนไลน์)
(10) ผู้ประกอบการด้านสื่อ

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ส่วนที่ 2 ปรัชญา วัตถุประสงค์ และผลลัพธ์การเรียนรู้

1. ปรัชญาของหลักสูตร

คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ มุ่งมั่นผลิตนักนิเทศศาสตร์ในยุควิถีใหม่ ที่ต้องประกอบไปด้วยความรู้ ความคิดเชิงสร้างสรรค์ และทักษะการสื่อสารเพื่อการพัฒนาเนื้อหาที่หลากรูปแบบและหลากหลายแพลตฟอร์ม ออกแบบการสื่อสารเป็นเอกลักษณ์ผ่านประสบการณ์จริง อิงทฤษฎีองค์ความรู้ ชูธรรมาภิบาล เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ประสานสร้างพลังขับเคลื่อนสังคมไทยในทุกมิติ ให้พร้อมรับกับการผันแปรและปรับเปลี่ยนในบริบทดิจิทัลและเทคโนโลยีใหม่

2. วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต ได้กำหนดวัตถุประสงค์ของหลักสูตรเพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณลักษณะ ดังนี้

1) มีความรู้และพื้นฐานการคิดด้านนิเทศศาสตร์ที่ครบเครื่อง ทั้งความรู้ความสามารถในการวางแผน การบริหารจัดการ ความเข้าใจในธุรกิจ และกระบวนการสื่อสาร ความสามารถในการคิด วิเคราะห์ และมีความคิดสร้างสรรค์ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในงานวิชาชีพนิเทศศาสตร์บนพื้นฐานคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ

2) มีทักษะรอบด้านให้มีศักยภาพในการทำงานที่ตอบสนองตามความต้องการของวิชาชีพได้ โดยมีทักษะหลากหลาย (Multi-skilled) สามารถประยุกต์ใช้องค์ความรู้เพื่อการสื่อสารหลากช่องทาง (Multi-platforms) และสร้างสรรค์เนื้อหาที่หลากหลาย (Multi-contents) เพื่อตอบโจทย์การพัฒนาองค์กรและสังคมอย่างยั่งยืน

3) มีคุณภาพ พร้อมในการทำงานได้ทันที ทั้งคุณสมบัติด้านทัศนคติเชิงบวก การคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ความเป็นผู้นำ ความอดทนอดกลั้น ความสามารถในการทำงานเป็นทีม และการเรียนรู้ด้วยตนเองตลอดชีวิต (Lifelong learning) ด้วยกระบวนการเรียนรู้จากผู้ทรงคุณวุฒิด้านนิเทศศาสตร์ ร่วมกับนักวิชาชีพที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ ผ่านการเรียนรู้ในชั้นเรียน กระบวนการทำโครงงาน กิจกรรม และการเรียนรู้จากประสบการณ์ฝึกปฏิบัติงานจริง (Work-based Learning) ณ สถานประกอบการ

3. ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs)

หลักสูตรได้มีการกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย และสำรวจความต้องการ เพื่อให้ได้ข้อมูลในการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร สรุปได้ดังนี้

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	วิธีการสำรวจความต้องการ	จำนวนที่เก็บ
นักวิชาการ	การสัมภาษณ์เชิงลึก	20
อาจารย์	การสัมภาษณ์เชิงลึก	6
นักวิชาชีพ	การสัมภาษณ์เชิงลึก	48
ศิษย์เก่า	แบบสอบถาม	92
นักเรียน/นักศึกษา	แบบสอบถาม	41
สรุป	**N = 207**	

เมื่อได้ความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด หลักสูตรจึงสรุปและเขียน PLOs ของทั้งสองสาขาวิชาเอกออกมาได้ดังตารางต่อไปนี้

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) *วิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์*	Domain of Learning Anderson, L.W., Krathwohl, D.R., Airasian, P.W., Cruikshank, K.A., Mayer, R.E.,Pintrich, P.R., Raths, J., Wittrock, M.C. (2001). A Taxonomy for Learning, Teaching, and Assessing: A revision of Bloom's Taxonomy of Educational Objectives. New York: Pearson, Allyn & Bacon							
	Cognitive Domain (Knowledge)						Psychomotor Domain (Skills)	Affective Domain (Attitude)
	R	U	Ap	An	E	C		
PLO1 สร้างสรรค์งานด้านนิเทศศาสตร์โดยประยุกต์องค์ความรู้และทักษะด้านการสื่อสารบนพื้นฐานจริยธรรมวิชาชีพ	√	√	√	√	√	√	√	√
PLO2 รู้เท่าทันและเลือกใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารและสารสนเทศเทคโนโลยีดิจิทัล ที่สอดคล้องกับบริบทของการสื่อสาร			√	√	√		√	√
PLO3 นำเสนองานด้านนิเทศศาสตร์ผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย	√	√	√	√			√	
PLO4 วางแผนการสื่อสารเพื่อจัดการความท้าทายภายในและภายนอกองค์กรอย่างสอดคล้องกับบริบทของการสื่อสารขององค์กรธุรกิจ/แบรนด์ และสังคม				√	√	√	√	√
PLO5 แสดงออกถึงความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงในบริบทของการสื่อสาร ธุรกิจและสังคม				√	√	√	√	√

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) *วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล*	Domain of Learning Anderson, L.W., Krathwohl, D.R., Airasian, P.W., Cruikshank, K.A., Mayer, R.E.,Pintrich, P.R., Raths, J., Wittrock, M.C. (2001). A Taxonomy for Learning, Teaching, and Assessing: A revision of Bloom's Taxonomy of Educational Objectives. New York: Pearson, Allyn & Bacon							
	Cognitive Domain (Knowledge)						Psychomotor Domain (Skills)	Affective Domain (Attitude)
	R	U	Ap	An	E	C		
PLO1 สร้างสรรค์งานด้านนิเทศศาสตร์โดยประยุกต์องค์ความรู้และทักษะด้านการสื่อสารบนพื้นฐานจริยธรรมวิชาชีพ	√	√	√	√	√	√	√	√
PLO2 รู้เท่าทันและเลือกใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารและสารสนเทศ เทคโนโลยีดิจิทัล ที่สอดคล้องกับบริบทของการสื่อสาร			√	√	√		√	√
PLO3 นำเสนองานด้านนิเทศศาสตร์ผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย	√	√	√	√			√	
PLO4 วางแผน ผลิต และเผยแพร่สื่อหลากหลายรูปแบบบนหลากหลายแพลตฟอร์มที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร				√	√	√	√	
PLO5 เป็นผู้ที่มีความไวต่อคุณค่าข่าว รู้ว่าเหตุการณ์ใดควรเป็นข่าวและผลักดันเนื้อหาเพื่อการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงในสังคม				√	√	√	√	√

หมายเหตุ : ระบุสัญลักษณ์ ✓ ใน Domain of Learning ที่สอดคล้องกับ PLOs ของหลักสูตร

R = Remembering U = Understanding Ap = Applying

An = Analyzing E = Evaluating C = Creating

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) กับมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) *วิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์*		มาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565			
		ด้านความรู้	ด้านทักษะ	ด้านจริยธรรม	ด้านลักษณะบุคคล
PLO1	สร้างสรรค์งานด้านนิเทศศาสตร์โดยประยุกต์องค์ความรู้และทักษะด้านการสื่อสารบนพื้นฐานจริยธรรมวิชาชีพ	√	√	√	
PLO2	รู้เท่าทันและเลือกใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารและสารสนเทศเทคโนโลยีดิจิทัล ที่สอดคล้องกับบริบทของการสื่อสาร	√	√		√
PLO3	นำเสนองานด้านนิเทศศาสตร์ผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย	√	√		
PLO4	วางแผนการสื่อสารเพื่อจัดการความท้าทายภายในและภายนอกองค์กรอย่างสอดคล้องกับบริบทของการสื่อสารขององค์กร ธุรกิจ/แบรนด์ และสังคม	√	√		√
PLO5	แสดงออกถึงความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงในบริบทของการสื่อสาร ธุรกิจและสังคม	√	√		√

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) *วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล*		มาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565			
		ด้านความรู้	ด้านทักษะ	ด้านจริยธรรม	ด้านลักษณะบุคคล
PLO1	สร้างสรรค์งานด้านนิเทศศาสตร์โดยประยุกต์องค์ความรู้และทักษะด้านการสื่อสารบนพื้นฐานจริยธรรมวิชาชีพ	√	√	√	
PLO2	รู้เท่าทันและเลือกใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารและสารสนเทศเทคโนโลยีดิจิทัล ที่สอดคล้องกับบริบทของการสื่อสาร	√	√		√
PLO3	นำเสนองานด้านนิเทศศาสตร์ผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย	√	√		
PLO4	วางแผน ผลิต และเผยแพร่สื่อหลากหลายรูปแบบบนหลากหลายแพลตฟอร์มที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร	√	√		
PLO5	เป็นผู้ที่มีความไวต่อคุณค่าข่าว รู้ว่าเหตุการณ์ใดควรเป็นข่าว และผลักดันเนื้อหาเพื่อการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงในสังคม	√	√	√	√

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ของหลักสูตร และผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
วิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)				
	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
1. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้และพื้นฐานการคิดด้านนิเทศศาสตร์ที่ครบเครื่อง ทั้งความรู้ความสามารถในการวางแผน การบริหารจัดการ ความเข้าใจในธุรกิจ และกระบวนการสื่อสาร ความสามารถในการคิด วิเคราะห์ และมีความคิดสร้างสรรค์ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในงานวิชาชีพนิเทศศาสตร์บนพื้นฐานคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ	√	√	√	√	√
2. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีทักษะรอบด้านให้มีศักยภาพในการทำงานที่ตอบสนองตามความต้องการของวิชาชีพได้ โดยมีทักษะหลากหลาย (Multi-skilled) สามารถประยุกต์ใช้องค์ความรู้เพื่อการสื่อสารหลากช่องทาง (Multi-platforms) และสร้างสรรค์เนื้อหาที่หลากหลาย (Multi-contents) เพื่อตอบโจทย์การพัฒนาองค์กรและสังคมอย่างยั่งยืน	√	√	√	√	
3. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ พร้อมในการทำงานได้ทันที ทั้งคุณสมบัติด้านทัศนคติเชิงบวก การคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ความเป็นผู้นำ ความอดทนอดกลั้น ความสามารถในการทำงานเป็นทีม และการเรียนรู้ด้วยตนเองตลอดชีวิต (Lifelong learning) ด้วยกระบวนการเรียนรู้จากผู้ทรงคุณวุฒิด้านนิเทศศาสตร์ ร่วมกับนักวิชาชีพที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ ผ่านการเรียนรู้ในชั้นเรียน กระบวนการทำโครงงาน กิจกรรม และการเรียนรู้จากประสบการณ์ฝึกปฏิบัติงานจริง (Work-based Learning) ณ สถานประกอบการ					√

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)				
	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
1. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้และพื้นฐานการคิดด้านนิเทศศาสตร์ที่ครบเครื่อง ทั้งความรู้ความสามารถในการวางแผน การบริหารจัดการ ความเข้าใจในธุรกิจ และกระบวนการสื่อสาร ความสามารถในการคิด วิเคราะห์ และมีความคิดสร้างสรรค์ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในงานวิชาชีพนิเทศศาสตร์บนพื้นฐานคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ	√	√	√	√	√
2. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีทักษะรอบด้านให้มีศักยภาพในการทำงานที่ตอบสนองตามความต้องการของวิชาชีพได้ โดยมีทักษะหลากหลาย (Multi-skilled) สามารถประยุกต์ใช้องค์ความรู้เพื่อการสื่อสารหลากช่องทาง (Multi-platforms) และสร้างสรรค์เนื้อหาที่หลากหลาย (Multi-contents) เพื่อตอบโจทย์การพัฒนาองค์กรและสังคมอย่างยั่งยืน	√	√	√	√	
3. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ พร้อมในการทำงานได้ทันที ทั้งคุณสมบัติด้านทัศนคติเชิงบวก การคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ความเป็นผู้นำ ความอดทนอดกลั้น ความสามารถในการทำงานเป็นทีม และการเรียนรู้ด้วยตนเองตลอดชีวิต (Lifelong learning) ด้วยกระบวนการเรียนรู้จากผู้ทรงคุณวุฒิด้านนิเทศศาสตร์ ร่วมกับนักวิชาชีพที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ ผ่านการเรียนรู้ในชั้นเรียน กระบวนการทำโครงงาน กิจกรรม และการเรียนรู้จากประสบการณ์ฝึกปฏิบัติงานจริง (Work-based Learning) ณ สถานประกอบการ					√

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) กับผลลัพธ์การเรียนรู้ของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (GE LOs)

วิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของ หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (GE LOs)		ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)				
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
GE LO1	ประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อพัฒนาตามหลักสุขภาวะเพื่อสุขภาพกาย สุขภาพจิต สุขภาวะทางการเงิน หลักกฎหมายในชีวิตประจำวัน และรักษ์สิ่งแวดล้อม					√
GE LO2	ประยุกต์ใช้แนวคิดเพื่อการเสริมสร้างคุณค่าของชีวิตและความเป็นมนุษย์					√
GE LO3	คิดสร้างสรรค์ วิเคราะห์และวิพากษ์ด้วยเหตุผล แก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ คิดแบบองค์รวม	√				
GE LO4	สื่อสารภาษาไทยหรือภาษาต่างประเทศตามหลักทางภาษาและสอดคล้องกับบริบททางสังคมและพหุวัฒนธรรม		√			
GE LO5	ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเรียนรู้และการปฏิบัติงาน			√		
GE LO6	ประยุกต์ใช้แนวคิดเชิงธุรกิจและนวัตกรรมเพื่อการทำงาน				√	
GE LO7	แสดงออกถึงภาวะผู้นำ การทำงานเป็นทีมมีคุณธรรม จริยธรรม มีจิตสาธารณะ แสวงหาความรู้ตลอดชีวิตยืดหยุ่นและปรับตัวได้ภายใต้ภาวะวิกฤต					√

หมายเหตุ: ตามข้อแนะนำของคณะกรรมการวิชาการ ครั้งที่ 2/2568 วันที่ 11 ก.พ. 2568

วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของ หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (GE LOs)		ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)				
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
GE LO1	ประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อพัฒนาตามหลักสุขภาวะเพื่อสุขภาพกาย สุขภาพจิต สุขภาวะทางการเงิน หลักกฎหมายในชีวิตประจำวัน และรักษ์สิ่งแวดล้อม					√
GE LO2	ประยุกต์ใช้แนวคิดเพื่อการเสริมสร้างคุณค่าของชีวิตและความเป็นมนุษย์					√
GE LO3	คิดสร้างสรรค์ วิเคราะห์และวิพากษ์ด้วยเหตุผล แก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ คิดแบบองค์รวม	√				
GE LO4	สื่อสารภาษาไทยหรือภาษาต่างประเทศตามหลักทางภาษาและสอดคล้องกับบริบททางสังคมและพหุวัฒนธรรม		√			
GE LO5	ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเรียนรู้และการปฏิบัติงาน			√		
GE LO6	ประยุกต์ใช้แนวคิดเชิงธุรกิจและนวัตกรรมเพื่อการทำงาน				√	
GE LO7	แสดงออกถึงภาวะผู้นำ การทำงานเป็นทีมมีคุณธรรม จริยธรรม มีจิตสาธารณะ แสวงหาความรู้ตลอดชีวิตยืดหยุ่นและปรับตัวได้ภายใต้ภาวะวิกฤต					√

หมายเหตุ: ตามข้อแนะนำของคณะกรรมการวิชาการ ครั้งที่ 2/2568 วันที่ 11 ก.พ. 2568

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ส่วนที่ 3 ระบบและกลไกในการพัฒนาหลักสูตร

หลักสูตรดำเนินการปรับปรุงหลักสูตรตามกระบวนการการออกแบบการเรียนรู้แบบย้อนกลับ (Backward Curriculum Design) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. นโยบายและยุทธศาสตร์และการพัฒนากำลังคนของประเทศ

จากแผนยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580 มีส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรด้านนิเทศศาสตร์ในหลายด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การสร้างสังคมดิจิทัล และการส่งเสริมการสื่อสารและการสร้างความเข้าใจในสังคม ดังนี้

1. ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์: การพัฒนาทักษะดิจิทัลยุทธศาสตร์ชาติให้ความสำคัญกับการ : พัฒนาทักษะดิจิทัลของประชาชนทุกกลุ่มวัย เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งหลักสูตรนิเทศศาสตร์สามารถมีส่วนร่วมในการพัฒนาทักษะดังกล่าวได้ เช่น การสอนการใช้สื่อดิจิทัล การผลิตเนื้อหาดิจิทัล และการวิเคราะห์ข้อมูลดิจิทัล การสร้างบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในด้านการสื่อสารยุทธศาสตร์ชาติให้ความสำคัญกับการสร้างบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในด้านการสื่อสาร เพื่อให้ : สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างสรรค์ ซึ่งหลักสูตรนิเทศศาสตร์มีบทบาทสำคัญในการผลิตบุคลากรที่มีทักษะดังกล่าว เช่น นักสื่อสารมวลชน นักประชาสัมพันธ์ นักการตลาดดิจิทัล และนักสร้างสรรค์เนื้อหา การส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตยุทธศาสตร์ชาติส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อให้ประชาชนสามารถพัฒนา : ตนเองได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งหลักสูตรนิเทศศาสตร์สามารถมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตได้ เช่น การจัดอบรมระยะสั้น การจัดสัมมนา และการพัฒนาหลักสูตรออนไลน์

2. ด้านการสร้างสังคมดิจิทัล: การส่งเสริมการใช้สื่อดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์และรับผิดชอบยุทธศาสตร์ : ชาติให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการใช้สื่อดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์และรับผิดชอบ เพื่อป้องกันปัญหาที่เกิดจากการใช้สื่อดิจิทัลในทางที่ไม่เหมาะสม ซึ่งหลักสูตรนิเทศศาสตร์สามารถมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการใช้สื่อดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์และรับผิดชอบได้ เช่น การสอนจริยธรรมในการใช้สื่อ การสอนการตรวจสอบข้อมูล และการสอนการสร้างเนื้อหาที่มีคุณภาพ การสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับผลกระทบของสื่อดิจิทัลยุทธศาสตร์ชาติให้ความสำคัญ : กับการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับผลกระทบของสื่อดิจิทัลต่อสังคม เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าใจและรับมือกับผลกระทบดังกล่าวได้อย่างเหมาะสม ซึ่งหลักสูตรนิเทศศาสตร์สามารถมีส่วนร่วมในการสร้างความตระหนักรู้ดังกล่าวได้ เช่น การวิเคราะห์ผลกระทบของสื่อดิจิทัล การวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล และการจัดกิจกรรมรณรงค์เกี่ยวกับผลกระทบของสื่อดิจิทัล

3. ด้านการส่งเสริมการสื่อสารและการสร้างความเข้าใจในสังคม: การส่งเสริมการสื่อสารที่สร้างสรรค์และมีส่วนร่วมยุทธศาสตร์ชาติให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการสื่อสารที่สร้างสรรค์และมีส่วนร่วม เพื่อให้ : ประชาชนสามารถแสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมได้อย่างเต็มที่ ซึ่งหลักสูตรนิเทศศาสตร์สามารถมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการสื่อสารดังกล่าวได้ เช่น การสอนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม การสอนการสร้างเนื้อหาที่สร้างสรรค์ และการสอนการใช้สื่อเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคม การสร้างความเข้าใจและความสมานฉันท์ในสังคมยุทธศาสตร์ชาติให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้าใจและความสมานฉันท์ในสังคม เพื่อให้สังคมไทยอยู่ : ร่วมกันอย่างสงบสุข ซึ่งหลักสูตรนิเทศศาสตร์สามารถมีส่วนร่วมในการสร้างความเข้าใจและความสมานฉันท์ในสังคมได้ เช่น การสอนการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม การสอนการแก้ไขความขัดแย้ง และการสร้างเนื้อหาที่ส่งเสริมความเข้าใจและความสมานฉันท์

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

โดยสรุปแล้ว ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580 มีส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรด้านนิเทศศาสตร์ในหลายด้าน ซึ่งหลักสูตรนิเทศศาสตร์สามารถมีบทบาทสำคัญในการผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพและส่งเสริมการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์และรับผิดชอบ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาประเทศตามยุทธศาสตร์ชาติ

จากแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2579 ที่มุ่งเน้นพัฒนาการศึกษาของประเทศไทย สู่การศึกษา 4.0 : ผู้เรียนสร้างนวัตกรรมได้ ซึ่งหมุดหมายที่สอดคล้องกับหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต คือ การผลิตและพัฒนากำลังคน การวิจัย และนวัตกรรม เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และการจัดการศึกษาเพื่อสร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยหลักสูตรมุ่งเน้นการผลิตบัณฑิตที่สามารถสร้างนวัตกรรมด้านการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนประเด็นต่าง ๆ ที่สามารถสร้างเสริมคุณภาพชีวิตของประชากรไทย และพัฒนาองค์กรและสังคม

สำหรับจากประกาศกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม เรื่อง ทักษะที่พึงประสงค์ของกำลังคนในสาขาเกษตรสมัยใหม่ การตลาดดิจิทัล และท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ปี พ.ศ. 2565 เพื่อพัฒนากำลังคนให้สอดคล้องกับความต้องการทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งนี้ ได้พิจารณาทักษะที่มีความเกี่ยวข้องกับศาสตร์วิชาชีพ ได้แก่ ทักษะของการตลาดดิจิทัล ซึ่งเป็นทักษะที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการธุรกิจ ที่มุ่งเน้นการสร้างช่องทางจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านทางออนไลน์ และนำหลักการ เทคนิค และเครื่องมือการตลาดดิจิทัล มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ การวางแผนและการตัดสินใจในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและศักยภาพของการจำหน่ายสินค้าและบริการ โดยระบุทักษะที่จำเป็นดังต่อไปนี้ 1) การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการตลาด 2) การคิดวิเคราะห์ 3) การให้บริการโฆษณา 4) การทำให้เว็บไซต์ติดหน้าแรกบนผลลัพธ์ของการสืบค้น 5) การวิเคราะห์เว็บไซต์ 6) การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหา 7) การทำการตลาดผ่านอีเมล และ 8) การวางแผนกลยุทธ์การตลาด

นอกจากนั้น จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) มุ่งเน้นถึงการเปลี่ยนแปลงเพื่อพร้อมรองรับการเติบโตอย่างยั่งยืน ในการผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างในมิติต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างความสามารถของบุคคลและสังคมในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งเพื่อสนับสนุนให้ประเทศสามารถเติบโตได้อย่างมีคุณภาพและยั่งยืน จากการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศสู่ฐานนวัตกรรม ที่มีแนวโน้มความต้องการทักษะที่เกี่ยวข้องกับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมากยิ่งขึ้น อาทิ ความรอบรู้ด้านดิจิทัล การจัดการข้อมูล ปัญญาประดิษฐ์ โค้ดดิ้ง รวมไปถึงทักษะที่เทคโนโลยีไม่สามารถทดแทนได้ โดยเฉพาะทักษะทางพฤติกรรม อาทิ ทักษะมนุษย์ การคิดเชิงวิพากษ์ การทำงานเป็นทีม หรือความคิดสร้างสรรค์

จากรายงานการจ้างงานในอนาคต (ค.ศ. 2023-2027) ระบุว่า สายงานอาชีพที่กำลังเพิ่มขึ้นในอีก 5 ปีข้างหน้า ได้แก่ สายงานผู้เชี่ยวชาญด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับเอไอและเครื่องจักร (AI & Machine Learning Specialist) สายงานผู้เชี่ยวชาญด้านความยั่งยืน (Sustainability ExpertsX และสายงานนักวิเคราะห์และนักวิทยาศาสตร์ด้านดาต้า (Data Analyst & Scienctist) จะเห็นได้ว่า มีความสอดคล้องกับสายงานด้านการสื่อสาร

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัล และความแพร่หลายของการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่มากขึ้น ช่วยขยายโอกาสทางการศึกษาและการเรียนรู้ที่ไม่จำกัดเฉพาะในห้องเรียน อาทิ การเรียนรู้ทางไกล การเรียนรู้ตลอดชีวิต การเรียนรู้ที่สนับสนุนศักยภาพรายบุคคล ที่จะมีบทบาทสำคัญในการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแรงงานที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

หลักสูตรยังพิจารณาถึงคุณลักษณะและทักษะการเรียนรู้ของบัณฑิตที่พึงประสงค์ในศตวรรษที่ 21 ได้แก่ 3Rs 8Cs ประกอบไปด้วย 3Rs คือ อ่านออก (Reading) เขียนได้ (Writing) และ คิดเลขได้ (Arithmetic) 8Cs คือ การคิดอย่างมีวิจารณญาณ และมีทักษะในการแก้ปัญหา (Critical thinking & Problem solving) ทักษะด้านการสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Creativity & Innovation) ทักษะด้านความเข้าใจต่างวัฒนธรรมต่างกระบวนทัศน์ (Cross-Cultural Understanding) ทักษะด้านความร่วมมือ (Collaboration, Teamwork & Leadership) ทักษะด้านการสื่อสาร สารสนเทศ และการรู้เท่าทันสื่อ (Communication, Information & Media, information, and digital literacy) ทักษะด้านคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Computing & Media,

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

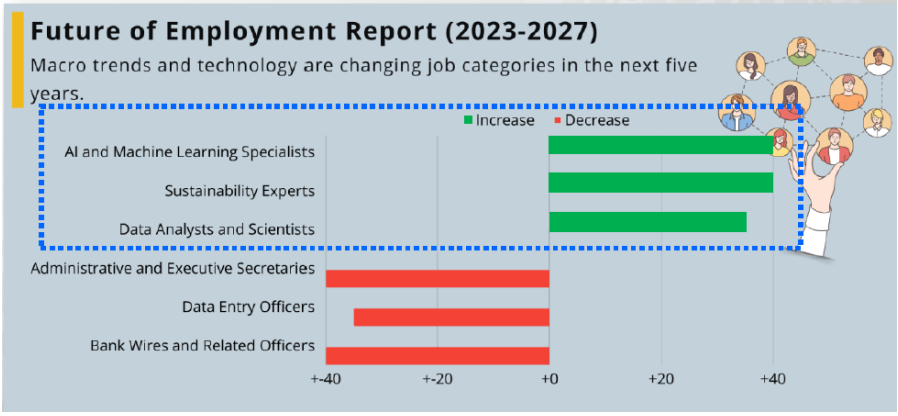
information, and digital literacy) ทักษะอาชีพและการเรียนรู้ (Career & Learning Self-reliance) และความมีเมตตา วินัย คุณธรรมและจริยธรรม (Compassion)

ที่มา: http://www.krusmart.com/student-3rs8cs/

จากกรอบแนวคิดคุณลักษณะเด็กไทยในโลกศตวรรษที่ 21 ในข้างต้น จะเห็นได้ว่าทักษะเบื้องต้นที่จำเป็นคือการอ่านออก และเขียนได้ แต่จากการสัมภาษณ์อาจารย์ผู้สอนวิชาที่เกี่ยวข้องกับการเขียนพบว่า ทักษะการเขียนเป็นสิ่งที่ต้องพัฒนาสำหรับนักศึกษาในปัจจุบัน หลักสูตรเน้นการฝึกฝนทักษะการเขียนเพื่อให้สอดรับกับความต้องการของผู้ประกอบการ นอกจากนี้ นักศึกษามีความจำเป็นที่จะต้องเข้าใจรูปแบบการสื่อสาร ตลอดจนความคิดสร้างสรรค์ในการสื่อสาร ซึ่งการที่จะสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นที่จะต้องมีความรอบรู้ในประเด็นสังคม รอบรู้ในเรื่องการใช้สื่อดิจิทัลอย่างรู้เท่าทัน หลักสูตรฯ จึงมุ่งเน้นเนื้อหาด้านคอมพิวเตอร์และการผลิตสื่ออย่างรู้เท่าทัน (Computing and Media Literacy) รวมถึงมีทักษะการสื่อสารอย่างมีความรับผิดชอบ (Communication Information and Media Literacy)

นอกจากนี้จากการประชุม World Economic Forum 2023 ได้เปิดเผยข้อมูลในหัวข้อ Future Employee Report 2023-2027 เทรนด์การจ้างงานของผู้ประกอบการพบว่า สายงานด้าน AI and Machine Learning Specialist, Sustainability Experts และด้าน Data Analysis and Scientists เป็น 3 สายงานที่มีการเปลี่ยนแปลงในทางบวก ผู้ประกอบการมีสถิติการจ้างงานเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงระหว่าง 3 ปีที่ผ่านมา และจากเวทีการประชุมคาดการณ์ว่าสายงานทั้ง 3 จะเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงปี ค.ศ. 2023 – 2027

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น



การพัฒนาทุนมนุษย์ทุกช่วงวัยที่ผ่านมาได้มีความพยายามปรับปรุงคุณภาพการศึกษาทุกระดับ ทั้งการยกระดับมาตรฐานการศึกษา การพัฒนากระบวนการเรียนรู้ การใช้เทคโนโลยีและการพัฒนานวัตกรรม รวมถึงการพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมที่เป็นแบบอย่างด้านการศึกษา ทำให้สถานศึกษามีความเป็นอิสระควบคู่กับมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น รวมถึงการส่งเสริมภาคีการเข้ามามีส่วนร่วมจัดการศึกษาและการเรียนรู้มากขึ้น โดยเฉพาะการจัดการอาชีวศึกษาและการอุดมศึกษาในหลายรูปแบบ การพัฒนาทุนมนุษย์ในวัยแรงงาน ที่เชิญความท้าทายจากการขาดกำลังคนทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยเฉพาะความสามารถในงานหรือขีดความสามารถตามตำแหน่งงาน ทักษะการใช้ชีวิต การแก้ปัญหา การมีแนวคิดของผู้ประกอบการมากขึ้น รวมถึงความสามารถในการบริหารตัวเองและการบริหารคนในฐานะผู้นำเพื่อทำงานร่วมกัน และนำทักษะของสมาชิกที่หลากหลายมาประสานพลังรวมกันในการปฏิบัติงานได้อย่างสร้างสรรค์

2. ความเสี่ยงและผลกระทบจากภายนอก

ภายใต้ 2 หัวข้อ

1. การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และนโยบายประเทศ

- การปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจโลกแบบหลายศูนย์กลาง รวมทั้งภูมิภาคเอเชีย ซึ่งทวีความสำคัญเพิ่มขึ้น
- แนวโน้มการบริโภคสินค้าและบริการของชนชั้นกลางในอุตสาหกรรมต่างๆ จะมีเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นงานต้อนรับและการบริการ ธุรกิจค้าปลีก หรือ ธุรกิจกีฬาและบันเทิง โดยเฉพาะธุรกิจแบรนด์ทรงคุณค่า จำนวนมากในโลกเริ่มปรับกลยุทธ์การทำตลาดเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าโดยเฉพาะชนชั้นกลาง
- การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของโลก
- การบริโภคสินค้าและบริการที่ถูกสร้างมูลค่าเพิ่ม เป็นไปตามการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน ตามแนวคิดของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)

2. ความต้องการคุณสมบัติของบัณฑิตที่เปลี่ยนไป

- บัณฑิตทำงานในวิชาชีพข่าว การผลิตเนื้อหาประเภทต่างๆ ที่มีความเป็นผู้ประกอบการที่สามารถทำงานในสภาพแวดล้อมที่มีการผสานทั้งในการบริหารจัดการงานข่าว การจัดการเนื้อหาและการสื่อสารผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลายพร้อมๆ กันทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และสื่อใหม่ รวมถึงสื่อในองค์กรภาคธุรกิจ รัฐ ประชาสังคม ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีคุณธรรมจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม
- บัณฑิตที่มีความรู้ ความเข้าใจองค์กรมีความสามารถในการสื่อสารและบริหารจัดการการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กรธุรกิจ โดยยึดหลักความสัมพันธ์ และการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียกับองค์กร บรรษัทภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร มีความสามารถในการสื่อสารเพื่อธุรกิจอุตสาหกรรมที่ต้องการความพิเศษเฉพาะ

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ในขณะที่ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และมีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม รูปแบบธุรกิจ และนวัตกรรมใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง รวมถึงความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัลของประเทศที่มีคุณภาพและมีความครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีได้ง่าย เร่งให้เกิดการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน โดยเฉพาะบริการข้อมูลทำธุรกรรมต่างๆ ผ่านระบบออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้อุตสาหกรรมดิจิทัลในประเทศไทยเติบโตอย่างรวดเร็ว การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการหรือพฤติกรรมของผู้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้จำเป็นต้องเร่งสร้างความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมดิจิทัลของไทยให้สามารถแข่งขันได้ ทั้งนี้ จากเป้าหมายการพัฒนาเป้าหมายที่ 2 การพัฒนาคนสำหรับโลกยุคใหม่นั้นจำเป็นต้องพัฒนากำลังคนที่มีทักษะที่สอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรมและบริการในอนาคต รวมถึงอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะและอุตสาหกรรมและบริการดิจิทัลของประเทศ

จากผลกระทบดังกล่าว หลักสูตรจึงได้ปรับชื่อสาขาวิชาเอก กลุ่มวิชาแกน กลุ่มวิชาเลือกและรายวิชาที่เน้นทางด้านดิจิทัลและการประยุกต์ใช้ข้อมูลเพื่อการสื่อสารเพื่อตอบสนองต่อความต้องการแรงงานในด้านดังกล่าว

3. พันธกิจหลักและยุทธศาสตร์ของสถาบัน

การปรับปรุงหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตมีความสอดคล้องกับพันธกิจและกลยุทธ์ของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ดังนี้

พันธกิจของสถาบัน

พันธกิจข้อที่ 1: สร้างคนที่มีคุณภาพและตรงกับความต้องการของภาคธุรกิจ สังคม และประชาคมโลก โดยเน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง (Work – based Education) โดยหลักสูตรมุ่งหวังที่จะผลิตบัณฑิตเพื่อป้อนบุคลากรด้านการสื่อสารที่มีคุณภาพ พร้อมทำงานได้จริงเข้าสู่ทุกภาคส่วน เพราะการสื่อสารมีความสำคัญกับทุกองค์กร

พันธกิจข้อที่ 2: ผสมผสานองค์ความรู้เชิงวิชาการและองค์กรธุรกิจ เพื่อการจัดการเรียนการสอน การวิจัย การบริการวิชาการ และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม (Combination of Academic and Professional Expertise)

พันธกิจข้อที่ 3: สร้างเครือข่ายความร่วมมือ เพื่อพัฒนาองค์ความรู้และส่งเสริมนวัตกรรม (Collaborative Networking) หลักสูตรมีการสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายทั้งที่เป็นสื่อ องค์กรภาครัฐ และภาคธุรกิจ เพื่อส่งนักศึกษาเข้ารับการฝึกปฏิบัติงาน

พันธกิจข้อที่ 4: พัฒนาองค์กรที่พร้อมรับความเปลี่ยนแปลง และมีระบบการบริหารจัดการที่ดี (Transformative Organization & Good Governance)

กลยุทธ์ของสถาบัน

Strategic Theme: 3 Smart Learning Ecosystem

Strategic Initiative: 3.1 การออกแบบและพัฒนาหลักสูตรการศึกษาร่วมกับภาคธุรกิจที่สร้างคุณค่าและดึงดูดผู้เรียน

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

4. ที่มาของรายละเอียดความต้องการจำเป็นของหลักสูตร

หลักสูตรกำหนดผู้มีส่วนได้เสียสำคัญแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ กฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง ผู้มีส่วนได้เสียภายในสถาบัน และผู้มีส่วนได้เสียภายนอกสถาบัน โดยสามารถสรุปประเด็นและรายละเอียดความต้องการจำเป็นจากผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มดังแสดงในตาราง

ผู้มีส่วนได้เสีย/ ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง	การรวบรวมข้อมูล		ประเด็น/ รายละเอียดความต้องการจำเป็น
	วิธีการ	เครื่องมือ	
1. กฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง			
1.1 นโยบายและยุทธศาสตร์และการพัฒนากำลังคนของประเทศ	สังเคราะห์จากเอกสาร	-	
1.1.1 แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580	สังเคราะห์จากเอกสาร	-	ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580 1. ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์: การใช้สื่อดิจิทัล การผลิตเนื้อหาดิจิทัล และการวิเคราะห์ข้อมูลดิจิทัล การสร้างบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในด้านการสื่อสาร การส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต เช่น การจัดอบรมระยะสั้น การจัดสัมมนา และการพัฒนาหลักสูตรออนไลน์ 2. ด้านการสร้างสังคมดิจิทัล: การส่งเสริมการใช้สื่อดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์และรับผิดชอบเช่น การสอน : จริยธรรมในการใช้สื่อ การสอนการตรวจสอบข้อมูล และการสอนการสร้างเนื้อหาที่มีคุณภาพ การสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับผลกระทบของสื่อดิจิทัล เช่น การวิเคราะห์ผลกระทบของสื่อดิจิทัล การวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล และการจัดกิจกรรมรณรงค์เกี่ยวกับผลกระทบของสื่อดิจิทัล 3. ด้านการส่งเสริมการสื่อสารและการสร้างความเข้าใจในสังคม: การส่งเสริมการสื่อสารที่สร้างสรรค์และมีส่วนร่วม เช่น การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม การสอนการสร้างเนื้อหาที่สร้างสรรค์ และการสอนการใช้

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ผู้มีส่วนได้เสีย/ ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง	การรวบรวมข้อมูล		ประเด็น/ รายละเอียดความต้องการจำเป็น
	วิธีการ	เครื่องมือ	
			สื่อเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคม การสร้างความเข้าใจและความสมานฉันท์ในสังคม เช่น การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม การสอนการแก้ไขความขัดแย้ง และการสร้างเนื้อหาที่ส่งเสริมความเข้าใจและความสมานฉันท์
1.1.2 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566-2570	สังเคราะห์จากเอกสาร	-	ความรู้ด้านดิจิทัล การจัดการข้อมูล ปัญญาประดิษฐ์ รวมถึงทักษะที่เทคโนโลยีไม่สามารถทดแทนได้ อาทิ ทักษะมนุษย์ การคิดเชิงวิพากษ์ ความคิดสร้างสรรค์ และการทำงานเป็นทีม
1.1.3 แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579	สังเคราะห์จากเอกสาร	-	ทักษะของการตลาดดิจิทัล ได้แก่ การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการตลาด การคิดวิเคราะห์ การให้บริการโฆษณา การทำให้เว็บไซต์ติดหน้าแรกของผลลัพธ์การค้นหา การวิเคราะห์เว็บไซต์ การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหา การทำการตลาดผ่านอีเมล และการวางแผนกลยุทธ์การตลาด
1.1.4 แผนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ World Economics Forum	สังเคราะห์จากเอกสาร	-	สายงานด้าน AI and Machine Learning Specialist, Sustainability Experts และด้าน Data Analysis and Scientists เป็น 3 สายงานที่มีการเปลี่ยนแปลงในทางบวก ผู้ประกอบการมีสถิติการจ้างงานเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงระหว่าง 3 ปี
1.2 พันธกิจของสถาบัน	สังเคราะห์จากเอกสาร	-	Work – based Education Combination of Academic and Professional Expertise Collaborative Networking

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ผู้มีส่วนได้เสีย/ ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง	การรวบรวมข้อมูล		ประเด็น/ รายละเอียดความต้องการจำเป็น
	วิธีการ	เครื่องมือ	
			Transformative Organization & Good Governance
1.3 กลยุทธ์ของสถาบัน	สังเคราะห์จากเอกสาร	-	Smart Learning Eco System การออกแบบและพัฒนาหลักสูตรการศึกษาร่วมกับภาคธุรกิจที่สร้างคุณค่าและดึงดูดผู้เรียน
1.4 ความเสี่ยงและผลกระทบจากภายนอก	สังเคราะห์จากเอกสาร	-	1. การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และนโยบายประเทศ การปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจโลกแบบหลายศูนย์กลาง แนวโน้มการบริโภคสินค้าและบริการของชนชั้นกลางในอุตสาหกรรมต่างๆ จะมีเพิ่มมากขึ้น การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของโลก และการบริโภคสินค้าที่ถูกสร้างมูลค่าเพิ่ม 2. ความรู้ ความเข้าใจองค์กร ความสามารถในการสื่อสารและบริหารจัดการการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กรธุรกิจ ความสัมพันธ์ และการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียกับองค์กร และบัณฑิตทำงานในวิชาชีพข่าว การผลิตเนื้อหาประเภทต่าง ๆ ที่มีความเป็นผู้ประกอบการ การบริหารจัดการงานข่าว การจัดการเนื้อหาและการสื่อสารผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลายพร้อม ๆ กัน
1.5 คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์	สังเคราะห์จากเอกสาร	-	มุ่งเน้นเนื้อหาด้านคอมพิวเตอร์และการผลิตสื่อ (Communiting and Media Literacy) รวมถึงมีทักษะการสื่อสารอย่างรับผิดชอบ (Communication Inforamtion and Media Literacy) ต่อผู้มีส่วนได้เสียในการสื่อสาร รวมถึงมีความคิดสร้างสรรค์ทางการ

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ผู้มีส่วนได้เสีย/ ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง	การรวบรวมข้อมูล		ประเด็น/ รายละเอียดความต้องการจำเป็น
	วิธีการ	เครื่องมือ	
			สื่อสาร และสามารถแก้ไขโจทย์ทางธุรกิจ เพื่อการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ
2. ผู้มีส่วนได้เสียภายในสถาบัน			
2.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร (n = 10)	การสัมภาษณ์เชิงลึก	แบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้าง	ระยะเวลาการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนตุลาคม – พฤศจิกายน 2567 - มีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสาขา ข่าวสาร ประเด็นสังคม สื่อดิจิทัล - มีทักษะการเล่าเรื่อง สร้างสรรค์เนื้อหาและทักษะการเขียน - มีความคิดสร้างสรรค์ คิดเป็นเหตุเป็นผล และมีการเรียนรู้ตลอดชีวิต
2.2 นักศึกษา (n=16)	การสำรวจ การสัมภาษณ์เชิงลึก	แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้าง	ระยะเวลาการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนตุลาคม – พฤศจิกายน 2567 - ความรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล ความรู้เรื่องเทคโนโลยีการสื่อสาร และความรู้เกี่ยวกับสื่อ - ทักษะการเล่าเรื่อง การผลิตตัดต่อและออกแบบ และทักษะการนำเสนอ - มีความคิดสร้างสรรค์ มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต มีบุคลิกภาพและมารยาทที่ดี

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ผู้มีส่วนได้เสีย/ ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง	การรวบรวมข้อมูล		ประเด็น/ รายละเอียดความต้องการจำเป็น
	วิธีการ	เครื่องมือ	
3. ผู้มีส่วนได้เสียภายนอกสถาบัน			
3.1 นักวิชาการ (n=16)	การสัมภาษณ์เชิงลึก	แบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้าง	ระยะเวลาการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนตุลาคม – พฤศจิกายน 2567 - มีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสาขา ข่าวสาร ประเด็นสังคม สื่อดิจิทัล - มีทักษะการเล่าเรื่อง สร้างสรรค์เนื้อหาและทักษะการเขียน - มีความคิดสร้างสรรค์ คิดเป็นเหตุเป็นผล และมีการเรียนรู้ตลอดชีวิต
3.1 นักวิชาชีพ (n = 48)	การสัมภาษณ์เชิงลึก	แบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้าง	ระยะเวลาการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนตุลาคม – พฤศจิกายน 2567 - รู้เท่าทันสื่อดิจิทัล พฤติกรรมผู้บริโภค และความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสาขา - ทักษะการนำเสนอ ทักษะการเล่าเรื่อง ทักษะการสร้างสรรค์เนื้อหา - ใฝ่รู้ ก้าวทันเทคโนโลยี มีความฉลาดทางอารมณ์ และมีความคิดสร้างสรรค์
3.2 ศิษย์เก่า (n = 92)	การสำรวจ	แบบสอบถาม	ระยะเวลาการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนตุลาคม – พฤศจิกายน 2567 - มีความรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล รอบรู้ด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร และมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสาขา - ทักษะการนำเสนอ ทักษะการเล่าเรื่อง ทักษะการผลิตตัดต่อ และออกแบบ

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ผู้มีส่วนได้เสีย/ ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง	การรวบรวมข้อมูล		ประเด็น/ รายละเอียดความต้องการจำเป็น
	วิธีการ	เครื่องมือ	
			- มีความอดทนในการทำงาน มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต มีบุคลิกภาพและมารยาทที่ดี
3.3 นักเรียน/นักศึกษา (n = 25)	การสำรวจ	แบบสอบถาม	ระยะเวลาการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนตุลาคม – พฤศจิกายน 2567 - ความรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล ความรู้เรื่องเทคโนโลยีการสื่อสาร และความรู้เกี่ยวกับสื่อ - ทักษะการเล่าเรื่อง การผลิตตัดต่อและออกแบบ และทักษะการนำเสนอ - มีความคิดสร้างสรรค์ มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

5. ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของหลักสูตร

หลักสูตรได้ดำเนินการจัดการการเรียนการสอน ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 จนถึงปัจจุบัน มีนักศึกษาในหลักสูตรรวมทั้งสิ้น 15 รุ่น และจบการศึกษาแล้วจำนวน 640 คน

นอกจากนี้ ได้รับการประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน ระดับหลักสูตรอย่างต่อเนื่องทุกปี

ทั้งนี้ การปรับปรุงหลักสูตร พ.ศ. 2569 ได้นำข้อมูลจากผู้มีส่วนได้เสียมาพิจารณา ประกอบด้วยนักศึกษาปัจจุบัน ศิษย์เก่า สถานประกอบการ นักวิชาการ นักวิชาชีพ คณะกรรมการบริหารหลักสูตร คณะกรรมการประจำคณะนิเทศศาสตร์ และคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร โดยนำมาวิเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงหลักสูตร พ.ศ. 2569

แหล่งข้อมูลผลการดำเนินงานของหลักสูตรที่ดำเนินการไปแล้ว	**ข้อเสนอแนะที่สำคัญ**	**การปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ**
ผลการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาต่อหลักสูตร	ระบบอินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว ครอบคลุมทั่วถึง สะดวกในการเรียนและค้นคว้าข้อมูล	คณะนิเทศศาสตร์ ร่วมกับศูนย์สื่อสารสร้างสรรค์ (3C) ในการประสานงานในส่วนผู้ให้บริการระบบเครือข่าย เพื่อเพิ่มความเร็ว และความทั่วถึงของสัญญาณอินเทอร์เน็ต ตลอดจนในปีงบประมาณ 2558 มีการอัปเดตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์การเรียนรู้อื่น ๆ เพื่อการใช้งานที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
	ควรเพิ่มเนื้อหาด้านการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ มาช่วยในการวางแผนการสื่อสาร	หลักสูตร 2569 มีการปรับคำอธิบายรายวิชา และเพิ่มวิชาที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ เช่น พื้นฐานทางธุรกิจและการตลาดดิจิทัลสำหรับนิเทศศาสตร์ การจัดการข้อมูลด้วยปัญญาประดิษฐ์เพื่อกลยุทธ์องค์กรและแบรนด์ และเครื่องมือการวิเคราะห์ข้อมูลและการติดตามความคิดเห็นในสื่อสังคมออนไลน์
ผลการประเมินความพึงพอใจของบัณฑิตต่อหลักสูตร	ความเร็วและความเสถียรของระบบอินเทอร์เน็ต	คณะนิเทศศาสตร์ ร่วมกับศูนย์สื่อสารสร้างสรรค์ (3C) ในการประสานงานในส่วนผู้ให้บริการระบบเครือข่าย เพื่อเพิ่มความเร็ว และความทั่วถึงของสัญญาณอินเทอร์เน็ต ตลอดจน

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

แหล่งข้อมูลผลการดำเนินงานของหลักสูตรที่ดำเนินการไปแล้ว	ข้อเสนอแนะที่สำคัญ	การปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ
		ในปีงบประมาณ 2558 มีการอัปเดตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์การเรียนรู้อื่น ๆ เพื่อการใช้งานที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต	นักศึกษารุ่นใหม่หลายๆ คนใช้โปรแกรมการออกแบบสำเร็จรูป เช่น Canva มากกว่าการใช้ Adobe ในการออกแบบ ซึ่งมีข้อจำกัดต่องานที่ต้องเข้าระบบพิมพ์ หรือต้องการความละเอียดสูง	ในรายวิชาการออกแบบกราฟิกดิจิทัล เน้นให้ความสำคัญกับการใช้โปรแกรม Adobe Photoshop และ Adobe Illustrator ในการสร้างงานตามโจทย์
	ต้องการให้นักนิเทศศาสตร์รุ่นใหม่มีทักษะการเล่าเรื่อง และการนำเสนอ	ปรับคำอธิบายรายวิชา และเพิ่มวิชาที่เกี่ยวข้อง เช่น ความคิดสร้างสรรค์และการนำเสนอเพื่องานนิเทศศาสตร์ การเล่าเรื่องผ่านสื่อ กลยุทธ์การกำหนดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ ทักษะการนำเสนอและการเป็นพิธีกรและการพูดในที่สาธารณะ
	บัณฑิตควรรอบรู้เทรนด์ของโลกโดยเฉพาะเรื่องความยั่งยืน	เพิ่มรายวิชาที่เกี่ยวข้อง เช่น ความยั่งยืนในการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ และการพัฒนาธุรกิจสื่อ

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

6. การวิเคราะห์ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) ตามความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย

หลักสูตรนำความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียสำคัญ โดยหลักสูตรได้นำมาแสดงต่อคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรเพื่อพิจารณา และผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของหลักสูตรมาวิเคราะห์ และกำหนดเป็นผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรได้ดังนี้

วิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์

PLO1: สร้างสรรค์งานด้านนิเทศศาสตร์โดยประยุกต์องค์ความรู้และทักษะด้านการสื่อสารบนพื้นฐานจริยธรรมวิชาชีพ

PLO2: รู้เท่าทันและเลือกใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารและสารสนเทศ เทคโนโลยีดิจิทัล ที่สอดคล้องกับบริบทของการสื่อสาร

PLO3: นำเสนองานด้านนิเทศศาสตร์ผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย

PLO4: วางแผนการสื่อสารเพื่อจัดการความท้าทายภายในและภายนอกองค์กรอย่างสอดคล้องกับบริบทของการสื่อสารขององค์กร ธุรกิจ/แบรนด์ และสังคม

PLO5: แสดงออกถึงความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงในบริบทของการสื่อสาร ธุรกิจและสังคม

โดยแต่ละผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย สรุปได้ดังนี้

ผู้มีส่วนได้เสีย/ ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง	ประเด็น/ รายละเอียดความต้องการจำเป็น	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)				
		1	2	3	4	5
1. นักวิชาการ	ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสาขา	√	√	√	√	√
	ความรอบรู้ในข่าวสารและประเด็นสังคม		√		√	
	ความรู้รอบตัวเท่าทันสื่อดิจิทัล		√	√	√	
2. นักวิชาชีพ	ความรู้รอบตัวเท่าทันสื่อดิจิทัล		√	√	√	
	ความรู้ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค				√	√
	ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสาขา	√	√	√	√	√
3. ศิษย์เก่า	ความรู้รอบตัวเท่าทันสื่อดิจิทัล		√	√	√	
	ความรอบรู้ด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร		√		√	
	ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสาขา	√	√	√	√	√
4. นักเรียน/นักศึกษา	ความรู้รอบตัวเท่าทันสื่อดิจิทัล		√	√	√	
	ความรอบรู้ด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร		√		√	
	ความรู้เกี่ยวกับสื่อ	√	√		√	

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

<u>วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจ้นท์และสื่อดิจิทัล</u>

PLO1: สร้างสรรค์งานด้านนิเทศศาสตร์โดยประยุกต์องค์ความรู้และทักษะด้านการสื่อสารบนพื้นฐานจริยธรรมวิชาชีพ

PLO2: รู้เท่าทันและเลือกใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารและสารสนเทศ เทคโนโลยีดิจิทัล ที่สอดคล้องกับบริบทของการสื่อสาร

PLO3: นำเสนองานด้านนิเทศศาสตร์ผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย

PLO4: วางแผน ผลิต และเผยแพร่สื่อหลากหลายรูปแบบ บนหลากหลายแพลตฟอร์มที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

PLO5: เป็นผู้ที่มีความไวต่อคุณค่าข่าว รู้ว่าเหตุการณ์ใดควรเป็นข่าวและผลักดันเนื้อหาเพื่อการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงในสังคม

โดยแต่ละผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย สรุปได้ดังนี้

ผู้มีส่วนได้เสีย/ ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง	**ประเด็น/ รายละเอียดความต้องการจำเป็น**	**ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)**				
		1	**2**	**3**	**4**	**5**
1. นักวิชาการ	ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสาขา	√	√	√	√	√
	ความรอบรู้ในข่าวสารและประเด็นสังคม		√		√	√
	ความรู้รอบตัวเท่าทันสื่อดิจิทัล		√	√	√	
2. นักวิชาชีพ	ความรู้รอบตัวเท่าทันสื่อดิจิทัล		√	√	√	
	ความรู้ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค	√	√	√	√	√
	ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสาขา	√	√	√	√	√
3. ศิษย์เก่า	ความรู้รอบตัวเท่าทันสื่อดิจิทัล		√	√	√	
	ความรอบรู้ด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร		√	√	√	
	ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสาขา	√	√	√	√	√
4. นักเรียน/นักศึกษา	ความรู้รอบตัวเท่าทันสื่อดิจิทัล		√	√	√	
	ความรอบรู้ด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร		√	√	√	
	ความรู้เกี่ยวกับสื่อ	√	√	√	√	√

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

7. การสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลของหลักสูตร

การเผยแพร่ข้อมูลของหลักสูตรให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ หลักสูตรได้ดำเนินการผ่านช่องทางต่าง ๆ ดังนี้

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางสื่อสาร
อาจารย์/นักวิชาการ	เล่มหลักสูตร การประชุมคณะกรรมการบริหารหลักสูตร
นักวิชาชีพ (สถานประกอบการ)	เว็บไซต์คณะ จดหมายส่งตัวฝึกปฏิบัติงาน (ที่ระบุวัตถุประสงค์การฝึกปฏิบัติงาน)
ศิษย์เก่า	เว็บไซต์คณะ ไลน์กลุ่มศิษย์เก่าแต่ละรุ่น เฟซบุ๊ก
นักเรียน/นักศึกษา	เว็บไซต์คณะ เฟซบุ๊กคณะ ไลน์กลุ่มต่าง ๆ กิจกรรม Homeroom กิจกรรมทางการตลาด

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ส่วนที่ 4 โครงสร้างหลักสูตร รายวิชาและหน่วยกิต

1. โครงสร้างหลักสูตร

1.1 หลักสูตร

1.1.1 จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร จำนวน 132 หน่วยกิต

1.1.2 โครงสร้างหลักสูตร

1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต ดังนี้

1.1) หมวดศาสตร์แห่งภาษาเพื่อการสื่อสาร ไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต
เลือกเรียนอย่างน้อย 2 กลุ่ม ดังนี้
1.1.1) กลุ่มภาษาเพื่อการสื่อสาร (ภาษาไทย)
1.1.2) กลุ่มภาษาเพื่อการสื่อสาร (ภาษาอังกฤษ)
1.1.3) กลุ่มภาษาเพื่อการสื่อสาร (ภาษาที่สาม)

1.2) หมวดศาสตร์แห่งชีวิต ไม่น้อยกว่า 9 หน่วยกิต
เรียนแต่ละกลุ่มไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต
1.2.1) กลุ่มสังคมแห่งความสุข
1.2.2) กลุ่มคุณค่าแห่งชีวิต

1.3) หมวดศาสตร์การจัดการและนวัตกรรม ไม่น้อยกว่า 9 หน่วยกิต
เรียนแต่ละกลุ่มไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต
1.3.1) กลุ่มเทคโนโลยีดิจิทัล
1.3.2) กลุ่มการเป็นผู้ประกอบการ

อ้างอิงรายวิชาในเล่มหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ปรับปรุง พ.ศ. 2569 และ/หรือ ตามที่สภาสถาบันอนุมัติ

2) หมวดวิชาเฉพาะ จำนวน 93 หน่วยกิต ดังนี้

2.1) กลุ่มวิชาแกน 54 หน่วยกิต
2.2) กลุ่มวิชาบังคับ 27 หน่วยกิต
2.3) กลุ่มวิชาเลือก 12 หน่วยกิต

3) หมวดวิชาเลือกเสรี จำนวน 9 หน่วยกิต

2. รายวิชา

ความหมายของรหัสรายวิชา

รหัสวิชา ประกอบด้วย ตัวเลขรวม 7 หลัก เป็นตัวเลขอารบิก ดังนี้

ความหมาย	ลำดับที่						
	1	2	3	4	5	6	7
ตัวเลขประจำคณะวิชา/วิทยาลัย/สำนัก	X	X					
ตัวเลขระบุหลักสูตร/หมวดวิชา			X				
ตัวเลขระบุกลุ่มวิชา				X			
ตัวเลขระบุระดับชั้นปี/ระดับรายวิชา					X		
ตัวเลขระบุลำดับรายวิชา						X	X

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

1) ลำดับที่ 1 - 2 หมายถึง ตัวเลขประจำคณะวิชา/ วิทยาลัย/ สำนัก ประกอบด้วยคณะวิชา ดังนี้

10 หมายถึง สำนักการศึกษาทั่วไป

17 หมายถึง คณะนิเทศศาสตร์

.....

2) ลำดับที่ 3 หมายถึง ตัวเลขระบุหลักสูตร/ หมวดวิชา ประกอบด้วย

2.1) ตัวเลขหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

อ้างอิงในเล่มหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ปรับปรุง พ.ศ. 2569 และ/หรือ ตามที่สถาสถาบันอนุมัติ

2.2) ตัวเลขหลักสูตร คณะนิเทศศาสตร์

0 หมายถึง กลุ่มรายวิชาแกนกลางคณะนิเทศศาสตร์

1 หมายถึง หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
วิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์ (CB)

2 หมายถึง หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล (CJ)

3) ลำดับที่ 4 หมายถึง ตัวเลขระบุกลุ่มวิชา

3.1) ตัวเลขกลุ่มวิชาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

0 หมายถึง กลุ่มบูรณาการ

1 หมายถึง กลุ่มภาษาเพื่อการสื่อสาร

2 หมายถึง กลุ่มชีวิตและสังคมแห่งความสุข

3 หมายถึง กลุ่มการจัดการและนวัตกรรม

อ้างอิงในเล่มหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ปรับปรุง พ.ศ. 2569 และ/หรือ ตามที่สถาสถาบันอนุมัติ

3.2) ตัวเลขระบุกลุ่มวิชา

0 หมายถึง กลุ่มวิชาปรับพื้นฐาน

1 หมายถึง กลุ่มวิชาแกน/ กลุ่มวิชาพื้นฐาน/กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ/ กลุ่มวิชาชีพครู/อื่น ๆ ตามกลุ่มวิชาที่ระบุในมาตรฐานคุณวุฒิสาขา (ถ้ามี)

2 หมายถึง กลุ่มวิชาบังคับ/ กลุ่มวิชาเอก/ กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน/ กลุ่มวิชาเฉพาะ/อื่น ๆ ตามกลุ่มวิชาที่ระบุในมาตรฐานคุณวุฒิสาขา (ถ้ามี)

3 หมายถึง กลุ่มวิชาเลือก/ กลุ่มวิชาเลือกเฉพาะสาขา

4 หมายถึง กลุ่มวิชาดุษฎีนิพนธ์/ วิทยานิพนธ์/ การค้นคว้าอิสระ

5 หมายถึง กลุ่มวิชาเลือกเสรี

4) ลำดับที่ 5 หมายถึง ตัวเลขระบุระดับชั้นปี/ระดับรายวิชา เป็นตัวเลขบอกความเข้มข้นของเนื้อหาวิชาหรือวิชานั้นเรียนระดับชั้นปีใดหรือระดับปริญญาใด มีหลักเกณฑ์ ดังนี้

1 หมายถึง รายวิชาระดับปริญญาตรี สำหรับนักศึกษาชั้นปี 1

2 หมายถึง รายวิชาระดับปริญญาตรี สำหรับนักศึกษาชั้นปี 2

3 หมายถึง รายวิชาระดับปริญญาตรี สำหรับนักศึกษาชั้นปี 3

4 หมายถึง รายวิชาระดับปริญญาตรี สำหรับนักศึกษาชั้นปี 4

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

5) ลำดับที่ 6 และ 7 หมายถึง ตัวเลขระบุลำดับรายวิชา

01 หมายถึง รายวิชาลำดับที่ 1
(ลำดับที่ 01-50 รายวิชา “บรรยายหรือทฤษฎี/ปฏิบัติ/โครงงาน/การศึกษาค้นคว้าอิสระ/วิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์”)

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

รายวิชา

1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

อ้างอิงรายวิชาในเล่มหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ปรับปรุง พ.ศ. 2569 และ/หรือ ตามที่สถาสถาบันอนุมัติ

2) หมวดวิชาเฉพาะ นักศึกษาต้องศึกษารายวิชาในหมวดวิชาเฉพาะ จำนวน 93 หน่วยกิต ดังนี้

2.1) กลุ่มวิชาแกน ให้เรียนจำนวน 54 หน่วยกิต จากรายวิชาต่อไปนี้

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	วิชาบังคับก่อน
1701111	หลักและทฤษฎีนิเทศศาสตร์ (Principles and Theories of Communication Arts)	3(3-0-6)	-
1701112	พื้นฐานทางธุรกิจและการตลาดดิจิทัลสำหรับนิเทศศาสตร์ (Business and Digital Marketing Foundations for Communication Arts)	3(3-0-6)	-
1701113	เทคนิคการถ่ายภาพและการตกแต่ง (Photography Techniques and Retouching)	3(2-2-5)	
1701114	การรู้เท่าทันสื่อ ข้อมูล และดิจิทัล (Digital and Media Literacy)	3(3-0-6)	-
1701115	การออกแบบกราฟิกดิจิทัล (Digital Graphic Design)	3(2-2-5)	-
1701116	กฎหมาย และจริยธรรมการสื่อสาร (Communication Laws and Ethics)	3(3-0-6)	-
1701217	ภาษาอังกฤษเพื่องานนิเทศศาสตร์ (English for Communication Arts)	3(3-0-6)	-
1701218	เทคนิคการถ่ายทำภาพเคลื่อนไหวและตัดต่อ (Videography Techniques and Editing)	3(2-2-5)	-
1701219	ความคิดสร้างสรรค์และการนำเสนอเพื่องานนิเทศศาสตร์ (Creative Thinking and Presentation for Communication Arts)	3(3-0-6)	-
1701320	การวิจัยเพื่องานนิเทศศาสตร์ (Research for Communication Arts)	3(3-0-6)	-
1701321	การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ (Entreprenuership)	3(3-0-6)	-

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	วิชาบังคับก่อน
1701161	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 1 (Work-based Learning in Communication Arts 1)	3(0-40-0)	ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการการฝึกปฏิบัติงานคณะนิเทศศาสตร์
1701262	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 2 (Work-based Learning in Communication Arts 2)	3(0-40-0)	ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการการฝึกปฏิบัติงานคณะนิเทศศาสตร์
1701263	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 3 (Work-based Learning in Communication Arts 3)	3(0-40-0)	ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการการฝึกปฏิบัติงานคณะนิเทศศาสตร์
1701364	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 4 (Work-based Learning in Communication Arts 4)	3(0-40-0)	ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการการฝึกปฏิบัติงานคณะนิเทศศาสตร์
1701465	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 5 (Work-based Learning in Communication Arts 5)	3(0-40-0)	ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการการฝึกปฏิบัติงานคณะนิเทศศาสตร์
1701466	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 6 (Work-based Learning in Communication Arts 6)	3(0-40-0)	ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการการฝึกปฏิบัติงานคณะนิเทศศาสตร์
1701467	โครงงานนวัตกรรมนิเทศศาสตร์ (Innovative Project for Communication Arts)	3(0-6-3)	1701161 1701262 1701263 1701364 1701465

2.2) กลุ่มวิชาบังคับ ให้เรียนรายวิชาตามกลุ่มวิชาเอกที่นักศึกษาเรียน จำนวน 27 หน่วยกิต ดังนี้

2.2.1) วิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	วิชาบังคับก่อน
1712111	ความรู้พื้นฐานการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์ (Introduction to Digital Communication for Corporate and Brand)	3(3-0-6)	-
1712112	การเขียนเพื่อการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์ (Writing for Corporate and Brand Communication)	3(3-0-6)	-
1712213	การวิเคราะห์การตลาดและการเข้าใจผู้บริโภคเชิงลึก (Marketing Analysis and Consumer Insights)	3(3-0-6)	-
1712214	การสื่อสารการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Communications)	3(2-2-5)	-
1712215	การจัดการการประชาสัมพันธ์ (Public Relations Management)	3(3-0-6)	

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	วิชาบังคับก่อน
1712216	การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการและกลยุทธ์สื่อ (Integrated Marketing Communication and Media Strategy	3(3-0-6)	-
1712317	การวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ (Strategic Communication Planning)	3(3-0-6)	-
1712318	ความยั่งยืนในการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ (Sustainability in Corporate and Brand Communication)	3(3-0-6)	-
1712419	การบริหารการสื่อสารในสถานการณ์ความเสี่ยงและภาวะวิกฤต (Communication Management in Risk and Crisis Situation)	3(3-0-6)	-

2.2.2) วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	วิชาบังคับก่อน
1722111	ความรู้พื้นฐานวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล (Introduction to Convergent Journalism and Digital Media)	3(3-0-6)	-
1722112	การเล่าเรื่องผ่านสื่อ (Storytelling for Media)	3(3-0-6)	-
1722213	การเขียนข่าว (News Writing)	3(3-0-6)	-
1722214	การเขียนเชิงวารสารศาสตร์ (Journalistic Writing)	3(3-0-6)	-
1722215	การรายงานและบรรณาธิกรข่าว (Journalism Reporting and Editing)	3(2-2-5)	1722213
1722216	กราฟิก และแอนิเมชั่นในงานวารสารศาสตร์ (Graphic and Animation for Journalism)	3(2-2-5)	1701115
1722317	การสร้างสรรค์เนื้อหาสื่อด้วยการตลาดดิจิทัลและข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผู้รับสาร (Digital Content Creation and Digital Marketing with Audience Insights)	3(2-2-5)	-
1722318	กลยุทธ์การเล่าเรื่องข้ามสื่อและการผลิตสื่อสร้างสรรค์ (Transmedia Storytelling Strategy and Creative Media Production)	3(2-2-5)	1722112
1722419	กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างนวัตกรรมสื่อดิจิทัลและสื่อทางเลือก (Communication Strategies for Digital Media Innovation and Alternative Media)	3(2-2-5)	1722317 1722318

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

2.3) กลุ่มวิชาเลือก เลือกเรียนจากรายวิชาต่อไปนี้

2.3.1) วิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์ เลือกเรียน 12 หน่วยกิต หรือรายวิชาที่ได้รับการอนุมัติจากคณบดี

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	วิชาบังคับก่อน
1713211	กลยุทธ์การกำหนดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ (Content Strategy for Corporate and Brand Communication)	3(3-0-6)	-
1713212	กลยุทธ์และการจัดการโครงการกิจกรรมพิเศษ (Event Strategy and Management)	3(3-0-6)	-
1713213	จิตวิทยาเพื่อการสื่อสาร (Psychology for Communication)	3(3-0-6)	-
1713214	การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity Design)	3(2-2-5)	1701115
1713315	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารองค์กร (English for Corporate Communication)	3(3-0-6)	-
1713316	การสร้างแบรนด์องค์กรในอุตสาหกรรมการบริการ (Corporate Branding in Hospitality Industry)	3(3-0-6)	-
1713317	การจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Relationship Management)	3(3-0-6)	-
1713318	การออกแบบสื่อดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์ (Digital Media Design for Corporate and Brand)	3(2-2-5)	1701115
1713319	การจัดการข้อมูลด้วยปัญญาประดิษฐ์เพื่อกลยุทธ์องค์กรและแบรนด์ (AI for Data Management in Corporate and Brand Strategies)	3(2-2-5)	-

2.3.2) วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล เลือกเรียน 12 หน่วยกิต หรือรายวิชาที่ได้รับการอนุมัติจากคณบดี

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	วิชาบังคับก่อน
1723211	การพัฒนาเว็บไซต์และสื่ออินเตอร์แอคทีฟ (Website and Interactive Media)	3(2-2-5)	-
1723212	ทักษะการนำเสนอและการเป็นพิธีกร (Presentation and Hosting Skills)	3(3-0-6)	
1723213	การจัดการอินฟลูเอนเซอร์และกลยุทธ์การดึงดูดแฟนคลับ (Influencer Management and Fan Engagement Strategies)	3(3-0-6)	
1723214	การรณรงค์การสื่อสารเชิงกลยุทธ์สำหรับอุตสาหกรรมบันเทิง (Strategic Communication Campaign for Entertainment Industry)	3(3-0-6)	

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	วิชาบังคับก่อน
1723315	วารสารศาสตร์และการรายงานข่าวเชิงข้อมูล (Data Journalism)	3(3-0-6)	-
1723316	การผลิตเนื้อหาและการสร้างรายได้ (Content Production and Revenue Generation)	3(2-2-5)	-
1723317	สื่อเพื่อการขับเคลื่อนสังคม (Media for Social Change)	3(3-0-6)	-
1723318	การผลิตเนื้อหาสำหรับผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม (Content Production for Target Audiences)	3(2-2-5)	
1723319	การรายงานข่าวเชิงสืบสวน (Investigative Reporting)	3(2-2-5)	1722213
1723320	การพัฒนาธุรกิจสื่อ (Media Startup)	3(3-0-6)	1701321

3) หมวดวิชาเลือกเสรี นักศึกษาต้องศึกษารายวิชาในหมวดวิชาเลือกเสรี จำนวน 9 หน่วยกิต

นักศึกษาสามารถเลือกเรียนจากรายวิชาต่อไปนี้ หรือ รายวิชาที่เปิดสอนในสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ หรือสถาบันอุดมศึกษาอื่น โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาหรือตามที่สถาบันกำหนด

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	วิชาบังคับก่อน
1705301	การสื่อสารแบรนด์ผ่านจุดติดต่อ (Brand Touch Point)	3(3-0-6)	-
1705302	สื่อกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และละคร (Media in the film and Television Drama Industry)	3(3-0-6)	-
1705303	สื่อกับอุตสาหกรรมเพื่อสังคมสูงวัย (Media in the Context of an Aging Society)	3(3-0-6)	-
1705304	สื่อกับอุตสาหกรรมสุขภาพ (Media in the Wellness Industry)	3(3-0-6)	-
1705305	การพูดในที่สาธารณะ (Public Speaking)	3(3-0-6)	-
1705306	กลยุทธ์การปรับแต่งเว็บไซต์เพื่อเครื่องมือค้นหา (SEO Strategies for Website Optimization)	3(2-2-5)	-
1705307	เครื่องมือการวิเคราะห์ข้อมูลและการติดตามความคิดเห็นในสื่อสังคมออนไลน์ (Data Analytics and Social Listening Tools for Insights)	3(2-2-5)	-
1705408	การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้และอินเตอร์เฟซในงานนิเทศศาสตร์ (User Experience and Interface Design in Communication Arts)	3(2-2-5)	-

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	วิชาบังคับก่อน
1705409	การสื่อสารสำหรับผู้ประกอบการสตาร์ตอัป (Communication for Startup)	3(2-0-7)	1701321

ทั้งนี้ ในรายวิชาทุกวิชาของสถาบันที่มีวิชาบังคับก่อน คณบดีสามารถอนุมัติให้นักศึกษาลงทะเบียนในรายวิชานั้นได้ โดยสอดคล้องกับศักยภาพของผู้เรียนและมาตรฐานการจัดการศึกษา

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

3. แผนการศึกษา

วิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์

ชั้นปีที่ 1					
ภาคการศึกษาที่ 1			ภาคการศึกษาที่ 2		
รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต
10xxxxx	หมวดศาสตร์แห่งภาษาเพื่อการสื่อสาร 1	3	10xxxxx	หมวดศาสตร์แห่งภาษาเพื่อการสื่อสาร 2	3
10xxxxx	หมวดศาสตร์แห่งชีวิต 1	3	10xxxxx	หมวดศาสตร์แห่งชีวิต 2	3
1701111	หลักและทฤษฎีนิเทศศาสตร์	3	1701115	การออกแบบกราฟิกดิจิทัล	3
1701112	พื้นฐานทางธุรกิจและการตลาดดิจิทัลสำหรับนิเทศศาสตร์	3	1712112	การเขียนเพื่อการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์	3
1701113	เทคนิคการถ่ายภาพและการตกแต่ง	3	1701161	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 1	3
1701114	การรู้เท่าทันสื่อ ข้อมูล และดิจิทัล	3			
1701116	กฎหมาย และจริยธรรมการสื่อสาร	3			
1712111	ความรู้พื้นฐานการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์	3			
รวม		**24**	**รวม**		**15**

ชั้นปีที่ 2					
ภาคการศึกษาที่ 1			ภาคการศึกษาที่ 2		
รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต
10xxxxx	หมวดศาสตร์แห่งภาษาเพื่อการสื่อสาร 3	3	1701262	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 2	3
10xxxxx	หมวดศาสตร์แห่งชีวิต 3	3	10xxxxx	หมวดศาสตร์แห่งภาษาเพื่อการสื่อสาร 4	3
1701217	ภาษาอังกฤษเพื่องานนิเทศศาสตร์	3	10xxxxx	หมวดศาสตร์การจัดการและนวัตกรรม 1	3
1712213	การวิเคราะห์การตลาดและการเข้าใจผู้บริโภคเชิงลึก	3	1701219	ความคิดสร้างสรรค์และการนำเสนอเพื่องานนิเทศศาสตร์	3
1701218	เทคนิคการถ่ายทำภาพเคลื่อนไหวและตัดต่อ	3	1712216	การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการและกลยุทธ์สื่อ	3
1712214	การสื่อสารการตลาดดิจิทัล	3			
1712215	การจัดการการประชาสัมพันธ์	3			
1713xxx	กลุ่มวิชาเลือก 1	3			
รวม		**24**	**รวม**		**15**

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ชั้นปีที่ 3					
ภาคการศึกษาที่ 1			ภาคการศึกษาที่ 2		
รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต
10xxxxx	หมวดศาสตร์การจัดการและนวัตกรรม 2	3	10xxxxx	หมวดศาสตร์การจัดการและนวัตกรรม 3	3
1701320	การวิจัยเพื่องานนิเทศศาสตร์	3	1701321	การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ	3
1712317	การวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	3	1712318	ความยั่งยืนในการสื่อสารองค์กรและแบรนด์	3
1713xxx	กลุ่มวิชาเลือก 2	3	1713xxx	กลุ่มวิชาเลือก 3	3
1701263	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 3	3	1713xxx	กลุ่มวิชาเลือก 4	3
			1701364	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 4	3
รวม		15	รวม		18

ชั้นปีที่ 4					
ภาคการศึกษาที่ 1			ภาคการศึกษาที่ 2		
รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต
1712419	การบริหารการสื่อสารในสถานการณ์ความเสี่ยงและภาวะวิกฤต	3	1701466	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 6	3
1705xxx	หมวดวิชาเลือกเสรี 1	3	1701467	โครงงานนวัตกรรมนิเทศศาสตร์	3
1705xxx	หมวดวิชาเลือกเสรี 2	3			
1705xxx	หมวดวิชาเลือกเสรี 3	3			
1701465	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 5	3			
รวม		15	รวม		6

วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล

ชั้นปีที่ 1					
ภาคการศึกษาที่ 1			ภาคการศึกษาที่ 2		
รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต
101xxxx	หมวดศาสตร์แห่งภาษาเพื่อการสื่อสาร 1	3	1701112	พื้นฐานทางธุรกิจและการตลาดดิจิทัลสำหรับนิเทศศาสตร์	3
103xxxx	หมวดศาสตร์การจัดการและนวัตกรรม 1	3	1701114	การรู้เท่าทันสื่อ ข้อมูล และดิจิทัล	3
1701111	หลักและทฤษฎีนิเทศศาสตร์	3	1701116	กฎหมาย และจริยธรรมการสื่อสาร	3
1701113	เทคนิคการถ่ายภาพและการตกแต่ง	3	1722112	การเล่าเรื่องผ่านสื่อ	3
1701115	การออกแบบกราฟิกดิจิทัล	3	1701161	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 1	3
1722111	ความรู้พื้นฐานวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล	3			
101xxxx	หมวดศาสตร์แห่งภาษาเพื่อการสื่อสาร 2	3			
102xxxx	หมวดศาสตร์แห่งชีวิต 1	3			
รวม		24	รวม		15

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ชั้นปีที่ 2					
ภาคการศึกษาที่ 1			ภาคการศึกษาที่ 2		
รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต
102xxxx	หมวดศาสตร์แห่งชีวิต 2	3	1701262	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 2	3
102xxxx	หมวดศาสตร์แห่งชีวิต 3	3	1722215	การรายงานและบรรณาธิกรข่าว	3
1701217	ภาษาอังกฤษเพื่องานนิเทศศาสตร์	3	1723xxx	กลุ่มวิชาเลือก 1	3
1701218	เทคนิคการถ่ายทำภาพเคลื่อนไหวและตัดต่อ	3	1723xxx	กลุ่มวิชาเลือก 2	3
1701219	ความคิดสร้างสรรค์และการนำเสนอเพื่องานนิเทศศาสตร์	3	103xxxx	หมวดศาสตร์การจัดการและนวัตกรรม 2	3
1722213	การเขียนข่าว	3			
1772214	การเขียนเชิงวารสารศาสตร์	3			
1722216	กราฟิก และแอนิเมชันในงานวารสารศาสตร์	3			
รวม		**24**	**รวม**		**15**

ชั้นปีที่ 3					
ภาคการศึกษาที่ 1			ภาคการศึกษาที่ 2		
รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต
10xxxxx	หมวดศาสตร์การจัดการและนวัตกรรม 3	3	1701321	การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ (แกน 14)	3
1701320	การวิจัยเพื่องานนิเทศศาสตร์	3	1701364	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 4	3
1722318	กลยุทธ์การเล่าเรื่องข้ามสื่อและการผลิตสื่อสร้างสรรค์	3	1722317	การสร้างสรรค์เนื้อหาสื่อด้วยการตลาดดิจิทัลและข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผู้รับสาร	3
1723xxx	กลุ่มวิชาเลือก 3	3	101XXXX	หมวดศาสตร์แห่งภาษาเพื่อการสื่อสาร 3	3
1701263	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 3	3	1723xxx	กลุ่มวิชาเลือก 4	3
			1705xxx	หมวดวิชาเลือกเสรี 1	3
รวม		**15**	**รวม**		**18**

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ชั้นปีที่ 4					
ภาคการศึกษาที่ 1			ภาคการศึกษาที่ 2		
รหัสวิชา	**รายวิชา**	**หน่วยกิต**	**รหัสวิชา**	**รายวิชา**	**หน่วยกิต**
1701465	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 5	3	1701466	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 6	3
1722419	กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างนวัตกรรมสื่อดิจิทัลและสื่อทางเลือก	3	1701467	โครงงานนวัตกรรมนิเทศศาสตร์	3
1705xxx	หมวดวิชาเลือกเสรี 2	3			
1705xxx	หมวดวิชาเลือกเสรี 3	3			
101xxxx	หมวดศาสตร์แห่งภาษาเพื่อการสื่อสาร 4	3			
รวม		**15**	**รวม**		**6**

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

4. ตารางแสดงการกระจายความรับผิดชอบของผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

4.1 หมวดวิชาเฉพาะ

4.1.1 วิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)				
	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
หมวดวิชาเฉพาะ					
1) กลุ่มวิชาแกน					
1701111 หลักและทฤษฎีนิเทศศาสตร์	✓				
1701112 พื้นฐานทางธุรกิจและการตลาดดิจิทัลสำหรับนิเทศศาสตร์	✓		✓		
1701113 เทคนิคการถ่ายภาพและการตกแต่ง	✓	✓	✓		
1701114 การรู้เท่าทันสื่อ ข้อมูล และดิจิทัล	✓				✓
1701115 การออกแบบกราฟิกดิจิทัล	✓	✓	✓		
1701116 กฎหมาย และจริยธรรมการสื่อสาร	✓				
1701217 ภาษาอังกฤษเพื่องานนิเทศศาสตร์	✓				
1701218 เทคนิคการถ่ายทำภาพเคลื่อนไหวและตัดต่อ	✓	✓	✓		
1701219 ความคิดสร้างสรรค์และการนำเสนอเพื่องานนิเทศศาสตร์	✓	✓	✓		
1701320 การวิจัยเพื่องานนิเทศศาสตร์	✓	✓	✓	✓	
1701321 การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ	✓	✓	✓	✓	✓
1701161 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 1	✓	✓	✓	✓	
1701262 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 2	✓	✓	✓	✓	
1701263 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 3	✓	✓	✓	✓	
1701364 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 4	✓	✓	✓	✓	
1701465 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 5	✓	✓	✓	✓	✓
1701466 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 6	✓	✓	✓	✓	✓
1701467 โครงงานนวัตกรรมนิเทศศาสตร์	✓	✓	✓	✓	✓

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)				
	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
2) กลุ่มวิชาบังคับ					
2.1) วิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์					
1712111 ความรู้พื้นฐานการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์	✓				
1712112 การเขียนเพื่อการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์	✓	✓			
1712213 การวิเคราะห์การตลาดและการเข้าใจผู้บริโภคเชิงลึก	✓	✓		✓	
1712214 การสื่อสารการตลาดดิจิทัล	✓	✓	✓	✓	✓
1712215 การจัดการการประชาสัมพันธ์	✓	✓	✓	✓	
1712216 การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการและกลยุทธ์สื่อ	✓	✓	✓	✓	✓
1712317 การวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	✓	✓	✓	✓	
1712318 ความยั่งยืนในการสื่อสารองค์กรและแบรนด์	✓				
1712419 การบริหารการสื่อสารในสถานการณ์ความเสี่ยงและภาวะวิกฤต	✓	✓	✓	✓	✓
3) กลุ่มวิชาเลือก					
3.1) วิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์					
1713211 กลยุทธ์การกำหนดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารองค์กรและแบรนด์	✓	✓	✓	✓	✓
1713212 กลยุทธ์และการจัดการโครงการกิจกรรมพิเศษ	✓	✓	✓	✓	✓
1713213 จิตวิทยาเพื่อการสื่อสาร	✓				
1713214 การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร	✓	✓	✓		
1713315 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารองค์กร	✓				
1713316 การสร้างแบรนด์องค์กรในอุตสาหกรรมการบริการ	✓			✓	
1713317 การจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	✓	✓	✓	✓	✓
1713318 การออกแบบสื่อดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์	✓	✓	✓	✓	
1713319 การจัดการข้อมูลด้วยปัญญาประดิษฐ์เพื่อกลยุทธ์องค์กรและแบรนด์	✓	✓	✓	✓	✓

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)				
	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
4) หมวดวิชาเลือกเสรี					
1705301 การสื่อสารแบรนด์ผ่านจุดติดต่อ	✓	✓	✓	✓	
1705302 สื่อกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และละคร	✓	✓	✓	✓	✓
1705303 สื่อกับอุตสาหกรรมเพื่อสังคมสูงวัย	✓	✓	✓	✓	✓
1705304 สื่อกับอุตสาหกรรมสุขภาพ	✓	✓	✓	✓	✓
1705305 การพูดในที่สาธารณะ	✓	✓	✓	✓	
1705306 กลยุทธ์การปรับแต่งเว็บไซต์เพื่อเครื่องมือค้นหา	✓	✓	✓	✓	
1705307 เครื่องมือการวิเคราะห์ข้อมูลและการติดตามความคิดเห็นในสื่อสังคมออนไลน์	✓	✓	✓	✓	
1705408 การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้และอินเตอร์เฟซในงานนิเทศศาสตร์	✓	✓	✓	✓	
1705409 การสื่อสารสำหรับผู้ประกอบการสตาร์ตอัป	✓	✓	✓	✓	✓

4.1.2 วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)				
	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
หมวดวิชาเฉพาะ					
1) กลุ่มวิชาแกน					
1701111 หลักและทฤษฎีนิเทศศาสตร์	✓				
1701112 พื้นฐานทางธุรกิจและการตลาดดิจิทัลสำหรับนิเทศศาสตร์	✓		✓		
1701113 เทคนิคการถ่ายภาพและการตกแต่ง	✓	✓	✓		
1701114 การรู้เท่าทันสื่อ ข้อมูล และดิจิทัล	✓				✓
1701115 การออกแบบกราฟิกดิจิทัล	✓	✓	✓		
1701116 กฎหมาย และจริยธรรมการสื่อสาร	✓				
1701217 ภาษาอังกฤษเพื่องานนิเทศศาสตร์	✓		✓		

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)				
	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
1701218 เทคนิคการถ่ายทำภาพเคลื่อนไหวและตัดต่อ	✓	✓	✓		
1701219 ความคิดสร้างสรรค์และการนำเสนอเพื่องานนิเทศศาสตร์	✓	✓	✓		
1701320 การวิจัยเพื่องานนิเทศศาสตร์	✓	✓	✓	✓	
1701321 การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ	✓	✓	✓	✓	✓
1701161 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 1	✓	✓	✓	✓	
1701262 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 2	✓	✓	✓	✓	
1701263 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 3	✓	✓	✓	✓	
1701364 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 4	✓	✓	✓	✓	
1701465 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 5	✓	✓	✓	✓	✓
1701466 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 6	✓	✓	✓	✓	✓
1701467 โครงงานนวัตกรรมนิเทศศาสตร์	✓	✓	✓	✓	✓
2) กลุ่มวิชาบังคับ					
2.2) วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล					
1722111 ความรู้พื้นฐานวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล	✓				
1722112 การเล่าเรื่องผ่านสื่อ	✓	✓	✓	✓	
1722213 การเขียนข่าว	✓	✓	✓		
1772214 การเขียนเชิงวารสารศาสตร์	✓	✓	✓		
1722215 การรายงานและบรรณาธิกรข่าว	✓	✓	✓	✓	✓
1722216 กราฟิก และแอนิเมชั่นในงานวารสารศาสตร์	✓	✓	✓	✓	
1722317 การสร้างสรรค์เนื้อหาสื่อด้วยการตลาดดิจิทัลและข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผู้รับสาร	✓	✓	✓	✓	
1722318 กลยุทธ์การเล่าเรื่องข้ามสื่อและการผลิตสื่อสร้างสรรค์	✓	✓	✓	✓	✓
1722419 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างนวัตกรรมสื่อดิจิทัลและสื่อทางเลือก	✓	✓	✓	✓	✓

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)				
	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
3) กลุ่มวิชาเลือก					
3.2) วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล					
1723211 การพัฒนาเว็บไซต์และสื่ออินเตอร์แอคทีฟ	✓	✓	✓	✓	
1723212 ทักษะการนำเสนอและการเป็นพิธีกร	✓	✓	✓		
1723213 การจัดการอินฟลูเอนเซอร์และกลยุทธ์การดึงดูดแฟนคลับ	✓	✓	✓	✓	
1723214 การรณรงค์การสื่อสารเชิงกลยุทธ์สำหรับอุตสาหกรรมบันเทิง	✓	✓	✓	✓	
1723315 วารสารศาสตร์และการรายงานข่าวเชิงข้อมูล	✓	✓	✓	✓	✓
1723316 การผลิตเนื้อหาและการสร้างรายได้	✓	✓	✓	✓	
1723317 สื่อเพื่อการขับเคลื่อนสังคม	✓	✓	✓	✓	✓
1723318 การผลิตเนื้อหาสำหรับผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม	✓	✓	✓	✓	
1723319 การรายงานข่าวเชิงสืบสวน	✓	✓	✓	✓	✓
1723320 การพัฒนาธุรกิจสื่อ	✓	✓	✓	✓	✓
4) หมวดวิชาเลือกเสรี					
1705301 การสื่อสารแบรนด์ผ่านจุดติดต่อ	✓	✓	✓	✓	
1705302 สื่อกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และละคร	✓	✓	✓	✓	✓
1705303 สื่อกับอุตสาหกรรมเพื่อสังคมสูงวัย	✓	✓	✓	✓	✓
1705304 สื่อกับอุตสาหกรรมสุขภาพ	✓	✓	✓	✓	✓
1705305 การพูดในที่สาธารณะ	✓	✓	✓	✓	
1705306 กลยุทธ์การปรับแต่งเว็บไซต์เพื่อเครื่องมือค้นหา	✓	✓	✓	✓	
1705307 เครื่องมือการวิเคราะห์ข้อมูลและการติดตามความคิดเห็นในสื่อสังคมออนไลน์	✓	✓	✓	✓	
1705408 การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้และอินเตอร์เฟซในงานนิเทศศาสตร์	✓	✓	✓	✓	
1705409 การสื่อสารสำหรับผู้ประกอบการสตาร์ตอัป	✓	✓	✓	✓	✓

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

5. ตารางแสดงความสอดคล้องของผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (Course Learning Outcomes: CLOs) กับผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes : PLOs) ตามชั้นปี

วิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์

PLO1: สร้างสรรค์งานด้านนิเทศศาสตร์โดยประยุกต์องค์ความรู้และทักษะด้านการสื่อสารบนพื้นฐานจริยธรรมวิชาชีพ

PLO2: รู้เท่าทันและเลือกใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารและสารสนเทศ เทคโนโลยีดิจิทัล ที่สอดคล้องกับบริบทของการสื่อสาร

PLO3: นำเสนองานด้านนิเทศศาสตร์ผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย

PLO4: วางแผนการสื่อสารเพื่อจัดการความท้าทายภายในและภายนอกองค์กรอย่างสอดคล้องกับบริบทของการสื่อสารขององค์กร ธุรกิจ/แบรนด์ และสังคม

PLO5: แสดงออกถึงความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงในบริบทของการสื่อสาร ธุรกิจและสังคม

หมวดวิชาเฉพาะ

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
1701111 หลักและทฤษฎีนิเทศศาสตร์	1. วิเคราะห์ปรากฏการณ์ทางสังคมได้อย่างถูกต้องและสอดคล้องกับหลักการ แนวคิด และทฤษฎีเบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสาร (PLO1) 2. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลและส่งผลกระทบต่อการสื่อสารโดยใช้องค์ความรู้ด้านนิเทศศาสตร์และทักษะด้านการสื่อสารได้อย่างเป็นเหตุเป็นผล (PLO1) 3. วิเคราะห์บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบในวิชาชีพนิเทศศาสตร์ ตลอดจนจริยธรรม และจรรยาบรรณของนักนิเทศศาสตร์ (PLO1)	1
1701112 พื้นฐานทางธุรกิจและการตลาดดิจิทัลสำหรับนิเทศศาสตร์	1. วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจได้สอดคล้องตามหลักการการตลาด (PLO1) 2. เสนอแผนการสื่อสารการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือเป้าหมายทางธุรกิจผ่านกรณีศึกษา โดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและการตลาด (PLO1, 3)	1
1701113 เทคนิคการถ่ายภาพและการตกแต่ง	1. เลือกใช้อุปกรณ์การถ่ายภาพให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการถ่ายภาพ (PLO1, 2) 2. จัดองค์ประกอบภาพ การเล่าเรื่องด้วยภาพ โดยใช้หลักการ และเทคนิคการถ่ายภาพนิ่งขั้นพื้นฐานตามจริยธรรมการถ่ายภาพ (PLO1, 2, 3) 3. ตกแต่งภาพขั้นพื้นฐานด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อนำไปใช้ในงานนิเทศศาสตร์บนพื้นฐานจริยธรรมการถ่ายภาพ (PLO1, 2, 3)	1

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
1701114 การรู้เท่าทันสื่อ ข้อมูล และดิจิทัล	1. ประเมินคุณค่าข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อ ด้วยกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล (PLO1) 2. ตอบสนองต่อข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องจากการประเมินคุณค่าของข้อมูลข่าวสารบนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อสังคม (PLO1) 3. แสดงออกถึงความสามารถในการสื่อสารในมิติของผู้ส่งสารและผู้รับสารเพื่อส่งเสริมการเป็นพลเมืองที่มีบทบาทการพัฒนาสังคม (PLO5)	1
1701115 การออกแบบกราฟิกดิจิทัล	1. วิเคราะห์หลักการและทฤษฎีการออกแบบด้วยโปรแกรมกราฟิกเพื่องานนิเทศศาสตร์ได้ถูกต้อง (PLO1) 2. ออกแบบงานนิเทศศาสตร์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิกได้ตามหลักการและทฤษฎีการออกแบบ (PLO1,2) 3. ปฏิบัติการใช้คำสั่งพื้นฐานจากโปรแกรมกราฟิก (PLO2) 4. นำเสนอผลงานกราฟิกจากการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิกที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และช่องทางการสื่อสาร (PLO1, 2, 3)	1
1701116 กฎหมาย และจริยธรรมการสื่อสาร	1. อธิบายหลักกฎหมาย แนวปฏิบัติ และจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับงานด้านนิเทศศาสตร์ (PLO1) 2. วิเคราะห์ปรากฏการณ์ทางสังคมโดยใช้กฎหมายและจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของสื่อภายใต้หลักจริยธรรมและหน้าที่ความเป็นพลเมือง (PLO1)	1
1701217 ภาษาอังกฤษเพื่องานนิเทศศาสตร์	1. แสดงออกถึงความสามารถในการใช้ทักษะด้านภาษาอังกฤษขั้นพื้นฐานเพื่องานด้านนิเทศศาสตร์ (PLO1) 2. แสดงออกถึงความสามารถในจับใจความสำคัญของสารที่ได้จากการฟังและการอ่าน (PLO1) 3. สื่อสารด้วยภาษาพูดและภาษาเขียนโดยใช้คำศัพท์และรูปประโยคที่ถูกต้องและสอดคล้องกับบริบทของงานนิเทศศาสตร์ (PLO1)	2
1701218 เทคนิคการถ่ายทำภาพเคลื่อนไหวและตัดต่อ	1. ใช้เครื่องมือในการถ่ายทำและลำดับภาพ การตัดต่อเพื่องานนิเทศศาสตร์รูปแบบต่าง ๆ (PLO1, 2) 2. จัดทำบทสำหรับการถ่ายทำ เทคนิคการถ่ายทำ การลำดับภาพเคลื่อนไหว การใช้เสียง และทำเสียงประกอบโดยใช้ศิลปะการเล่าเรื่องด้วยภาพเคลื่อนไหว (PLO1, 2, 3) 3. สร้างชิ้นงานภาพโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการออกแบบและสร้างสรรค์ผลงาน (PLO3)	2
1701219 ความคิดสร้างสรรค์และการนำเสนอเพื่องานนิเทศศาสตร์	1. เสนอแนวคิดในการพัฒนางานนิเทศศาสตร์ด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (PLO1) 2. แก้ไขปัญหาด้านการสื่อสาร ด้วยการใช้เครื่องมือของกระบวนการคิดเชิงออกแบบได้บรรลุเป้าหมาย (PLO1,3)	2

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
	3. นำเสนอผลงานด้านนิเทศศาสตร์ด้วยรูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับงาน โดยประยุกต์ใช้ความรู้และทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ บนพื้นฐานจริยธรรม (PLO1, 2, 3)	
1701320 การวิจัยเพื่องานนิเทศศาสตร์	1. เลือกใช้ประเภทการวิจัยทางนิเทศศาสตร์ให้สอดคล้องกับลักษณะข้อมูลที่ต้องการ (PLO1, 2, 3, 4) 2. เขียนโครงร่างการวิจัยทางนิเทศศาสตร์ได้ครบถ้วนตามขั้นตอนการทำวิจัย (PLO1, 4) 3. เลือกใช้สถิติและโปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลได้ถูกต้อง (PLO1, 3) 4. นำเสนอผลวิจัยด้านนิเทศศาสตร์ที่ผ่านกระบวนการวิจัยโดยเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับช่องทางที่หลากหลาย (PLO1, 2, 3)	3
1701321 การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ	1. วางแผนธุรกิจที่บูรณาการความรู้ด้านนิเทศศาสตร์และสื่อสารมวลชนที่สร้างการเปลี่ยนแปลงในสังคมผ่านกระบวนการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ (PLO1, 4, 5) 2. ออกแบบแผนธุรกิจ เนื้อหา ช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับธุรกิจ (PLO1, 4) 3. ผลิตเนื้อหา และนำเสนอเนื้อหาและสื่อโดยเลือกใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารและสารสนเทศ เทคโนโลยีดิจิทัล ที่สอดคล้องกับบริบทของธุรกิจและพื้นฐานจริยธรรม (PLO1, 2, 3, 4)	3
1701161 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 1	1. ระบุและวิเคราะห์โครงสร้างและกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีก เชื่อมโยงกับบทบาทของนิเทศศาสตร์ในบริบทองค์กร (PLO 1) 2. วิเคราะห์ กระบวนการสื่อสารในการปฏิบัติงานภายในองค์กร และการสื่อสารทางธุรกิจ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร (PLO 1) 3. ประเมินพฤติกรรมการรับรู้และตอบสนองต่อสื่อภายในร้านของผู้บริโภค เพื่อประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงกลยุทธ์การสื่อสาร (PLO 1, 4) 4. ฝึกปฏิบัติ งานในบริบทวิชาชีพนิเทศศาสตร์ภายใต้การกำกับดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาและพนักงานพี่เลี้ยงในสถานประกอบการ โดยสามารถปรับตัวและทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ (PLO 1, 2, 3, 4) 5. แสดงออกถึงทักษะการทำงานอย่างมีจรรยาบรรณวิชาชีพ ความรับผิดชอบต่องาน และความรับผิดชอบต่อสังคมในระหว่างการฝึกปฏิบัติงาน (PLO 4) 6. จัดทำและนำเสนอ รายงานผลการฝึกปฏิบัติงานทั้งในรูปแบบลายลักษณ์อักษรและการนำเสนอด้วยวาจาโดยสามารถสื่อสารข้อมูลเชิงวิชาการและประสบการณ์จากการฝึกงานได้อย่างชัดเจนและมีเหตุผล (PLO 1, 2, 3)	1

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
1701262 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 2	1. วิเคราะห์รูปแบบการดำเนินงานขององค์กรหรือองค์กรสื่อ รวมถึงลักษณะของเนื้อหาที่เผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ ขององค์กรนั้นได้ (PLO 1) 2. วิเคราะห์ และจับประเด็นเนื้อหาในการทำงานหรือการผลิตข่าวได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม และตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กร (PLO 1) 3. เขียนข่าวหรือเขียนเนื้อหา ที่ถูกต้องตามหลักภาษาและหลักวิชาชีพ สอดคล้องกับแนวทางการสื่อสารขององค์กร (PLO 1) 4. ผลิตสื่อ เช่น การออกแบบกราฟิก ถ่ายภาพ หรือตัดต่อวิดีโอ ได้อย่างเหมาะสมกับบริบทขององค์กร และตรงตามมาตรฐานงานนิเทศศาสตร์ (PLO 1, 2, 3) 5. ปฏิบัติงาน ด้วยความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์ มีวินัย และยึดถือจรรยาบรรณของวิชาชีพนิเทศศาสตร์ตลอดระยะเวลาการฝึกงาน (PLO 4) 6. จัดทำรายงานและนำเสนอ ผลการฝึกปฏิบัติงานด้วยวาจาได้อย่างชัดเจน มีโครงสร้างการสื่อสารที่เหมาะสม และสามารถสะท้อนถึงพัฒนาการทางวิชาชีพที่ได้รับจากการฝึกงาน (PLO 1, 2, 3)	2
1701263 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 3	1. วิเคราะห์โครงสร้าง การดำเนินงานขององค์กรสื่อ ลักษณะเนื้อหา กลุ่มเป้าหมาย และบทบาทขององค์กรได้อย่างถูกต้อง (PLO1) 2. วิเคราะห์และจับประเด็นเนื้อหาหรือประเด็นข่าวสารได้อย่างแม่นยำและเหมาะสมกับลักษณะขององค์กรสื่อ (PLO1) 3. เขียนข่าว เขียนบทความ หรือเขียนเนื้อหาสื่อได้อย่างถูกต้องตามหลักวิชาชีพและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายขององค์กร (PLO1, 3, 4) 4. ผลิตสื่อ เช่น ออกแบบกราฟิก ถ่ายภาพ ตัดต่อวิดีโอ ที่มีคุณภาพ เหมาะสมกับองค์กร และตรงตามวัตถุประสงค์การสื่อสาร (PLO1, 2, 3, 4) 5. ประยุกต์ใช้ทักษะด้านนิเทศศาสตร์แบบบูรณาการในการวางแผนและผลิตเนื้อหาหลายรูปแบบและช่องทางให้ตอบโจทย์ความต้องการขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ (PLO1, 2, 3, 4) 6. แสดงความเข้าใจในจรรยาบรรณวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์ และมีความรับผิดชอบต่อสังคมในการปฏิบัติงานจริง (PLO4)	2

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
	7. พัฒนาและสะท้อนผลการเรียนรู้จากการฝึกงานผ่านการจัดทำรายงานและการนำเสนอผลงานด้วยวาจาได้อย่างมีประสิทธิภาพ (PLO1, 2, 3, 4)	
1701364 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 4	1. วิเคราะห์รูปแบบการดำเนินงานขององค์กร/องค์กรสื่อ กลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับสารเชิงลึก ลักษณะของเนื้อหาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและบริบทขององค์กร เพื่อวางแผนและออกแบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับบริบทขององค์กร (PLO1, 4) 2. สามารถจับประเด็น เขียนข่าว/เขียนเนื้อหาประชาสัมพันธ์ ออกแบบกราฟิก ถ่ายภาพ และตัดต่อชิ้นงานสื่อได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม และมีคุณภาพ (PLO1, 2, 3, 4) 3. ประยุกต์ใช้ทักษะและเครื่องมือด้านนิเทศศาสตร์แบบผสมผสานในการดำเนินงานด้านสื่อสารองค์กร สื่อสารการตลาด การสื่อสารแบรนด์ หรือดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง (CB) (PLO1, 2, 3, 4) 4. ผสมผสานหลายทักษะด้านนิเทศศาสตร์ในการเลือกใช้เทคโนโลยีและช่องทางการเผยแพร่สื่อที่หลากหลายเพื่อให้ตอบโจทย์เป้าหมายขององค์กร (CJ) (PLO1, 2, 3, 4) 5. เสนอแนวคิดใหม่หรือพัฒนากระบวนการทำงานที่สร้างสรรค์และเหมาะสมกับบริบทขององค์กรที่ฝึกงาน (PLO1, 2, 3, 4) 6. ปฏิบัติงานสื่อสารภายใต้จรรยาบรรณวิชาชีพและแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกขั้นตอนของการทำงาน (PLO1, 2, 3, 4) 7. จัดทำรายงานสรุปผลการฝึกงาน และนำเสนอผลงานหรือประสบการณ์ฝึกงานด้วยวาจาได้อย่างมีประสิทธิภาพ (PLO1, 2, 3)	3
1701465 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 5	1. วิเคราะห์รูปแบบการดำเนินงานขององค์กรหรือองค์กรสื่อ รวมถึงลักษณะกลุ่มเป้าหมาย/ผู้รับสารเพื่อเข้าใจบริบทของการสื่อสาร (PLO1) 2. ออกแบบเนื้อหาและผสมผสานทักษะด้านนิเทศศาสตร์เพื่อผลิตสื่อหรือผลงานสื่อสารที่มีคุณภาพเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ขององค์กร (PLO1, 2, 3, 4, 5) 3. สามารถจับประเด็นเนื้อหา เขียนข่าวประชาสัมพันธ์ ออกแบบกราฟิก ถ่ายภาพ และตัดต่อผลงานได้อย่างถูกต้อง สร้างสรรค์ และสอดคล้องกับภาพลักษณ์ขององค์กร (PLO1, 2, 3, 4, 5) 4. เสนอแนวความคิดใหม่หรือพัฒนากระบวนการทำงานอย่างสร้างสรรค์ เพื่อนำไปสู่การผลิตผลงานหรือเนื้อหาที่มีคุณค่าและตอบสนองต่อความต้องการขององค์กร (PLO1, 2, 3, 4, 5)	4

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
	5. สร้างสรรค์เนื้อหา ผลงาน หรือรูปแบบนวัตกรรมด้านการสื่อสารหลากหลายประเภทที่เหมาะสมกับช่องทางสื่อในยุคดิจิทัล (PLO1, 2, 3, 4, 5) 6. พัฒนาทักษะเฉพาะทางของตนเองให้โดดเด่นในการทำงานด้านนิเทศศาสตร์ภายใต้สถานการณ์จริงในสถานประกอบการ (PLO1, 2, 3, 4, 5) 7. แสดงออกถึงความเข้าใจในจรรยาบรรณวิชาชีพ และมีความรับผิดชอบต่อสังคมในการปฏิบัติงานด้านนิเทศศาสตร์ (PLO1, 2, 3, 4, 5) 8. จัดทำรายงานผลการฝึกปฏิบัติงาน และนำเสนอผลงานหรือประสบการณ์การฝึกงานด้วยวาจาอย่างชัดเจนและน่าเชื่อถือ (PLO1, 2, 3, 4, 5)	
1701466 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 6	1. วิเคราะห์รูปแบบการดำเนินงานขององค์กรหรือองค์กรสื่อ รวมถึงลักษณะกลุ่มเป้าหมาย/ผู้รับสารเพื่อเข้าใจบริบทของการสื่อสาร (PLO1) 2. ออกแบบเนื้อหาและผสมผสานทักษะด้านนิเทศศาสตร์เพื่อผลิตสื่อหรือผลงานสื่อสารที่มีคุณภาพ เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ขององค์กร (PLO1, 2, 3, 4, 5) 3. สามารถจับประเด็นเนื้อหา เขียนข่าวประชาสัมพันธ์ ออกแบบกราฟิก ถ่ายภาพ และตัดต่อผลงานได้อย่างถูกต้อง สร้างสรรค์ และสอดคล้องกับภาพลักษณ์ขององค์กร (PLO1, 2, 3, 4, 5) 4. เสนอแนวความคิดใหม่หรือพัฒนากระบวนการทำงานอย่างสร้างสรรค์ เพื่อนำไปสู่การผลิตผลงานหรือเนื้อหาที่มีคุณค่าและตอบสนองต่อความต้องการขององค์กร (PLO1, 2, 3, 4, 5) 5. สร้างสรรค์เนื้อหา ผลงาน หรือรูปแบบนวัตกรรมด้านการสื่อสารหลากหลายประเภทที่เหมาะสมกับช่องทางสื่อในยุคดิจิทัล (PLO1, 2, 3, 4, 5) 6. พัฒนาทักษะเฉพาะทางของตนเองให้โดดเด่นในการทำงานด้านนิเทศศาสตร์ภายใต้สถานการณ์จริงในสถานประกอบการ (PLO1, 2, 3, 4, 5) 7. แสดงออกถึงความเข้าใจในจรรยาบรรณวิชาชีพ และมีความรับผิดชอบต่อสังคมในการปฏิบัติงานด้านนิเทศศาสตร์ (PLO 4, 5) 8. จัดทำรายงานผลการฝึกปฏิบัติงาน และนำเสนอผลงานหรือประสบการณ์การฝึกงานด้วยวาจาอย่างชัดเจนและน่าเชื่อถือ (PLO1, 2, 3, 4, 5)	4

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
1701467 โครงงานนวัตกรรมนิเทศศาสตร์	1. วิเคราะห์ปัญหาของสถานประกอบการ ด้วยเครื่องมือวิเคราะห์ทางการตลาด (PLO1, 2) 2. วางแผนการสื่อสารในการผลิตโครงร่างเพื่อแก้ปัญหาแก่สถานประกอบการ บนพื้นฐานจริยธรรม (PLO1, 4) 3. นำเสนอโครงร่างงานนวัตกรรมด้านนิเทศศาสตร์ต่อสถานประกอบการ ผ่านรูปแบบและเทคโนโลยีการนำเสนอที่เหมาะสม (PLO1, 2, 3) 4. ผลิตและเผยแพร่สื่อหลากหลายรูปแบบ บนหลากหลายแพลตฟอร์มที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร เพื่อผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคม (PLO1, 2, 4, 5) 5. นำเสนอผลผลิตของโครงงานนวัตกรรมนิเทศศาสตร์ (PLO3)	4

กลุ่มวิชาบังคับ

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
1712111 ความรู้พื้นฐานการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์	1. วิเคราะห์ความหมาย ความสำคัญ แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร (PLO1) 2. วิเคราะห์บทบาท กระบวนการ และเครื่องมือในการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ในยุคปัจจุบัน รวมถึงความสัมพันธ์กับบริบททางสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี (PLO1) 3. วิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และการสร้างอัตลักษณ์ขององค์กรและแบรนด์เพื่อทำความเข้าใจปัจจัยแห่งความสำเร็จ (PLO1) 4. ประเมินประสิทธิภาพของกลยุทธ์และเครื่องมือสื่อสารองค์กรและแบรนด์ในบริบทต่างๆ โดยใช้เกณฑ์ด้านความชัดเจน ความน่าเชื่อถือ และผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (PLO1) 5. วิพากษ์บทบาทของจรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อสังคมในการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ โดยอิงจากกรณีศึกษาจริง (PLO1)	1
1712112 การเขียนเพื่อการสื่อสารองค์กรและแบรนด์	1. วิเคราะห์ความเหมาะสมของรูปแบบการเขียนแต่ละประเภทสำหรับช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ทั้งสื่อดั้งเดิม (Traditional Media) และสื่อใหม่ (New Media) ตามหลักการพื้นฐานและกระบวนการเขียนเพื่อการสื่อสารองค์กรและสื่อสารแบรนด์ (PLO1) 2. วิเคราะห์ลักษณะเฉพาะรูปแบบ และวัตถุประสงค์ของการเขียนประเภทต่างๆ ที่ใช้ในการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ (เช่น ข่าวประชาสัมพันธ์, ภาพข่าว, บทความ, บทบรรณาธิการ, บทสัมภาษณ์, ประกาศ, บทพูด/	2

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
	คำกล่าว, ข้อความ/บทโฆษณา, เนื้อหาออนไลน์/โซเชียลมีเดีย) ตามหลักการพื้นฐานและกระบวนการเขียนเพื่อการสื่อสารองค์กรและสื่อสารแบรนด์ (PLO1) 3. เขียนข่าวประชาสัมพันธ์ คำบรรยายภาพข่าว บทความและบทบรรณาธิการที่ให้ข้อมูล ความคิดเห็น และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับองค์กรและแบรนด์ บทสัมภาษณ์ จัดทำแฟ้มข่าวสำหรับสื่อมวลชน เขียนประกาศต่างๆ ขององค์กร และเตรียมบทพูดและคำกล่าวเบื้องต้นสำหรับผู้บริหารในโอกาสต่างๆ ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและยึดมั่นในหลักจริยธรรมในการสื่อสาร (PLO1) 4. ใช้เทคนิคการเล่าเรื่องที่เหมาะกับช่องทางการสื่อสารทั้งสื่อดั้งเดิม และสื่อใหม่ (PLO1,2)	
1712213 การวิเคราะห์การตลาดและการเข้าใจผู้บริโภคเชิงลึก	1. สืบค้นและรวบรวมข้อมูลด้านการตลาดด้วยวิธีพื้นฐาน ที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคได้ (PLO1) 2. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจเบื้องต้น โดยระบุคู่แข่ง โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ โดยเลือกใช้เครื่องมือสำเร็จรูปที่สอดคล้องกับบริบทข้อมูลด้านการตลาด (PLO1, 2) 3. วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในเชิงลึกด้านจิตวิทยา การแบ่งกลุ่มผู้บริโภค และเกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งกลุ่ม ทิศทางและแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคและธุรกิจในปัจจุบันทั้งระดับประเทศและระดับโลกจากแหล่งข้อมูลต่างๆ (PLO1, 2) 4. วางแผนการสื่อสารทางการตลาดจากผลจากการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด (PLO1, 2, 4)	2
1712214 การสื่อสารการตลาดดิจิทัล	1. วิเคราะห์บริบททางการตลาด กลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ประเภทสื่อดิจิทัลลักษณะเฉพาะ จุดเด่น จุดด้อย และศักยภาพของสื่อดิจิทัลแต่ละประเภทต่อการสื่อสารการตลาด การใช้สื่อดิจิทัลทางการตลาดที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลว จากกรณีศึกษา ตามทางการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล (PLO1, 2) 2. เลือกใช้สื่อดิจิทัลทางการตลาดให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กรและแบรนด์ รูปแบบการใช้สื่อดิจิทัลทางการตลาดที่หลากหลาย การสร้างสรรค์เนื้อหาและภาพประกอบ เทคนิคการเล่าเรื่องราว ในการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล ตามแนวทางการออกแบบ และหลักการสร้างสรรค์เนื้อหา (PLO1, 2, 3, 4) 3. วางแผนและดำเนินการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการจัดสรรงบประมาณ การใช้ Influencer การสร้างการกระจายเนื้อหา และการวัดผลบนพื้นฐานจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม (PLO1, 2, 3, 4, 5)	2

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
1712215 การจัดการการประชาสัมพันธ์	1. วิเคราะห์ การวางแผนการบริหารจัดการด้านงานประชาสัมพันธ์ การบริหารความสัมพันธ์ภายในองค์กร การบริหารจัดการภาพลักษณ์ การบริหารความสัมพันธ์กับสาธารณชน การบริหารความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน ภายใต้กรอบจริยธรรมของทั้งสองฝ่าย ตามหลักของงานประชาสัมพันธ์ ตั้งแต่การวางแผน การดำเนินการ และการประเมินผล (PLO1, 2, 3) 2. วางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เบื้องต้นให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร สถานการณ์และกลุ่มเป้าหมาย เครื่องมือสื่อสารที่เหมาะสม บนพื้นฐานจริยธรรมในการวางแผนและดำเนินงานประชาสัมพันธ์ (PLO1, 2, 3, 4) 3. นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ขององค์กรเพื่อการบริหารจัดการภาพลักษณ์ และการบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย (PLO1, 2, 3, 4)	2
1712216 การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการและกลยุทธ์สื่อ	1. วิเคราะห์กรณีศึกษาเบื้องต้นเพื่อระบุรูปแบบ ลักษณะ และการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในสถานการณ์ทางการตลาดต่างๆ ตามหลักการ แนวคิด และรูปแบบของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ (PLO1, 2, 3) 2. วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน และความเหมาะสมของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแต่ละประเภทต่อวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน ตามหลักการ แนวคิด และรูปแบบของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ (PLO1, 2, 3) 3. วิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดและข้อมูลผู้บริโภคเพื่อระบุเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการที่เหมาะสมกับสถานการณ์ (PLO1, 2, 3, 4) 4. ระบุหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้สื่อแต่ละประเภท ปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร กระบวนการวางแผนกลยุทธ์การใช้สื่อ ในบริบทของการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ (PLO1, 2, 3) 5. วางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ ที่ประกอบด้วยวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน การผสมผสานเครื่องมือต่างๆ และตัวชี้วัดที่เหมาะสมสำหรับการประเมินผลตามวัตถุประสงค์ของแผน ที่สอดคล้องกับบริบทของธุรกิจบนพื้นฐานจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม (PLO1, 2, 3, 4, 5)	2
1712317 การวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	1. วิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อประสิทธิภาพทางการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวจูงใจกลุ่มเป้าหมาย ความแตกต่างของสื่อและช่องทางการสื่อสารต่างๆ และศักยภาพในการเข้าถึงและโน้มน้าวกลุ่มเป้าหมาย ตามหลักการ แนวคิด และทฤษฎีพื้นฐานของการสื่อสารเชิงกลยุทธ์สำหรับองค์กรธุรกิจ (PLO1, 2, 3,)	3

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
	2. ระบุขั้นตอนในกระบวนการวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ วิธีการวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสาร และวิธีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายต่างๆ การกำหนดวิสัยทัศน์ ตำแหน่งของแบรนด์ คุณค่า คำมั่นสัญญา บุคลิกภาพ คุณลักษณะ เอกลักษณ์ และภาพลักษณ์ขององค์กรเพื่อเป็นกรอบในการสื่อสาร (PLO1, 2, 3) 3. วางแผนและนำเสนอแผนกระบวนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์สำหรับองค์กรธุรกิจ โดยระบุองค์ประกอบพื้นฐานขององค์กร วัตถุประสงค์ กลยุทธ์ กลุ่มเป้าหมาย ข้อความสื่อสาร และช่องทางการสื่อสาร แนวทางการประเมินผลประสิทธิภาพของแผนการสื่อสารตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด โดยยึดหลักการการสื่อสารเชิงยุทธ์สำหรับองค์กรธุรกิจ (PLO1, 2, 3, 4)	
1712318 ความยั่งยืนในการสื่อสารองค์กรและแบรนด์	1. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างแบรนด์และองค์กรอย่างยั่งยืนผ่านกรณีศึกษาตามแนวคิด หลักการด้านการสื่อสารแบรนด์ และกระบวนการสร้างแบรนด์อย่างยั่งยืน (PLO1) 2. วิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างการสื่อสารแบรนด์กับการสร้างความผูกพัน และคุณค่าของแบรนด์ ในฐานะสินทรัพย์เชิงกลยุทธ์ 3. วิเคราะห์กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ที่ส่งผลต่อผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ ได้แก่ ลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น ชุมชน และสังคม ผ่านกรณีศึกษาตามแนวคิด หลักการด้านการสื่อสารแบรนด์ และกระบวนการสร้างแบรนด์อย่างยั่งยืน (PLO1) 4. วิเคราะห์ความเชื่อมโยงของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนกับการสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจต่อแบรนด์ ผ่านกรณีศึกษาตามแนวคิด หลักการด้านการสื่อสารแบรนด์ และกระบวนการสร้างแบรนด์อย่างยั่งยืน (PLO1) 5. วิเคราะห์ความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนของแบรนด์ 6. วิเคราะห์การใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดอย่างบูรณาการ เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวและคุณค่าของแบรนด์ที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน ผ่านกรณีศึกษาตามแนวคิด หลักการด้านการสื่อสารแบรนด์ และกระบวนการสร้างแบรนด์อย่างยั่งยืน (PLO1) 7. วิเคราะห์บทบาทของธรรมาภิบาลในองค์กรธุรกิจ ที่ส่งผลต่อการสื่อสารแบรนด์อย่างยั่งยืน ผ่านกรณีศึกษาตามแนวคิด หลักการด้านการสื่อสารแบรนด์ และกระบวนการสร้างแบรนด์อย่างยั่งยืน (PLO1)	3

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
1712419 การบริหารการสื่อสารในสถานการณ์ความเสี่ยงและภาวะวิกฤต	1. วิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญของการบริหารอัตลักษณ์, ภาพลักษณ์, และชื่อเสียง ขององค์กรและแบรนด์ (PLO1, 4) 2. ระบุและจำแนกประเภทต่างๆ ของภาวะวิกฤต ที่อาจส่งผลกระทบต่อองค์กรและแบรนด์ (PLO1, 4) 3. วิเคราะห์กรณีศึกษา ของภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้นกับองค์กรและแบรนด์ต่างๆ เพื่อทำความเข้าใจสาเหตุ ผลกระทบ (PLO1, 4) 4. วิเคราะห์กรณีศึกษา ของภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้นกับองค์กรและแบรนด์ต่างๆ เพื่อทำความเข้าใจวิธีการจัดการด้านการเตรียมพร้อมรับมือกับความเสี่ยงและภาวะวิกฤต กระบวนการบริหารจัดการประเด็น เพื่อป้องกันไม่ให้ประเด็นลุกลามกลายเป็นวิกฤต กระบวนการวางแผนการแก้ไขภาวะวิกฤต ตั้งแต่การเตรียมความพร้อม การตอบสนอง และการฟื้นฟู กลยุทธ์และเทคนิคในการใช้สื่อ (ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่) เป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาและสื่อสารในภาวะวิกฤต (PLO1, 2, 3, 4) 5. ประเมินความเสี่ยง วิเคราะห์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วน กำหนดวาระข่าวสาร ประเมินกระแสประชามติจากกรณีศึกษาและระบุแนวทางการจัดการสถานการณ์ความเสี่ยงและภาวะวิกฤตที่เหมาะสม (PLO1, 2, 3, 4, 5) 6. วางแผนและนำเสนอแผลการจัดการสถานการณ์ความเสี่ยงและภาวะวิกฤตที่ครอบคลุม แนวทางการฟื้นฟูภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กรและแบรนด์ และบริหารจัดการวิกฤตบนสื่อต่างๆ (PLO1, 2, 3, 4, 5)	4

กลุ่มวิชาเลือก

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
1713211 กลยุทธ์การกำหนดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารองค์กรและแบรนด์	1. วิเคราะห์กลยุทธ์การกำหนดและพัฒนาเนื้อหาการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ จากกรณีศึกษา โดยยึดหลักการแนวคิด รูปแบบและเทคนิคการสร้างสรรค์เนื้อหา (PLO1) 2. ประยุกต์ใช้เครื่องมือเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเข้าใจพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของผู้บริโภค และศึกษาคู่แข่งในด้านเนื้อหาการสื่อสาร (PLO1, 2) 3. วางแผนกลยุทธ์และสร้างสรรค์เนื้อหาที่ส่งเสริมและสนับสนุนชื่อเสียงขององค์กร โดยครอบคลุมแนวทางการกำหนดและพัฒนาเนื้อหาการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ที่นำเสนอผลิตภัณฑ์ บริการ คุณค่าของแบรนด์ และเรื่องราวขององค์กร แนวทางการสร้างเนื้อหาที่เหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์มที่สร้าง การมีส่วนร่วมของผู้บริโภค แนวทางการสร้างเนื้อหาที่แตกต่างจากคู่แข่ง แนวทางการสร้างความได้เปรียบของธุรกิจโลก	2

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
	ออนไลน์ แนวทางการสร้างอัตลักษณ์ในเนื้อหา ที่แสดงความเชี่ยวชาญ ความรับผิดชอบต่อสังคม และสร้างความน่าเชื่อถือในระยะยาว (PLO1, 2, 3, 4, 5)	
1713212 กลยุทธ์และการจัดการโครงการกิจกรรมพิเศษ	1. วิเคราะห์กลยุทธ์การจัดกิจกรรมพิเศษในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การจัดแถลงข่าว นิทรรศการ กิจกรรมเพื่อมวลชนสัมพันธ์ ชุมชนสัมพันธ์ และสื่อมวลชนสัมพันธ์ เพื่อให้เข้าใจจุดประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย และผลกระทบของกิจกรรม (PLO1, 4) 2. ประเมินความเหมาะสมของแนวทางการบริหารโครงการกิจกรรมพิเศษ ทั้งในด้านการวางแผน การบริหารงบประมาณ การบริหารทีมงาน และการหาผู้สนับสนุนทางการเงิน (PLO1, 4) 3. ออกแบบโครงการกิจกรรมพิเศษที่ตอบโจทย์ด้านการสื่อสาร การตลาด หรือการสร้างภาพลักษณ์ โดยมีโครงสร้างแผนงานที่ชัดเจน ครอบคลุมกระบวนการดำเนินงานทุกขั้นตอน (PLO1, 2, 3, 4) 4. จัดทำและนำเสนอโครงงานกิจกรรมพิเศษในรูปแบบ Project-based Learning โดยสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ด้านการวางแผน การสร้างสรรค์กิจกรรมบนเวที การดำเนินโครงการ และการประเมินผลได้อย่างเป็นระบบ (PLO1, 2, 3, 4, 5)	2
1713213 จิตวิทยาเพื่อการสื่อสาร	1. วิเคราะห์พฤติกรรมการตัดสินซื้อ ปัจจัยภายในและภายนอกของผู้บริโภค ตามแนวคิดและทฤษฎีทางจิตวิทยาที่สำคัญซึ่งเกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารได้ (PLO1) 2. วิเคราะห์รูปแบบการสื่อสารที่หลากหลาย (เช่น การสื่อสารระหว่างบุคคล, การสื่อสารกลุ่ม, การสื่อสารมวลชน, การสื่อสารดิจิทัล) โดยใช้หลักการทางจิตวิทยาเป็นกรอบในการพิจารณา (PLO1) 3. ระบุและอธิบายปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการตีความและการตอบสนองต่อสารในการสื่อสาร (PLO1) 4. วิเคราะห์แบบจำลองกระบวนการตัดสินใจเชิงจิตวิทยาของผู้บริโภคต่อการสื่อสารแบรนด์ในขั้นตอนต่างๆ (เช่น การรับรู้ปัญหา, การแสวงหาข้อมูล, การประเมินทางเลือก, การตัดสินใจซื้อ, พฤติกรรมหลังการซื้อ) (PLO1) 5. ระบุและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพส่วนบุคคลของผู้ส่งสาร/แบรนด์ กับประสิทธิภาพของการสื่อสาร (PLO1)	2
1713214 การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร	1. วิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับแบรนด์และอุตสาหกรรม แนวโน้มปัจจุบันและอนาคตในด้านการออกแบบ (เช่น สไตล์, สี, รูปแบบ, เทคโนโลยี) ที่มีผลต่อการออกแบบแบรนด์ แนวโน้มพฤติกรรมและ	2

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
	ความต้องการของผู้บริโภค (เช่น ค่านิยม, ไลฟ์สไตล์, ความคาดหวัง) ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้และตอบสนองต่อแบรนด์ (PLO1) 2. วางแผนกลยุทธ์โดยอาศัยข้อมูลทางการตลาด แนวโน้มด้านการออกแบบ และแนวโน้มผู้บริโภค (PLO1, 4) 3. เลือกใช้เครื่องมือและโปรแกรมกราฟิกในการออกแบบอัตลักษณ์ และองค์ประกอบต่าง ๆ (PLO1,2) 4. ผลิตคู่มือคู่มืออัตลักษณ์องค์กร โลโก้ ฉลาก บรรจุภัณฑ์ ไปจนถึงสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์หลากรูปแบบเพื่อถ่ายทอดเรื่องราว และสร้างประสบการณ์ที่เฉพาะเจาะจงของแบรนด์สู่ผู้บริโภค (PLO1, 2, 3)	
1713315 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารองค์กร	1. ระบุและวิเคราะห์รูปแบบการสื่อสารภาษาอังกฤษที่ใช้บ่อยในบริบททางธุรกิจและองค์กร (เช่น การสนทนาทั่วไป, การประชุม, การนำเสนอ, การเขียนอีเมล, การเขียนรายงาน, การเขียนประชาสัมพันธ์) (PLO1) 2. วิเคราะห์ความแตกต่างของระดับภาษา (Formal vs. Informal) และความเหมาะสมของภาษาในสถานการณ์และกับผู้รับสารที่แตกต่างกัน (PLO1) 3. วิเคราะห์ลักษณะเฉพาะของการสื่อสารในสถานการณ์ต่างๆ เช่น การโต้ตอบในที่ประชุมอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ, การนำเสนอต่อผู้บริหารและเพื่อนร่วมงาน, การเขียนถึงลูกค้าและคู่ค้า (PLO1) 4. วิเคราะห์ตัวอย่างการสื่อสารภาษาอังกฤษที่ประสบความสำเร็จและไม่ประสบความสำเร็จในบริบทองค์กรเพื่อระบุปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสาร (PLO1) 5. ปรับใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารที่ซับซ้อนและหลากหลายในบริบทขององค์กรได้อย่างเหมาะสมกับรูปแบบและกาลเทศะ ได้แก่ โต้ตอบและแสดงความคิดเห็นเป็นภาษาอังกฤษ นำเสนอแผนงานหรือข้อมูลเป็นภาษาอังกฤษ เขียนข้อความประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษผ่านสื่อต่างๆ สรุปข่าวสารและข้อมูลเป็นภาษาอังกฤษ เขียนบทสัมภาษณ์บุคคลเป็นภาษาอังกฤษได้ โต้ตอบอีเมลภาษาอังกฤษในบริบททางธุรกิจได้ (PLO1)	3
1713316 การสร้างแบรนด์องค์กรในอุตสาหกรรมการบริการ	1. วิเคราะห์ลักษณะเฉพาะและความแตกต่างของการสร้างแบรนด์องค์กรในธุรกิจโรงแรม สายการบิน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และธุรกิจบริการอื่น ๆ ผ่านกรณีศึกษา (PLO1) 2. วิเคราะห์ปัจจัยภายใน (เช่น วัฒนธรรมองค์กร, ค่านิยม, ทรัพยากร) และปัจจัยภายนอก (เช่น การแข่งขัน, แนวโน้มตลาด, พฤติกรรมผู้บริโภค) ที่มีอิทธิพลต่อการสร้างแบรนด์องค์กร การบริหารความสัมพันธ์ การบริหารประสบการณ์ของลูกค้า ในอุตสาหกรรมการบริการ (PLO1)	3

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
	3. วางแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์องค์กรในอุตสาหกรรมการบริการ กลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์องค์กรผ่านช่องทางต่างๆ กลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า กลยุทธ์การบริหารประสบการณ์ลูกค้า และกำหนดตัวชี้วัด (KPIs) เพื่อประเมินผลความสำเร็จของกลยุทธ์การสร้างแบรนด์องค์กร (PLO1, 4)	
1713317 การจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย	1. วิเคราะห์กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียภายในและภายนอกองค์กรเพื่อกำหนดสื่อและวิธีการในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี (PLO1, 2) 2. วิเคราะห์กลยุทธ์ที่เหมาะสมในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามหลักการ แนวคิดการจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย จากกรณีศึกษา (PLO1, 2, 3, 4, 5) 3. ออกแบบแผนกลยุทธ์การสื่อสารและการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยกำหนดสื่อ ช่องทาง และวิธีการที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม เพื่อส่งเสริมความร่วมมือและภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร สอดคล้องกับหลักการแนวคิด และกลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในและภายนอกองค์กร (PLO1, 2, 3, 4, 5)	3
1713318 การออกแบบสื่อดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์	1. วิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญของการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล ลักษณะและพฤติกรรมการใช้งานสื่อดิจิทัลของกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันสำหรับการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ ความแตกต่างจากการสื่อสารแบบดั้งเดิมกับสื่อดิจิทัล ตามหลักการและแนวคิดสำคัญของการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล (PLO1, 4) 2. เลือกใช้เครื่องมือออกแบบกราฟิกที่สื่อถึงอัตลักษณ์ขององค์กรและแบรนด์ ตามหลักองค์ประกอบด้านการออกแบบต่างๆ (PLO1, 2, 4) 3. ออกแบบแผนการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ผ่านสื่อดิจิทัลที่บูรณาการเนื้อหาดิจิทัลหลากหลายรูปแบบที่ตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ทางการสื่อสารและสร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย การออกแบบกราฟิกที่สื่อถึงอัตลักษณ์ขององค์กรและแบรนด์ และช่องทางการสื่อสารในการเผยแพร่และจัดการเนื้อหา (PLO1, 2, 3, 4) 4. ใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลดิจิทัล เพื่อวัดผลประสิทธิภาพของการสื่อสาร ระบุจุดแข็ง จุดอ่อน และโอกาสในการปรับปรุงกลยุทธ์และเนื้อหาการสื่อสารดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ (PLO1, 2, 3, 4)	3
1713309 การจัดการข้อมูลด้วยปัญญาประดิษฐ์เพื่อกลยุทธ์องค์กรและแบรนด์	1. อธิบายหลักการพื้นฐานและประเภทต่างๆ ของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการและวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจและแบรนด์ (PLO1, 2)	3

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
	2. วิเคราะห์บทบาทของปัญญาประดิษฐ์ในการกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจในด้านต่างๆ เช่น การตลาด, การขาย, การดำเนินงาน, และการบริการลูกค้า (PLO1, 2) 3. วิเคราะห์ศักยภาพของปัญญาประดิษฐ์ในการทำความเข้าใจข้อมูลขนาดใหญ่ และระบุแนวโน้มเชิงลึกที่มีผลต่อองค์กรและแบรนด์ เครื่องมือและเทคนิคต่างๆ ของ ปัญญาประดิษฐ์ที่ใช้ในการประมวลผลข้อมูล วิธีการที่ปัญญาประดิษฐ์สามารถช่วยให้องค์กรตัดสินใจทางธุรกิจได้อย่างมีข้อมูลและแม่นยำมากขึ้น บทบาทของปัญญาประดิษฐ์ในการปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้า ผ่านการปรับเปลี่ยนเฉพาะบุคคล ผ่านกรณีศึกษา (PLO1, 2) 4. เสนอแนวทางการใช้เครื่องมือและเทคนิคของปัญญาประดิษฐ์ในการประมวลผลข้อมูล แนวทางประเมินความเป็นไปได้และผลกระทบของการนำปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในการตัดสินใจทางธุรกิจ การปรับปรุงประสบการณ์ลูกค้า และการเสริมสร้างตำแหน่งแบรนด์ บนพื้นฐานด้านจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการสื่อสารและดำเนินธุรกิจ (PLO1, 2, 3, 4) 5. วางแผนและนำเสนอแนวคิดการใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อพัฒนากลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพสำหรับองค์กรและแบรนด์ รวมถึงระบุตัวชี้วัด (KPIs) ที่เหมาะสมสำหรับการประเมินผลลัพธ์ของการนำปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ อย่างมีจริยธรรมในการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (PLO1, 2, 3, 4, 5)	

หมวดวิชาเลือกเสรี

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
1705301 การสื่อสารแบรนด์ผ่านจุดติดต่อ	1. วิเคราะห์หลักการ แนวคิด และกระบวนการสื่อสารแบรนด์ผ่านจุดติดต่อต่าง ๆ โดยคำนึงถึง Functional และ Emotional contact points ของประสบการณ์แบรนด์ (PLO1, 4) 2. วิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเพื่อหาความต้องการเชิงลึก ที่เชื่อมโยงกับการสื่อสารแบรนด์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (PLO1, 4) 3. สร้างแผนการสื่อสารแบรนด์ที่เชื่อมโยงระหว่างความต้องการเชิงลึกของผู้บริโภค เนื้อหาแบรนด์ และจุดติดต่อแบรนด์ (PLO1, 2, 3, 4)	3

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
	4. ออกแบบเนื้อหาแบรนด์ที่เหมาะสมกับแต่ละช่องทาง พร้อมกำหนดตัวชี้วัดเพื่อวัดประสิทธิภาพของการสื่อสารแบรนด์ (PLO1, 2, 3, 4)	
1705302 สื่อกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และละคร	1. วิเคราะห์บทบาทของสื่อในกระบวนการผลิต เผยแพร่ และการบริโภคเนื้อหาภาพยนตร์และละคร รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต สื่อกลาง และผู้ชม (PLO1, 4) 2. วิเคราะห์กลยุทธ์การสร้างสรรค์และการตลาดของภาพยนตร์และละครในบริบทของอุตสาหกรรมสื่อร่วมสมัย (PLO1, 4) 3. วิเคราะห์แนวโน้มและเทคโนโลยี อาทิ แพลตฟอร์มสตรีมมิงและสื่อดิจิทัล รวมถึงประเด็นลิขสิทธิ์ การเซ็นเซอร์ และจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหาในสื่อภาพยนตร์และละคร ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และละคร และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคสื่อของผู้ชม (PLO1, 2, 3, 4, 5) 4. ประเมินอิทธิพลของภาพยนตร์และละครที่มีต่อสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับโลก (PLO1, 2, 3, 4, 5) 5. สร้างแนวทางหรือข้อเสนอเชิงสร้างสรรค์ในการพัฒนาเนื้อหา กลยุทธ์การเผยแพร่ โมเดลธุรกิจ แคมเปญการตลาดหรือการนำเสนอเนื้อหาที่สะท้อนความเข้าใจต่อผู้ชม เทคโนโลยีใหม่ และความรับผิดชอบต่อสังคมและจริยธรรมของผู้ผลิตสื่อที่ตอบโจทย์การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และละครในยุคดิจิทัล (PLO1, 2, 3, 4, 5)	3
1705303 สื่อกับอุตสาหกรรมเพื่อสังคมสูงวัย	1. วิเคราะห์บทบาทของสื่อในการสื่อสารเชิงรณรงค์ การให้ข้อมูล และการสร้างความเข้าใจต่อประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุในบริบทของสังคมสูงวัย (PLO1, 4) 2. วิเคราะห์แนวโน้มของอุตสาหกรรมที่พัฒนาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงอายุ เช่น ธุรกิจสุขภาพ เทคโนโลยีช่วยเหลือ และบริการเฉพาะทาง (PLO1, 4) 3. ประเมินความเหมาะสมของกลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้ในแคมเปญหรือโครงการสื่อที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ รูปแบบและเนื้อหาของสื่อที่ส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของสังคมที่มีต่อผู้สูงวัยความรับผิดชอบทางสังคมของสื่อที่ผลิตขึ้น (PLO1, 3, 4) 4. ออกแบบสื่อหรือกลยุทธ์การสื่อสารที่ส่งเสริมความเข้าใจ ทัศนคติที่ดี การมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในสังคม การสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงวัยอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงการเข้าถึง ความหลากหลาย และความเหมาะสมทางวัฒนธรรม (PLO1, 2, 3, 4, 5)	3

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
1705304 สื่อกับอุตสาหกรรมสุขภาพ	1. วิเคราะห์บทบาทของสื่อในการสื่อสารสุขภาพ การตลาดเพื่อสุขภาวะ และการเผยแพร่ข้อมูลทางการแพทย์ในอุตสาหกรรมสุขภาวะ (PLO1, 4) 2. ระบุปัจจัยที่มีอิทธิพลของสื่อต่อพฤติกรรมสุขภาวะของประชาชน การใช้สื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดียในการให้ความรู้และสร้างความตระหนักด้านสุขภาวะ (PLO1, 4) 3. วิเคราะห์อิทธิพลของสื่อต่อพฤติกรรมสุขภาวะของประชาชนในระดับบุคคลและระดับสังคมความน่าเชื่อถือ ความถูกต้อง และจริยธรรมของข้อมูลสุขภาวะที่เผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ (PLO1, 2, 3, 4, 5) 4. วิเคราะห์รูปแบบการสื่อสารขององค์กรด้านสุขภาวะ โรงพยาบาล และธุรกิจสุขภาวะ รวมถึงแนวโน้มเทคโนโลยีและนวัตกรรมในอุตสาหกรรมนี้ (PLO1, 2, 3, 4) 5. ออกแบบเนื้อหาและกลยุทธ์การสื่อสารสุขภาวะและผลิตสื่อที่เหมาะสมกับบริบททางสังคม เทคโนโลยี และกลุ่มเป้าหมาย โดยคำนึงถึงความถูกต้องและน่าเชื่อถือของข้อมูล จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม (PLO1, 2, 3, 4, 5)	3
1705305 การพูดในที่สาธารณะ	1. วิเคราะห์หลักการ แนวคิด และกลยุทธ์ในการพูดในที่สาธารณะและการนำเสนออย่างมีประสิทธิภาพในบริบทที่หลากหลาย (PLO1, 2) 2. วิเคราะห์กลุ่มผู้ฟังและบริบทของการสื่อสารเพื่อกำหนดเป้าหมาย รูปแบบ และวิธีการสื่อสารให้เหมาะสม (PLO1, 2) 3. วิเคราะห์องค์ประกอบของการเตรียมข้อมูล บทพูด ภาษาที่ใช้ และสื่อประกอบการนำเสนอเพื่อให้สอดคล้องกับผู้รับสาร (PLO1, 2) 4. ออกแบบการสื่อสารในสถานการณ์เฉพาะ เช่น งานกิจกรรมพิเศษ งานนำเสนอวิชาการ หรือการพูดในฐานะผู้นำการประชุม โดยมีบทพูด แผนการนำเสนอ และสื่อประกอบเทคนิคการสื่อสารที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายและสถานการณ์ได้ (PLO1, 2, 3, 4) 5. พูด นำเสนอและจัดการคำถามหรือปฏิกิริยาจากผู้ฟังเหมาะสมและมีประสิทธิภาพตามกลยุทธ์โน้มน้าวใจและการเลือกใช้ภาษาที่เหมาะสมในสถานการณ์ต่าง ๆ และในบริบทเฉพาะ เช่น งานแถลงข่าว การประชุม งานพิธีกร หรือการนำเสนอข้อมูลต่อผู้บริหาร (PLO1, 2, 3, 4)	3

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
1705306 กลยุทธ์การปรับแต่งเว็บไซต์เพื่อเครื่องมือค้นหา	1. วิเคราะห์หลักการ แนวคิด และองค์ประกอบของเว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการวางแผนโครงสร้างและการจัดวางเนื้อหาบนเว็บไซต์ (PLO1, 2) 2. วิเคราะห์ความเหมาะสมของการตั้งชื่อ URL การจัดการเมนู และแผนผังเว็บไซต์ (sitemap) เพื่อเพิ่มประสบการณ์ของผู้ใช้งานและผลต่อ SEO (PLO1, 2) 3. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการแสดงผลของเว็บไซต์บนอุปกรณ์และเบราว์เซอร์ต่าง ๆ เพื่อรองรับผู้ใช้งานหลากหลายกลุ่ม (PLO1, 2) 4. สร้างแผนผังเว็บไซต์ เนื้อหา และโครงสร้าง URL ที่เหมาะสมกับประเภทของเว็บไซต์และพฤติกรรมของผู้ใช้ (PLO1, 2, 3, 4) 5. ออกแบบและปรับแต่งเว็บไซต์ให้สามารถแสดงผลได้ดีในหลากหลายอุปกรณ์และรองรับ SEO ขั้นพื้นฐาน (PLO1, 2, 3, 4) 6. ประเมินความสอดคล้องระหว่างเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และเป้าหมายของเว็บไซต์ในด้านประสิทธิภาพและความน่าสนใจ โดยใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล เช่น Google Analytics เพื่อวางแนวทางการปรับปรุง (PLO1, 2, 3, 4)	3
1705307 เครื่องมือการวิเคราะห์ข้อมูลและการติดตามความคิดเห็นในสื่อสังคมออนไลน์	1. วิเคราะห์หลักการ แนวคิด และเทคนิคพื้นฐานของการประยุกต์ใช้เหมืองข้อมูลและข้อมูลออนไลน์ในบริบทของงานนิเทศศาสตร์ (PLO1, 2) 2. วิเคราะห์แหล่งข้อมูลออนไลน์ เครื่องมือสืบค้น และเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลที่เหมาะสมกับเป้าหมายของการสื่อสาร (PLO1, 2) 3. วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึก การสนทนาในสื่อออนไลน์ และกระแสสังคมออนไลน์ เพื่อระบุเทรนด์และประเด็นสำคัญ (PLO1, 2) 4. ประเมินคุณภาพ ความแม่นยำ และความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ได้จากกระบวนการ Data Mining และ Online Analytics (PLO1, 2) 5. ประเมินศักยภาพของข้อมูลออนไลน์ในการสนับสนุนการตัดสินใจด้านนิเทศศาสตร์ เช่น การวางแผนเนื้อหา การออกแบบแคมเปญ หรือการเข้าใจผู้ชมเป้าหมาย (PLO1, 2)	3

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
	6. ออกแบบแผนการผลิตเนื้อหา การเลือกใช้ข้อมูลและเครื่องมือวิเคราะห์ กลยุทธ์การสื่อสาร หรือข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ เครื่องมือหรือแนวทางการติดตามและประมวลผลกระแสออนไลน์ กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลออนไลน์อย่างเป็นระบบ โดยใช้ข้อมูลและเทรนด์ที่วิเคราะห์มาเป็นฐานในการตัดสินใจ (PLO1, 2, 3, 4) 7. นำเสนอผลเชิงวิเคราะห์แบบออนไลน์ (Online Analytics) เพื่อใช้ในงานนิเทศศาสตร์ (PLO1, 2, 3, 4)	
1705408 การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้และอินเตอร์เฟซในงานนิเทศศาสตร์	1. วิเคราะห์หลักการ แนวคิด และองค์ประกอบของการออกแบบอินเตอร์เฟซผู้ใช้ (UI) และประสบการณ์ผู้ใช้ (UX) สำหรับสื่อดิจิทัลในบริบทนิเทศศาสตร์ (PLO1, 2) 2. วิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย พฤติกรรมผู้ใช้งาน และบริบทการใช้งาน เพื่อวางแนวทางการออกแบบ UI/UX ที่เหมาะสม (PLO1, 2) 3. วิเคราะห์ข้อดีข้อเสียของอินเตอร์เฟซและประสบการณ์ผู้ใช้จากเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน หรือเกมที่มีอยู่จริง เพื่อเรียนรู้จากกรณีศึกษา (PLO1, 2) 4. ประเมินความสอดคล้องระหว่างการออกแบบ UI/UX กับเป้าหมายด้านการสื่อสาร เนื้อหา และความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (PLO1, 2) 5. วิพากษ์กระบวนการออกแบบ การจัดวางองค์ประกอบ และการใช้งานจริงของ UI/UX ด้วยเกณฑ์ด้านความง่ายในการใช้งาน (usability), การเข้าถึง (accessibility) และความสวยงาม (aesthetics) (PLO1, 2, 3) 6. ประเมินผลจากการทดสอบการใช้งาน (user testing) เพื่อวิเคราะห์จุดแข็งและจุดที่ควรปรับปรุงในผลงานออกแบบ (PLO1, 2, 3) 7. ออกแบบและพัฒนาอินเตอร์เฟซผู้ใช้สำหรับเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน หรือเกมที่สามารถตอบโจทย์ทางนิเทศศาสตร์ เช่น การเล่าเรื่อง การนำเสนอข้อมูล หรือการสร้างประสบการณ์ที่มีผลต่อผู้ใช้โดยอิงจากข้อมูลเชิงพฤติกรรมผู้ใช้งาน การออกแบบโฟลว์การใช้งาน (user flow) และการวาง wireframe หรือ prototype อย่างเป็นระบบ (PLO1, 2, 3, 4) 8. สร้างผลงานสื่อดิจิทัลที่มี UI/UX สอดคล้องกับเป้าหมายด้านการสื่อสาร การเล่าเรื่อง หรือการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ในรูปแบบที่สร้างสรรค์และใช้งานได้จริง (PLO1, 2, 3, 4)	4
1705409 การสื่อสารสำหรับผู้ประกอบการสตาร์ตอัป	1. วิเคราะห์หลักการ แนวคิด และกระบวนการสื่อสารที่เหมาะสมกับลักษณะของธุรกิจสตาร์ตอัปในบริบทต่าง ๆ (PLO1, 2, 3)	4

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
	2. วิเคราะห์ความต้องการ มุมมอง และพฤติกรรมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงรูปแบบการนำเสนอและช่องทางสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการสร้างภาพลักษณ์และศรัทธาต่อแนวคิดของธุรกิจ เพื่อนำไปสู่การออกแบบสารและกลยุทธ์การสื่อสารที่ตรงจุด (PLO1, 2, 3) 3. วางแผนและออกแบบเนื้อหาการสื่อสารที่แสดงถึงจุดเด่น วิสัยทัศน์ และคุณค่าของธุรกิจสตาร์ตอัปตามหลักการการสื่อสารสำหรับธุรกิจสตาร์ตอัป (PLO1, 2, 4, 5) 4. สร้างสื่อและกลยุทธ์การสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ เช่น พิชชิ่งเด็ค (pitch deck), วิดีโอแนะนำธุรกิจ, เว็บไซต์, หรือโพสต์บนโซเชียลมีเดีย โดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย (PLO1, 2, 3, 4, 5) 5. ประเมินประสิทธิภาพของการสื่อสารผ่านการวัดผลตอบรับของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ความเข้าใจ ความเชื่อมั่น หรือการตัดสินใจสนับสนุน (PLO1, 2, 3, 4, 5) 6. นำเสนอแนวคิดทางธุรกิจที่แสดงถึงวิสัยทัศน์ คุณค่า และศักยภาพของธุรกิจ โดยใช้ศิลปะการเล่าเรื่องและการสื่อสารเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างแรงจูงใจและความสนใจจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (PLO1, 2, 3, 4, 5)	

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล

PLO1: สร้างสรรค์งานด้านนิเทศศาสตร์โดยประยุกต์องค์ความรู้และทักษะด้านการสื่อสารบนพื้นฐานจริยธรรมวิชาชีพ

PLO2: รู้เท่าทันและเลือกใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารและสารสนเทศ เทคโนโลยีดิจิทัล ที่สอดคล้องกับบริบทของการสื่อสาร

PLO3: นำเสนองานด้านนิเทศศาสตร์ผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย

PLO4: วางแผน ผลิต และเผยแพร่สื่อหลากหลายรูปแบบ บนหลากหลายแพลตฟอร์มที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

PLO5: เป็นผู้ที่มีความไวต่อคุณค่าข่าว รู้ว่าเหตุการณ์ใดควรเป็นข่าวและผลักดันเนื้อหาเพื่อการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงในสังคม

หมวดวิชาเฉพาะ

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
1701111 หลักและทฤษฎีนิเทศศาสตร์	1. วิเคราะห์ปรากฏการณ์ทางสังคมได้อย่างถูกต้องและสอดคล้องกับหลักการ แนวคิด และทฤษฎีเบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสาร (PLO1) 2. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลและส่งผลกระทบต่อการสื่อสารโดยใช้องค์ความรู้ด้านนิเทศศาสตร์และทักษะด้านการสื่อสารได้อย่างเป็นเหตุเป็นผล (PLO1) 3. วิเคราะห์บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบในวิชาชีพนิเทศศาสตร์ ตลอดจนจริยธรรม และจรรยาบรรณของนักนิเทศศาสตร์ (PLO1)	1
1701112 พื้นฐานทางธุรกิจและการตลาดดิจิทัลสำหรับนิเทศศาสตร์	1. วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจได้สอดคล้องตามหลักการการตลาด (PLO1) 2. เสนอแผนการสื่อสารการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือเป้าหมายทางธุรกิจผ่านกรณีศึกษา โดยยึดหลักจริยธรรมทางธุรกิจและการตลาด (PLO1, 3)	1
1701113 เทคนิคการถ่ายภาพและการตกแต่ง	1. เลือกใช้อุปกรณ์การถ่ายภาพให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการถ่ายภาพ (PLO1, 2) 2. จัดองค์ประกอบภาพ การเล่าเรื่องด้วยภาพ โดยใช้หลักการ และเทคนิคการถ่ายภาพนิ่งขั้นพื้นฐานตามจริยธรรมการถ่ายภาพ (PLO1, 2, 3) 3. ตกแต่งภาพขั้นพื้นฐานด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อนำไปใช้ในงานนิเทศศาสตร์บนพื้นฐานจริยธรรมการถ่ายภาพ (PLO1, 2, 3)	1
1701114 การรู้เท่าทันสื่อ ข้อมูล และดิจิทัล	1. ประเมินคุณค่าข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อ ด้วยกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล (PLO1) 2. ตอบสนองต่อข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องจากการประเมินคุณค่าของข้อมูลข่าวสารบนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อสังคม (PLO1)	1

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
	3. แสดงออกถึงความสามารถในการสื่อสารในมิติของผู้ส่งสารและผู้รับสารเพื่อส่งเสริมการเป็นพลเมืองที่มีบทบาทการพัฒนาสังคม (PLO5)	
1701115 การออกแบบกราฟิกดิจิทัล	1. วิเคราะห์หลักการและทฤษฎีการออกแบบด้วยโปรแกรมกราฟิกเพื่องานนิเทศศาสตร์ได้ถูกต้อง (PLO1) 2. ออกแบบงานนิเทศศาสตร์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิกได้ตามหลักการและทฤษฎีการออกแบบ (PLO1,2) 3. ปฏิบัติการใช้คำสั่งพื้นฐานจากโปรแกรมกราฟิก (PLO2) 4. นำเสนอผลงานกราฟิกจากการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิกที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และช่องทางการสื่อสาร (PLO1,2,3)	1
1701116 กฎหมาย และจริยธรรมการสื่อสาร	1. อธิบายหลักกฎหมาย แนวปฏิบัติ และจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับงานด้านนิเทศศาสตร์ (PLO1) 2. วิเคราะห์ปรากฏการณ์ทางสังคมโดยใช้กฎหมายและจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของสื่อภายใต้หลักจริยธรรมและหน้าที่ความเป็นพลเมือง (PLO1)	1
1701217 ภาษาอังกฤษเพื่องานนิเทศศาสตร์	1. แสดงออกถึงความสามารถในการใช้ทักษะด้านภาษาอังกฤษขั้นพื้นฐานเพื่องานด้านนิเทศศาสตร์ (PLO1) 2. แสดงออกถึงความสามารถในจับใจความสำคัญของสารที่ได้จากการฟังและการอ่าน (PLO1) 3. สื่อสารด้วยภาษาพูดและภาษาเขียนโดยใช้คำศัพท์และรูปประโยคที่ถูกต้องและสอดคล้องกับบริบทของงานนิเทศศาสตร์ (PLO1)	2
1701218 เทคนิคการถ่ายทำภาพเคลื่อนไหวและตัดต่อ	1. ใช้เครื่องมือในการถ่ายทำและลำดับภาพ การตัดต่อเพื่องานนิเทศศาสตร์รูปแบบต่าง ๆ (PLO1, 2) 2. จัดทำบทสำหรับการถ่ายทำ เทคนิคการถ่ายทำ การลำดับภาพเคลื่อนไหว การใช้เสียง และทำเสียงประกอบโดยใช้ศิลปะการเล่าเรื่องด้วยภาพเคลื่อนไหว (PLO1, 2, 3) 3. สร้างชิ้นงานภาพโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการออกแบบและสร้างสรรค์ผลงาน (PLO3)	2
1701219 ความคิดสร้างสรรค์และการนำเสนอเพื่องานนิเทศศาสตร์	1. เสนอแนวคิดในการพัฒนางานนิเทศศาสตร์ด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (PLO1) 2. แก้ไขปัญหาด้านการสื่อสาร ด้วยการใช้เครื่องมือของกระบวนการคิดเชิงออกแบบได้บรรลุเป้าหมาย (PLO1,3) 3. นำเสนอผลงานด้านนิเทศศาสตร์ด้วยรูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับงาน โดยประยุกต์ใช้ความรู้และทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ บนพื้นฐานจริยธรรม (PLO1, 2, 3)	2

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
1701320 การวิจัยเพื่องานนิเทศศาสตร์	1. เลือกใช้ประเภทการวิจัยทางนิเทศศาสตร์ให้สอดคล้องกับลักษณะข้อมูลที่ต้องการ (PLO1, 2, 3, 4) 2. เขียนโครงร่างการวิจัยทางนิเทศศาสตร์ได้ครบถ้วนตามขั้นตอนการทำวิจัย (PLO1, 4) 3. เลือกใช้สถิติและโปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลได้ถูกต้อง (PLO1, 3) 4. นำเสนอผลวิจัยด้านนิเทศศาสตร์ที่ผ่านกระบวนการวิจัยโดยเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับช่องทางที่หลากหลาย (PLO1, 2, 3)	3
1701321 การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ	1. วางแผนธุรกิจที่บูรณาการความรู้ด้านนิเทศศาสตร์และสื่อสารมวลชนที่สร้างการเปลี่ยนแปลงในสังคมผ่านกระบวนการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ (PLO1, 4, 5) 2. ออกแบบแผนธุรกิจ เนื้อหา ช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับธุรกิจ (PLO1, 4) 3. ผลิตเนื้อหา และนำเสนอเนื้อหาและสื่อโดยเลือกใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารและสารสนเทศ เทคโนโลยีดิจิทัล ที่สอดคล้องกับบริบทของธุรกิจและพื้นฐานจริยธรรม (PLO1, 2, 3, 4)	3
1701161 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 1	1. ระบุและวิเคราะห์โครงสร้างและกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีก เชื่อมโยงกับบทบาทของนิเทศศาสตร์ในบริบทองค์กร (PLO1) 2. วิเคราะห์ กระบวนการสื่อสารในการปฏิบัติงานภายในองค์กร และการสื่อสารทางธุรกิจ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร (PLO1) 3. ประเมินพฤติกรรมการรับรู้และตอบสนองต่อสื่อภายในร้านของผู้บริโภค เพื่อประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงกลยุทธ์การสื่อสาร (PLO1, 4) 4. ฝึกปฏิบัติ งานในบริบทวิชาชีพนิเทศศาสตร์ภายใต้การกำกับดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาและพนักงานพี่เลี้ยงในสถานประกอบการ โดยสามารถปรับตัวและทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ (PLO1, 2, 3, 4) 5. แสดงออกถึงทักษะการทำงานอย่างมีจรรยาบรรณวิชาชีพ ความรับผิดชอบต่องาน และความรับผิดชอบต่อสังคมในระหว่างการฝึกปฏิบัติงาน (PLO4) 6. จัดทำและนำเสนอ รายงานผลการฝึกปฏิบัติงานทั้งในรูปแบบลายลักษณ์อักษรและการนำเสนอด้วยวาจาโดยสามารถสื่อสารข้อมูลเชิงวิชาการและประสบการณ์จากการฝึกงานได้อย่างชัดเจนและมีเหตุผล (PLO1, 2, 3)	1
1701262 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 2	1. วิเคราะห์รูปแบบการดำเนินงานขององค์กรหรือองค์กรสื่อ รวมถึงลักษณะของเนื้อหาที่เผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ ขององค์กรนั้นได้ (PLO1)	2

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
	2. วิเคราะห์ และจับประเด็นเนื้อหาในการทำงานหรือการผลิตข่าวได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม และตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กร (PLO1) 3. เขียนข่าวหรือเขียนเนื้อหา ที่ถูกต้องตามหลักภาษาและหลักวิชาชีพ สอดคล้องกับแนวทางการสื่อสารขององค์กร (PLO1) 4. ผลิตสื่อ เช่น การออกแบบกราฟิก ถ่ายภาพ หรือตัดต่อวิดีโอ ได้อย่างเหมาะสมกับบริบทขององค์กร และตรงตามมาตรฐานงานนิเทศศาสตร์ (PLO1, 2, 3) 5. ปฏิบัติงาน ด้วยความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์ มีวินัย และยึดถือจรรยาบรรณของวิชาชีพนิเทศศาสตร์ตลอดระยะเวลาการฝึกงาน (PLO4) 6. จัดทำรายงานและนำเสนอ ผลการฝึกปฏิบัติงานด้วยวาจาได้อย่างชัดเจน มีโครงสร้างการสื่อสารที่เหมาะสม และสามารถสะท้อนถึงพัฒนาการทางวิชาชีพที่ได้รับจากการฝึกงาน (PLO1, 2, 3)	
1701263 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 3	1. วิเคราะห์โครงสร้าง การดำเนินงานขององค์กรสื่อ ลักษณะเนื้อหา กลุ่มเป้าหมาย และบทบาทขององค์กรได้อย่างถูกต้อง (PLO1) 2. วิเคราะห์และจับประเด็นเนื้อหาหรือประเด็นข่าวสารได้อย่างแม่นยำและเหมาะสมกับลักษณะขององค์กรสื่อ (PLO1) 3. เขียนข่าว เขียนบทความ หรือเขียนเนื้อหาสื่อได้อย่างถูกต้องตามหลักวิชาชีพและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายขององค์กร (PLO1, 3, 4) 4. ผลิตสื่อ เช่น ออกแบบกราฟิก ถ่ายภาพ ตัดต่อวิดีโอ ที่มีคุณภาพ เหมาะสมกับองค์กร และตรงตามวัตถุประสงค์การสื่อสาร (PLO1, 2, 3, 4) 5. ประยุกต์ใช้ทักษะด้านนิเทศศาสตร์แบบบูรณาการในการวางแผนและผลิตเนื้อหาหลายรูปแบบและช่องทางให้ตอบโจทย์ความต้องการขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ (PLO1, 2, 3, 4) 6. แสดงความเข้าใจในจรรยาบรรณวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์ และมีความรับผิดชอบต่อสังคมในการปฏิบัติงานจริง (PLO4) 7. พัฒนาและสะท้อนผลการเรียนรู้จากการฝึกงานผ่านการจัดทำรายงานและการนำเสนอผลงานด้วยวาจาได้อย่างมีประสิทธิภาพ (PLO1, 2, 3, 4)	2

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
1701364 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 4	1. วิเคราะห์รูปแบบการดำเนินงานขององค์กร/องค์กรสื่อ กลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับสารเชิงลึก ลักษณะของเนื้อหาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและบริบทขององค์กร เพื่อวางแผนและออกแบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับบริบทขององค์กร (PLO1, 4) 2. สามารถจับประเด็น เขียนข่าว/เขียนเนื้อหาประชาสัมพันธ์ ออกแบบกราฟิก ถ่ายภาพ และตัดต่อชิ้นงานสื่อได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม และมีคุณภาพ (PLO1, 2, 3, 4) 3. ประยุกต์ใช้ทักษะและเครื่องมือด้านนิเทศศาสตร์แบบผสมผสานในการดำเนินงานด้านสื่อสารองค์กร สื่อสารการตลาด การสื่อสารแบรนด์ หรือดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง (CB) (PLO1, 2, 3, 4) 4. ผสมผสานหลายทักษะด้านนิเทศศาสตร์ในการเลือกใช้เทคโนโลยีและช่องทางการเผยแพร่สื่อที่หลากหลายเพื่อให้ตอบโจทย์เป้าหมายขององค์กร (CJ) (PLO1, 2, 3, 4) 5. เสนอแนวคิดใหม่หรือพัฒนากระบวนการทำงานที่สร้างสรรค์และเหมาะสมกับบริบทขององค์กรที่ฝึกงาน (PLO1, 2, 3, 4) 6. ปฏิบัติงานสื่อสารภายใต้จรรยาบรรณวิชาชีพและแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกขั้นตอนของการทำงาน (PLO1, 2, 3, 4) 7. จัดทำรายงานสรุปผลการฝึกงาน และนำเสนอผลงานหรือประสบการณ์ฝึกงานด้วยวาจาได้อย่างมีประสิทธิภาพ (PLO1, 2, 3)	3
1701465 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 5	1. วิเคราะห์รูปแบบการดำเนินงานขององค์กรหรือองค์กรสื่อ รวมถึงลักษณะกลุ่มเป้าหมาย/ผู้รับสารเพื่อเข้าใจบริบทของการสื่อสาร (PLO1) 2. ออกแบบเนื้อหาและผสมผสานทักษะด้านนิเทศศาสตร์เพื่อผลิตสื่อหรือผลงานสื่อสารที่มีคุณภาพ เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ขององค์กร (PLO1, 2, 3, 4, 5) 3. สามารถจับประเด็นเนื้อหา เขียนข่าวประชาสัมพันธ์ ออกแบบกราฟิก ถ่ายภาพ และตัดต่อผลงานได้อย่างถูกต้อง สร้างสรรค์ และสอดคล้องกับภาพลักษณ์ขององค์กร (PLO1, 2, 3, 4, 5) 4. เสนอแนวความคิดใหม่หรือพัฒนากระบวนการทำงานอย่างสร้างสรรค์ เพื่อนำไปสู่การผลิตผลงานหรือเนื้อหาที่มีคุณค่าและตอบสนองต่อความต้องการขององค์กร (PLO1, 2, 3, 4, 5) 5. สร้างสรรค์เนื้อหา ผลงาน หรือรูปแบบนวัตกรรมด้านการสื่อสารหลากหลายประเภทที่เหมาะสมกับช่องทางสื่อในยุคดิจิทัล (PLO1, 2, 3, 4, 5)	4

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
	6. พัฒนาทักษะเฉพาะทางของตนเองให้โดดเด่นในการทำงานด้านนิเทศศาสตร์ภายใต้สถานการณ์จริงในสถานประกอบการ (PLO1, 2, 3, 4, 5) 7. แสดงออกถึงความเข้าใจในจรรยาบรรณวิชาชีพ และมีความรับผิดชอบต่อสังคมในการปฏิบัติงานด้านนิเทศศาสตร์ (PLO1, 2, 3, 4, 5) 8. จัดทำรายงานผลการฝึกปฏิบัติงาน และนำเสนอผลงานหรือประสบการณ์การฝึกงานด้วยวาจาอย่างชัดเจนและน่าเชื่อถือ (PLO1, 2, 3, 4, 5)	
1701466 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 6	1. วิเคราะห์รูปแบบการดำเนินงานขององค์กรหรือองค์กรสื่อ รวมถึงลักษณะกลุ่มเป้าหมาย/ผู้รับสารเพื่อเข้าใจบริบทของการสื่อสาร (PLO1) 2. ออกแบบเนื้อหาและผสมผสานทักษะด้านนิเทศศาสตร์เพื่อผลิตสื่อหรือผลงานสื่อสารที่มีคุณภาพ เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ขององค์กร (PLO1, 2, 3, 4, 5) 3. สามารถจับประเด็นเนื้อหา เขียนข่าวประชาสัมพันธ์ ออกแบบกราฟิก ถ่ายภาพ และตัดต่อผลงานได้อย่างถูกต้อง สร้างสรรค์ และสอดคล้องกับภาพลักษณ์ขององค์กร (PLO1, 2, 3, 4, 5) 4. เสนอแนวความคิดใหม่หรือพัฒนากระบวนการทำงานอย่างสร้างสรรค์ เพื่อนำไปสู่การผลิตผลงานหรือเนื้อหาที่มีคุณค่าและตอบสนองต่อความต้องการขององค์กร (PLO1, 2, 3, 4, 5) 5. สร้างสรรค์เนื้อหา ผลงาน หรือรูปแบบนวัตกรรมด้านการสื่อสารหลากหลายประเภทที่เหมาะสมกับช่องทางสื่อในยุคดิจิทัล (PLO1, 2, 3, 4, 5) 6. พัฒนาทักษะเฉพาะทางของตนเองให้โดดเด่นในการทำงานด้านนิเทศศาสตร์ภายใต้สถานการณ์จริงในสถานประกอบการ (PLO1, 2, 3, 4, 5) 7. แสดงออกถึงความเข้าใจในจรรยาบรรณวิชาชีพ และมีความรับผิดชอบต่อสังคมในการปฏิบัติงานด้านนิเทศศาสตร์ (PLO 4, 5) 8. จัดทำรายงานผลการฝึกปฏิบัติงาน และนำเสนอผลงานหรือประสบการณ์การฝึกงานด้วยวาจาอย่างชัดเจนและน่าเชื่อถือ (PLO1, 2, 3, 4, 5)	4
1701467 โครงงานนวัตกรรมนิเทศศาสตร์	1. วิเคราะห์ปัญหาของสถานประกอบการ ด้วยเครื่องมือวิเคราะห์ทางการตลาด (PLO1, 2) 2. วางแผนการสื่อสารในการผลิตโครงร่างเพื่อแก้ปัญหาแก่สถานประกอบการ บนพื้นฐานจริยธรรม (PLO1, 4)	4

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
	3. นำเสนอโครงร่างงานนวัตกรรมด้านนิเทศศาสตร์ต่อสถานประกอบการ ผ่านรูปแบบและเทคโนโลยีการนำเสนอที่เหมาะสม (PLO1, 2, 3) 4. ผลิตและเผยแพร่สื่อหลากหลายรูปแบบ บนหลากหลายแพลตฟอร์มที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร เพื่อผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคม (PLO1, 2, 4, 5) 5. นำเสนอผลผลิตของโครงงานนวัตกรรมนิเทศศาสตร์ (PLO3)	

กลุ่มวิชาบังคับ

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
172210 ความรู้พื้นฐานวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล	1. วิเคราะห์การปรับตัวของอุตสาหกรรมสื่อด้านการผสานเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการเผยแพร่ผลิตสื่อสร้างสรรค์และงานข่าว ตามหลักการ แนวคิดของวารสารศาสตร์ในยุคหลอมรวมสื่อ (PLO1) 2. วิเคราะห์การปรับตัวของอุตสาหกรรมสื่อด้านการผสานเนื้อหา ตามหลักการ แนวคิดของวารสารศาสตร์ในยุคหลอมรวมสื่อ (PLO1) 3. วิเคราะห์การจัดการองค์กรสื่อด้านเทคโนโลยี เนื้อหา การตลาด รูปแบบธุรกิจ (PLO1) 4. วิเคราะห์บทบาทของนักข่าวพลเมือง เครือข่ายทางสังคมที่มีผลต่อการรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร การศึกษา และการพัฒนาสังคม (PLO1)	
1722112 การเล่าเรื่องผ่านสื่อ	1. วิเคราะห์องค์ประกอบ บทบาทและแนวโน้มของอุตสาหกรรมสื่อสร้างสรรค์ในบริบทปัจจุบัน (PLO1) 2. เปรียบเทียบข้อดีและข้อจำกัดของแต่ละเทคนิคในการสร้างสื่อ (PLO1) 3. วิเคราะห์องค์ประกอบของการเล่าเรื่อง เช่น โครงเรื่อง ตัวละคร และจุดพีคของเรื่อง (PLO1) 4. ออกแบบแนวทางการเล่าเรื่อง โครงเรื่อง ตัวละคร ให้สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย (PLO1, 2, 3, 4) 5. ประยุกต์ใช้เทคนิคขั้นพื้นฐานในการสร้างสื่อ และเทคนิคการเล่าเรื่อง สร้างสื่อตามแนวคิดและกระบวนการสร้างสรรค์ของอุตสาหกรรมสื่อสร้างสรรค์ (PLO1, 2, 3,4)	1
1722213 การเขียนข่าว	1. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข่าว สารคดีเชิงข่าว และข่าวประชาสัมพันธ์ ตามหลักการเขียนข่าว คุณลักษณะและโครงสร้าง องค์ประกอบและคุณค่า ประเด็น (PLO1)	2

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
	2. วิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลกระทบของสถานการณ์การเมือง สังคม เศรษฐกิจ ที่มีต่อการรายงานข่าว การใช้ปัญญาประดิษฐ์เป็นผู้ช่วยในกระบวนการทำข่าว (PLO1, 2) 3. ฝึกเขียนข่าวรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่หลายช่องทาง ตามหลักการเขียนข่าวโดยยึดหลักจริยธรรมวิชาชีพ (PLO1, 2, 3)	
1772214 การเขียนเชิงวารสารศาสตร์	1. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างบทความ บทวิเคราะห์ บทวิจารณ์ บทสัมภาษณ์ สารคดี และบทบรรณาธิการ ตามคุณลักษณะและโครงสร้างของการเขียนเชิงวารสารศาสตร์ การพิจารณาองค์ประกอบและคุณค่าของงานเขียน (PLO1) 2. ระบุแหล่งข้อมูล แหล่งอ้างอิง การแสวงหาและการเก็บรวบรวมข้อมูล ที่จำเป็นสำหรับงานเขียนแต่ละประเภท (PLO1) 3. วิเคราะห์บริบททางการเมือง สังคม เศรษฐกิจที่มีต่อการเขียน การใช้ปัญญาประดิษฐ์เป็นผู้ช่วยในการเขียน (PLO1, 2) 4. ฝึกเขียนเชิงวารสารศาสตร์รูปแบบต่าง ๆ โดยใช้ปัญญาประดิษฐ์เป็นผู้ช่วยในการเขียน ตามหลักจริยธรรมวิชาชีพ (PLO1, 2, 3)	2
1772215 การรายงานและบรรณาธิกรข่าว	1. วิเคราะห์กระบวนการสื่อข่าว ตั้งแต่การคัดเลือกข่าว การเขียนบทข่าว และการผลิตรายการข่าวในรูปแบบต่าง ๆ (PLO1) 2. ฝึกปฏิบัติการเป็นผู้ประกาศข่าว รวมถึงการใช้เทคนิคการนำเสนอข่าวผ่านสื่อดิจิทัล การใช้ปัญญาประดิษฐ์บนพื้นฐานจริยธรรมและจรรยาบรรณในการการผลิตรายการข่าวและการบริหารจัดการกองบรรณาธิการ (PLO1, 2, 3, 4) 3. วิเคราะห์แนวทางการหารายได้จากเนื้อหาในแพลตฟอร์มต่าง ๆ (PLO1) 4. ออกแบบโครงสร้างองค์กรสื่อ แนวทางการบริหารจัดการกองบรรณาธิการข่าว แนวทางการบริหารจัดการเนื้อหาเพื่อเผยแพร่ในสื่อรูปแบบต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ และสื่อเสียง (PLO1, 2, 3, 4) 5. ฝึกปฏิบัติการบรรณาธิกรข่าว และการจัดการเนื้อหาเพื่อการเผยแพร่ข่าวแบบข้ามสื่อ ตามมาตรฐานทางจริยธรรมและแนวทางการรายงานข่าวที่รับผิดชอบต่อสังคม (PLO1, 2, 3, 4, 5)	2

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
1722216 กราฟิก และแอนิเมชันในงานวารสารศาสตร์	1. วิเคราะห์ข้อมูล และฝึกใช้โปรแกรมการนำเสนอข้อมูลด้วยการใช้ข้อมูลเชิงภาพ อินโฟกราฟิก กราฟ แผนที่ (PLO1, 3) 2. ผลิตงานกราฟิกและแอนิเมชันด้วยเทคนิคการสร้างสรรค์ ผ่านเทคโนโลยีผลิตกราฟิกเสมือนจริง แอนิเมชั่นภาพสองมิติ และสามมิติ รวมถึงการใช้ปัญญาประดิษฐ์เป็นผู้ช่วยในการสร้างสรรค์ (PLO1, 3) 3. นำเสนองานกราฟิกและแอนิเมชันในงานวารสารศาสตร์โดยเลือกใช้เครื่องมือคอมพิวเตอร์กราฟิกที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และช่องทางการสื่อสาร (PLO1, 2, 3, 4)	2
1722317 การสร้างสรรค์เนื้อหาสื่อด้วยการตลาดดิจิทัลและข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผู้รับสาร	1. วิเคราะห์ลักษณะเฉพาะของเนื้อหาในแต่ละแพลตฟอร์มและแนวทางการปรับใช้ให้เหมาะสม ตามแนวคิดและหลักการสร้างสรรค์เนื้อหาสำหรับแพลตฟอร์มดิจิทัล (PLO1, 2) 2. วิเคราะห์ผู้รับสารเชิงลึก และประยุกต์ใช้ข้อมูลเชิงลึกในการออกแบบและสร้างสรรค์เนื้อหาให้ตรงกับความสนใจของผู้รับสาร (PLO1, 2, 4) 3. วางแผนกระบวนการผลิตและเผยแพร่เนื้อหา โดยใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อพัฒนาเนื้อหา (PLO1, 2, 4) 4. วางแผนงบประมาณและหาแนวทางสร้างรายได้จากเนื้อหาในแพลตฟอร์มดิจิทัล (PLO1, 2, 4) 5. ผลิตเนื้อหา สร้างภาพประกอบสำหรับสื่อดิจิทัล โดยใช้ทักษะเครื่องมือการตลาดดิจิทัล รวมถึงการใช้ปัญญาประดิษฐ์ที่สอดคล้องกับผู้รับสารจากการวิเคราะห์ผู้รับสารเชิงลึก วิเคราะห์ผลกระทบของการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลต่อสังคมและวางแนวทางป้องกันปัญหาจากการใช้สื่อดิจิทัลอย่างไม่เหมาะสม (PLO1, 2, 3, 4) 6. เผยแพร่เนื้อหาสื่อผ่านช่องทางสื่อดิจิทัล โดยคำนึงถึงการจัดการด้านการตลาด งบประมาณและการหารายได้ (PLO1, 2, 3, 4)	3
1722318 กลยุทธ์การเล่าเรื่องข้ามสื่อและการผลิตสื่อสร้างสรรค์	1. วิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างสื่อดั้งเดิม สื่อดิจิทัล และกิจกรรมพิเศษในการเล่าเรื่อง ครอบคลุมองค์ประกอบสำคัญในการเชื่อมโยงการเล่าเรื่องข้ามสื่อ (PLO1) 2. วางแผนกลยุทธ์การเล่าเรื่องข้ามสื่อตามหลักการ แนวคิดการออกแบบการเล่าเรื่องข้ามสื่อ ที่สามารถเชื่อมโยงเนื้อหาผ่านหลายแพลตฟอร์ม โดยคำนึงถึงกลยุทธ์ในการกระตุ้นพฤติกรรมและสร้างการมีส่วนร่วมของผู้รับสารตามเป้าหมาย (PLO1, 3, 4) 3. ประยุกต์ใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) รวมถึง ใช้ปัญญาประดิษฐ์เป็นเครื่องมือช่วยสร้างสรรค์เนื้อหาในการผลิตเนื้อหาข้ามสื่อ (PLO1, 3, 4)	3

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
	4. การผลิตสื่อสร้างสรรค์ตามหลักการโดยเลือกใช้สื่อและเทคโนโลยีในการผลิตที่เหมาะสมกับเนื้อหา เผยแพร่สื่อหลากหลายช่องทาง เพื่อผลักดันประเด็นทางสังคม (PLO1, 2, 3, 4, 5)	
1722419 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างนวัตกรรมสื่อดิจิทัลและสื่อทางเลือก	1. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมในบริบทสังคมดิจิทัล ความต้องการผู้รับสาร แนวโน้มของนวัตกรรม และรูปแบบธุรกิจเพื่อการหารายได้ของสื่อ ตามหลักการและแนวคิดในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และสร้างนวัตกรรมสื่อดิจิทัลและสื่อทางเลือก (PLO1) 2. วิเคราะห์แนวทางการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจสื่อ (PLO1, 2) 3. เปรียบเทียบรูปแบบธุรกิจสื่อและแนวทางสร้างรายได้จากนวัตกรรมสื่อ เพื่อออกแบบแนวทางการตลาดและการสร้างรายได้ที่เหมาะสมกับแพลตฟอร์มสื่อดิจิทัลและสื่อทางเลือก (PLO1, 2, 4) 4. วางแผนการผลิตนวัตกรรมในธุรกิจสื่อโดยประยุกต์ใช้เครื่องมือในสร้างนวัตกรรมในธุรกิจสื่อ ตามกรอบกระบวนการคิดเชิงออกแบบ รวมถึงการใช้ปัญญาประดิษฐ์เป็นผู้ช่วยในการสร้างสรรค์ (PLO1, 2, 3, 4, 5) 5. ผลิตต้นแบบนวัตกรรมสื่อดิจิทัลและสื่อทางเลือกผ่านช่องทางการสื่อสารที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการสื่อสารและประเมินประสิทธิภาพต้นแบบ เพื่อผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคม (PLO1, 2, 3, 4, 5)	4

กลุ่มวิชาเลือก

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
1723211 การพัฒนาเว็บไซต์และสื่ออินเตอร์แอคทีฟ	1. สืบค้นและวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายด้วยเครื่องมือสืบค้นดิจิทัลตามองค์ประกอบการตลาดเชิงลึก (PLO1, 3) 2. วิเคราะห์ปัจจัยที่สามารถสร้างรายได้บนเว็บไซต์และสื่ออินเตอร์แอคทีฟ (PLO1) 3. วิเคราะห์ปัจจัยที่สร้างประสบการณ์ผู้ใช้งานเว็บไซต์ (PLO1) 4. พัฒนาเว็บไซต์ เพื่อเผยแพร่เนื้อหาและกิจกรรมสื่ออินเตอร์แอคทีฟ โดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย การสร้างรายได้ การสร้างประสบการณ์ผู้ใช้งาน ตามข้อมูลที่ได้วิเคราะห์ไว้ (PLO1, 2, 3, 4)	2
1723212 ทักษะการนำเสนอและการเป็นพิธีกร	1. อธิบายหลักการพื้นฐานของการพูด การสื่อสาร และการแสดงออกในบริบทของสื่อมวลชนได้ (PLO1) 2. ใช้เทคนิคการควบคุมเสียง น้ำเสียง และจังหวะในการพูด ที่ถูกต้อง ชัดเจน และเหมาะสมกับสถานการณ์ (PLO1, 2, 3)	2

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
	3. จัดรายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ และดำเนินรายการในรูปแบบต่าง ๆ และการเป็นพิธีกรในสถานการณ์จริง/จำลอง (PLO1, 2, 3) 4. เคลื่อนไหวร่างกาย แสดงออกทางสีหน้า ท่าทาง และแต่งกายเหมาะสมกับกาลเทศะ (PLO1, 2)	
1723213 การจัดการอินฟลูเอนเซอร์และกลยุทธ์การดึงดูดแฟนคลับ	1. ระบุบทบาท ความสำคัญ องค์ประกอบของผู้มีอิทธิพลทางความคิดในยุคสื่อดิจิทัล ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนผู้รับสารเป็นแฟนคลับตามแนวคิดพื้นฐานในการบริหารจัดการและพัฒนาเครือข่ายของผู้มีอิทธิพลทางความคิดในบริบทต่าง ๆ (PLO1) 2. วิเคราะห์กระบวนการสร้างกลยุทธ์ในการดึงดูดผู้รับสารให้กลายเป็นแฟนคลับ (PLO1) 3. ออกแบบกลยุทธ์ในการค้นหา เลือกใช้ และพัฒนา Influencer ให้เหมาะสมกับเป้าหมาย (PLO1, 2, 3, 4) 4. ออกแบบกิจกรรมที่สร้างปฏิสัมพันธ์และความผูกพันระหว่างแบรนด์/บุคคลกับแฟนคลับ (PLO1, 2, 3, 4) 5. วางแผนบริหารจัดการและประเมินผลการทำงานร่วมกับผู้มีอิทธิพลในลักษณะที่ยั่งยืน (PLO1, 2, 4)	2
1723214 การรณรงค์การสื่อสารเชิงกลยุทธ์สำหรับอุตสาหกรรมบันเทิง	1. อธิบายความหมาย ความสำคัญและบทบาทของการรณรงค์เพื่อธุรกิจบันเทิงได้อย่างถูกต้อง (PLO1) 2. วิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าตามหลักการวิเคราะห์ผู้รับสารเชิงลึก โดยใช้เครื่องมือวิจัยและการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ (PLO1, 2) 3. วิเคราะห์สถานการณ์และกำหนดกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงกำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับทิศทางขององค์กรและสภาพแวดล้อมจริง (PLO1, 4) 4. ออกแบบสารและกำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร ที่มีความคิดสร้างสรรค์ ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย และสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ (PLO1, 2, 4) 5. เลือกใช้สื่อและกำหนดงบประมาณในการจัดกิจกรรม ได้อย่างสมเหตุสมผล โดยคำนึงถึงประสิทธิผลและข้อจำกัดของแต่ละช่องทาง (PLO1, 2, 4) 6. วางแผนประชาสัมพันธ์และส่งเสริมกิจกรรม ได้อย่างเป็นระบบ โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายและความยั่งยืนของกิจกรรม (PLO1, 2, 4) 7. ประเมินและวัดผลโครงการได้อย่างเป็นรูปธรรม ด้วยการใช้เกณฑ์และเครื่องมือที่เหมาะสมในการตรวจสอบความสำเร็จของกิจกรรม (PLO1, 2, 4) 8. นำเสนอผลงาน พร้อมจัดทำรายงานประกอบการนำเสนอ (PLO1, 2, 3, 4)	2

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
1723315 วารสารศาสตร์และการรายงานข่าวเชิงข้อมูล	1. อธิบายหลักการและแนวคิดของการรายงานข่าวเชิงลึกด้วยฐานข้อมูล ได้อย่างชัดเจน รวมถึงเข้าใจบทบาทของข่าวเชิงข้อมูลในยุคดิจิทัล (PLO1) 2. ใช้เทคนิคการค้นหาข้อมูลจากแหล่งเปิด)Open Data) ผ่านอินเทอร์เน็ต ได้ และประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลได้ (PLO1, 2) 3. แกะรอยข้อมูล วิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ อาทิ บุคคล เอกสารราชการ สถิติ และงานวิจัย เพื่อสร้างความเข้าใจเชิงลึกต่อประเด็นข่าว (PLO1, 2) 4. นำเสนอข่าวเชิงข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้ภาพ แผนภูมิ และกราฟิกในการอธิบายข้อมูล (PLO1, 2, 3, 4) 5. ประยุกต์ใช้ทักษะการสืบค้น วิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูล เพื่อผลิตข่าวเชิงลึกที่สอดคล้องกับกฎหมาย จริยธรรม และจรรยาบรรณของวิชาชีพสื่อมวลชน โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและบุคคลที่เกี่ยวข้อง (PLO1, 2, 3, 4, 5)	3
1723316 การผลิตเนื้อหาและการสร้างรายได้	1. อธิบายหลักการและแนวคิดของการผลิตเนื้อหาที่สร้างรายได้ ได้ครอบคลุมทั้งด้านเนื้อหา กลยุทธ์ และแนวโน้มในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (PLO1) 2. วางแผนและฝึกปฏิบัติการผลิตเนื้อหาสำหรับสื่อต่าง ๆ ได้ โดยคำนึงถึงลักษณะเฉพาะของแต่ละแพลตฟอร์ม (PLO1, 2, 4) 3. เลือกและปรับแต่งเนื้อหาให้เหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและสร้างมูลค่าให้กับเนื้อหา (PLO1, 2, 4) 4. วิเคราะห์และประยุกต์ใช้ช่องทางเผยแพร่เนื้อหา อย่างหลากหลาย ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ (PLO1, 2, 4) 5. วางแผนการหาแหล่งทุนและรายได้จากเนื้อหา (PLO1, 2, 3, 4) 6. ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เป็นผู้ช่วยในการสร้างสรรค์เนื้อหา ทั้งในด้านการวางแผน การเขียน การออกแบบ และการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความสร้างสรรค์ในการผลิตผลงาน (PLO1, 2, 3, 4)	3
1723317 สื่อเพื่อการขับเคลื่อนสังคม	1. อธิบายแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนสังคม รวมถึงการรณรงค์ทางสังคม และกระบวนการพฤติกรรมร่วมได้อย่างมีระบบและวิพากษ์ (PLO1) 2. วิเคราะห์กระบวนการเชิงนโยบายภาคประชาชนและบทบาทของการเคลื่อนไหวทางสังคม ในการเปลี่ยนแปลงระดับนโยบายและโครงสร้างทางสังคมได้อย่างมีเหตุผลและชัดเจน (PLO1)	3

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
	3. วิเคราะห์เงื่อนไขและแรงผลักดันของการเคลื่อนไหวในแต่ละประเด็นโดยระบุความเชื่อมโยงบริบททางสังคม วัฒนธรรม และปัญหาสังคมร่วมสมัย (PLO1) 4. วิเคราะห์และถอดบทเรียนจากกรณีศึกษาการเคลื่อนไหวทางสังคม ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และระดับโลก เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแนวคิดของตนเอง (PLO1) 5. เลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารอย่างเหมาะสม เพื่อสร้างความตระหนักรู้ สร้างการมีส่วนร่วม และผลักดันการเปลี่ยนแปลงในประเด็นทางสังคม (PLO1, 2, 4, 5) 6. ออกแบบกระบวนการสื่อสารเพื่อการมีส่วนร่วมของประชาชนและดำเนินการสื่อสาร โดยคำนึงถึงเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมาย บริบท ความยั่งยืนของการเปลี่ยนแปลงสังคมด้วยจริยธรรมและความรับผิดชอบ (PLO1, 2, 3, 4, 5)	
1723318 การผลิตเนื้อหาสำหรับผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม	1. วิเคราะห์ผู้รับสารได้อย่างครอบคลุมด้านแรงจูงใจ พฤติกรรม และความต้องการของผู้รับสารในบริบทต่าง ๆ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านจิตวิทยา เพศ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และลักษณะเฉพาะของกลุ่มเป้าหมาย ตามแนวคิดและหลักการทางจิตวิทยาในการบริโภคสื่อและสาร (PLO1) 2. สำรวจและวิเคราะห์ช่องทาง รูปแบบ และลักษณะในการบริโภคสื่อ เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนการสื่อสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (PLO1, 2) 3. วิเคราะห์ความต้องการด้านเนื้อหา ของกลุ่มผู้รับสารที่หลากหลาย และสามารถออกแบบเนื้อหาให้ตอบสนองต่อความต้องการนั้นได้อย่างสร้างสรรค์ (PLO1, 2) 4. วางแผน ออกแบบ ผลิตเนื้อหาที่สอดคล้องกับผู้รับสาร และการประเมินผลการสื่อสารในสถานการณ์จริงได้โดยยึดหลักจริยธรรม และมีความรับผิดชอบต่อผลกระทบทางสังคม (PLO1, 2, 3, 4)	3
1723319 การรายงานข่าวเชิงสืบสวน	1. วางแผนโครงงานข่าวเชิงสืบสวน ในหลากหลายประเด็น เช่น ข่าวการเมือง เศรษฐกิจ การตลาด กีฬา และวัฒนธรรม ได้อย่างมีระบบและครอบคลุม (PLO1, 2, 3, 4) 2. ค้นคว้า ตรวจสอบ และวิเคราะห์ข้อมูลอย่างลึกซึ้ง เพื่อนำเสนอข่าวเชิงสืบสวนที่มีคุณภาพและตอบโจทย์ความสนใจของสาธารณชน (PLO1, 2, 3) 3. ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์เป็นผู้ช่วยในการค้นหา วิเคราะห์ข้อมูล และสร้างสรรค์เนื้อหาได้ (PLO1, 2)	3

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
	4. ผลิตและนำเสนอเนื้อหาข่าวเชิงสืบสวนผ่านหลากหลายช่องทาง เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อเสียง และสื่อออนไลน์ โดยเลือกใช้รูปแบบที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและบริบทของเนื้อหา บนพื้นฐานของจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม โดยตระหนักถึงผลกระทบของข้อมูล ข่าวสาร และวิธีการนำเสนอที่เลือกใช้ (PLO1, 2, 3, 4, 5)	
1723310 การพัฒนาธุรกิจสื่อ	1. วิเคราะห์ความเชื่อมโยงความรู้ด้านการสื่อสารกับการพัฒนาธุรกิจ ตามแนวคิดและหลักการของการเป็นผู้ประกอบการด้านนิเทศศาสตร์ (PLO1) 2. วิเคราะห์ช่องทางการตลาด และกำหนดกลยุทธ์ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย พร้อมทั้งวางแผนหาแหล่งสนับสนุนทางการเงินหรือการลงทุนได้ (PLO1, 2, 4) 3. จัดทำแผนโครงงานธุรกิจที่บูรณาการองค์ความรู้ด้านนิเทศศาสตร์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ ครอบคลุมด้านการเงิน งบประมาณ การวิเคราะห์ตลาด และการวางกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจได้อย่างเป็นระบบเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมทางสื่อที่ตอบโจทย์ตลาดในยุคดิจิทัล (PLO1, 2, 3, 4) 4. ฝึกปฏิบัติดำเนินการธุรกิจในสภาพแวดล้อมจำลองจริงในฐานะผู้ประกอบการสื่อด้วยหลักจริยธรรมวารสารศาสตร์ ที่เน้นความสมดุล เที่ยงธรรม และมีความรับผิดชอบต่อสังคม ภายใต้การให้คำปรึกษาของคณาจารย์และนักวิชาชีพในอุตสาหกรรมสื่อ (PLO1, 2, 3, 4, 5) 5. นำเสนอแผนธุรกิจและผลงานผ่านเครื่องมือการนำเสนอได้ (PLO1, 2, 3, 4, 5)	3

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หมวดวิชาเลือกเสรี

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
1705301 การสื่อสารแบรนด์ผ่านจุดติดต่อ	1. วิเคราะห์หลักการ แนวคิด และกระบวนการสื่อสารแบรนด์ผ่านช่องทางต่าง ๆ โดยคำนึงถึง Functional และ Emotional contact points ของประสบการณ์แบรนด์ (PLO1, 4) 2. วิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเพื่อหา insight ที่เชื่อมโยงกับการสื่อสารแบรนด์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (PLO1, 4) 3. สร้างแผนการสื่อสารแบรนด์ที่เชื่อมโยงระหว่าง insight ของผู้บริโภค เนื้อหาแบรนด์ และช่องทางการสื่อสาร (PLO1, 2, 3, 4) 4. ออกแบบเนื้อหาแบรนด์ที่เหมาะสมกับแต่ละช่องทาง พร้อมกำหนดตัวชี้วัดเพื่อวัดประสิทธิภาพของการสื่อสารแบรนด์ (PLO1, 2, 3, 4)	3
1705302 สื่อกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และละคร	1. วิเคราะห์บทบาทของสื่อในกระบวนการผลิต เผยแพร่ และการบริโภคเนื้อหาภาพยนตร์และละคร รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต สื่อกลาง และผู้ชม (PLO1, 4) 2. วิเคราะห์กลยุทธ์การสร้างสรรค์และการตลาดของภาพยนตร์และละครในบริบทของอุตสาหกรรมสื่อร่วมสมัย (PLO1, 4) 3. วิเคราะห์แนวโน้มและเทคโนโลยี อาทิ แพลตฟอร์มสตรีมมิงและสื่อดิจิทัล รวมถึงประเด็นลิขสิทธิ์ การเซ็นเซอร์ และจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหาในสื่อภาพยนตร์และละคร ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และละคร และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคสื่อของผู้ชม (PLO1, 2, 3, 4, 5) 4. ประเมินอิทธิพลของภาพยนตร์และละครที่มีต่อสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับโลก (PLO1, 2, 3, 4, 5) 5. สร้างแนวทางหรือข้อเสนอเชิงสร้างสรรค์ในการพัฒนาเนื้อหา กลยุทธ์การเผยแพร่ โมเดลธุรกิจ แคมเปญการตลาดหรือการนำเสนอเนื้อหาที่สะท้อนความเข้าใจต่อผู้ชม เทคโนโลยีใหม่ และความรับผิดชอบต่อสังคมและจริยธรรมของผู้ผลิตสื่อที่ตอบโจทย์การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และละครในยุคดิจิทัล (PLO1, 2, 3, 4, 5)	3
1705303 สื่อกับอุตสาหกรรมเพื่อสังคมสูงวัย	1. วิเคราะห์บทบาทของสื่อในการสื่อสารเชิงรณรงค์ การให้ข้อมูล และการสร้างความเข้าใจต่อประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุในบริบทของสังคมสูงวัย (PLO1, 4) 2. วิเคราะห์แนวโน้มของอุตสาหกรรมที่พัฒนาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงอายุ เช่น ธุรกิจสุขภาพ เทคโนโลยีช่วยเหลือ และบริการเฉพาะทาง (PLO1, 4)	3

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
	3. ประเมินความเหมาะสมของกลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้ในแคมเปญหรือโครงการสื่อที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ รูปแบบและเนื้อหาของสื่อที่ส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของสังคมที่มีต่อผู้สูงวัยความรับผิดชอบทางสังคมของสื่อที่ผลิตขึ้น (PLO1, 3, 4) 4. ออกแบบสื่อหรือกลยุทธ์การสื่อสารที่ส่งเสริมความเข้าใจ ทัศนคติที่ดี การมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในสังคม การสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงวัยอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงการเข้าถึง ความหลากหลาย และความเหมาะสมทางวัฒนธรรม (PLO1, 2, 3, 4, 5)	
1705304 สื่อกับอุตสาหกรรมสุขภาพ	1. วิเคราะห์บทบาทของสื่อในการสื่อสารสุขภาพ การตลาดเพื่อสุขภาวะ และการเผยแพร่ข้อมูลทางการแพทย์ในอุตสาหกรรมสุขภาวะ (PLO1, 4) 2. ระบุปัจจัยที่มีอิทธิพลของสื่อต่อพฤติกรรมสุขภาวะของประชาชน การใช้สื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดียในการให้ความรู้และสร้างความตระหนักด้านสุขภาวะ (PLO1, 4) 3. วิเคราะห์อิทธิพลของสื่อต่อพฤติกรรมสุขภาวะของประชาชนในระดับบุคคลและระดับสังคมความน่าเชื่อถือ ความถูกต้อง และจริยธรรมของข้อมูลสุขภาวะที่เผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ (PLO1, 2, 3, 4, 5) 4. วิเคราะห์รูปแบบการสื่อสารขององค์กรด้านสุขภาวะ โรงพยาบาล และธุรกิจสุขภาวะ รวมถึงแนวโน้มเทคโนโลยีและนวัตกรรมในอุตสาหกรรมนี้ (PLO1, 2, 3, 4) 5. ออกแบบเนื้อหาและกลยุทธ์การสื่อสารสุขภาวะและผลิตสื่อที่เหมาะสมกับบริบททางสังคม เทคโนโลยี และกลุ่มเป้าหมาย โดยคำนึงถึงความถูกต้องและน่าเชื่อถือของข้อมูล จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม (PLO1, 2, 3, 4, 5)	3
1705305 การพูดในที่สาธารณะ	1. วิเคราะห์หลักการ แนวคิด และกลยุทธ์ในการพูดในที่สาธารณะและการนำเสนออย่างมีประสิทธิภาพในบริบทที่หลากหลาย (PLO1, 2) 2. วิเคราะห์กลุ่มผู้ฟังและบริบทของการสื่อสารเพื่อกำหนดเป้าหมาย รูปแบบ และวิธีการสื่อสารให้เหมาะสม (PLO1, 2) 3. วิเคราะห์องค์ประกอบของการเตรียมข้อมูล บทพูด ภาษาที่ใช้ และสื่อประกอบการนำเสนอเพื่อให้สอดคล้องกับผู้รับสาร (PLO1, 2) 4. ออกแบบการสื่อสารในสถานการณ์เฉพาะ เช่น งานกิจกรรมพิเศษ งานนำเสนอวิชาการ หรือการพูดในฐานะผู้นำการประชุม โดยมีบทพูด แผนการนำเสนอ และสื่อประกอบเทคนิคการสื่อสารที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายและสถานการณ์ได้ (PLO1, 2, 3, 4)	3

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
	5. พูด นำเสนอและจัดการคำถามหรือปฏิกิริยาจากผู้ฟังเหมาะสมและมีประสิทธิภาพตามกลยุทธ์โน้มน้าวใจและการเลือกใช้ภาษาที่เหมาะสมในสถานการณ์ต่าง ๆ และในบริบทเฉพาะ เช่น งานแถลงข่าว การประชุม งานพิธีกร หรือการนำเสนอข้อมูลต่อผู้บริหาร (PLO1, 2, 3, 4)	
1705306 กลยุทธ์การปรับแต่งเว็บไซต์เพื่อเครื่องมือค้นหา	1. วิเคราะห์หลักการ แนวคิด และองค์ประกอบของเว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการวางแผนโครงสร้างและการจัดวางเนื้อหาบนเว็บไซต์ (PLO1, 2) 2. วิเคราะห์ความเหมาะสมของการตั้งชื่อ URL การจัดการเมนู และแผนผังเว็บไซต์ (sitemap) เพื่อเพิ่มประสบการณ์ของผู้ใช้งานและผลต่อ SEO (PLO1, 2) 3. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการแสดงผลของเว็บไซต์บนอุปกรณ์และเบราว์เซอร์ต่าง ๆ เพื่อรองรับผู้ใช้งานหลากหลายกลุ่ม (PLO1, 2) 4. สร้างแผนผังเว็บไซต์ เนื้อหา และโครงสร้าง URL ที่เหมาะสมกับประเภทของเว็บไซต์และพฤติกรรมของผู้ใช้ (PLO1, 2, 3, 4) 5. ออกแบบและปรับแต่งเว็บไซต์ให้สามารถแสดงผลได้ดีในหลากหลายอุปกรณ์และรองรับ SEO ขั้นพื้นฐาน (PLO1, 2, 3, 4) 6. ประเมินความสอดคล้องระหว่างเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และเป้าหมายของเว็บไซต์ในด้านประสิทธิภาพและความน่าสนใจ โดยใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล เช่น Google Analytics เพื่อวางแนวทางการปรับปรุง (PLO1, 2, 3, 4)	3
1705307 เครื่องมือการวิเคราะห์ข้อมูลและการติดตามความคิดเห็นในสื่อสังคมออนไลน์	1. วิเคราะห์หลักการ แนวคิด และเทคนิคพื้นฐานของการประยุกต์ใช้เหมืองข้อมูลและข้อมูลออนไลน์ในบริบทของงานนิเทศศาสตร์ (PLO1, 2) 2. วิเคราะห์แหล่งข้อมูลออนไลน์ เครื่องมือสืบค้น และเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลที่เหมาะสมกับเป้าหมายของการสื่อสาร (PLO1, 2) 3. วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึก การสนทนาในสื่อออนไลน์ และกระแสสังคมออนไลน์ เพื่อระบุเทรนด์และประเด็นสำคัญ (PLO1, 2) 4. ประเมินคุณภาพ ความแม่นยำ และความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ได้จากกระบวนการ Data Mining และ Online Analytics (PLO1, 2) 5. ประเมินศักยภาพของข้อมูลออนไลน์ในการสนับสนุนการตัดสินใจด้านนิเทศศาสตร์ เช่น การวางแผนเนื้อหา การออกแบบแคมเปญ หรือการเข้าใจผู้ชมเป้าหมาย (PLO1, 2)	3

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
	6. ออกแบบแผนการผลิตเนื้อหา การเลือกใช้ข้อมูลและเครื่องมือวิเคราะห์ กลยุทธ์การสื่อสาร หรือข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ เครื่องมือหรือแนวทางการติดตามและประมวลผลกระแสออนไลน์ กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลออนไลน์อย่างเป็นระบบ โดยใช้ข้อมูลและเทรนด์ที่วิเคราะห์มาเป็นฐานในการตัดสินใจ (PLO1, 2, 3, 4) 7. นำเสนอผลเชิงวิเคราะห์แบบออนไลน์ (Online Analytics) เพื่อใช้ในงานนิเทศศาสตร์ (PLO1, 2, 3, 4)	
1705408 การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้และอินเตอร์เฟซในงานนิเทศศาสตร์	1. วิเคราะห์หลักการ แนวคิด และองค์ประกอบของการออกแบบอินเตอร์เฟซผู้ใช้ (UI) และประสบการณ์ผู้ใช้ (UX) สำหรับสื่อดิจิทัลในบริบทนิเทศศาสตร์ (PLO1, 2) 2. วิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย พฤติกรรมผู้ใช้งาน และบริบทการใช้งาน เพื่อวางแนวทางการออกแบบ UI/UX ที่เหมาะสม (PLO1, 2) 3. วิเคราะห์ข้อดีข้อเสียของอินเตอร์เฟซและประสบการณ์ผู้ใช้จากเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน หรือเกมที่มีอยู่จริง เพื่อเรียนรู้จากกรณีศึกษา (PLO1, 2) 4. ประเมินความสอดคล้องระหว่างการออกแบบ UI/UX กับเป้าหมายด้านการสื่อสาร เนื้อหา และความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (PLO1, 2) 5. วิพากษ์กระบวนการออกแบบ การจัดวางองค์ประกอบ และการใช้งานจริงของ UI/UX ด้วยเกณฑ์ด้านความง่ายในการใช้งาน (usability), การเข้าถึง (accessibility) และความสวยงาม (aesthetics) (PLO1, 2, 3) 6. ประเมินผลจากการทดสอบการใช้งาน (user testing) เพื่อวิเคราะห์จุดแข็งและจุดที่ควรปรับปรุงในผลงานออกแบบ (PLO1, 2, 3) 7. ออกแบบและพัฒนาอินเตอร์เฟซผู้ใช้สำหรับเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน หรือเกมที่สามารถตอบโจทย์ทางนิเทศศาสตร์ เช่น การเล่าเรื่อง การนำเสนอข้อมูล หรือการสร้างประสบการณ์ที่มีผลต่อผู้ใช้โดยอิงจากข้อมูลเชิงพฤติกรรมผู้ใช้งาน การออกแบบโฟลว์การใช้งาน (user flow) และการวาง wireframe หรือ prototype อย่างเป็นระบบ (PLO1, 2, 3, 4) 8. สร้างผลงานสื่อดิจิทัลที่มี UI/UX สอดคล้องกับเป้าหมายด้านการสื่อสาร การเล่าเรื่อง หรือการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ในรูปแบบที่สร้างสรรค์และใช้งานได้จริง (PLO1, 2, 3, 4)	4

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายวิชา	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (CLOs)	ชั้นปีที่เรียน
1705409 การสื่อสารสำหรับผู้ประกอบการสตาร์ตอัป	1. วิเคราะห์หลักการ แนวคิด และกระบวนการสื่อสารที่เหมาะสมกับลักษณะของธุรกิจสตาร์ตอัปในบริบทต่าง ๆ (PLO1, 2, 3) 2. วิเคราะห์ความต้องการ มุมมอง และพฤติกรรมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงรูปแบบการนำเสนอและช่องทางสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการสร้างภาพลักษณ์และศรัทธาต่อแนวคิดของธุรกิจ เพื่อนำไปสู่การออกแบบสารและกลยุทธ์การสื่อสารที่ตรงจุด (PLO1, 2, 3) 3. วางแผนและออกแบบเนื้อหาการสื่อสารที่แสดงถึงจุดเด่น วิสัยทัศน์ และคุณค่าของธุรกิจสตาร์ตอัปตามหลักการการสื่อสารสำหรับธุรกิจสตาร์ตอัป (PLO1, 2, 4, 5) 4. สร้างสื่อและกลยุทธ์การสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ เช่น พิชชิ่งเด็ค (pitch deck), วิดีโอแนะนำธุรกิจ, เว็บไซต์, หรือโพสต์บนโซเชียลมีเดีย โดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย (PLO1, 2, 3, 4, 5) 5. ประเมินประสิทธิภาพของการสื่อสารผ่านการวัดผลตอบรับของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ความเข้าใจ ความเชื่อมั่น หรือการตัดสินใจสนับสนุน (PLO1, 2, 3, 4, 5) 6. นำเสนอแนวคิดทางธุรกิจที่แสดงถึงวิสัยทัศน์ คุณค่า และศักยภาพของธุรกิจ โดยใช้ศิลปะการเล่าเรื่องและการสื่อสารเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างแรงจูงใจและความสนใจจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (PLO1, 2, 3, 4, 5)	4

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

6. คำอธิบายรายวิชา

1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป *อ้างอิงรายวิชาในเล่มหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ปรับปรุง พ.ศ. 2569 และ/หรือ ตามที่สถาสถาบันอนุมัติ*

2) หมวดวิชาเฉพาะ

2.1) กลุ่มวิชาแกน

1701111 หลักและทฤษฎีนิเทศศาสตร์ 3(3-0-6)
(Principles and Theories of Communication Arts)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

หลักการ แนวคิด และทฤษฎีเบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสาร องค์ประกอบของการสื่อสาร กระบวนการสื่อสาร การสร้างและนำทฤษฎีไปบูรณาการกับศาสตร์อื่นๆ ปัจจัยที่มีอิทธิพลและส่งผลกระทบต่อการสื่อสาร ความสำคัญ บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบในวิชาชีพนิเทศศาสตร์ ตลอดจนจริยธรรม และจรรยาบรรณของนักนิเทศศาสตร์

Principles, concepts and theories, as well as the elements of communication, and communication process; creating and integrating theories with other sciences; factors that influence and affect communication; the importance, roles and responsibilities, including ethics and morality in Communication Arts profession.

1701112 พื้นฐานทางธุรกิจและการตลาดดิจิทัลสำหรับนิเทศศาสตร์ 3(3-0-6)
(Business and Digital Marketing Foundations for Communication Arts)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

ความรู้พื้นฐานเพื่อความเข้าใจภาพกว้างขององค์กรธุรกิจ โครงสร้าง องค์กร ตลอดจนสภาพแวดล้อมที่ส่งผลกระทบทางธุรกิจ ความเชื่อมโยงของส่วนต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการวางกลยุทธ์และการดำเนินตามเป้าหมายองค์กร วัฒนธรรมองค์กร กระบวนการทางการตลาด และการสื่อสารการตลาด โดยมุ่งเน้นการทำการตลาดในเชิงดิจิทัล กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ตลอดจนจริยธรรมทางธุรกิจและการตลาด

Fundamental knowledge for the overall understanding of business organization and organization structure as well as the business environment, any connectivity that impacts on strategic planning and organization goal execution, organization culture, marketing processes and marketing communication, focusing on Digital Marketing; target customer group as well as business and marketing ethics.

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

1701113 เทคนิคการถ่ายภาพและการตกแต่ง 3(2-2-5)
(Photography Techniques and Retouching)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

หลักการ และเทคนิคการถ่ายภาพนิ่งขั้นพื้นฐาน ประกอบด้วยประเภทของกล้อง การเลือกใช้กล้องและเลนส์เพื่อวัตถุประสงค์ในการถ่ายภาพลักษณะต่าง ๆ การจัดองค์ประกอบภาพ เทคนิคการถ่ายภาพประเภทต่าง ๆ การเล่าเรื่องด้วยภาพ การถ่ายภาพเพื่องานวารสารศาสตร์ การถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์และโฆษณา ตามจริยธรรมการถ่ายภาพ ตลอดจนเทคนิคการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการตกแต่งภาพเบื้องต้น การกำหนดมุมมอง การวัดและเลือกพื้นที่ของภาพ และการแก้ไขรูปภาพ เพื่อนำไปใช้ในงานนิเทศศาสตร์

Basic principles and techniques of photography consisting of camera types, selection of cameras and lens for any photography objectives, compositioning, photography techniques, visual story-telling, photo journalism, photo for public relations and advertising as well as applying computer program for photo retouching, defining photo perspective, photo area measurement and selection, as well as photo editing, to be further used in communication works.

1701114 การรู้เท่าทันสื่อ ข้อมูล และดิจิทัล 3(3-0-6)
(Digital and Media Literacy)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

บทบาทหน้าที่ของสื่อ ภูมิทัศน์ของสื่อที่เปลี่ยนแปลง และผลกระทบของสื่อที่มีต่อบุคคล สังคม เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม กระบวนการสร้างข้อเท็จจริง สามารถนำไปวิเคราะห์ วิพากษ์ ประเมินคุณค่า และการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล การตอบสนองต่อข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่ออย่างรู้เท่าทัน รวมทั้งความรับผิดชอบของผู้ส่งสารและผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารสองทาง และใช้การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการเป็นพลเมืองที่มีบทบาทต่อการพัฒนาสังคม

Principles, concepts, theories, ethics, roles and responsibilities of mass media, changes of media landscape and the impact of media on persons, society, economy, politics and culture with the ability to analyze, criticize, evaluate, verify data and to be media literate in response to presented information. Media, information, and digital literacy in traditional, digital, online and online social media. Including the responsibilities of both the sender and the receiver in two-way communication process, and using communication to promote active citizenship for social development.

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

1701115 ออกแบบกราฟิกดิจิทัล 3(2-2-5)
(Digital Graphic Design)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

หลักการ และทฤษฎีการออกแบบด้วยโปรแกรมกราฟิกเพื่องานนิเทศศาสตร์ เพื่อให้มีความรู้ทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติทางด้านการออกแบบสร้างสรรค์และใช้เทคโนโลยีในการออกแบบอย่างมีคุณภาพผ่านการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิก ฝึกปฏิบัติการใช้คำสั่งพื้นฐานจากโปรแกรมกราฟิก เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจคุณสมบัติของเครื่องมือสร้างโปรแกรมกราฟิก และมีทักษะเบื้องต้นเกี่ยวกับการสร้างภาพเบื้องต้น สร้างแนวคิดเกี่ยวกับงานกราฟิก สามารถสร้างเนื้อหาที่ผ่านการวิเคราะห์ และใช้วิธีนำเสนอที่น่าสนใจอันจะสามารถนำไปสร้างสรรค์สื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Principles and theories of graphic program for Communication Arts, in order to have knowledge in both theories and practices in creative design through computer graphics programs, as well as practice using basic commands from graphic programs to gain knowledge and understanding of the features of graphic creation tools, including having basic skills in visualization; generate graphic design concepts, create analyzed content, and employ engaging presentation methods that can lead to effective media creation.

1701116 กฎหมาย และจริยธรรมการสื่อสาร 3(3-0-6)
(Communication Laws and Ethics)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับประเด็นสำคัญทางกฎหมายและจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของสื่อ การพัฒนาของระบบทุนนิยมไทย ปัญหาการพัฒนาเศรษฐกิจของไทย ปัญหาสังคม การแก้ไขและพัฒนาสังคม ภายใต้หลักจริยธรรมและหน้าที่ความเป็นพลเมือง

Theories and concepts of significant issues in media law and ethics related to media operations; evolution of Thai capitalism, challenges in Thailand's economic development, social problems, social resolution and advancement grounded in ethics and duties of citizenship.

1701217 ภาษาอังกฤษเพื่องานนิเทศศาสตร์ 3(3-0-6)
(English for Communication Arts)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

การพัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสำหรับนักนิเทศศาสตร์ การฟัง การอ่านจับประเด็นเพื่อทำความเข้าใจเนื้อหา การสื่อสารด้วยวาจาขั้นพื้นฐาน การเลือกใช้คำศัพท์และรูปประโยคที่เหมาะสมเพื่อการสื่อสารด้วยวาจาและการเขียน บอกเล่าเรื่องราว การเขียนจดหมายและอีเมลเพื่อโน้มน้าวใจ การสร้างสรรค์ข้อความผ่านสื่อต่าง ๆ

Developing English skills for communicative English use in communication arts related careers include listening, reading and reading for comprehension and understanding the main Ideas, basic verbal communication, selection of vocabulary and sentences to create

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

appropriate texts, storytelling, persuasive letter and email writing, in various types of media as well as to reply and persuade in English.

1701218 เทคนิคการถ่ายทำภาพเคลื่อนไหวและตัดต่อ 3(2-2-5)
(Videography Techniques and Editing)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

หลักการและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบ รูปแบบ ประเภทภาพเคลื่อนไหว ศิลปะการเล่าเรื่องด้วยภาพเคลื่อนไหว การจัดทำบทสำหรับการถ่ายทำ เทคนิคการถ่าย และลำดับภาพเคลื่อนไหว หลักการใช้เสียงและทำเสียงประกอบ ฝึกปฏิบัติการใช้เครื่องมือในการถ่ายทำและลำดับภาพ การตัดต่อเพื่องานนิเทศศาสตร์รูปแบบต่าง ๆ การใช้ปัญญาประดิษฐ์เป็นผู้ช่วยในการสร้างชิ้นงาน

Principles and theories of composition, form, animation types, the arts of storytelling with animation; scripts for filming, mastering shooting techniques and motion picture flow, understanding sound principles and sound effect production, hands-on practice with filming and sequencing equipment, editing for various communication arts purposes, and leveraging artificial intelligence as a creative assistant.

1701219 ความคิดสร้างสรรค์และการนำเสนอเพื่องานนิเทศศาสตร์ 3(3-0-6)
(Creative Thinking and Presentation for Communication Arts)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

หลักการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ กระบวนการคิดเชิงออกแบบ การรวบรวมข้อมูล คิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ วิพากษ์ข้อมูล กำหนดโจทย์ เป้าหมายของการออกแบบความคิด และงานสร้างสรรค์ กระบวนการคิดโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบความคิดเพื่อแก้ปัญหา การประยุกต์ใช้เครื่องมือของกระบวนการออกแบบความคิดที่เป็นระบบและมีขอบเขตโครงสร้างที่ชัดเจน การนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ด้วยรูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับงาน ฝึกทักษะคิดสร้างสรรค์ และถ่ายทอดรูปแบบงานสร้างสรรค์เพื่องานนิเทศศาสตร์

Principles of creating creativity through the design of ideas creative thinking development through the design thinking process; gathering, thinking, analyzing, synthesizing, and criticizing data; defining problems, goals of thinking design and creative works; thinking process by using creativity and design thinking to solve problems; applying systematic and well-structured tools of design thinking process, presenting creative ideas with appropriate formats and technologies for the work, and practicing creative thinking skills and conveying creative work formats for communication arts.

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

1701320 การวิจัยเพื่องานนิเทศศาสตร์ 3(3-0-6)
(Research for Communication Arts)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

หลักการ และแนวคิดในการวิจัยเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในวิชาชีพนิเทศศาสตร์ ความหมาย ประเภท แนวคิดพื้นฐานและประโยชน์ของการวิจัยนิเทศศาสตร์ การเลือกใช้ประเภทการวิจัยให้สอดคล้องกับลักษณะข้อมูลที่ต้องการ ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย การกำหนดปัญหานำวิจัย การทบทวนวรรณกรรม แนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูล การใช้สถิติและโปรแกรมสำเร็จรูปการวิเคราะห์ข้อมูลและการสรุปผลการวิจัย โดยการฝึกทำวิจัยในสถานการณ์จริง

Principles and concepts of conducting research to be applied to the field of communication arts. Definitions, types, basic concepts and benefits of communication arts research, selection of proper research to match required information, research process, setting research problem, literature review, related concepts and research, data collection techniques, statistical and program usage, data analysis and research summary derived from conducting research in real setting.

1701321 ความเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ 3(3-0-6)
(Entrepreneurship)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

หลักการ แนวคิดในการเป็นผู้ประกอบการด้านนิเทศศาสตร์ การวางแผนธุรกิจที่บูรณาการความรู้ด้านนิเทศศาสตร์และสื่อสารมวลชน แผนโครงงานการดำเนินการทางธุรกิจการเงินและงบประมาณ การวิเคราะห์ช่องทางการตลาด การวางกลยุทธ์ การหาแหล่งสนับสนุนการลงทุน ทดลองเขียนแผนธุรกิจ ผลิตเนื้อหา และนำเสนอเนื้อหาและสื่อโดยเลือกใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารและสารสนเทศ เทคโนโลยีดิจิทัล ที่สอดคล้องกับบริบทของธุรกิจ

Principles and concepts of communication arts entrepreneurship, integrated business planning between communication arts and mass communication, financial and budget planning, marketing analysis, strategic planning, seeking sponsorship, with the workshop for business plan writing, content production, and presentation based on journalism ethics with the emphasis on balance and fairness under the advice of faculties and professionals as project consultants.

1701161 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 1 3(0-40-0)
(Work-based Learning in Communication Arts 1)
วิชาบังคับก่อน : ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการการฝึกปฏิบัติงานคณะนิเทศศาสตร์
(Prerequisite Course: Approved by work-based learning committee)

การฝึกปฏิบัติงานด้านนิเทศศาสตร์ตามเป้าหมายที่กำหนดโดยคณะ/สาขาวิชาเอกในธุรกิจค้าปลีก กระบวนการสื่อสารในการปฏิบัติงานและการสื่อสารทางธุรกิจ พฤติกรรมการรับสื่อภายในร้านของผู้บริโภค ทักษะในการทำงาน บนพื้นฐานจรรยาบรรณวิชาชีพและมีความรับผิดชอบต่อสังคมมีระยะฝึกปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 40

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ภายใต้การดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาด้านการฝึกปฏิบัติการและพนักงานพี่เลี้ยงในสถานประกอบการ มีการจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานและนำเสนอด้วยวาจาเมื่อสิ้นสุดการฝึกงาน

Work-based learning in communication arts according to the faculty/major's objectives. The internship is conducted in retail businesses. Students will explore communication processes in the workplace and business communication, as well as study consumer media reception behavior within the store. Emphasis is placed on developing practical work skills grounded in professional ethics and social responsibility. Students are required to complete a minimum of 40 hours of internship per week under the supervision of an academic advisor and a workplace mentor. Upon completion of the internship, students must submit a comprehensive report and deliver an oral presentation summarizing their learning outcomes and experiences.

1701262 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 2 3(0-40-0)
(Work-based Learning in Communication Arts 2)
วิชาบังคับก่อน : ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการการฝึกปฏิบัติงานคณะนิเทศศาสตร์
(Prerequisite Course: Approved by work-based learning committee)

การฝึกปฏิบัติงานด้านนิเทศศาสตร์ตามเป้าหมายที่กำหนดโดยคณะ/สาขาวิชาเอก ได้แก่ เข้าใจรูปแบบการดำเนินงานขององค์กร/องค์กรสื่อ ลักษณะเนื้อหาขององค์กรที่เผยแพร่ จับประเด็นเนื้อหาในการทำงาน/ทำข่าวได้ เขียนข่าว/เขียนเนื้อหาที่ถูกต้องและเหมาะสมกับองค์กร ผลิตสื่อที่ถูกต้องและเหมาะสมกับองค์กรบนพื้นฐานจรรยาบรรณวิชาชีพและมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีระยะฝึกปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ภายใต้การดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาทางด้านการฝึกปฏิบัติการและพนักงานพี่เลี้ยงในสถานประกอบการ มีการจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานและนำเสนอด้วยวาจาเมื่อสิ้นสุดการฝึกงาน

Work- based learning in communication arts according to the faculty/ major' s objectives. The internship aims to develop a comprehensive understanding of organizational operations, particularly in media organizations, including the nature of content produced and disseminated by the organization. Students will learn to identify key issues in content production and news reporting, write accurate and appropriate news and content that aligns with the organization's style, and produce media that meets professional and ethical standards with social responsibility. Students are required to complete a minimum of 40 working hours per week under the supervision of an academic advisor and a workplace mentor. Upon completion of the internship, students must submit a detailed report and deliver an oral presentation summarizing their internship experiences and achievements.

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

1701263 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 3 3(0-40-0)
(Work-based Learning in Communication Arts 3)
วิชาบังคับก่อน : ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการการฝึกปฏิบัติงานคณะนิเทศศาสตร์
(Prerequisite Course: Approved by work-based learning committee)

การฝึกปฏิบัติงานด้านนิเทศศาสตร์ตามเป้าหมายที่กำหนดโดยคณะ/สาขาวิชาเอก ได้แก่ เข้าใจรูปแบบการดำเนินงานขององค์กร/องค์กรสื่อ ลักษณะเนื้อหาขององค์กร กลุ่มเป้าหมาย/ผู้รับสาร จับประเด็นเนื้อหาในการทำงาน/ทำข่าวได้ เขียนข่าว/เขียนเนื้อหา ผลิตสื่อที่ถูกต้องและเหมาะสมกับองค์กร ผสมผสานหลายทักษะด้านนิเทศศาสตร์ในการผลิตเนื้อหาที่ตอบโจทย์องค์กร บนพื้นฐานจรรยาบรรณวิชาชีพและมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีระยะฝึกปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ภายใต้การดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาทางด้านการฝึกปฏิบัติการและพนักงานพี่เลี้ยงในสถานประกอบการ มีการจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานและนำเสนอด้วยวาจาเมื่อสิ้นสุดการฝึกงาน

Work- based learning in communication arts according to the faculty/ major' s objectives. The internship is designed to enhance students' understanding of organizational operations— particularly within media organizations— by exploring the nature of organizational content, identifying target audiences, and analyzing communication strategies. Students will develop the ability to identify key issues in content creation and news reporting, write appropriate and effective news and articles, and produce media content that aligns with the organization' s goals. Throughout the internship, students will integrate multiple communication arts skills to create content that meets professional standards, reflects ethical practice, and demonstrates social responsibility. The internship requires a minimum of 40 working hours per week under the supervision of both an academic advisor and a workplace mentor. At the end of the internship period, students must submit a comprehensive report and deliver an oral presentation summarizing their work and learning outcomes.

1701364 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 4 3(0-40-0)
(Work-based Learning in Communication Arts 4)
วิชาบังคับก่อน : ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการการฝึกปฏิบัติงานคณะนิเทศศาสตร์
(Prerequisite Course: Approved by work-based learning committee)

การฝึกปฏิบัติงานด้านนิเทศศาสตร์ ตามเป้าหมายที่กำหนดโดยคณะ/สาขาวิชาเอก โดยสาขาวิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์ นักศึกษาวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย/ผู้รับสาร เชิงลึก เพื่อวางแผนและออกแบบการสื่อสาร ประยุกต์ใช้ทักษะและเครื่องมือแบบผสมผสานในการทำงานด้านสื่อสารองค์กร/สื่อสารการตลาด/การสื่อสารแบรนด์/ดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง ผลิตชิ้นงานตามที่ได้รับมอบหมาย เสนอแนวความคิดใหม่ในการสร้างสรรค์ผลงานหรือพัฒนากระบวนการทำงานที่เหมาะสมกับองค์กร สาขาวิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล นักศึกษาเข้าใจรูปแบบการดำเนินงานขององค์กร/องค์กรสื่อ ลักษณะเนื้อหาขององค์กร กลุ่มเป้าหมาย/ผู้รับสาร จับประเด็นเนื้อหาในการทำงาน/ทำข่าว เขียนข่าว/เขียนเนื้อหา ผลิตสื่อ ผสมผสานหลายทักษะด้านนิเทศศาสตร์ในการเลือกใช้เทคโนยีในการผลิตเนื้อหาหลายรูปแบบ เผยแพร่หลายช่องทาง เสนอแนวความคิดใหม่ในการสร้างสรรค์ผลงานหรือพัฒนากระบวนการทำงานที่เหมาะสมกับองค์กรบนพื้นฐานจรรยาบรรณวิชาชีพและมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีระยะฝึกปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ภายใต้การดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาทางด้าน

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

การฝึกปฏิบัติการและพนักงานพี่เลี้ยงในสถานประกอบการ โดยมีการจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานและนำเสนอด้วยวาจาเมื่อสิ้นสุดการฝึกงาน

Work- based learning in communication arts according to the faculty/ major' s objectives. Students will engage in hands- on training that deepens their understanding of organizational structures and operations, particularly within media, communication, and brand-related contexts. They will analyze target audiences and stakeholders in depth in order to plan and design effective communication strategies. Throughout the internship, students are expected to apply integrated skills and tools across various areas such as corporate communication, marketing communication, brand communication, journalism, and digital media production. Students will learn to identify key content angles, write news articles and content appropriate to the organization, and produce multimedia materials suitable for distribution across diverse platforms. Emphasis is placed on combining multiple communication arts competencies with digital technology to meet organizational goals. In addition, students are encouraged to contribute innovative ideas that support creative development or improve workflow processes, all while adhering to professional ethics and maintaining a strong sense of social responsibility. The internship requires a minimum of 40 working hours per week, supervised by both an academic advisor and an assigned workplace mentor. At the conclusion of the internship, students must submit a comprehensive report and deliver an oral presentation summarizing their performance, learning outcomes, and contributions.

1701465 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 5 3(0-40-0)
(Work-based Learning in Communication Arts 5)
วิชาบังคับก่อน : ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการการฝึกปฏิบัติงานคณะนิเทศศาสตร์
(Prerequisite Course: Approved by work-based learning committee)

การฝึกปฏิบัติงานด้านนิเทศศาสตร์ตามเป้าหมายที่กำหนดโดยคณะ/สาขาวิชาเอก เข้าใจรูปแบบการดำเนินงานขององค์กร/องค์กรสื่อ กลุ่มเป้าหมาย/ผู้รับสาร และออกแบบเนื้อหา ผสมผสานทักษะและผลิตสื่อ จับประเด็น/เขียนข่าวประชาสัมพันธ์/ออกแบบกราฟิก/ถ่ายภาพ/ตัดต่อเสนอแนวความคิดใหม่ในการสร้างสรรค์ผลงานหรือพัฒนากระบวนการทำงานที่เหมาะสมกับองค์กร สร้างสรรค์เนื้อหา/ผลงาน หรือนวัตกรรมด้านการสื่อสารหลายรูปแบบ พัฒนาทักษะเฉพาะทางของตนเองบนพื้นฐานจรรยาบรรณวิชาชีพและมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีระยะฝึกปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ภายใต้การดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาทางด้านการฝึกปฏิบัติการและพนักงานพี่เลี้ยงในสถานประกอบการ โดยมีการจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานและนำเสนอด้วยวาจาเมื่อสิ้นสุดการฝึกงาน

Work- based learning in communication arts according to the faculty/ major' s objectives. This course provides practical training in Communication Arts in alignment with the objectives set by the Faculty and the student' s area of specialization. Students will gain a clear understanding of organizational and media operations, target audiences, and content design. They will integrate diverse communication skills to produce media content that serves organizational goals and audience needs. Key competencies include issue identification, press release writing, graphic design, photography, video editing, and the application of creative concepts to enhance

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

communication effectiveness and improve workflow processes. Throughout the internship, students will develop and present innovative communication content, products, or solutions across various formats, while sharpening their specialized skills. Emphasis is placed on professionalism, ethical communication practices, and social responsibility. The internship requires a minimum of 40 working hours per week under the supervision of both a faculty advisor and a workplace mentor. At the end of the internship, students are required to submit a final report and deliver an oral presentation summarizing their work, experiences, and learning outcomes.

1701466 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 6 3(0-40-0)
(Work-based Learning in Communication Arts 6)
วิชาบังคับก่อน : ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการการฝึกปฏิบัติงานคณะนิเทศศาสตร์
(Prerequisite Course: Approved by work-based learning committee)

การฝึกปฏิบัติงานด้านนิเทศศาสตร์ตามเป้าหมายที่กำหนดโดยคณะ/สาขาวิชาเอก เข้าใจรูปแบบการดำเนินงานขององค์กร/องค์กรสื่อ กลุ่มเป้าหมาย/ผู้รับสาร และออกแบบเนื้อหา ผสมผสานทักษะและผลิตสื่อ จับประเด็น/เขียนข่าวประชาสัมพันธ์/ออกแบบกราฟิก/ถ่ายภาพ/ตัดต่อเสนอแนวความคิดใหม่ในการสร้างสรรค์ผลงานหรือพัฒนากระบวนการทำงานที่เหมาะสมกับองค์กร สร้างสรรค์เนื้อหา/ผลงาน หรือนวัตกรรมด้านการสื่อสารหลายรูปแบบ พัฒนาทักษะเฉพาะทางของตนเองบนพื้นฐานจรรยาบรรณวิชาชีพและมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีระยะฝึกปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ภายใต้การดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาทางด้านการฝึกปฏิบัติการและพนักงานพี่เลี้ยงในสถานประกอบการ โดยมีการจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานและนำเสนอด้วยวาจาเมื่อสิ้นสุดการฝึกงาน

Work- based learning in communication arts according to the faculty/ major' s objectives. This course provides internship experience aligned with the objectives of the faculty and student' s major. Students gain an understanding of organizational and media operations, target audiences, and content design. They apply integrated communication skills such as press release writing, graphic design, photography, and video editing to produce media content. The course encourages the development of original ideas to enhance media production and improve communication processes. Students create innovative content across various formats while strengthening their specialized skills. The internship emphasizes ethical conduct, professionalism, and social responsibility. Students must complete no less than 40 hours of supervised work per week and present a final report and oral summary of their experience and outcomes.

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

1701467 โครงงานนวัตกรรมนิเทศศาสตร์ 3(0-6-3)
(Innovative Project for Communication Arts)
วิชาบังคับก่อน : 1701161, 1701262, 1701263, 1701364, 1701465
วิชาเรียนพร้อมกัน : 1701466 และ/หรือ
ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการการฝึกปฏิบัติงานคณะนิเทศศาสตร์
(Prerequisite Course: 1701161, 1701262, 1701263, 1701364, 1701465
Corequisite Course: 1701466 and/or
Approved by work-based learning committee)

การบูรณาการองค์ความรู้และประสบการณ์จากการเรียนและการฝึกงาน เพื่อสร้างสรรค์โครงงานนวัตกรรมที่ตอบโจทย์วิชาชีพตามเป้าหมายเฉพาะบุคคลของนักศึกษา และ/หรือ สถานประกอบการ ภายใต้การดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษา และนักวิชาชีพจากสถานประกอบการ

Integration of knowledge, experiences from learning and internship to create innovative project that meets individual career requirements and/or organization requirements under the supervision of advisors and organization professionals.

2.2) กลุ่มวิชาบังคับ

2.2.1) วิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์

1712111 ความรู้พื้นฐานการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์ 3(3-0-6)
(Introduction to Digital Communication for Corporate and Brand)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

ความหมาย ความสำคัญ แนวคิดและทฤษฎี การสื่อสารองค์กร และแบรนด์องค์กร ที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก บทบาทและกระบวนการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ เครื่องมือทางการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ในปัจจุบัน จรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อสังคมในการสื่อสาร บริบทที่มีผลต่อความสำเร็จด้านการสื่อสารขององค์กรและแบรนด์ การกำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจองค์กร การสร้างอัตลักษณ์ขององค์กรและแบรนด์ โดยเน้นกรณีศึกษา

Meanings, significance, concepts and theories corporate and brand communication to both internal and external stakeholders, roles and process of corporate and brand communication. Communication tools of corporate and brand communication, ethics and social responsibility in communication, the contexts affecting the success of corporate and brand communication, determining corporate vision and mission. The strategy in building corporate identity and brand with an emphasis on case studies.

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

1712112 การเขียนเพื่อการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ 3(3-0-6)
(Writing for Corporate and Brand Communication)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

หลักการ กระบวนการ การเขียนประเภทต่าง ๆ เพื่อการสื่อสารองค์กรและสื่อสารแบรนด์ โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ภาพข่าว บทความ บทบรรณาธิการ บทสัมภาษณ์ การจัดทำแฟ้มข่าวสำหรับสื่อมวลชน การเขียนประกาศ ตลอดจนการเตรียมบทพูด คำกล่าวในโอกาสต่าง ๆ สำหรับผู้บริหาร การเขียนข้อความและบทโฆษณา การเขียนผ่านสื่อออนไลน์ และสื่อสังคมออนไลน์ บนพื้นฐานจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม

Principles, process and various types of corporate and brand communication writing. Techniques of storytelling used in different communication channels including traditional and new media for example public relations news release, photo release, articles, editorials, interviews, press kit folders, announcement, preparation of speech writing for executives in various occasions, copy writing and advertisement, online and social media writing based on ethics and social responsibility.

1712213 การวิเคราะห์การตลาดและการเข้าใจผู้บริโภคเชิงลึก 3(3-0-6)
(Marketing Analysis and Consumer Insights)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

หลักการวิเคราะห์ทางการตลาด การแสวงหาข้อมูลด้านการตลาดด้วยวิธีพื้นฐาน การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจ เช่น คู่แข่ง โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ การแบ่งกลุ่มผู้บริโภค กระบวนการวิเคราะห์ผู้บริโภคในเชิงลึกด้านจิตวิทยาการบริโภคสื่อ ด้วยเครื่องมือสำเร็จรูปต่าง ๆ ทิศทางแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคและธุรกิจในปัจจุบันทั้งระดับประเทศ และระดับโลก เพื่อนำมาวางแผนการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ

Principles of marketing analysis, basic marketing research, business environment analysis such as competitors, opportunities and threats, customer segmentation, process of customer in-depth analysis related to psychology of media consumption with package tools, consumer behavior trend, and domestic and international businesses for effective communication planning.

1712214 การสื่อสารการตลาดดิจิทัล 3(2-2-5)
(Digital Marketing Communications)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

หลักการ องค์ประกอบ ประเภท การวางกลยุทธ์และรูปแบบการใช้สื่อดิจิทัลในการสื่อสารการตลาดให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรและแบรนด์ เทคนิคการคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล กระบวนการออกแบบ การสร้างสรรค์เนื้อหา การสร้างภาพประกอบ การนำเสนอ การเล่าเรื่องราว และเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล รวมถึงการจัดสรรงบประมาณเพื่อการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลในประเภทต่าง ๆ อย่างเหมาะสม การสื่อสารผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลทางความคิด การสื่อสารให้เกิดการกระจายต่อเป็น

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

วงกว้าง เป็นเครื่องมือทางการตลาดให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรและแบรนด์บนพื้นฐานจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมบนสื่อดิจิทัล

Principles, elements, and types, strategic planning techniques in digital marketing communication, design process, content creation, visual creation, presentation, storytelling, influencer communication, various tools for digital media communication, including the suitable budget allocation for different types of digital marketing communication, communicating through opinion leaders, communicating for widespread dissemination, as a marketing tool to benefit organizations and brands based on ethics and social responsibility on digital media.

1712215 การจัดการการประชาสัมพันธ์ 3(3-0-6)
(Public Relations Management)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

แนวคิด ทฤษฎี หลักการ กระบวนการ กลยุทธ์และเทคนิคการประชาสัมพันธ์ หลักการและแนวคิดในการวางแผนการบริหารจัดการด้านงานประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการภาพลักษณ์ การบริหารความสัมพันธ์ ภายในองค์กร การบริหารความสัมพันธ์กับสาธารณชน การบริหารความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนภายใต้กรอบจริยธรรมของทั้งสองฝ่าย

Concepts, theories, principles, process, strategies, and techniques of public relations, principles and concepts of public relations management, image management, organizational relationship management, public relationship management, media relationship management under the ethical frame of both parties.

1712216 การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการและกลยุทธ์สื่อ 3(3-0-6)
(Integrated Marketing Communication and Media Strategy)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

หลักการ แนวคิด รูปแบบของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ เน้นการผสมผสานการใช้เครื่องมือหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง การตลาดแบบปากต่อปาก การตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ การตลาดผ่านสื่อดิจิทัล สื่อที่สร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภค กระบวนการวางแผนกลยุทธ์การใช้สื่อ การวิเคราะห์ข้อมูล หลักเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้สื่อแต่ละประเภท และกระบวนการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการกำหนดกลยุทธ์ การประเมินผลตามวัตถุประสงค์ของแผน และการฝึกทักษะการวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ โดยประยุกต์จากกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง

Principles, concepts and models of integrated marketing communication tools such as advertising, public relations, promotion, direct marketing, word of mouth marketing, social media marketing, digital media marketing, interactive media. Media planning strategy, data analysis, decision making, criteria for media selection and strategic planning for communication as well as strategic planning factors, evaluation based on plan objectives and strategic communication planning skill practices by applying related case studies.

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

1712317 การวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ 3(3-0-6)
(Strategic Communication Planning)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

หลักการ แนวคิด ทฤษฎี การวางแผนกระบวนการในการสื่อสารเชิงกลยุทธ์สำหรับองค์กรธุรกิจ ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพทางการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวจูงใจกลุ่มเป้าหมาย การเลือกใช้สื่อและช่องทางการสื่อสาร การวิเคราะห์และการประเมินสถานการณ์เพื่อการกำหนดกลยุทธ์ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสาร การกำหนดวิสัยทัศน์ขององค์กร ตำแหน่งขององค์กร คุณค่าขององค์กร คำมั่นสัญญาขององค์กร บุคลิกภาพ คุณลักษณะ เอกลักษณ์ และภาพลักษณ์ขององค์กร

Principles, concepts, theories, and processes of strategic communication for business organizations. Factors that affect communication effectiveness and methods of persuading and influencing target audiences. analysis and evaluation of situations to define communication strategies, identifying target audiences, and establishing an organization's vision, positioning, values, brand promises, personality, characteristics, identity, and public image.

1712318 ความยั่งยืนในการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ 3(3-0-6)
(Sustainability in Corporate and Brand Communication)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

แนวคิด หลักการด้านการสื่อสารแบรนด์ กระบวนการสร้างแบรนด์อย่างยั่งยืนผ่านการสื่อสารตราสินค้า องค์ประกอบและลักษณะเฉพาะตัวของแบรนด์ การสร้างความผูกพันและคุณค่าของแบรนด์ที่เป็นสินทรัพย์เชิงกลยุทธ์ กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ที่ส่งผลต่อผู้มีส่วนได้เสีย ลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น ชุมชน และสังคม การกำหนดคำมั่นสัญญา และเรื่องราวของแบรนด์ การเข้าใจเศรษฐกิจ เพื่อพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน การใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดอย่างบูรณาการ ธรรมาภิบาลในองค์กรธุรกิจ โดยเน้นการศึกษาจากกรณีศึกษาของแบรนด์ที่มีความยั่งยืน

Principles and strategies of branding communication, sustainable branding affecting stakeholders; customers, employees, shareholders, community and society, commitment determination and brand story, understanding of economics for sustainable organizational development, the use of integrated marketing communication tools, good governance with an emphasis on case studies related to sustainable brands.

1712419 การบริหารการสื่อสารในสถานการณ์ความเสี่ยงและภาวะวิกฤต 3(3-0-6)
(Communication Management in Risk and Crisis Situation)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

แนวคิด หลักการบริหารจัดการการความเสี่ยงองค์กร บริหารอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ และชื่อเสียงขององค์กรและแบรนด์ การบริหารการเปลี่ยนแปลง การบริหารจัดการประเด็น การจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตทั้งก่อน และหลัง ประเภทของภาวะวิกฤต กระบวนการวางแผนการแก้ไขภาวะวิกฤต กลยุทธ์และเทคนิคในการใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหา การประเมินกระแสประชามติ การกำหนดวาระข่าวสาร การฟื้นฟูภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร วิธีการบริหารจัดการวิกฤตในสื่อประเภทต่าง ๆ ได้แก่ สื่อดั้งเดิม และสื่อใหม่

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รวมทั้งการบริหารจัดการภาวะวิกฤตบนสื่อดิจิทัล ผ่านกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง และนำเสนอแผนการจัดการสถานการณ์ความเสี่ยงและภาวะวิกฤต

Concepts and principles of risk management, brand identity, image and reputation management, change management, issue management, crisis communication management, crisis types, crisis action planning process, strategies and techniques in applying media as the problem-solving tools, the evaluation of public opinion trends, agenda setting, corporate image and reputation recovery, crisis management procedure in various types of media for both traditional and new media as well as digital media crisis management through related case studies, and present a plan for managing risk situations and crises.

2.2.2) วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล

1722111 ความรู้พื้นฐานวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล 3 (3-0-6)
(Introduction to Convergent Journalism and Digital Media)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

หลักการ แนวคิดของวารสารศาสตร์ในยุคหลอมรวมสื่อ พฤติกรรมการใช้สื่อ การปรับตัวของอุตสาหกรรมสื่อ การผสานเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการเผยแพร่ผลิตสื่อสร้างสรรค์และงานข่าว การบริหารจัดการงานสื่อ จริยธรรมและบทบาทของสื่อสร้างสรรค์และวารสารศาสตร์ต่อสังคม กระบวนการทำงานสื่อที่สอดรับกับสภาพองค์กรที่มีการผลิตสื่อหลากหลายช่องทาง ในแง่การจัดการองค์กร การผลิต การออกแบบ ลักษณะของเนื้อหา การตลาด รูปแบบทางธุรกิจ การผสานในแง่ของเนื้อหา บทบาทของนักข่าวพลเมือง เครือข่ายทางสังคมที่มีผลต่อการรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร การศึกษา และการพัฒนาสังคม

Principles and concepts of convergent journalism, media usage behavior, the adaptation of the media industry, and the integration of technology in the dissemination and production of creative media and news. Media management, ethics, and the role of creative media and journalism in society. The media workflow that aligns with organizations producing content across multiple platforms, considering organizational management, production, design, content characteristics, marketing, business models, and content integration. The role of citizen journalists, the influence of social networks on information perception, news, education, and social development.

1722112 การเล่าเรื่องผ่านสื่อ 3(3-0-6)
(Storytelling for Media)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

แนวคิดของอุตสาหกรรมสื่อสร้างสรรค์ กระบวนการสร้างสรรค์ และ เทคนิคในการสร้างสื่อประเภทต่าง ๆ ความหมายการเล่าเรื่อง ศิลปะในการเล่าเรื่อง การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย กระบวนการคิดโครงเรื่อง สร้างตัวละคร และการใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง ฝึกปฏิบัติในการออกแบบและสร้างสรรค์การเล่าเรื่องบนสื่อรูปแบบต่าง ๆ

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

Principles and concepts of creative media industry and digital media. The practical, creative and technical skills in the digital society and creative industries. Storytelling, target audience analysis, story structure and character development, storytelling techniques, script writing, and exercises to enhance the delivery of telling stories across digital media.

1722213 การเขียนข่าว 3(3-0-6)
(News Writing)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

หลักการเขียนข่าว สารคดีเชิงข่าว และข่าวประชาสัมพันธ์ คุณลักษณะและโครงสร้างของการเขียนข่าว การพิจารณาองค์ประกอบและคุณค่าข่าว ประเด็นข่าว แหล่งข่าว การแสวงหาและการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ผลกระทบของสถานการณ์การเมือง สังคม เศรษฐกิจ ที่มีต่อการรายงานข่าว จริยธรรมและจรรยาบรรณในการสื่อข่าว ฝึกปฏิบัติการเขียนข่าวในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อสื่อสารหลายช่องทาง การใช้ปัญญาประดิษฐ์เป็นผู้ช่วยในกระบวนการทำข่าว

Principle of news writing and journalistic writing in many forms such as news, reviews, columns and feature writing. News values, journalistic writing structure, news sources, collect relevant information efficiently, study of current affairs, social issues, economic issues, news analysis and impacts of affairs on news reporting. Ethics and Code of Conduct 0f news reporting. Practicing news writing in various formats for multi-channel communication. Utilizing artificial intelligence as an assistant in news production process.

1722214 การเขียนเชิงวารสารศาสตร์ 3(3-0-6)
(Journalistic Writing)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

หลักการเขียนเชิงวารสารศาสตร์ ได้แก่ บทความ บทวิเคราะห์ บทวิจารณ์ บทสัมภาษณ์ สารคดี และบทบรรณาธิการ คุณลักษณะและโครงสร้างของการเขียนเชิงวารสารศาสตร์ การพิจารณาองค์ประกอบและคุณค่าของงานเขียน การกำหนดประเด็นงานเขียน แหล่งข้อมูล แหล่งอ้างอิง การแสวงหาและการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์บริบททางการเมือง สังคม เศรษฐกิจที่มีต่อการเขียน จริยธรรมและจรรยาบรรณ รวมถึงฝึกปฏิบัติการเขียนเชิงวารสารศาสตร์ การใช้ปัญญาประดิษฐ์เป็นผู้ช่วยในการเขียน

Principles of journalistic writing, including articles, analyses, reviews, interviews, features, and editorials. Characteristics and structure of journalistic writing. The elements and value of writing, defining writing issues, information sources, references, information seeking and gathering, analyzing the political, social, and economic contexts affecting writing, ethics, and code of conduct. Including practical exercises in journalistic writing and the use of artificial intelligence as an assistant in writing.

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

1722215 การรายงานและบรรณาธิกรข่าว 3(2-2-5)
(Journalism Reporting and Editing)
วิชาบังคับก่อน : 1722213
(Prerequisite Course: 1722213)

หลักการ แนวคิด และการฝึกปฏิบัติในการผลิตรายการข่าวผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ ตั้งแต่กระบวนการสื่อข่าว การเขียนบทข่าว การคัดเลือกข่าว การผลิตรายการข่าวรูปแบบต่าง ๆ และการเป็นผู้ประกาศข่าว เทคนิคการรายงานข่าวด้วยสื่อดิจิทัล เช่น การถ่ายทอดสด การทำ PODCAST เป็นต้น การบริหารจัดการกองบรรณาธิการสื่อคอนเวอร์เจ้นท์ ประกอบด้วยสื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ และสื่อเสียง ตั้งแต่โครงสร้างองค์กรสื่อ การจัดการกองบรรณาธิการ การบรรณาธิกรข่าว และการบริหารจัดการเนื้อหาเพื่อการผลิตเผยแพร่เนื้อหาแบบข้ามสื่อ การหารายได้จากเนื้อหา การใช้ปัญญาประดิษฐ์ จริยธรรมและจรรยาบรรณในการการผลิตรายการข่าวและการบริหารจัดการกองบรรณาธิการ

Principles, concepts, and practical training in news program production across platforms. Fundamentals of news communication, news scriptwriting, news selection, and the production of various news program formats, including news anchoring. Techniques for digital news reporting, such as live broadcasting and podcasting. Management of a convergent newsroom that integrates online media, television, and audio platforms. This includes media organization structure, editorial team management, news editing, and cross-media content management. Strategies for content monetization, the use of artificial intelligence, and ethical considerations in news production and newsroom management.

1722216 กราฟิก และแอนิเมชันในงานวารสารศาสตร์ 3(2-2-5)
(Graphics and Animation for Journalism)
วิชาบังคับก่อน : 1701115
(Prerequisite Course: 1701115)

เทคนิคการสร้างสรรค์ การวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอข้อมูลด้วยการใช้ข้อมูลเชิงภาพ อินโฟกราฟิก กราฟ แผนที่ เทคนิคการสร้างสรรค์องค์ประกอบการเล่าเรื่องด้วยกราฟิกเสมือนจริง แอนิเมชั่นภาพสองมิติ และสามมิติ ในการนำเสนองานทางวารสารศาสตร์ รวมถึงการใช้ปัญญาประดิษฐ์เป็นผู้ช่วยในการสร้างสรรค์

Techniques for creation, data analysis, and data presentation using visual data, infographics, graphs, and maps. Techniques for creating storytelling elements with virtual graphics, animation, two-dimensional, and three-dimensional images in journalistic presentations, including the use of artificial intelligence as an assistant in creation.

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

1722317 การสร้างสรรค์เนื้อหาสื่อด้วยการตลาดดิจิทัลและข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผู้รับสาร 3(2-2-5)
(Digital Content Creation and Digital Marketing with Audience Insights)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

แนวคิด หลักการสร้างสรรค์เนื้อหาเพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อดิจิทัล การวิเคราะห์ผู้รับสารเชิงลึก การออกแบบ การสร้างภาพประกอบ การนำเสนอ จัดการเนื้อหาสำหรับสื่อดิจิทัล การทำการตลาด งบประมาณ และ หารายได้ผ่านสื่อดิจิทัลในประเภทต่าง ๆ อย่างเหมาะสม การใช้ปัญญาประดิษฐ์เป็นผู้ช่วยในการสร้างสรรค์ รวมถึงจริยธรรมและความรับผิดชอบในการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล

Concepts and principles of content creation for dissemination through digital media. In- depth audience analysis, design, illustration creation, presentation, and content management for digital media. Marketing, budgeting, and generating revenue through various types of digital media appropriately. Utilizing artificial intelligence as an assistant in creation, including ethics and responsibility in communication through digital media.

1722318 กลยุทธ์การเล่าเรื่องข้ามสื่อและการผลิตสื่อสร้างสรรค์ 3(2-2-5)
(Transmedia Storytelling Strategy and Creative Media Production)
วิชาบังคับก่อน : 1722112
(Prerequisite Course: 1722112)

หลักการ แนวคิดการออกแบบการเล่าเรื่องข้ามสื่อ ระหว่างสื่อดั้งเดิม สื่อดิจิทัล และกิจกรรมพิเศษ การเชื่อมโยงการเล่าเรื่องผ่านสื่อที่หลากหลาย การหาประเด็น สร้างประสบการณ์ให้ผู้รับสาร สร้างพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมตามเป้าหมาย ใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบในการออกแบบและผลิตเนื้อหาข้ามสื่อ การใช้ปัญญาประดิษฐ์เป็นผู้ช่วยในการสร้างสรรค์ ฝึกปฏิบัติการผลิตสื่อสร้างสรรค์ตามกลยุทธ์การเล่าเรื่องข้ามสื่อที่วางไว้

Principles and concepts of transmedia storytelling design between traditional media, digital media, and special events. Connecting storytelling across various media, finding issues, creating audience experiences, fostering behavior and engagement according to objectives. Applying design thinking processes in the design and production of transmedia content. Utilizing artificial intelligence as an assistant in creation. Practicing the production of creative media according to established transmedia storytelling strategies.

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

1722419 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างนวัตกรรมสื่อดิจิทัลและสื่อทางเลือก 3(2-2-5)
(Communication Strategies for Digital Media Innovation and Alternative Media)
วิชาบังคับก่อน : 1722317 และ 1722318
(Prerequisite Course: 1722317 and 1722318)

หลักการและแนวคิดในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และสร้างนวัตกรรมสื่อดิจิทัลและสื่อทางเลือก การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในบริบทสังคมดิจิทัล ประยุกต์ใช้เครื่องมือในสร้างนวัตกรรมในธุรกิจสื่อ กระบวนการคิดเชิงออกแบบเพื่อวิเคราะห์ความต้องการผู้รับสารและพัฒนานวัตกรรมสื่อ วิเคราะห์ทำนายแนวโน้มของนวัตกรรม และรูปแบบธุรกิจเพื่อการหารายได้ของสื่อ การทดลองพัฒนาต้นแบบนวัตกรรมสื่อดิจิทัลและสื่อทางเลือก รวมถึงการใช้ปัญญาประดิษฐ์เป็นผู้ช่วยในการสร้างสรรค์

Principles, concepts and practice of media innovation and creativity process of designing digital media innovation and alternative media. Analysis of digital culture and digital context in society. Applying tools to create innovation in the media business. Design thinking process for analyzing audience needs and developing media innovations. Analyzing and forecasting trends in innovation and business models for media revenue generation. Experimenting with the development of digital media and alternative media innovation prototypes, including the use of artificial intelligence as an assistant in creation.

2.3) กลุ่มวิชาเอกเลือก

2.3.1) วิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์

1713211 กลยุทธ์การกำหนดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ 3(3-0-6)
(Content Strategy for Corporate and Brand Communication)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

หลักการ แนวคิด รูปแบบ การวางกลยุทธ์ และเทคนิคการสร้างสรรค์เนื้อหา การกำหนดและพัฒนาเนื้อหาการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ เข้าใจพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของผู้บริโภค การศึกษาคู่แข่งในด้านเนื้อหาการสื่อสาร การสร้างความได้เปรียบของธุรกิจ การกำหนดอัตลักษณ์ในเนื้อหาเพื่อการสื่อสาร การสร้างการจดจำในตัวองค์กรและแบรนด์ผ่านการสื่อสาร การสร้างสรรค์เนื้อหาที่ส่งเสริมและสนับสนุนชื่อเสียงขององค์กร

Principles, concepts, styles and techniques of creating content. Designing and developing content for corporate and brand communication. Understanding online consumer behaviors, studying competitors' communication content, creating opportunities for business. Establishing identity in communication content, building organizational and brand recognition through communication, creating content that enhances and supports the organization's reputation.

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

1713212 กลยุทธ์และการจัดการโครงการกิจกรรมพิเศษ 3(3-0-6)
(Event Strategy and Management)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

หลักการ กระบวนการในการจัดกิจกรรมพิเศษ การจัดแถลงข่าว การจัดนิทรรศการ การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อมวลชนสัมพันธ์ ชุมชนสัมพันธ์ สื่อมวลชนสัมพันธ์ การเปิดตัวสินค้าและบริการใหม่ โดยเน้นการเรียนรู้กลยุทธ์การบริหารจัดการโครงการกิจกรรมพิเศษ และการฝึกปฏิบัติในรูปแบบของโครงงาน (Project-based Learning) เพื่อให้เข้าใจทั้งกระบวนการทำงาน การวางแผน กลยุทธ์ทางการตลาด การบริหารโครงการ งบประมาณ การหาผู้สนับสนุนทางการเงิน การแบ่งงานและกำลังคน การสร้างสรรค์กิจกรรมบนเวที และการประเมินผลโครงการ

Principles and process of organizing event marketing including press conference, event exhibition for public relations, community relations, media relations, product and service launch by studying event strategies and management together with practicing in the form of project-based learning in order to understand all working processes, marketing strategic planning, project management, budget, seeking sponsor, work and manpower allocation, designing stage performances and evaluating the project.

1713213 จิตวิทยาเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)
(Psychology for Communication)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

แนวคิด ทฤษฎี ปัจจัยด้านจิตวิทยา ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการสื่อสาร โดยศึกษารูปแบบการสื่อสาร จิตวิทยาการสื่อสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยภายในและภายนอกของผู้บริโภค แบบจำลองกระบวนการตัดสินใจเชิงจิตวิทยาของผู้บริโภคต่อการสื่อสารแบรนด์ ผลของกระบวนการถ่ายทอดความคิดทางจิตวิทยา ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพกับความแตกต่างระหว่างบุคคล วิธีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การโน้มน้าวชักจูงใจทางจิตวิทยาต่อการสื่อสาร

Principles, concepts, psychological factors affecting communication process. Studying communication forms, psychological communication affecting consumer buying decision both internal and external, models of consumer psychological buying decision process towards brand communication. Effect of thinking process in terms of psychology, relationship between personality and individual differentiation, effective communication method, psychological persuasive communication.

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

1713214 การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร 3(2-2-5)
(Corporate Identity Design)
วิชาบังคับก่อน : 1701115
(Prerequisite Course: 1701115)

การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด แนวโน้มด้านการออกแบบ และแนวโน้มผู้บริโภค เพื่อวางแผนกลยุทธ์การออกแบบแบรนด์ โดยเน้นที่การใช้เครื่องมือและโปรแกรมกราฟิกในการออกแบบอัตลักษณ์ และองค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่ คู่มืออัตลักษณ์องค์กร โลโก้ ฉลาก บรรจุภัณฑ์ ไปจนถึงสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์หลากรูปแบบ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างสร้างสรรค์ เพื่อถ่ายทอดเรื่องราว และสร้างประสบการณ์ที่เฉพาะเจาะจงของแบรนด์สู่ผู้บริโภค

Marketing data analysis, design trends and consumer trends for brand planning strategies emphasizing on the use of tools and graphic program in designing corporate identity and other components such as corporate identity manual, logo, label, package as well as various forms of advertisements and public relations for both internal and external organization, in order to convey the story and provide specific brand experience to specific consumers.

1713315 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารองค์กร 3(3-0-6)
(English for Corporate Communication)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษอย่างบูรณาการ โดยเน้นการพูดและเขียน เพื่อใช้ในการสื่อสารภายในและภายนอกองค์กรอย่างเหมาะสมทั้งรูปแบบและกาลเทศะ เช่น การโต้ตอบในที่ประชุม การนำเสนอแผนงาน การเขียนข้อความประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ การเขียนและแปลข่าวประชาสัมพันธ์ การสรุปข่าว การเขียนบทสัมภาษณ์ การโต้ตอบอีเมล ฯลฯ

Developing integrated English skills with an emphasis on speaking and writing for internal and external communication which appropriate for forms and situations such as meeting conversation, work planning presentation, writing public relations texts in various media, public relations news writing and translating, summarizing news, writing interview, email writing, etc.

1713316 การสร้างแบรนด์องค์กรในอุตสาหกรรมการบริการ 3(3-0-6)
(Corporate Branding in Hospitality Industry)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และความรู้ด้านการสร้างแบรนด์องค์กรในอุตสาหกรรมการบริการ ทั้งธุรกิจโรงแรม สายการบิน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และธุรกิจบริการอื่น ๆ กระบวนการสื่อสารแบรนด์องค์กร การบริหารความสัมพันธ์ ตลอดจนการบริหารประสบการณ์ของลูกค้า รวมถึงการถ่ายทอดความเป็นแบรนด์ผ่านทางการสื่อสารช่องทางต่าง ๆ

Concepts, theories and corporate brand-building knowledge in hospitality industry including hotel business, airlines, travel industry and other service providers. Process of corporate

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

brand communication, relationship management, customer experience management and communicating brand through different communication channels.

1713317 การจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย 3(3-0-6)
(Stakeholders Relationship Management)
วิชาบังคับก่อน: ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

หลักการ แนวคิด และกลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในและภายนอกองค์กร ได้แก่ ผู้บริหาร พนักงาน ลูกค้า ผู้จัดจำหน่าย หน่วยงานภาครัฐและเอกชน นักลงทุนหรือผู้ถือหุ้น กลุ่มผลประโยชน์เฉพาะทาง (Special Interest Groups) สื่อมวลชน และสังคมภายนอก การวิเคราะห์กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียเพื่อกำหนดสื่อและวิธีการในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี

Principles, concepts and strategies of relationship management with internal and external stakeholders such as executives, employees customers, suppliers, public and private sectors, investors or shareholders, special interest groups, mass media and external society as well as stakeholder analysis for determining media and methods for building good relationships.

1713318 การออกแบบสื่อดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์ 3(2-2-5)
(Digital Media Design for Corporate and Brand)
วิชาบังคับก่อน : 1701115
(Prerequisite Course: 1701115)

หลักการ แนวคิด องค์ประกอบการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล กระบวนการสร้างสรรค์เนื้อหาเพื่องานสื่อสารองค์กรและแบรนด์ เทคนิคการเล่าเรื่องผ่านสื่อดิจิทัล การออกแบบกราฟิกเพื่อการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ การเลือกใช้องค์ประกอบด้านการออกแบบต่างๆ ที่สะท้อนตัวตน การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวัดผลและปรับปรุงการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

Principles, concepts, components of digital media communication, content creation process for corporate and brand communication, storytelling techniques for digital media, graphic design for corporate and brand communication, selecting design elements that reflect identity, utilizing data analytics tools for effective communication measurement and improvement.

1713319 การจัดการข้อมูลด้วยปัญญาประดิษฐ์เพื่อกลยุทธ์องค์กรและแบรนด์ 3(2-2-5)
(AI for Data Management in Corporate and Brand Strategies)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

ศึกษาการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการจัดการและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อพัฒนากลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพสำหรับองค์กรและแบรนด์ บทบาทของปัญญาประดิษฐ์ในการกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจ เรียนรู้การใช้เครื่องมือและเทคนิคต่าง ๆ ของปัญญาประดิษฐ์ ในการประมวลผลข้อมูล เพื่อช่วยให้องค์กรสามารถตัดสินใจทางธุรกิจ ปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้า และเสริมสร้างการวางตำแหน่งแบรนด์ในตลาดที่มีการแข่งขันสูง และจริยธรรมในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการสื่อสาร

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

Study the use of artificial intelligence technology in data management and analysis to develop effective strategies for organizations and brands. The role of artificial intelligence in shaping business strategies. Learn to use various AI tools and techniques in data processing to help organizations make business decisions, improve customer experiences, and enhance brand positioning in a highly competitive market. Ethical considerations in the use of artificial intelligence in communication.

2.3.2) วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล

1723211 การพัฒนาเว็บไซต์และสื่ออินเตอร์แอคทีฟ 3(2-2-5)
(Website and Interactive Media)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

ฝึกปฏิบัติพัฒนาเว็บไซต์ ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาประสบการณ์ผู้ใช้งานเว็บไซต์ เทคนิคการสืบค้น การตลาดเชิงลึก การหารายได้บนเว็บไซต์ การใช้สื่ออินเตอร์แอคทีฟ ในการพัฒนาเนื้อหาและกิจกรรมในการสร้างสื่อสร้างสรรค์และงานด้านวารสารศาสตร์

Practicing website development. Creativity in developing website user experience, search techniques, in-depth marketing, website monetization, and the use of interactive media in developing content and activities for creating creative media and journalistic work.

1723212 ทักษะการนำเสนอและการเป็นพิธีกร 3(3-0-6)
(Presentation and Hosting Skills)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

หลักการ แนวคิด และฝึกปฏิบัติการพูด การแสดงออกผ่านสื่อ การประกาศข่าว การจัดรายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ การเป็นพิธีกรดำเนินรายการ เทคนิคการใช้เสียง การพัฒนาบุคลิกภาพ การเคลื่อนไหวร่างกาย การแสดงออกทางสีหน้า ท่าทาง การแต่งกาย ที่เหมาะสมสอดคล้องกับกาลเทศะ

Principles, concepts, and practice of speaking and expression through media: news announcing, radio program hosting, television program hosting, event emceeing/ hosting. Techniques for voice usage, personality development, body movement, facial expressions, gestures, and appropriate attire in accordance with occasion.

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

1723213 การจัดการอินฟลูเอนเซอร์และกลยุทธ์การดึงดูดแฟนคลับ 3(3-0-6)
(Influencer Management and Fan Engagement Strategies)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

หลักการและแนวคิดการบริหารจัดการผู้มีอิทธิพลทางความคิด กระบวนการสร้างกลยุทธ์ในการดึงดูดผู้รับสารให้เป็นแฟนคลับ กระบวนการของการเป็นแฟน (Fandomization) กระบวนการเข้าสู่การเป็นแฟน การสื่อสารกับกลุ่มแฟนคลับ กิจกรรมสัมพันธ์ สิทธิประโยชน์ และการธำรงรักษาความสัมพันธ์ เทคนิคการสร้างและบริหารจัดการผู้นำอิทธิพลบนเครือข่ายสื่อสังคมอย่างยั่งยืน

Principles and concepts of influencer management. Strategies for attracting and engaging audiences to become loyal followers (fandomization). The process of audience conversion into fans, communication with fan communities, engagement activities, benefits, and relationship maintenance. Techniques for building and sustainably managing social media influencers.

1723214 การรณรงค์การสื่อสารเชิงกลยุทธ์สำหรับอุตสาหกรรมบันเทิง 3(3-0-6)
(Strategic Communication Campaign for Entertainment Industry)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

การฝึกปฏิบัติจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อธุรกิจบันเทิงด้วยกรณีศึกษาจากองค์กรจริง ตั้งแต่ความหมายของการรณรงค์ การรับทราบความต้องการของลูกค้า วิเคราะห์สถานการณ์กำหนดกลุ่มเป้าหมาย และวัตถุประสงค์การสื่อสาร การออกแบบสาร การวางกลยุทธ์ และกลวิธีในการสื่อสาร การเลือกใช้สื่อ งบประมาณ การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมกิจกรรม ตลอดจนการประเมินและวัดผลโครงการโดยต้องนำเสนอผลงานพร้อมทั้งจัดทำรายงานประกอบการนำเสนอผลงาน ภายใต้การควบคุม และการประเมินผลของคณาจารย์ร่วมกับหน่วยงานภายนอก

Practical training in special event management for the entertainment business through case studies. Definition of campaigns, understanding customer needs, analyzing situations, defining target audiences, and setting communication objectives. Includes message design, strategic planning, communication tactics, media selection, budgeting, public relations, event promotion, and project evaluation. as well as project evaluation and measurement. Participants must present their work and submit a report under the supervision and assessment of faculty members in collaboration with external organizations.

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

1723315 วารสารศาสตร์และการรายงานข่าวเชิงข้อมูล 3(3-0-6)
(Data Journalism)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

หลักการ แนวคิดในการรายงานข่าวเชิงลึกด้วยฐานข้อมูล การใช้อินเทอร์เน็ตในการแสวงหาข้อมูลเปิดจากฐานข้อมูล การแกะรอยข้อมูล วิเคราะห์ สังเคราะห์ จากหลากหลายแหล่งที่มา ได้แก่ บุคคล เอกสารทางราชการ สถิติและงานวิจัย นำเสนอข่าวเชิงข้อมูลด้วยภาพและกราฟิก บนพื้นฐานกฎหมาย จริยธรรม จรรยาบรรณที่เกี่ยวข้อง

Principles and concepts of data journalism. Using the internet to seek open information from databases, tracing, analyzing, and synthesizing data from various sources including individuals, official documents, statistics, and research, presenting data-driven news with visuals and graphics, based on relevant laws, ethics, and codes of conduct.

1723316 การผลิตเนื้อหาและการสร้างรายได้ 3(2-2-5)
(Content Production and Profit)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

หลักการ แนวคิด การผลิตเนื้อหาที่สร้างรายได้ และฝึกปฏิบัติผลิตเนื้อหาสำหรับสื่อต่าง ๆ ความเข้าใจในช่องทางในการเผยแพร่ การปรับแต่งเนื้อหาให้เหมาะสมกับสื่อหลากหลายช่องทาง การหาแหล่งทุน การหารายได้จากเนื้อหา การใช้ปัญญาประดิษฐ์เป็นผู้ช่วยในการสร้างสรรค์

Principles, concepts, and practical training in revenue- generating content production. Understanding content monetization and hands-on practice in producing content for various media platforms. Understanding dissemination channels, adapting content to suit various media channels, fundraising, and revenue generation from content, and the use of artificial intelligence as a creative assistant.

1723317 สื่อเพื่อการขับเคลื่อนสังคม 3(3-0-6)
(Media for Social Change)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการขับเคลื่อนสังคม การรณรงค์ทางสังคม กระบวนการพฤติกรรมร่วม กระบวนการเชิงนโยบายภาคประชาชนเพื่อเคลื่อนไหวทางสังคม บทบาทของการเคลื่อนไหวทางสังคม การขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงสู่ระดับนโยบายสังคม บริบททางสังคมและวัฒนธรรม ปัญหาสังคมร่วมสมัย กรณีศึกษา เครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงในสังคม การออกแบบกระบวนการสื่อสารเพื่อการมีส่วนร่วมและขับเคลื่อนประเด็นเชิงสังคม บนจริยธรรมและความรับผิดชอบ

Theories of social movements, social campaign, collective action, civic participation, social movements engage with the policy process, social policy formulation and implementation, the nature, past and present roles of social movements and their potential capacity in shaping social movement and social change, theoretical arguments and examines

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

empirical examples and case studies, the role and impact of social movement activism, the role of grassroots mobilizations, design participation and communication strategy for social movement and social change with ethics and social responsibility.

1723318 การผลิตเนื้อหาสำหรับผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม 3(2-2-5)
(Content Production for Target Audiences)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

การวิเคราะห์ผู้รับสาร เข้าใจจิตวิทยาในการบริโภคสื่อและสาร เพศ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ช่องทาง รูปแบบและลักษณะในการบริโภคสื่อและสาร ความต้องการด้านเนื้อหา ตลอดจนการออกแบบเนื้อหาให้สอดคล้องกับผู้รับสาร บนพื้นฐานจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม เน้นกรณีศึกษาและโครงงาน

Audience analysis and media consumption psychology, including factors such as gender, culture, lifestyle, media channels, consumption patterns, content preferences, and audience engagement. Design content that aligns with audience needs while upholding ethical and social responsibility. Emphasizes case studies and project-based learning.

1723319 การรายงานข่าวเชิงสืบสวน 3(2-2-5)
(Investigative Reporting)
วิชาบังคับก่อน : 1722213
(Prerequisite Course: 1722213)

ฝึกปฏิบัติในรูปแบบโครงงานรายงานข่าวเชิงสืบสวน ด้านข่าวการเมือง เศรษฐกิจ การตลาด กีฬา วัฒนธรรม การใช้ปัญญาประดิษฐ์เป็นผู้ช่วยในการสร้างสรรค์บนพื้นฐานจริยธรรม โดยนักศึกษาจะต้องนำเสนอเนื้อหาผ่านหลากหลายช่องทาง เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อเสียง และสื่อออนไลน์ ภายใต้การกำกับดูแลของอาจารย์และนักข่าวที่ปรึกษา

The practice of investigative reporting workshop on political news, economics news, marketing news, sport news, cultural news. Using artificial intelligence as an assistant in creative work based on ethical principles, whereby students must present content through various channels such as television, audio media, and online media, under the supervision of advisors and advising journalists.

1723320 การพัฒนาธุรกิจสื่อ 3(3-0-6)
(Media Startup)
วิชาบังคับก่อน : 1701321
(Prerequisite Course: 1701321)

แนวคิดในการเป็นผู้ประกอบการด้านนิเทศศาสตร์ การวางแผนธุรกิจที่บูรณาการความรู้ด้านนิเทศศาสตร์และเทคโนโลยี แผนโครงงานการดำเนินการทางธุรกิจการเงินและงบประมาณ การวิเคราะห์ช่องทางการตลาด การวางกลยุทธ์ การหาแหล่งสนับสนุนการลงทุน โดยใช้การเรียนการสอนแบบห้องทดลองสื่อ Media Lab ทดลองเขียนแผนธุรกิจ ผลิตเนื้อหาจำลอง และทดสอบการนำเสนอ ภายใต้หลักจริยธรรมวารสารศาสตร์ที่เน้นความสมดุลและเที่ยงธรรม โดยมีคณาจารย์และนักวิชาชีพเป็นที่ปรึกษาโครงการ

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

Entrepreneurial Concepts in Communication Arts. Business planning that integrates communication and technology knowledge. Covers project planning, financial management, budgeting, market analysis, strategic planning, and investment sourcing. Utilizes a Media Lab environment for hands- on learning, including drafting business plans, producing prototype content, and testing presentations. Emphasizes ethical journalism principles, ensuring balance and fairness, with faculty and industry professionals serving as project mentors.

3) หมวดวิชาเลือกเสรี

1705301 การสื่อสารแบรนด์ผ่านจุดติดต่อ 3(3-0-6)
(Brand Touch Point)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

หลักการ แนวคิด กระบวนการสื่อสารแบรนด์ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ และประสบการณ์ของแบรนด์ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติ (Functional contact points) และที่มีผลต่อจิตใจ (Emotional contact points) การวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคก่อนการสื่อสาร การกำหนดเนื้อหาที่เชื่อมโยงกับผู้บริโภค เข้าใจช่องทางการสื่อสารแบรนด์ สามารถประยุกต์เนื้อหาที่เหมาะสมเข้ากับแต่ละช่องทางการสื่อสาร ตลอดจนการวัดผลการสื่อสารแบรนด์ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ

Principles, concepts, brand communication process via different communication channels and brand experience related to functional and emotional touch points. Conducting consumer analysis before communication taking place, designing content to match consumer, understanding brand communication channels, applying appropriate content to each communication channel and evaluating brand communication through different communication channels.

1705302 สื่อกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และละคร 3(3-0-6)
(Media in the film and Television Drama Industry)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

บทบาทของสื่อในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และละคร ทั้งในด้านการผลิต การเผยแพร่ และการบริโภคเนื้อหา วิเคราะห์กระบวนการสร้างสรรค์และกลยุทธ์การตลาดของภาพยนตร์และละคร สำรวจแนวโน้มและเทคโนโลยีที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรม รวมถึงอิทธิพลของภาพยนตร์และละครที่มีต่อสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ ศึกษาบทบาทของแพลตฟอร์มสตรีมมิงและสื่อดิจิทัลในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการบริโภคเนื้อหา ตลอดจนประเด็นด้านลิขสิทธิ์ การเซ็นเซอร์ และจริยธรรมในการนำเสนอเรื่องราวผ่านสื่อภาพยนตร์และละคร

Role of media in the film and television drama industry. Production, distribution, and content consumption. Analyzing the creative process and marketing strategies of films and dramas. Trends and technologies shaping the industry, as well as the social, cultural, and economic influence. Role of streaming platforms and digital media in transforming content consumption patterns. Copyright, censorship, and ethical considerations.

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

1705303 สื่อกับอุตสาหกรรมเพื่อสังคมสูงวัย 3(3-0-6)
(Media in the Context of an Aging Society)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

บทบาทของสื่อในบริบทของสังคมสูงวัย ทั้งในแง่ของการสื่อสารเชิงรณรงค์ การให้ข้อมูล และการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ วิเคราะห์แนวโน้มของอุตสาหกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการของสังคมสูงวัย เช่น ธุรกิจสุขภาพ เทคโนโลยีช่วยเหลือ และบริการสำหรับผู้สูงอายุ รวมถึงศึกษาผลกระทบของสื่อที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมของสังคมที่มีต่อผู้สูงวัย ตลอดจนแนวทางการพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุอย่างยั่งยืน

Role of media in the context of an aging society. Advocacy communication, information dissemination, and raising awareness on issues related to the elderly. Analyzing industry trends that respond to the needs of an aging society, such as healthcare businesses, assistive technologies, and services for the elderly. Examining the impact of media on social attitudes and behaviors toward older adults. Strategies for media development to promote the sustainable well-being and quality of life of the elderly.

1705304 สื่อกับอุตสาหกรรมสุขภาพ 3(3-0-6)
(Media in the Wellness Industry)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

บทบาทของสื่อในอุตสาหกรรมสุขภาวะ ทั้งในด้านการสื่อสารสุขภาพ การตลาดเพื่อสุขภาวะ และการเผยแพร่ข้อมูลทางการแพทย์ วิเคราะห์อิทธิพลของสื่อต่อพฤติกรรมสุขภาวะของประชาชน การใช้สื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดียในการให้ความรู้และสร้างความตระหนักด้านสุขภาวะ ศึกษาการสื่อสารขององค์กรด้านสุขภาวะ โรงพยาบาล และธุรกิจสุขภาวะ ตลอดจนแนวโน้มเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีผลต่ออุตสาหกรรมสุขภาวะ พร้อมทั้งพิจารณาประเด็นทางจริยธรรมและความรับผิดชอบของสื่อในการนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาวะอย่างถูกต้องและน่าเชื่อถือ

Role of media in the wellness industry. Health communication, wellness marketing, and the dissemination of medical and well-being information. Analyzing the influence of iedia on public wellness behaviors and the use of digital media and social media for wellness education and awareness. Examining communication strategies of wellness organizations, hospitals, and wellness businesses. Exploring technological trends and innovations shaping the wellness industry. Ethical considerations and media responsibilities in presenting accurate and reliable wellness information.

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

1705305 การพูดในที่สาธารณะ 3(3-0-6)
(Public Speaking)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

หลักการ แนวคิด และกลยุทธ์ในการสื่อสารด้วยการพูดในที่สาธารณะ และการนำเสนองานอย่างมีประสิทธิภาพ หลักการโน้มน้าวชักจูงใจ ฝึกฝนทักษะการสื่อสารที่จำเป็น การวางแผนและกำหนดเป้าหมายการนำเสนอ การวิเคราะห์กลุ่มผู้ฟัง การเตรียมข้อมูล และบทพูด การเลือกใช้ภาษาที่เหมาะสมกับผู้รับสาร และการเตรียมสื่อและเทคนิคพิเศษที่เหมาะสมสอดคล้องกับบริบทในการสื่อสาร การจัดการคำถามที่อาจจะเกิดขึ้นจากกลุ่มผู้ฟัง ตลอดจนฝึกฝนเทคนิคการสื่อสารในวาระโอกาสต่างๆ อาทิ ในงานพิธีกร การดำเนินรายการ งานแถลงข่าว งานประชุมสัมมนา งานกิจกรรมพิเศษ การนำเสนอผลงาน การนำเสนอข้อมูลแก่ผู้บริหารเพื่อการตัดสินใจ

Principles, concepts, and strategies for public speaking and effective presentations. The principles of persuasion and influence. Practicing essential communication skills, planning and setting presentation goals, analyzing the audience, preparing information and speeches, selecting appropriate language for the audience, and preparing media and special techniques suitable for the communication context. Managing questions that may arise from the audience, as well as practicing communication techniques in various occasions such as hosting events, running programs, press conferences, seminars, special events, presenting work, and presenting information to executives for decision-making.

1705306 กลยุทธ์การปรับแต่งเว็บไซต์เพื่อเครื่องมือค้นหา 3(2-2-5)
(SEO Strategies for Website Optimization)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

หลักการ แนวคิด และแนวปฏิบัติด้านการปรับแต่งเว็บไซต์ การจัดทำเนื้อหาบนเว็บไซต์ การออกแบบการวางแผนผังของเว็บไซต์ การตั้งชื่อ URL การปรับแต่งการแสดงผลของเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ การติดตาม วิเคราะห์ และปรับปรุงประสิทธิภาพ

Principles, concepts, and practices of website optimization, content development, website structure design, URL naming, and display optimization for various platforms. Monitoring, analyzing, and enhancing website performance.

1705307 เครื่องมือการวิเคราะห์ข้อมูลและการติดตามความคิดเห็นในสื่อสังคมออนไลน์ 3(2-2-5)
(Data Analytics and Social Listening Tools for Insights)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

หลักการ แนวคิด และเทคนิคในการประยุกต์ใช้เหมืองข้อมูลและข้อมูลออนไลน์สำหรับงานนิเทศศาสตร์ เครื่องมือในการสืบค้นและวิเคราะห์ข้อมูลออนไลน์ กระบวนการสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูล (Data Mining) การประมวลผลเชิงวิเคราะห์แบบออนไลน์ (Online Analytics) เพื่อใช้ในงานด้านนิเทศศาสตร์ การเข้าใจผู้บริโภคเชิงลึก การวิเคราะห์การสนทนาและกระแสโลกออนไลน์ การวิเคราะห์เทรนด์และประเด็นเพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนาเนื้อหาสื่อ

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

Principles, concepts, and techniques of data mining and online analytics application for communication arts, searching and online data analysis, data mining search process, online analytical processing for communication arts work, consumer insight understanding, analysis of online conversations and trends, trend and issue analysis for media content development planning.

1705408 การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้และอินเตอร์เฟซในงานนิเทศศาสตร์ 3(2-2-5)
(User Experience and Interface Design in Communication Arts)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

หลักการ แนวคิด และวิธีการออกแบบอินเตอร์เฟซผู้ใช้และสร้างประสบการณ์สำหรับผู้ใช้ผ่านสื่อดิจิทัล เช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน เกมและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านนิเทศศาสตร์ ฝึกออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้และอินเตอร์เฟซ

Principles, concepts, and methods of User Interface (UI) design and User Experience (UX) creation for digital Media, including websites, applications, games, and other communication-related platforms. Practicing UX and UI design to enhance user engagement and interaction.

1705409 การสื่อสารสำหรับผู้ประกอบการสตาร์ตอัป 3(2-0-7)
(Communication for Startup)
วิชาบังคับก่อน : 1701321
(Prerequisite Course: 1701321)

การสื่อสารสำหรับธุรกิจสตาร์ตอัป (ธุรกิจสร้างใหม่) การวางแผน ออกแบบเนื้อหา เลือกใช้สื่อโดยคำนึงถึงความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงการประเมินผลการสื่อสาร ศิลปะการนำเสนอ วิสัยทัศน์ คุณค่าและศักยภาพของธุรกิจเพื่อโน้มน้าวใจผู้ฟังให้สนับสนุนแนวคิด

Communication for startup businesses (new ventures). Planning, content design, and media selection with consideration of stakeholder needs, evaluating communication effectiveness. Presenting a startup's vision, values, and potential to persuade audiences to support its ideas.

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ส่วนที่ 5 การจัดกระบวนการเรียนรู้

1. ระบบการจัดการศึกษา

1.1 ระบบ

ระบบทวิภาค โดย 1 ปีการศึกษาแบ่งเป็น 2 ภาค การศึกษาปกติ 1 ภาคการศึกษาปกติมีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์ หรือเทียบเคียงไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์ โดยเป็นไปตามข้อบังคับของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2566

การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน (ถ้ามี)

การจัดการเรียนการสอนในภาคฤดูร้อนให้มีระยะเวลาการศึกษาและจำนวนหน่วยกิต มีสัดส่วนเทียบเคียงกับการศึกษาภาคปกติ

1.2 ระบบการศึกษา

☑ แบบชั้นเรียน

☐ การจัดการศึกษาผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

☐ อื่น ๆ (ระบุ) .....

1.3 การเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษา

การเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาให้เป็นไปตามระเบียบสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษา พ.ศ. 2566 และระเบียบสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยแนวทางการดำเนินงานคลังหน่วยกิต พ.ศ. 2566

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

2. การจัดการศึกษาให้เป็นไปตามผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

หลักสูตรกำหนดแนวทางการจัดการเรียนการสอนและแนวทางการประเมินผลการเรียนรู้ เพื่อพัฒนาผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตรในแต่ละข้อ แสดงข้อมูลในตาราง ดังนี้

วิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	แนวทางการจัดการเรียนการสอน	แนวทางการประเมินผลการเรียนรู้
PLO1: สร้างสรรค์งานด้านนิเทศศาสตร์โดยประยุกต์องค์ความรู้และทักษะด้านการสื่อสารบนพื้นฐานจริยธรรมวิชาชีพ	เสริมสร้างทักษะการคิดสร้างสรรค์ การวางแผน และการใช้ทักษะด้านการสื่อสารอย่างมีระบบ โดยคำนึงถึงพื้นฐานจริยธรรมวิชาชีพ	- ใช้การประเมินทั้งในรูปแบบ **Project- based Assessment**, และ **Self/Peer Evaluation** - เน้นการให้ **Feedback เชิงพัฒนา** เพื่อให้นักศึกษาต่อยอดความรู้และปรับปรุงทักษะ - ประเมินความเข้าใจในหลักจริยธรรมโดยการสอบข้อเขียน การวิเคราะห์กรณีศึกษา หรือการนำเสนอแนวทางแก้ปัญหาอย่างมีจริยธรรม
PLO2: รู้เท่าทัน และเลือกใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารและสารสนเทศ เทคโนโลยีดิจิทัล ที่สอดคล้องกับบริบทของการสื่อสาร	- ผนวกเนื้อหาเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสารและดิจิทัลที่หลากหลาย ทั้งในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ เช่น AI-generated media, Data visualization ฯลฯ - ส่งเสริมให้ผู้เรียนเข้าใจ **บริบทการสื่อสาร** ทั้งด้านสังคม วัฒนธรรม กลุ่มเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ เพื่อเลือกใช้เทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม - สร้างรายวิชาที่มีการอัปเดตเนื้อหาทันต่อกระแสเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว	- ประเมินจากความสามารถในการเลือกและใช้เทคโนโลยีที่ **สอดคล้องกับเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมาย** - ใช้การประเมินในรูปแบบ Project-based หรือ Performance Task ที่ให้นักศึกษาสร้างสื่อหรือแคมเปญโดยใช้เทคโนโลยีเฉพาะ - ให้นักศึกษาเขียน Reflection อธิบายเหตุผลในการเลือกใช้เทคโนโลยีนั้นในบริบทที่ตนออกแบบ
PLO3: นำเสนองานด้านนิเทศศาสตร์ผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย	- จัดการเรียนรู้ที่ครอบคลุมการใช้สื่อหลากหลาย - ส่งเสริมให้นักศึกษาเข้าใจลักษณะเฉพาะของแต่ละช่องทาง ทั้งข้อจำกัด กลุ่มเป้าหมาย และรูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสม - บูรณาการทักษะการสื่อสารด้วยภาพ เสียง ข้อความ และมัลติมีเดียในชั้นเรียน	- ประเมินจากความสามารถในการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารได้อย่างเหมาะสมกับเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมาย - ใช้เกณฑ์การให้คะแนนที่คำนึงถึงความคิดสร้างสรรค์ ความสอดคล้องของเนื้อหา และคุณภาพด้านเทคนิคของชิ้นงาน - ส่งเสริมการสะท้อนผลการเรียนรู้ (reflection) เพื่อให้นักศึกษา

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	แนวทางการจัดการเรียนการสอน	แนวทางการประเมินผลการเรียนรู้
		ตระหนักถึงข้อดี/ข้อจำกัดของการใช้แต่ละช่องทาง
PLO4: วางแผนการสื่อสารเพื่อจัดการความท้าทายภายในและภายนอกองค์กรอย่างสอดคล้องกับบริบทของการสื่อสารขององค์กร ธุรกิจ/แบรนด์ และสังคม	- บูรณาการความรู้ด้านการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ เช่น การสื่อสารองค์กร การสื่อสารการตลาด การสื่อสารเพื่อสังคม - สอนให้นักศึกษาเข้าใจภาพรวมของการวางแผนสื่อสาร ตั้งแต่การวิเคราะห์สถานการณ์ (situation analysis) การกำหนดวัตถุประสงค์ กลยุทธ์ กลุ่มเป้าหมาย เครื่องมือ ไปจนถึงการประเมินผล - ใช้กรณีศึกษา (case studies) จากองค์กรจริงเพื่อให้นักศึกษาวิเคราะห์บริบทหลากหลาย	- ประเมินจากแผนการสื่อสารที่นักศึกษาจัดทำโดยพิจารณาความสอดคล้องกับบริบทของแต่ละกรณี - ใช้รูปแบบการประเมินที่หลากหลาย เช่น การนำเสนอ (presentation) นำเสนอแผนกลยุทธ์ - Peer review และ self-assessment - ให้นักศึกษาอธิบายเหตุผลของการเลือกกลยุทธ์/ช่องทางที่ใช้ในแผนเพื่อสะท้อนความเข้าใจในบริบท
PLO5: แสดงออกถึงความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงในบริบทของการสื่อสาร ธุรกิจ และสังคม	- บูรณาการความรู้ด้านการวิเคราะห์ผู้บริโภค/ผู้รับสาร ทั้งในเชิงจิตวิทยาการสื่อสาร พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งกลุ่มเป้าหมาย (segmentation) และการวางตำแหน่งแบรนด์ (positioning) - เสริมแนวคิดด้าน **จริยธรรมและความรับผิดชอบ** ต่อสังคมในการออกแบบเนื้อหาและวิธีการสื่อสาร - เชื่อมโยงเนื้อหากับการสื่อสารในบริบทที่หลากหลาย เช่น การตลาดเพื่อสังคม (social marketing), การสื่อสารเพื่อสร้างความตระหนัก (awareness), การเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค (behavioral change communication)	- ประเมินจากความสามารถในการ**วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย** และการออกแบบเนื้อหา/รูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสม - พิจารณาความถูกต้องของกลยุทธ์ตามข้อมูลจริงและความเหมาะสมในบริบททางสังคม - ใช้รูปแบบการประเมินที่หลากหลาย เช่น รายงานวิเคราะห์, การนำเสนอแนวคิดสื่อ, การอภิปรายทางจริยธรรม

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	แนวทางการจัดการเรียนการสอน	แนวทางการประเมินผลการเรียนรู้
PLO1: สร้างสรรค์งานด้านนิเทศศาสตร์โดยประยุกต์องค์ความรู้และทักษะด้านการสื่อสารบนพื้นฐานจริยธรรมวิชาชีพ	เสริมสร้างทักษะการคิดสร้างสรรค์ การวางแผน และการใช้ทักษะด้านการสื่อสารอย่างมีระบบ โดยคำนึงถึงพื้นฐานจริยธรรมวิชาชีพ	- ใช้การประเมินทั้งในรูปแบบ **Project- based Assessment**, และ **Self/Peer Evaluation** - เน้นการให้ **Feedback เชิงพัฒนา** เพื่อให้นักศึกษาต่อยอดความรู้และปรับปรุงทักษะ - ประเมินความเข้าใจในหลักจริยธรรมโดยการสอบข้อเขียน การวิเคราะห์กรณีศึกษา หรือการนำเสนอแนวทางแก้ปัญหาอย่างมีจริยธรรม
PLO2: รู้เท่าทันและเลือกใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารและสารสนเทศ เทคโนโลยีดิจิทัลที่สอดคล้องกับบริบทของการสื่อสาร	- ผนวกเนื้อหาเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสารและดิจิทัลที่หลากหลาย ทั้งในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ เช่น AI-generated media, Data visualization ฯลฯ - ส่งเสริมให้ผู้เรียนเข้าใจ **บริบทการสื่อสาร** ทั้งด้านสังคมวัฒนธรรม กลุ่มเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ เพื่อเลือกใช้เทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม - สร้างรายวิชาที่มีการอัปเดตเนื้อหาทันต่อกระแสเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว	- ประเมินจากความสามารถในการเลือกและใช้เทคโนโลยีที่ **สอดคล้องกับเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมาย** - ใช้การประเมินในรูปแบบ Project-based หรือ Performance Task ที่ให้นักศึกษาสร้างสื่อหรือแคมเปญโดยใช้เทคโนโลยีเฉพาะ - ให้นักศึกษาเขียน Reflection อธิบายเหตุผลในการเลือกใช้เทคโนโลยีนั้นในบริบทที่ตนออกแบบ
PLO3: นำเสนองานด้านนิเทศศาสตร์ผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย	- จัดการเรียนรู้ที่ครอบคลุมการใช้สื่อหลากหลาย - ส่งเสริมให้นักศึกษาเข้าใจลักษณะเฉพาะของแต่ละช่องทาง ทั้งข้อจำกัด กลุ่มเป้าหมาย และรูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสม - บูรณาการทักษะการสื่อสารด้วยภาพ เสียง ข้อความ และมัลติมีเดียในชั้นเรียน	- ประเมินจากความสามารถในการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารได้อย่างเหมาะสมกับเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมาย - ใช้เกณฑ์การให้คะแนนที่คำนึงถึงความคิดสร้างสรรค์ ความสอดคล้องของเนื้อหา และคุณภาพด้านเทคนิคของชิ้นงาน - ส่งเสริมการสะท้อนผลการเรียนรู้ (reflection) เพื่อให้นักศึกษาตระหนักถึงข้อดี/ข้อจำกัดของการใช้แต่ละช่องทาง

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	แนวทางการจัดการเรียนการสอน	แนวทางการประเมินผลการเรียนรู้
PLO4: วางแผน ผลิต และเผยแพร่สื่อหลากหลายรูปแบบ บนหลากหลายแพลตฟอร์มที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร	- พัฒนาการจัดการเรียนการสอนที่ครอบคลุม **กระบวนการสื่อสารครบวงจร** ตั้งแต่การวางแผน การผลิต ไปจนถึงการเผยแพร่และประเมินผล - ผนวกองค์ความรู้เกี่ยวกับ **แพลตฟอร์มการสื่อสารที่หลากหลาย** เช่น สื่อดั้งเดิม (Traditional Media), สื่อออนไลน์, โซเชียลมีเดีย, เว็บไซต์, Podcast, Streaming, หรือแพลตฟอร์ม emerging เช่น Metaverse - พัฒนาทักษะการผลิตเนื้อหาหลากหลายรูปแบบ เช่น บทความข่าว กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว	- ประเมินผลเป็นรายโปรเจกต์ที่ครอบคลุม 3 ขั้นตอนหลัก: 1.**วางแผนการสื่อสาร** – วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย กำหนดวัตถุประสงค์และเลือกแพลตฟอร์ม 2.**การผลิตสื่อ** – เนื้อหา รูปแบบ ความคิดสร้างสรรค์ และความเหมาะสม 3.**การเผยแพร่และประเมินผล** – วิเคราะห์ผลลัพธ์และเสนอแนวทางปรับปรุง - ใช้ทั้งการประเมินจากอาจารย์, peer review และการสะท้อนผลลัพธ์จากแพลตฟอร์มจริง
PLO5: เป็นผู้ที่มีความไวต่อคุณค่าข่าว รู้ว่าเหตุการณ์ใดควรเป็นข่าวและผลักดันเนื้อหาเพื่อการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงในสังคม	- ผนวกเนื้อหาเกี่ยวกับ **คุณค่าข่าว (News Values)** เช่น ความใกล้ตัว ความสำคัญ ความทันเหตุการณ์ ความผิดปกติ ผลกระทบ ความเป็นมนุษย์ ฯลฯ - สอนให้นักศึกษารู้จักการ **คัดเลือกประเด็นข่าวที่มีผลต่อสังคม** ทั้งในเชิงบวกและเชิงปัญหา เช่น ประเด็นสิ่งแวดล้อม ความเหลื่อมล้ำ การศึกษา ความเท่าเทียม ฯลฯ - พัฒนาแนวคิด “**ข่าวเพื่อการเปลี่ยนแปลง (Solutions Journalism / Advocacy Journalism)**” และข่าวที่มีเป้าหมายเพื่อสร้างความตระหนักหรือการขับเคลื่อนสังคม	- ประเมินจาก • **ความสามารถในการเลือกประเด็นข่าว** ที่มีคุณค่าต่อสาธารณะ • ความลึกของการวิเคราะห์ • ความสามารถในการเล่าเรื่องอย่างมีพลังและชวนคิด • ความถูกต้องและจริยธรรมในการรายงาน - ใช้รูปแบบการประเมินที่หลากหลาย เช่น ผลงานข่าว สารคดีรายงานพิเศษ การนำเสนอไอเดียข่าว และวารสารสะท้อนความคิด

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

3. รูปแบบการจัดการศึกษา

จากการที่ผู้ประกอบการหรือผู้ใช้บัณฑิตต้องการรับบุคลากรที่มีประสบการณ์ก่อนเข้าสู่อาชีพ ดังนั้น หลักสูตรจึงกำหนดให้มีรายวิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ โดยกำหนดให้นักศึกษาเรียนรู้ภาคทฤษฎีควบคู่กับการเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ (Work-based Learning in Communication Arts) ตั้งแต่ปีการศึกษาที่ 1 หรือ 2 ถึงปีการศึกษาที่ 4 รวมทั้งในรายวิชาการปฏิบัติการวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์ โดยจัดให้นักศึกษาตามความเหมาะสมของบริบทเฉพาะทางธุรกิจ (Context) นอกจากนี้ยังมีการเสริมทักษะที่จำเป็นต่อวิชาชีพนิเทศศาสตร์ในการเรียนการสอนของทุกวิชาเอก รวมถึงการทำกิจกรรมนอกห้องเรียนเพื่อพัฒนานักศึกษาด้วย

4. ทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตของหลักสูตรและแนวทางการดำเนินการ

การจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) นั้น คณาจารย์ได้ปลูกฝังทักษะการเรียนรู้ที่สำคัญ ทั้งกำหนดประเด็นการเรียนรู้ การค้นหาข้อมูล และสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง การถกเถียงและอภิปรายร่วมกับเพื่อนร่วมชั้นเรียนและคณาจารย์เพื่อสร้างการเรียนรู้ของตนเอง การศึกษาดูงานในพื้นที่ / องค์กร / หน่วยงานที่เป็นแบบอย่างการปฏิบัติที่ดี รวมถึงการนำเสนอการเรียนรู้ที่สำคัญ กระบวนการต่าง ๆ มุ่งให้นักศึกษาเกิดทักษะชีวิต 9 ประการ ได้แก่ 1) Creativity หรือ ความคิดสร้างสรรค์ การมีความคิดสร้างสรรค์ทำให้เราเรียนรู้ได้อย่างไม่มีกรอบและไม่จำกัด รวมถึงช่วยพัฒนาต่อยอดความคิดไปในด้านอื่น ๆ อีกด้วย 2) Problem Solving หรือการแก้ปัญหา รวมถึงการพัฒนาการเรียนรู้ที่นำมาแก้ปัญหาหรือความเปลี่ยนแปลงที่ต้องเผชิญหน้าที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต 3) Critical Thinking หรือการคิดเชิงวิพากษ์ กล้าคิด กล้าถามคำถามในสิ่งที่ต่างออกไป 4) Leadership หรือการเป็นผู้นำ 5) Communication หรือการสื่อสาร 6) Collaboration หรือการประสานงาน ที่ทำให้ทำงานกับผู้อื่น 7) Information Management หรือการจัดการข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพที่จะช่วยพัฒนาทักษะการเรียนรู้ในหลาย ๆ ด้านและนำไปใช้ในอนาคต 8) Adaptability หรือการปรับตัว โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับสิ่งที่จะเกิดขึ้นแบบคาดเดาไม่ได้ในอนาคต และ 9) Curiosity หรือความอยากรู้อยากเห็น ซึ่งเป็นประโยชน์ในการแสวงหาความรู้ ทำให้เกิดการพัฒนาและเรียนรู้ทักษะต่าง ๆ ได้ด้วยทักษะทั้ง 9 ประการนี้ หลักสูตรเชื่อว่าผู้เรียนจะเกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิตตามที่ต้องการได้

5. การดำเนินการหลักสูตร

วัน-เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

ภาคการศึกษาที่ 1 เดือนมิถุนายน ถึง พฤศจิกายน

ภาคการศึกษาที่ 2 เดือนธันวาคม ถึง พฤษภาคม

ทั้งนี้ อาจมีการเปลี่ยนแปลง ให้เป็นไปตามประกาศฯ และ/หรือปฏิทินการศึกษาของสถาบัน โดยเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ส่วนที่ 6 ความพร้อมและศักยภาพในการบริหารจัดการหลักสูตร

1. ชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร

วิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์

ลำดับที่	ชื่อ – สกุล	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิ	สาขาวิชาเอก	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา	ปีที่สำเร็จ
1	ผศ. กัญญ์ณณัฐ อนุรักติพันธุ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	วม.	วิจัยสื่อสารมวลชน	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	2540
			นศ.บ. (เกียรตินิยมอันดับหนึ่ง)	การโฆษณา	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	2536
2	ผศ. กานต์ เชาวน์นิรัติศัย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นศ.ม.	การสื่อสารเชิงกลยุทธ์	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	2555
			นศ.บ.	การจัดการโฆษณา	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	2551
3	ผศ. วิสาข์ เชี่ยวสมุทร	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นศ.ม.	การสื่อสารมวลชน	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2541
			นศ.บ.	การประชาสัมพันธ์	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	2539

วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล

ลำดับที่	ชื่อ สกุล –	ตำแหน่งทางวิชาการ	คุณวุฒิ	สาขาวิชา	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา	ปีที่สำเร็จ
1	อ. ต่อสกุล ถิระพัฒน์	อาจารย์	M.A.	Communications	Swinburne University of Technology, Australia	2546
			ศศ.บ.	โบราณคดี	มหาวิทยาลัยศิลปากร	2541
2	อ. ภัคภาคิน หาญจริง ชื่อนามสกุลเดิม ธนะโรจน์ สิทธาธีระวัฒน์	อาจารย์	นศ.ม.	การบริหารธุรกิจบันเทิงและการผลิต	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	2557
			นศ.บ.	ศิลปะการแสดง	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	2550
3	อ. ภัทราวดี ธีเลอร์	อาจารย์	นศ.ม.	การสื่อสารเชิงกลยุทธ์	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	2552
			นศ.บ. (เกียรตินิยมอันดับหนึ่ง)	วารสารศาสตร์เพื่องานวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	2549

หมายเหตุ: โดยใช้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตรชุดนี้ บริหารจัดการหลักสูตรทดแทนอาจารย์ฯ ในเล่มหลักสูตรเดิม

2. กระบวนการสรรหาบุคลากร

สถาบันได้มอบหมายให้สำนักทรัพยากรมนุษย์ของสถาบันดำเนินการสรรหาบุคลากรร่วมกับหลักสูตรและคณะ โดยการพิจารณารับอาจารย์ หลักสูตรและคณะจะพิจารณาจากจำนวนนักศึกษาที่มีอยู่ ร่วมกับภาระการสอนของอาจารย์ในปัจจุบัน กิจกรรมต่าง ๆ ภายในคณะ นโยบายของสถาบัน รวมทั้งเกณฑ์มาตรฐานการศึกษาที่เกี่ยวข้อง ส่วนการรับบุคลากรสายสนับสนุนจะพิจารณาจากปริมาณภาระงานที่มีเป็นสำคัญ หากมีความต้องการอัตรากำลังจะดำเนินการสรรหาบุคลากรโดยมีขั้นตอนที่สำคัญ ได้แก่

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

1. การกำหนดคุณสมบัติ: หลักสูตรและคณะพิจารณาอัตรากำลังที่ได้รับอนุมัติ และจัดทำใบขออัตรากำลังที่มีการระบุคุณสมบัติที่สอดคล้องตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร ความรู้ความสามารถ ทักษะที่สอดคล้องกับตำแหน่งงาน ดำเนินการส่งให้สำนักทรัพยากรมนุษย์ตรวจสอบและดำเนินการสรรหาบุคลากร

2. การสรรหาบุคลากร: สำนักทรัพยากรมนุษย์ดำเนินการประชาสัมพันธ์รับบุคลากรผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ 1) Website 2) สื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ผ่าน E-mail ภายใน, สื่อ Social Media ต่าง ๆ 3) การรับสมัครตรง (Walk in)

3. การคัดเลือกบุคลากรและการว่าจ้างบุคลากร: สำนักทรัพยากรมนุษย์พิจารณาคัดเลือกใบสมัครเบื้องต้นจากคุณสมบัติที่เหมาะสมกับตำแหน่ง และดำเนินการติดต่อเชิญผู้สมัครมารับการสัมภาษณ์ โดยพิจารณาคุณสมบัติของผู้สมัคร คือ ทัศนคติ ความรู้และประสบการณ์ มนุษยสัมพันธ์ ซึ่งผู้สมัครจะผ่านการสัมภาษณ์จากผู้บริหารระดับสูง ตัวแทนจากสำนักทรัพยากรมนุษย์ และตัวแทนจากหลักสูตรและคณะ จากนั้นทางสำนักทรัพยากรมนุษย์ดำเนินการสรุปผลการสัมภาษณ์ หากผ่านการคัดเลือกจะดำเนินการอนุมัติการว่าจ้าง และจัดทำสัญญาจ้างบรรจุเข้าเป็นบุคลากรของสถาบัน

สำหรับการสรรหาอาจารย์พิเศษ หลักสูตรดำเนินการสรรหาอาจารย์พิเศษที่สอดคล้องกับรายวิชาที่ต้องใช้อาจารย์พิเศษในการจัดการเรียนการสอน โดยพิจารณาจากคุณวุฒิ ความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติที่สอดคล้องตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร รวมทั้งผลประเมินการสอนในครั้งที่ผ่านมา (ถ้ามี) ดำเนินการเสนอรายชื่อเพื่อขออนุมัติจากคณะกรรมการสรรหาและว่าจ้างอาจารย์พิเศษ โดยเมื่อได้รับการอนุมัติเรียบร้อยจะดำเนินการแจ้งข้อมูลกับอาจารย์พิเศษ เพื่อให้อาจารย์พิเศษเตรียมการสอนในรายวิชาที่ได้รับมอบหมายต่อไป

3. การเตรียมความพร้อมสำหรับบุคลากร

การเตรียมความพร้อมสำหรับบุคลากรใหม่ สถาบันดำเนินการตามแนวทางการบริหารและรักษาบุคลากรใหม่ ซึ่งเป็นการสร้างความรู้ ทักษะการปฏิบัติงาน และปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กรของสถาบัน โดยสำนักทรัพยากรมนุษย์ดำเนินการร่วมกับหลักสูตรและคณะ ผ่านโครงการ/กิจกรรม ดังนี้

1. การปฐมนิเทศบุคลากรใหม่: เพื่อเตรียมความพร้อม และการปรับตัวให้กับบุคลากรในการเริ่มปฏิบัติงาน โดยบุคลากรจะได้ทราบสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ บริบทองค์กร รวมทั้งการใช้งานระบบสารสนเทศต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบุคลากร

2. ระบบพี่เลี้ยง (Mentoring): สำนักทรัพยากรมนุษย์จะกำหนดพี่เลี้ยงที่เป็นหัวหน้างานหรือเพื่อนร่วมงานอาวุโสในหน่วยงานที่บุคลากรใหม่สังกัด ดำเนินการให้คำปรึกษาและแนะนำทั้งด้านการทำงานและการปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมองค์กรของสถาบัน

3. การฝึกอบรม: สำนักทรัพยากรมนุษย์จัดโครงการฝึกอบรมเรียนรู้องค์กรให้แก่บุคลากรใหม่ และหลักสูตรและคณะสามารถให้บุคลากรใหม่เข้าร่วมโครงการ/กิจกรรมอบรมต่าง ๆ ที่หน่วยงานภายในของสถาบันจัดขึ้น รวมทั้งโครงการ/กิจกรรมอบรมต่าง ๆ ที่จัดโดยหน่วยงานภายนอกสถาบัน

4. กิจกรรมสัมพันธ์: การจัดกิจกรรมเพื่อให้บุคลากรสามารถสะท้อนความหลากหลายทางความคิด มุมมอง และการอยู่ร่วมกันในวัฒนธรรมใหม่ของบุคลากร เช่น 1) กิจกรรมบุคลากรใหม่พบผู้บริหารในลักษณะการพูดคุยแบบไม่เป็นทางการ รวมทั้งการศึกษาข้อมูลวัฒนธรรมองค์กรผ่านสื่อวิดีทัศน์เพื่อเรียนรู้วิถีการทำงานของผู้บริหารและบุคลากร 2) โครงการ Team Building program for new staff เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างบุคลากรใหม่ 3) กิจกรรมชมรม โดยบุคลากรใหม่สามารถเข้าร่วมชมรมต่าง ๆ ที่มีอยู่ในสถาบันตามความสนใจของบุคลากร เป็นต้น

5. การประเมินผลการทดลองงาน: หลักสูตรและคณะประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรใหม่จำนวน 2 ครั้งภายใน 120 วัน ซึ่งเป็นการพิจารณาว่าบุคลากรใหม่มีความเหมาะสมกับงานที่รับผิดชอบ รวมทั้งการให้ข้อเสนอแนะ เพื่อให้บุคลากรใหม่พัฒนาตนเอง ซึ่งหากบุคลากรใหม่ผ่านการประเมินผลการทดลองงานจะได้รับ

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

การบรรจุเป็นบุคลากรของสถาบันโดยสมบูรณ์

สำหรับการเตรียมความพร้อมให้กับอาจารย์พิเศษ หลักสูตรและอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาดำเนินการให้ข้อมูลของรายวิชาแก่อาจารย์พิเศษ รวมทั้งการสอนการใช้งานระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนการสอนของรายวิชา

4. การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่บุคลากร

4.1 การพัฒนาความรู้และทักษะของอาจารย์

การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล

1) การพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ตามแนวทางการจัดการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นผลลัพธ์ (Outcome Based Education) ทั้งการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ การจัดการเรียนการสอน และการวัดประเมินผล

2) การส่งเสริมอาจารย์ให้มีการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์เพื่อสนับสนุนการสอน รวมถึงการศึกษาค้นคว้าวิจัยที่สอดคล้องกับศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง โดยการสนับสนุนด้านการศึกษาต่อ ฝึกอบรม ดูงานทางวิชาการและวิชาชีพในองค์กรต่าง ๆ ตลอดจนการประชุมทางวิชาการทั้งในประเทศและ/หรือต่างประเทศ เป็นต้น

การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่น ๆ

1) ส่งเสริมการทำวิจัยสร้างองค์ความรู้ใหม่เป็นหลักและเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนและมีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาชีพ

2) การกระตุ้นให้อาจารย์ทำผลงานทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชา

3) การมีส่วนร่วมในกิจกรรมบริการวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความรู้และคุณธรรมในสาขาวิชาชีพ

4) การพัฒนาอาจารย์ตามผลการประเมินสมรรถนะ

4.2 การพัฒนาความรู้และทักษะของบุคลากรสายสนับสนุน

1) การพัฒนาบุคลากรสายสนับสนุนตามสายงาน ซึ่งเป็นการพัฒนาบุคลากรของหลักสูตรตามภาระงานของบุคลากร โดยได้รับการสนับสนุนจากคณะ และสถาบัน เช่น การฝึกอบรมที่จัดโดยหน่วยงานภายใน/ภายนอก การศึกษาดูงานนอกสถานที่ การฝึกปฏิบัติงานโดยการแนะนำ/สอนงานโดยผู้บังคับบัญชา เป็นต้น

2) การอบรมเพื่อเสริมสร้างและพัฒนาทักษะด้านการบริหารจัดการ ให้แก่บุคลากรในระดับตำแหน่งงานต่าง ๆ ให้สามารถรับผิดชอบภาระหน้าที่บริหารงานตามตำแหน่งงานที่เพิ่มขึ้น ได้แก่ 1) หลักสูตรเตรียมพื้นฐานการบริหารจัดการ: ระดับเจ้าหน้าที่ และเจ้าหน้าที่อาวุโส 2) หลักสูตรเสริมทักษะผู้บริหารระดับต้น: ผู้บริหารกลุ่มงาน ผู้บริหารกลุ่มงานอาวุโส และ 3) หลักสูตรเตรียมความพร้อมและพัฒนาทักษะบริหารจัดการสำหรับผู้บริหารระดับต้น – กลาง: ระดับผู้ช่วยและระดับรองผู้บริหารของหน่วยงาน

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

5. การบริหารจัดการ

ความพร้อมด้านการบริหารจัดการ

(1) มีสภาสถาบันอุดมศึกษาที่ประกอบด้วยบุคคลซึ่งมีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ ในเชิงบริหารด้านต่าง ๆ ที่หลากหลาย สามารถชี้นำและกำกับการพัฒนาสถาบันอุดมศึกษา

(2) มีผู้บริหารซึ่งมีความซื่อสัตย์และประสบการณ์ในด้านการบริหารสถาบันอุดมศึกษา

(3) มีบุคลากรสายสนับสนุนซึ่งมีความรู้ ความชำนาญในการบริหารจัดการ โดยมีระบบการบริหารและการพัฒนาบุคลากรดังกล่าวเพื่อให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

(4) มีระบบการกำกับดูแลสถาบันอุดมศึกษาตั้งแต่ระดับสภาสถาบันอุดมศึกษา ผู้บริหารและคณาจารย์ในทุกระดับให้มีการบริหารและปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามหลักธรรมาภิบาล

(5) มีระบบการรับฟัง การวิเคราะห์ และการตอบสนองความต้องการของผู้เรียน ผู้ใช้บัณฑิตท้องถิ่น และสังคมในการจัดทาแผนพัฒนาสถาบันอุดมศึกษา การเปิดหลักสูตรการศึกษา การจัดการศึกษา การวิจัยและการสร้างนวัตกรรม การประกันคุณภาพการศึกษา และการประเมินผล ทั้งนี้ โดยเน้นผลลัพธ์การเรียนรู้ที่ผู้เรียนและกลุ่มต่าง ๆ จะได้รับ

ทั้งนี้ การบริหารจัดการหลักสูตรให้เป็นไปตามดุลยพินิจของคณบดีโดยสอดคล้องกับศักยภาพของผู้เรียนและ/หรือมาตรฐานการจัดการศึกษาตามที่สถาบันกำหนด

6. ทรัพยากรและสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

กระบวนการจัดหาสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

1) การจัดหา e-book หนังสือ และทรัพยากรสารสนเทศ: สถาบันมีการกำหนดให้หลักสูตรมอบหมายอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ร่วมเป็นคณะอนุกรรมการคัดเลือกทรัพยากรสารสนเทศห้องสมุด โดยมีคณบดีเป็นคณะกรรมการบริหารงาน PIM Creative Learning Space ซึ่งทางหลักสูตรได้ให้อาจารย์ของหลักสูตรมีส่วนในการแนะนำ e-book หนังสือ และทรัพยากรสารสนเทศต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรเพื่อดำเนินการจัดซื้อเข้าห้องสมุดของทางสถาบัน โดยให้อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่เป็นคณะอนุกรรมการคัดเลือกทรัพยากรสารสนเทศนำเสนอเข้าที่ประชุมเพื่อขออนุมัติดำเนินการ โดยสามารถสั่งซื้อทรัพยากรสารสนเทศตลอดปีการศึกษา ซึ่งมอบหมายให้ PIM Creative Learning Space (ห้องสมุด) ดำเนินการตามกระบวนการให้อาจารย์คัดเลือกหนังสือเพื่อใช้ในการเรียนการสอนล่วงหน้าก่อนเปิดภาคการศึกษา เพื่อให้อาจารย์มีการวางแผนการสั่งซื้อหนังสือให้พร้อมก่อนการจัดการเรียนการสอน และสอดคล้องกับรายวิชา หรือองค์ความรู้ในศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง

2) การจัดหาอุปกรณ์/ทรัพย์สินที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนการสอน: หลักสูตร/คณะวิชาดำเนินการวิเคราะห์ความต้องการใช้อุปกรณ์/ทรัพย์สินที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอน โดยเมื่อหลักสูตรนำเสนอข้อมูลตามแบบฟอร์มที่กำหนดมาเรียบร้อย สำนักบริหารอาคารและทรัพย์สิน หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการวิเคราะห์ประเภทของทรัพย์สิน จากนั้นตัวแทนของหลักสูตร/คณะนำเสนอข้อมูลเพื่อขออนุมัติต่อคณะกรรมการบริหารทรัพย์สิน และดำเนินการจัดซื้ออุปกรณ์/ทรัพย์สินที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนการสอนต่อไป

ทรัพยากรและสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ของหลักสูตร

คณะนิเทศศาสตร์มีห้องปฏิบัติการเพื่อการฝึกปฏิบัติของนักศึกษาสองห้อง ได้แก่ ห้อง Convergent Media Studio และ ห้อง Mac Lab

ห้องปฏิบัติการของหลักสูตร

คณะนิเทศศาสตร์มีห้องปฏิบัติการเพื่อการฝึกปฏิบัติของนักศึกษาสองห้อง ได้แก่ ห้อง Convergent Media Studio และ ห้อง Mac Lab ซึ่งมีอุปกรณ์เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ให้กับนักศึกษา เช่น เครื่อง Mac Lab กล้อง เครื่องควบคุมเสียงและบันทึกเสียง

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

1. Convergent Media Studio มีจำนวน iMac 18 เครื่อง มีโปรแกรมกราฟิกมาตรฐาน Adobe ลิขสิทธิ์ที่ใช้ในการเรียนการสอน ตัดต่อทำรายการข่าว โทรทัศน์ภายใน และบริการวิชาการจัดหลักสูตรฝึกอบรมระยะสั้นแก่บุคลากรในสถาบันและภายนอกสถาบันด้านการประชาสัมพันธ์ อีกทั้งมีสตูดิโอกราฟิกแบบ Virtual Studio โดยใช้โปรแกรม vMIX และ OBS พร้อมกล้องวิดีโอชนิด Full HD จำนวน 3 ตัว ในการผลิตรายการข่าว ผลิตสื่อการเรียนการสอน มีห้องบันทึกเสียงเพื่อผลิตงานเสียงประเภทต่าง ๆ ในรายวิชา ระบบถ่ายทอดสดที่พร้อมรองรับงานสัมมนา วิชาการ อีกทั้งยังให้บริการแก่บุคลากรภายในสถาบัน และภายนอกสถาบัน เพื่อใช้ในการผลิตสื่อการถ่ายทอดสดต่าง ๆ

2. Mac Lab มีจำนวน iMac3 3 เครื่อง มีโปรแกรมกราฟิกมาตรฐาน Adobe ลิขสิทธิ์ที่ใช้ในการเรียนการสอน การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ และบริการวิชาการแก่บุคลากรในสถาบัน และภายนอกสถาบัน ด้านการประชาสัมพันธ์ การจัดฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

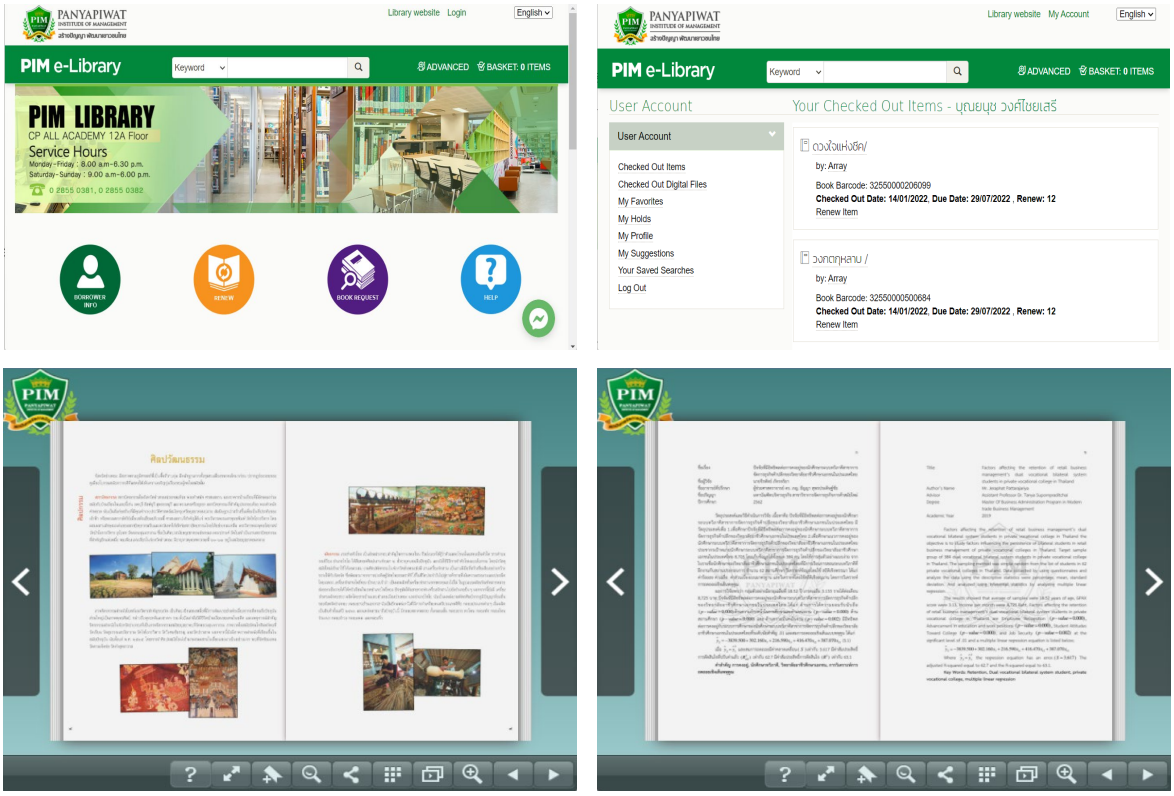
PIM Creative Learning Space (ห้องสมุด)

สถาบันมีการจัดบริการ PIM Creative Learning Space (ห้องสมุด) ซึ่งให้บริการหนังสือ วารสาร สื่อวีดิทัศน์ พื้นที่ แหล่งเรียนรู้ และอื่น ๆ รวมทั้งการให้บริการในรูปแบบห้องสมุดดิจิทัลทั้งระบบการบริหารจัดการห้องสมุดสำหรับสนับสนุนการทำงานและด้านการบริการ การให้บริการของห้องสมุดต่าง ๆ ตลอดจนรวบรวมหรือสร้างสรรค์สื่อการเรียนในรูปแบบดิจิทัล ไม่ว่าจะเป็น e-Book, e-Journal, e-Thesis, e-Project, e-Research, Database และสาระความรู้ในรูปแบบคลิปวีดีโอ ช่องทางการให้บริการออนไลน์ เพื่อสอดคล้องกับความต้องการใช้บริการของอาจารย์ บุคลากร และนักศึกษา ผ่าน Website: PIM Creative Learning Space (www.lib.pim.ac.th) และช่องทางให้บริการของห้องสมุด โดยแบ่งออกเป็นส่วนการให้บริการต่าง ๆ ดังนี้

ภาพแสดงห้องสมุดของสถาบัน

1. ระบบห้องสมุดอัตโนมัติ: เป็นระบบบริหารจัดการทรัพยากรสารสนเทศเพื่อให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ ระบบห้องสมุดอัตโนมัติ ประกอบไปด้วย 1) ระบบของบรรณารักษ์ เพื่อจัดทำข้อมูลเพื่อให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ และ 2) ระบบสำหรับผู้ใช้บริการ เพื่อให้บริการแก่ผู้ใช้ในการสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศ ต่ออายุการยืมและจองทรัพยากรสารสนเทศ พร้อมทั้งสามารถอ่านรายการ e-Collection (e-Thesis, e-Project, e-Research, e-Book และ e-Journal) ผ่าน Web OPAC (www.elibrary.pim.ac.th) รวมทั้งการให้บริการ Single Search ด้วยการใช้คำค้นเพียงครั้งเดียว ได้ข้อมูลครอบคลุมทุกประเภททั้งสิ่งพิมพ์และอิเล็กทรอนิกส์ ประหยัดเวลาในการสืบค้นข้อมูล วิธีการค้นหา สะดวก ง่ายต่อผู้ใช้บริการ

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น



ภาพแสดงระบบห้องสมุดอัตโนมัติ

2. บริการฐานข้อมูลออนไลน์: ห้องสมุดให้บริการฐานข้อมูลเพื่อสนับสนุนการศึกษาค้นคว้าและวิจัย ดังนี้

- ฐานข้อมูล Emerald ซึ่งเป็นฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ ที่ครอบคลุมด้านการจัดการ (Management), บริหารธุรกิจ (Business Administration) และวิทยาการสารสนเทศ (Information Science) รวมทั้ง สาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

- ฐานข้อมูล CEIC เป็นฐานข้อมูลเศรษฐกิจมหภาคเชิงสถิติ ตัวเลข ครอบคลุมกลุ่มประเทศเศรษฐกิจกว่า 121 ประเทศทั่วโลก ซึ่งข้อมูลเหล่านี้มีที่มาจากแหล่งหน่วยงานของข้อมูลโดยตรงเช่น หน่วยงานของภาครัฐ สถาบันต่าง ๆ และภาคเอกชนที่มีความน่าเชื่อถือ โดยมีลักษณะของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจ การลงทุน ที่มีการรวบรวม จัดเก็บและทำการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบจากหน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับและเชื่อถือได้ รวมทั้งมีการแสดงข้อมูลประกอบด้วยตัวเลขและแผนภูมิทำให้สะดวกในการนำมาใช้งาน

และสถาบันได้ทำความร่วมมือกับห้องสมุดในเครือข่าย อพส. ตลอดจนการเข้าใช้ฐานข้อมูลสำนักวิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3. Knowledge Bank PIM Library: แหล่งเรียนรู้ออนไลน์ในรูปแบบคลิปวิดีโอส่งเสริมทักษะการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) ทักษะการทำงาน (Soft Skill & Hard Skill) และทักษะการใช้ชีวิต (Life Skills) เพิ่มเติมนอกห้องเรียนสำหรับพัฒนาศักยภาพตนเอง เพื่อเตรียมความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง ในการเข้าสู่สังคมยุคดิจิทัล ผู้ใช้บริการ สามารถเข้าใช้ได้ที่เว็บไซต์ www.lib.pim.ac.th/wp/knowledge-bank

4. Library Podcast: แหล่งเรียนรู้ออนไลน์รูปแบบคลิปเสียง ความบันเทิง ฟังง่ายได้ความรู้ที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ฟังเมื่อไรก็ได้ตามที่ต้องการ สามารถเข้าใช้ได้ที่เว็บไซต์ www.lib.pim.ac.th/wp/podcast เป็นคอนเทนต์ที่มาแชร์สาระความรู้และประสบการณ์ในด้านต่าง ๆ ในรูปแบบคลิปเสียง

5. Book Insider แนะนำหนังสือน่าอ่าน: เป็นการนำเอาเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้น่าสนใจในการเข้าถึงไฮไลท์ของหนังสือ ในรูปแบบสื่อมัลติมีเดีย เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการในการเลือกหนังสือผ่านช่องทางเว็บไซต์ https://lib.pim.ac.th/wp/book-insider

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

แหล่งเรียนรู้ผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

PIM e-Learning เป็นระบบสารสนเทศที่ใช้ประกอบการเรียนการสอน โดยอาจารย์ผู้สอนสามารถนำเนื้อหารายวิชาเข้าสู่ระบบออนไลน์ และให้นักศึกษาศึกษาบทเรียนในรายวิชาต่าง ๆ ผ่านระบบด้วยตนเอง ได้แก่ การดาวน์โหลดเอกสารเพื่อใช้ประกอบในการเรียน แบบเรียนออนไลน์เพื่อศึกษาค้นคว้าและทบทวนบทเรียนการส่งงานผ่านระบบ และแบบทดสอบ/แบบฝึกหัด

นอกจากนี้สถาบันยังมีสื่อการสอนออนไลน์ระบบเปิดของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM MOOC) เพื่อเสริมการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาต่าง ๆ ประกอบด้วย เนื้อหารายวิชา สื่อ ข้อสอบ ตามแนวทางการจัดทำรายวิชาสำหรับการเรียนการสอนในระบบเปิด (MOOC)

7. การบริการนักศึกษา

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์จัดให้มีการบริการนักศึกษาเพื่อสนับสนุนทั้งในด้านการศึกษาและชีวิตความเป็นอยู่ของนักศึกษา ดังนี้

7.1 บริการเพื่อสนับสนุนด้านการศึกษา

(1) ระบบบริการการศึกษา (Registrar System หรือ REG) เป็นระบบที่นักศึกษาสามารถเข้ามาติดตามข่าวสารต่าง ๆ ค้นหารายวิชาเรียน ลงทะเบียนเรียนออนไลน์ ตรวจสอบผลการลงทะเบียนเรียนและพิมพ์ใบแจ้งยอดชำระเงิน ตรวจสอบตารางเรียนและตารางสอบ ตลอดจนตรวจสอบคะแนนและผลการเรียนด้วยตนเอง

(2) แบบคำร้องออนไลน์ Internal Service นักศึกษาสามารถขอเอกสารทางการศึกษา ขอเพิ่ม-ถอนวิชาเรียน ขอเพิ่มรายวิชา (กรณีลงซ้ำ) ขอเปลี่ยนกลุ่มเรียน ขอลาพักการศึกษา/รักษาสถานภาพนักศึกษา หรือการร้องเรียนเกี่ยวกับผลการสอบ ผ่านแบบคำร้องออนไลน์ในระบบ Internal Services

(3) PIM CONNECT (Line Official ของสถาบัน) อำนวยความสะดวกแก่นักศึกษาในการติดต่อสอบถาม ปรึกษา และเข้าถึงข้อมูลและระบบบริการต่าง ๆ ของสถาบันได้ตลอดเวลา

(4) ระบบอาจารย์ที่ปรึกษา นักศึกษาทุกคน จะมี “อาจารย์ที่ปรึกษา” เป็นผู้ให้คำปรึกษา ดูแล และแนะนำแผนการเรียนตลอดระยะเวลาที่นักศึกษาเรียนที่สถาบัน นักศึกษาสามารถตรวจสอบชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา สืบค้นวันและเวลาที่อาจารย์ที่ปรึกษา รวมถึงอาจารย์ผู้สอนสะดวกให้เข้าพบเพื่อขอคำปรึกษาต่าง ๆ ได้จาก ได้ที่ PIM CONNECT

(5) ศูนย์ที่ปรึกษาและพัฒนาอาชีพนักศึกษาประจำคณะ (Counseling and Career Development for Student Center: CCDS) ทุกคณะมีศูนย์ CCDS ทำหน้าที่เป็นครูพี่เลี้ยงให้คำแนะนำให้คำปรึกษา ตลอดจนช่วยแก้ไขปัญหาให้กับนักศึกษาระดับปริญญาตรีระหว่างที่ฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ (บัณฑิตศึกษาเอาออก)

(6) Smile Center เป็นช่องทางออนไลน์อีกหนึ่งช่องทางที่นักศึกษาสามารถให้ข้อมูล ข้อคิดเห็น ร้องเรียนและขอรับคำปรึกษาที่เกี่ยวข้องกับการเรียนและการฝึกงาน ผ่านทาง Call Center และ Line Official

(7) การบริการทุนการศึกษา สถาบันส่งเสริม สนับสนุน และให้โอกาสทางการศึกษาแก่นักศึกษาที่มีความประพฤติและผลการเรียนดีตลอดระยะเวลาที่ศึกษาที่สถาบัน เพื่อรักษาโอกาสการได้รับทุนการศึกษาอย่างต่อเนื่องตามประกาศเงื่อนไขการให้ทุนการศึกษาของสถาบัน ซึ่งมีทุนการศึกษาหลายประเภท ได้แก่ ทุนการศึกษา PIM ทุนฝึกอบรมเพื่อเตรียมเข้าทำงาน (ฝต.) ทุนการศึกษาจากบุคคลภายนอก/สถานประกอบการภายนอก และกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.)

7.2 บริการเพื่อสนับสนุนชีวิตความเป็นอยู่ของนักศึกษา

(1) กองทุนเพื่อชีวิตแห่งการเรียนรู้ (PIM SMART) เป็นกองทุนของสถาบันซึ่งเกิดจากความร่วมมือระหว่าง บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) กลุ่มพันธมิตรคู่ค้าทางธุรกิจและบุคคลทั่วไป มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนค่าครองชีพแก่นักศึกษาทั้งในรูปแบบของตัวเงิน รวมไปถึงจัดหางานที่เหมาะสมเพื่อมีรายได้เพิ่มเติม

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

(2) บริการ Friends Care PIM ให้บริการการปรึกษาเชิงจิตวิทยา เพื่อดูแลจิตใจและสุขภาพจิตของนักศึกษา โดยนักจิตวิทยาจะทำหน้าที่รับฟังทุกเรื่องราวที่นักศึกษาไม่สบายใจ กังวลใจ โดยไม่ตัดสินถูกผิด และจะช่วยให้นักศึกษาตระหนักและเข้าใจตนเอง ตลอดจนรับรู้สถานการณ์ที่กำลังเผชิญอยู่ชัดเจนยิ่งขึ้น และส่งเสริมให้นักศึกษาได้รับรู้ศักยภาพและคุณค่าในตนเอง เพื่อนำไปสู่แนวทางการจัดการปัญหาต่าง ๆ ด้วยตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(3) ห้องพยาบาล สถาบันมีห้องพยาบาลให้บริการปฐมพยาบาลเบื้องต้นแก่นักศึกษาโดยพยาบาลวิชาชีพ

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ส่วนที่ 7 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

1. คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

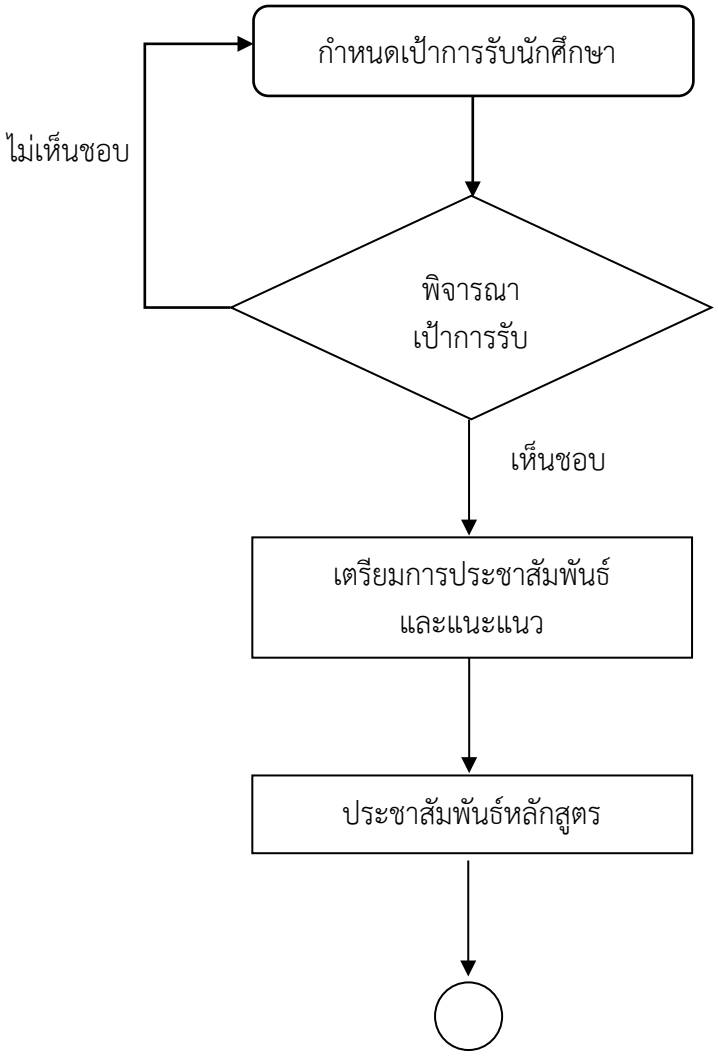
☑ เป็นผู้สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า และ/หรือเป็นไปตามข้อบังคับของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2566

2. การรับเข้าศึกษาในหลักสูตร

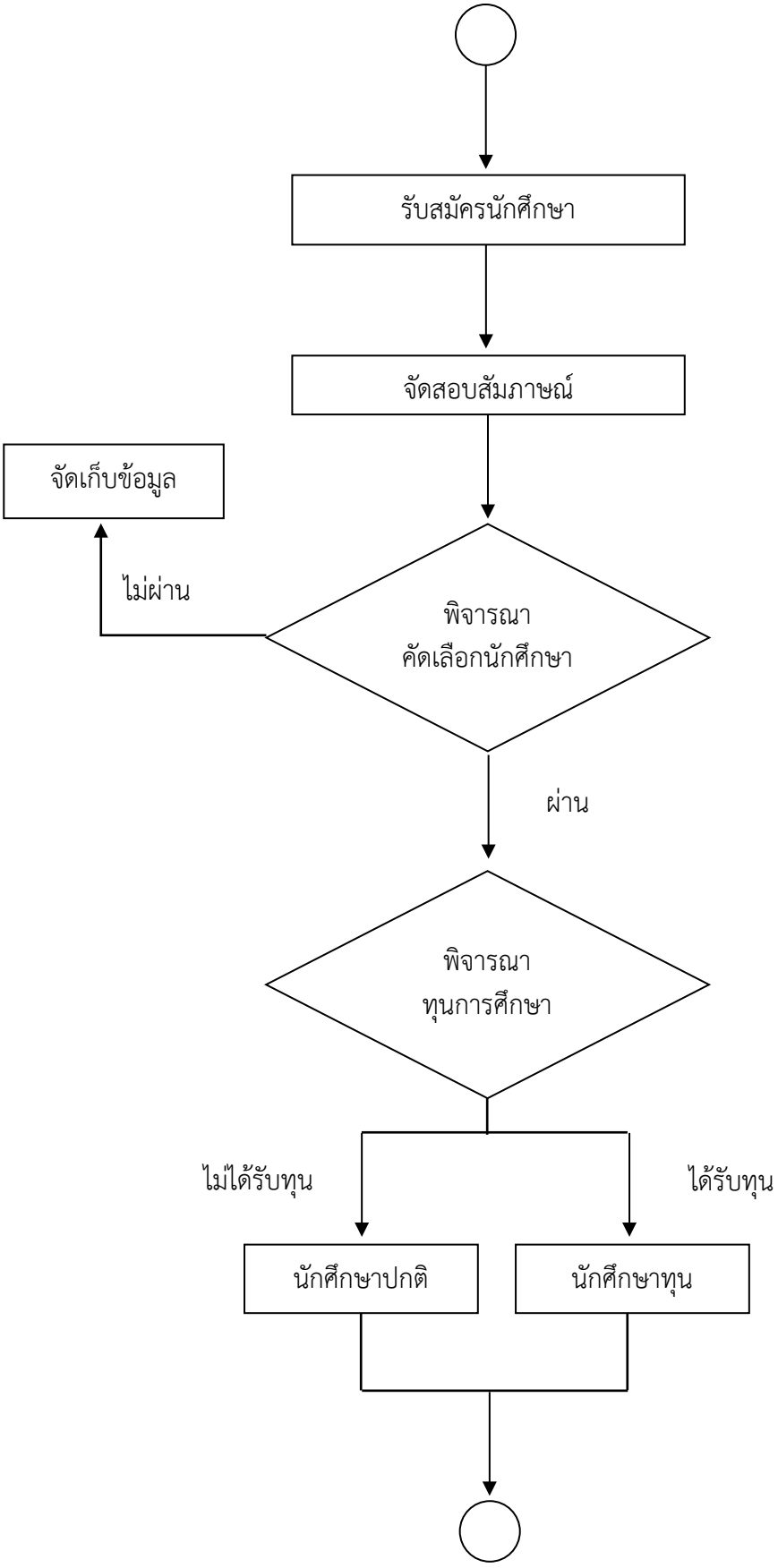
กระบวนการรับนักศึกษา

หลักสูตร คณะ และสถาบันมีกระบวนการรับนักศึกษา เพื่อให้ได้จำนวนนักศึกษาใหม่ตามเป้าหมายที่กำหนด ดังนี้

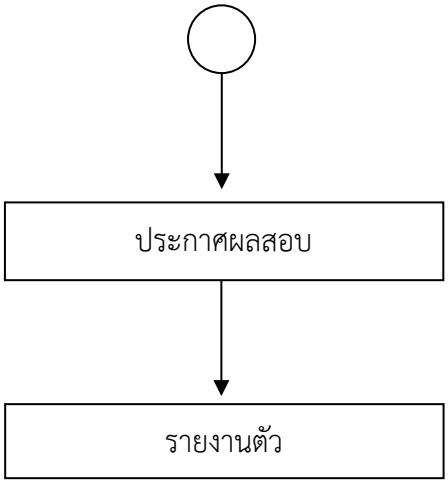
กระบวนการรับนักศึกษาเข้าสู่หลักสูตร



ใช้ภายใน PIM เท่านั้น



ใช้ภายใน PIM เท่านั้น



กระบวนการเตรียมความพร้อมของนักศึกษาแรกเข้า

หลักสูตรมีการจัดการปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ แนะนำการวางเป้าหมายชีวิต เทคนิคการเรียนในระดับอุดมศึกษาและการแบ่งเวลา รวมถึงจัดให้มีระบบอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อทำหน้าที่ดูแล ให้คำแนะนำแก่นักศึกษาและให้เน้นย้ำในกรณีที่นักศึกษามีปัญหาตามข้างต้นเป็นกรณีพิเศษ รวมถึงมีการจัดชั่วโมงโฮมรูมเพื่อติดตามนักศึกษาตลอด 4 ปี นอกจากนี้ยังจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความสัมพันธ์ของนักศึกษาและการดูแลนักศึกษา ได้แก่วันแรกพบระหว่างนักศึกษากับอาจารย์ การติดตามการเรียนของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 จากอาจารย์ผู้สอน และจัดกิจกรรมสอนเสริมถ้าจำเป็น

3. แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

ระดับชั้นปี	จำนวนนักศึกษาแต่ละปีการศึกษา				
	2569	2570	2571	2572	2573
นักศึกษาชั้นปีที่ 1	120	120	120	120	120
นักศึกษาชั้นปีที่ 2	-	118	118	118	118
นักศึกษาชั้นปีที่ 3	-	-	117	117	117
นักศึกษาชั้นปีที่ 4	-	-	-	117	117
รวม	**120**	**238**	**355**	**472**	**472**
คาดว่าจะจบการศึกษา	**-**	**-**	**-**	**117**	**117**

หมายเหตุ Drop Out ปีที่ 1 ไม่เกิน 2%; ปีที่ 2 ไม่เกิน 1%; ปีที่ 3-4 0% ตามมติจากสภาสถาบัน ครั้งที่ 1/2565 วันที่ 25 ม.ค. 2565

4. งบประมาณตามแผน

4.1 งบประมาณรายได้ค่าใช้จ่าย

4.1.1 งบประมาณรายได้ (หน่วย : บาท)

ประเภทรายได้	ปีการศึกษา				
	2569	2570	2571	2572	2573
ค่าเล่าเรียน*	299,000	299,000	299,000	299,000	299,000
รวมรายรับ	**8,970,000**	**17,790,500**	**26,536,250**	**35,282,000**	**35,282,000**
จำนวนนักศึกษาสะสม	**120**	**238**	**355**	**472**	**472**
รายรับต่อหัวนักศึกษา	**74,750**	**74,750**	**74,750**	**74,750**	**74,750**

**ค่าเล่าเรียนหลังหักทุนการศึกษา PIM ตามนโยบายสถาบันปี 2564*

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

4.1.2 งบประมาณรายจ่าย (หน่วย : บาท)

ประเภทรายจ่าย	ปีการศึกษา				
	2569	2570	2571	2572	2573
ค่าใช้จ่าย					
ค่าใช้จ่ายการเรียนการสอน	16,154,999	15,477,263	15,383,497	15,623,813	15,583,356
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (หลักสูตร)	2,195,998	1,094,446	599,633	431,778	236,826
รวมรายจ่าย	**16,154,999**	**15,477,263**	**15,383,497**	**15,820,183**	**15,820,183**
จำนวนนักศึกษาสะสม	**384**	**432**	**446**	**465**	**465**
ค่าใช้จ่ายต่อหัวนักศึกษา	**42,037**	**35,808**	**34,528**	**33,633**	**34,055**

หมายเหตุ : ค่าเล่าเรียนหลังหักทุนการศึกษา PIM ตามนโยบายสถาบันประกาศ ณ วันที่ 29 เมษายน พ.ศ. 2567

4.1.3 งบประมาณการลงทุนในทรัพย์สิน (หน่วย : บาท)

ค่าครุภัณฑ์					

หมายเหตุ : จำนวนนักศึกษาสะสม หมายถึง จำนวนนักศึกษาในหลักสูตรเดิมและหลักสูตรปรับปรุง

5. การจัดการข้อร้องเรียนและอุทธรณ์

สถาบันมีการแต่งตั้งคณะกรรมการจัดการข้อร้องเรียนในระดับสถาบันเพื่อทำหน้าที่ในการดำเนินการจัดการแก้ไขประเด็นการร้องเรียนต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งจัดช่องทางการรับข้อร้องเรียนให้ผู้ที่ต้องการร้องเรียนเข้าถึงได้สะดวก รวดเร็ว โดยมอบหมายให้สำนักสื่อสารองค์กรเป็นหน่วยงานกลางในการดูแลเรื่องร้องเรียนในช่องทางหลักตามที่สถาบันกำหนด และหลักสูตรทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนให้แก่นักศึกษาทราบเพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษาสามารถเข้าถึงช่องทางการร้องเรียนอย่างเท่าเทียม ซึ่งการจัดการแก้ไขประเด็นการร้องเรียนของสถาบันมีกระบวนการดังนี้

1. นักศึกษายื่นเรื่องร้องเรียนผ่านสำนัก คณะ หรือช่องทางรับเรื่องร้องเรียนหลักของสถาบัน
2. ผู้รับผิดชอบรับเรื่องร้องเรียนดำเนินการตรวจสอบยืนยันตัวตนนักศึกษา แล้วดำเนินการพิจารณาประเภทข้อร้องเรียนและระดับความเร่งด่วนของข้อร้องเรียน จากนั้นส่งเรื่องข้อร้องเรียนไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการแก้ไข
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการแก้ไขข้อร้องเรียนภายในระยะเวลาที่กำหนดตามระดับความเร่งด่วนของข้อร้องเรียน (3-7 วันทำการ) หากดำเนินการแก้ไขไม่ได้จะส่งต่อเรื่องให้คณะกรรมการจัดการข้อร้องเรียนพิจารณาแนวทางการแก้ไข ทั้งนี้ข้อร้องเรียนที่มีความเร่งด่วนสูงสุดจะถูกส่งให้คณะกรรมการจัดการข้อร้องเรียนตั้งแต่แรก
4. เมื่อดำเนินการแล้วหน่วยงานที่รับผิดชอบเรื่องร้องเรียนแจ้งผลการแก้ไขให้นักศึกษาทราบ พร้อมทั้งให้นักศึกษาประเมินความพึงพอใจการจัดการข้อร้องเรียน

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ส่วนที่ 8 การประเมินผลการเรียนและเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา

1. การวัดและประเมินผลการศึกษา

การประเมินผลการศึกษา

1) ผลการศึกษาของแต่ละรายวิชาให้มีการประเมินเป็นสัญลักษณ์ที่มีค่าระดับคะแนน จำนวน 8 ระดับ ดังนี้

สัญลักษณ์	ความหมาย	ค่าระดับคะแนน
A	ดีเยี่ยม (Excellent)	4.0
B+	ดีมาก (Very Cood)	3.5
B	ดี (Good)	3.0
C+	ค่อนข้างดี (Fairly Good)	2.5
C	พอใช้ (Fair)	2.0
D+	อ่อน (Poor)	1.5
D	อ่อนมาก (Very Poor)	1.0
F	ตก (Fail)	0

2) ผลการศึกษาของแต่ละรายวิชาให้มีการประเมินเป็นสัญลักษณ์ที่ไม่มีระดับค่าคะแนน ให้ใช้สัญลักษณ์ ดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์	ความหมาย
S	ผลการเรียน/การปฏิบัติ/ฝึกงาน/เป็นที่พอใจ
U	ผลการเรียน/การปฏิบัติ/ฝึกงาน/ไม่เป็นที่พอใจ
AU	ผลการเรียนเป็นพิเศษโดยไม่นับหน่วยกิต (Audit)
I	ผลการประเมินผลยังไม่สมบูรณ์ (Incomplete)
W	ผลการเพิกถอนรายวิชา (Withdrawal)
P	ยังไม่ประเมินผลการเรียนในภาคการศึกษานั้น (In Progress)
X	ไม่มีผลการประเมิน (No Report)

3) ผลการศึกษาจากการเทียบโอนหรือการยกเว้นการเรียนของแต่ละรายวิชาให้มีการประเมินเป็นสัญลักษณ์ที่ไม่มีระดับค่าคะแนน ให้ใช้สัญลักษณ์ ดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์	ความหมาย
ACC	การเทียบโอนรายวิชาจากการพิจารณาของคณะกรรมการเทียบโอนรายวิชา (Accredit)
CE	การทดสอบตามมาตรฐานของสถาบันเป็นการประเมินผลการเรียนรู้ (Credits from Exam)
CP	การเสนอแฟ้มสะสมผลงาน (Credits from Portfolio)
CS	การทดสอบมาตรฐานกลาง (Credits from Standardized Test)
CT	การประเมินการศึกษาหรืออบรมที่จัดโดยหน่วยงานอื่นที่ไม่ใช่สถาบันการศึกษา (Credits from Training)
CX	หน่วยกิตที่ได้รับการยกเว้นการเรียน (Credits from Exemption)
CN	หน่วยกิตจากการประเมินผลการศึกษาหรืออบรมหลักสูตรในสถาบันอุดมศึกษาที่ไม่ได้รับปริญญา (Credits from Non-degree Program)

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ทั้งนี้ ให้เป็นไปตามข้อบังคับสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2566 หมวด 5 การวัดและประเมินผลการศึกษา

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

2. การประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

หลักสูตรกำหนดแนวทางการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) และผลลัพธ์การเรียนรู้รายชั้นปี (YLOs) เพื่อวัดประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียน โดยมีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

วิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	วิธีการประเมิน	เครื่องมือ	เกณฑ์การวัดและประเมินผล
PLO1: สร้างสรรค์งานด้านนิเทศศาสตร์โดยประยุกต์องค์ความรู้และทักษะด้านการสื่อสารบนพื้นฐานจริยธรรมวิชาชีพ	- ใช้การประเมินทั้งในรูปแบบ **Project-based Assessment**, และ **Self/Peer Evaluation** - เน้นการให้ **Feedback เชิงพัฒนา** เพื่อให้นักศึกษาต่อยอดความรู้และปรับปรุงทักษะ - ประเมินความเข้าใจในหลักจริยธรรมโดยการสอบข้อเขียน การวิเคราะห์กรณีศึกษา หรือการนำเสนอแนวทางแก้ปัญหาอย่างมีจริยธรรม	- การนำเสนอ - ข้อสอบ - Scoring Rubrics แบบประเมินการนำเสนอ - Self/Peer Evaluation - แบบประเมินความเป็นบุคลากรที่ดี/แบบประเมินความเข้าใจในวิชาชีพ (ประเมิน SELF ASSESSMENT KNOWLEDGE EVALUATION (SAKE) ซึ่งประเมินโดยสถานประกอบการ)	**แบบประเมินการนำเสนอ** - Scoring Rubrics **ข้อสอบ** - Marking Scheme **แบบประเมินความเป็นบุคลากรที่ดี/แบบประเมินความเข้าใจในวิชาชีพ** - Scoring Rubrics **การตัดเกรด** - Fix range
PLO2: รู้เท่าทันและเลือกใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารและสารสนเทศ เทคโนโลยีดิจิทัล ที่สอดคล้องกับบริบทของการสื่อสาร	- ประเมินจากความสามารถในการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารได้อย่างเหมาะสมกับเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมาย - ใช้เกณฑ์การให้คะแนนที่คำนึงถึงความคิดสร้างสรรค์ ความสอดคล้องของเนื้อหา และคุณภาพด้านเทคนิคของชิ้นงาน	- การนำเสนอ - ข้อสอบ - การทดสอบย่อย ได้แก่ ข้อเขียน และการปฏิบัติ - Scoring Rubrics แบบประเมินการนำเสนอ - Self/Peer Evaluation	**แบบประเมินการนำเสนอ** - Scoring Rubrics **ข้อสอบ** - Marking Scheme **แบบประเมินความเป็นบุคลากรที่ดี/แบบประเมินความเข้าใจในวิชาชีพ** - Scoring Rubrics

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	วิธีการประเมิน	เครื่องมือ	เกณฑ์การวัดและประเมินผล
	- ส่งเสริมการสะท้อนผลการเรียนรู้ (reflection) เพื่อให้นักศึกษาตระหนักถึงข้อดี/ข้อจำกัดของการใช้แต่ละช่องทาง	- แบบประเมินความเป็นบุคลากรที่ดี/แบบประเมินความเข้าใจในวิชาชีพ (ประเมิน SELF ASSESSMENT KNOWLEDGE EVALUATION (SAKE) ซึ่งประเมินโดยสถานประกอบการ)	**การตัดเกรด** - Fix range
PLO3: นำเสนองานด้านนิเทศศาสตร์ผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย	- ประเมินจากความสามารถในการเลือกและใช้เทคโนโลยีที่ **สอดคล้องกับเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมาย** - ใช้การประเมินในรูปแบบ Project-based หรือ Performance Task ที่ให้นักศึกษาสร้างสื่อหรือแคมเปญโดยใช้เทคโนโลยีเฉพาะ - ให้นักศึกษาเขียน Reflection อธิบายเหตุผลในการเลือกใช้เทคโนโลยีนั้นในบริบทที่ตนออกแบบ	- การนำเสนอ	**แบบประเมินการนำเสนอ** - Scoring Rubrics
PLO4: วางแผนการสื่อสารเพื่อจัดการความท้าทายภายในและภายนอกองค์กรอย่างสอดคล้องกับบริบทของการสื่อสารขององค์กรธุรกิจ/แบรนด์ และสังคม	- ประเมินจากแผนการสื่อสารที่นักศึกษาจัดทำโดยพิจารณาความสอดคล้องกับบริบทของแต่ละกรณี - ใช้รูปแบบการประเมินที่หลากหลาย เช่น การนำเสนอ (presentation) นำเสนอแผนกลยุทธ์ - Peer review และ self-assessment	- การนำเสนอ - ข้อสอบ - การทดสอบย่อย ได้แก่ ข้อเขียน และการปฏิบัติ - Scoring Rubrics แบบประเมินการนำเสนอ - Self/Peer Evaluation	**แบบประเมินการนำเสนอ** - Scoring Rubrics **ข้อสอบ** - Marking Scheme **แบบประเมินความเป็นบุคลากรที่ดี/แบบประเมินความเข้าใจในวิชาชีพ** - Scoring Rubrics **การตัดเกรด**

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	วิธีการประเมิน	เครื่องมือ	เกณฑ์การวัดและประเมินผล
	- ให้นักศึกษาอธิบายเหตุผลของการเลือกกลยุทธ์/ช่องทางที่ใช้ในแผน เพื่อสะท้อนความเข้าใจในบริบท	- แบบประเมินความเป็นบุคลากรที่ดี/แบบประเมินความเข้าใจในวิชาชีพ (ประเมิน SELF ASSESSMENT KNOWLEDGE EVALUATION (SAKE) ซึ่งประเมินโดยสถานประกอบการ)	- Fix range
PLO5: แสดงออกถึงความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงในบริบทของการสื่อสาร ธุรกิจ และสังคม	- ประเมินจากความสามารถในการ **วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย** และการออกแบบเนื้อหา/รูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสม - พิจารณาความถูกต้องของกลยุทธ์ตามข้อมูลจริงและความเหมาะสมในบริบททางสังคม - ใช้รูปแบบการประเมินที่หลากหลาย เช่น รายงานวิเคราะห์, การนำเสนอแนวคิดสื่อ, การอภิปรายทางจริยธรรม	- การนำเสนอ - ข้อสอบ - การทดสอบย่อย ได้แก่ ข้อเขียน และการปฏิบัติ - Scoring Rubrics แบบประเมินการนำเสนอ - Self/Peer Evaluation - แบบประเมินความเป็นบุคลากรที่ดี/แบบประเมินความเข้าใจในวิชาชีพ (ประเมิน SELF ASSESSMENT KNOWLEDGE EVALUATION (SAKE) ซึ่งประเมินโดยสถานประกอบการ)	**แบบประเมินการนำเสนอ** - Scoring Rubrics **ข้อสอบ** - Marking Scheme **แบบประเมินความเป็นบุคลากรที่ดี/แบบประเมินความเข้าใจในวิชาชีพ** - Scoring Rubrics **การตัดเกรด** - Fix range

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	วิธีการประเมิน	เครื่องมือ	เกณฑ์การวัดและประเมินผล
PLO1: สร้างสรรค์งานด้านนิเทศศาสตร์โดยประยุกต์องค์ความรู้และทักษะด้านการสื่อสารบนพื้นฐานจริยธรรมวิชาชีพ	- ใช้การประเมินทั้งในรูปแบบ **Project-based Assessment**, และ **Self/Peer Evaluation** - เน้นการให้ **Feedback เชิงพัฒนา** เพื่อให้นักศึกษาต่อยอดความรู้และปรับปรุงทักษะ - ประเมินความเข้าใจในหลักจริยธรรมโดยการสอบข้อเขียน การวิเคราะห์กรณีศึกษา หรือการนำเสนอแนวทางแก้ปัญหาอย่างมีจริยธรรม	- การนำเสนอ - ข้อสอบ - Scoring Rubrics แบบประเมินการนำเสนอ - Self/Peer Evaluation - แบบประเมินความเป็นบุคลากรที่ดี/แบบประเมินความเข้าใจในวิชาชีพ (ประเมิน SELF ASSESSMENT KNOWLEDGE EVALUATION (SAKE) ซึ่งประเมินโดยสถานประกอบการ)	**แบบประเมินการนำเสนอ** - Scoring Rubrics **ข้อสอบ** - Marking Scheme **แบบประเมินความเป็นบุคลากรที่ดี/แบบประเมินความเข้าใจในวิชาชีพ** - Scoring Rubrics **การตัดเกรด** - Fix range
PLO2: รู้เท่าทันและเลือกใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารและสารสนเทศ เทคโนโลยีดิจิทัล ที่สอดคล้องกับบริบทของการสื่อสาร	- ประเมินจากความสามารถในการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารได้อย่างเหมาะสมกับเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมาย - ใช้เกณฑ์การให้คะแนนที่คำนึงถึงความคิดสร้างสรรค์ ความสอดคล้องของเนื้อหา และคุณภาพด้านเทคนิคของชิ้นงาน - ส่งเสริมการสะท้อนผลการเรียนรู้ (reflection) เพื่อให้นักศึกษาตระหนักถึงข้อดี/ข้อจำกัดของการใช้แต่ละช่องทาง	- การนำเสนอ - ข้อสอบ - การทดสอบย่อย ได้แก่ ข้อเขียน และการปฏิบัติ - Scoring Rubrics แบบประเมินการนำเสนอ - Self/Peer Evaluation - แบบประเมินความเป็นบุคลากรที่ดี/แบบประเมินความเข้าใจในวิชาชีพ (ประเมิน SELF ASSESSMENT KNOWLEDGE EVALUATION (SAKE)	**แบบประเมินการนำเสนอ** - Scoring Rubrics **ข้อสอบ** - Marking Scheme **แบบประเมินความเป็นบุคลากรที่ดี/แบบประเมินความเข้าใจในวิชาชีพ** - Scoring Rubrics **การตัดเกรด** - Fix range

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	วิธีการประเมิน	เครื่องมือ	เกณฑ์การวัดและประเมินผล
		ซึ่งประเมินโดยสถานประกอบการ)	
PLO3: นำเสนองานด้านนิเทศศาสตร์ผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย	- ประเมินจากความสามารถในการเลือกและใช้เทคโนโลยีที่ **สอดคล้องกับเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมาย** - ใช้การประเมินในรูปแบบ Project-based หรือ Performance Task ที่ให้นักศึกษาสร้างสื่อหรือแคมเปญโดยใช้เทคโนโลยีเฉพาะ - ให้นักศึกษาเขียน Reflection อธิบายเหตุผลในการเลือกใช้เทคโนโลยีนั้นในบริบทที่ตนออกแบบ	- การนำเสนอ	**แบบประเมินการนำเสนอ** - Scoring Rubrics
PLO4: วางแผน ผลิต และเผยแพร่สื่อหลากหลายรูปแบบ บนหลากหลายแพลตฟอร์มที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร	- ประเมินผลเป็นรายโปรเจกต์ที่ครอบคลุม 3 ขั้นตอนหลัก: 1. **วางแผนการสื่อสาร** – วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย กำหนดวัตถุประสงค์ และเลือกแพลตฟอร์ม 2. **การผลิตสื่อ** – เนื้อหา รูปแบบ ความคิดสร้างสรรค์ และความเหมาะสม 3. **การเผยแพร่และประเมินผล** – วิเคราะห์ผลลัพธ์และเสนอแนวทางปรับปรุง - ใช้ทั้งการประเมินจากอาจารย์, peer review และการสะท้อนผลลัพธ์จากแพลตฟอร์มจริง	- การนำเสนอ - ข้อสอบ - การทดสอบย่อย ได้แก่ ข้อเขียน และการปฏิบัติ - Scoring Rubrics แบบประเมินการนำเสนอ - Self/Peer Evaluation - แบบประเมินความเป็นบุคลากรที่ดี/แบบประเมินความเข้าใจในวิชาชีพ (ประเมิน SELF ASSESSMENT KNOWLEDGE EVALUATION (SAKE)	**แบบประเมินการนำเสนอ** - Scoring Rubrics **ข้อสอบ** - Marking Scheme **แบบประเมินความเป็นบุคลากรที่ดี/แบบประเมินความเข้าใจในวิชาชีพ** - Scoring Rubrics **การตัดเกรด** - Fix range

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	วิธีการประเมิน	เครื่องมือ	เกณฑ์การวัดและประเมินผล
		ซึ่งประเมินโดยสถานประกอบการ)	
PLO5: เป็นผู้ที่มีความไวต่อคุณค่าข่าว รู้ว่าเหตุการณ์ใดควรเป็นข่าวและผลักดันเนื้อหาเพื่อการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงในสังคม	- ประเมินจาก • **ความสามารถในการเลือกประเด็นข่าว** ที่มีคุณค่าต่อสาธารณะ • ความลึกของการวิเคราะห์ • ความสามารถในการเล่าเรื่องอย่างมีพลังและชวนคิด • ความถูกต้องและจริยธรรมในการรายงาน - ใช้รูปแบบการประเมินที่หลากหลาย เช่น ผลงานข่าว สารคดีรายงานพิเศษ การนำเสนอไอเดียข่าว และวารสารสะท้อนความคิด	- การนำเสนอ - ข้อสอบ - การทดสอบย่อย ได้แก่ ข้อเขียน และการปฏิบัติ - Scoring Rubrics แบบประเมินการนำเสนอ - Self/Peer Evaluation - แบบประเมินความเป็นบุคลากรที่ดี และแบบประเมินความเข้าใจในวิชาชีพ (ประเมิน SELF ASSESSMENT KNOWLEDGE EVALUATION (SAKE) ซึ่งประเมินโดยสถานประกอบการ)	**แบบประเมินการนำเสนอ** - Scoring Rubrics **ข้อสอบ** - Marking Scheme **แบบประเมินความเป็นบุคลากรที่ดี/แบบประเมินความเข้าใจในวิชาชีพ** - Scoring Rubrics **การตัดเกรด** - Fix range

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

3. การติดตามความก้าวหน้าผลลัพธ์การเรียนรู้รายชั้นปี

วิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์

ชั้นปีที่	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายชั้นปี (YLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs ของหลักสูตร	วิธีการประเมิน	เครื่องมือ	เกณฑ์การวัดและประเมินผล
1	YLO 1.1 วิเคราะห์หลักการเบื้องต้นของนิเทศศาสตร์ และรูปแบบการสื่อสารในชีวิตประจำวัน YLO 1.2 เข้าใจความสำคัญของการสื่อสารแบรนด์และองค์กรขององค์กรธุรกิจ YLO 1.3 แยกแยะองค์ประกอบของการสื่อสารที่มีจริยธรรมและไม่มีจริยธรรม YLO 1.4 สำรวจและวิเคราะห์เครื่องมือดิจิทัลขั้นพื้นฐานที่ใช้ในการสื่อสาร YLO 1.5 ตระหนักถึงความสำคัญของระเบียบวินัย และกฎระเบียบในสังคม	PLO1, 3, 5	1.1 ประเมินทักษะด้านการวิเคราะห์ด้านนิเทศศาสตร์ผ่านการสอบประเมินผลในรายวิชา และการทดสอบย่อยในชั้นเรียน เช่น วิชาหลักและทฤษฎีนิเทศศาสตร์ วิชาพื้นฐานทางธุรกิจและการตลาดดิจิทัลสำหรับนิเทศศาสตร์ วิชาการรู้เท่าทันสื่อ ข้อมูล และดิจิทัล กฎหมาย และจริยธรรมการสื่อสาร เป็นต้น 1.2 ประเมินความเข้าใจความสำคัญของการสื่อสารแบรนด์และองค์กร ผ่านการนำเสนอในชั้นเรียน การสอบประเมินผลในรายวิชา และการทำสอบย่อย เช่น วิชาความรู้พื้นฐานการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์ วิชาการเขียนเพื่อการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์ เป็นต้น 1.3 ประเมินการแยกแยะองค์ประกอบของการสื่อสาร และด้านจริยธรรม	- แบบประเมินการนำเสนอแบบ Scoring Rubrics - ข้อสอบอัตนัย โดยมี Marking Scheme - แบบประเมินความเป็นบุคลากรที่ดี และแบบประเมินความเข้าใจในวิชาชีพ (ประเมิน SELF ASSESSMENT KNOWLEDGE EVALUATION (SAKE) ซึ่งประเมินโดยสถานประกอบการ)	แบบประเมินการนำเสนอ - ร้อยละคะแนนหรืออื่นๆ ตามที่หลักสูตรกำหนด การให้เกรดแบบ Fix-range (A-F)

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ชั้นปีที่	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายชั้นปี (YLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs ของหลักสูตร	วิธีการประเมิน	เครื่องมือ	เกณฑ์การวัดและประเมินผล
			ผ่านการนำเสนอ และการสอบ ประเมินผลในรายวิชา เช่น วิชาหลักและทฤษฎีนิเทศศาสตร์ วิชาพื้นฐานทางธุรกิจและการตลาดดิจิทัลสำหรับนิเทศศาสตร์ วิชาการรู้เท่าทันสื่อ ข้อมูล และดิจิทัล กฎหมายและจริยธรรมการสื่อสาร วิชาความรู้พื้นฐานการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์ เป็นต้น 1.4 ประเมินทักษะการใช้เครื่องมือดิจิทัลขั้นพื้นฐาน ผ่านการนำเสนอและการประเมินผลในรายวิชา เช่น วิชาพื้นฐานทางธุรกิจและการตลาดดิจิทัลสำหรับนิเทศศาสตร์ วิชาเทคนิคการถ่ายภาพและการตกแต่ง วิชาการรู้เท่าทันสื่อ ข้อมูล และดิจิทัล ความรู้พื้นฐานการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์ 1.5 ประเมินถึงความตระหนักและการเห็นความสำคัญของระเบียบวินัยและการเคารพกฎระเบียบบนสังคม ผ่านการประเมินการเป็นบุคลากรที่ดี ในรายวิชาการเรียนรู้ภาคปฏิบัติ		

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ชั้นปีที่	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายชั้นปี (YLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs ของหลักสูตร	วิธีการประเมิน	เครื่องมือ	เกณฑ์การวัดและประเมินผล
			ด้านนิเทศศาสตร์ 1 และอาจารย์ผู้สอนชี้แจงถึงกฎระเบียบในการเข้าเรียนในทุกรายวิชา		
2	YLO 2.1 วิเคราะห์โครงสร้างเนื้อหาสื่อ เช่น การสื่อสารแบรนด์ สื่อสารองค์กร สื่อสารการตลาด YLO 2.2 วิเคราะห์ความเหมาะสมของการเลือกช่องทางการสื่อสารให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย YLO 2.3 วิเคราะห์ความแตกต่างของเครื่องมือสื่อสารดิจิทัลในเชิงเทคนิคและการใช้งาน YLO 2.4 ตระหนักถึงความสัมพันธ์ในการสื่อสารองค์กร สื่อสารแบรนด์ กับผู้มีส่วนได้เสีย	PLO1, 2, 3	2.1 ประเมินทักษะด้านการวิเคราะห์โครงสร้างเนื้อหาสื่อ ผ่านการสอบประเมินผลในรายวิชา และการทดสอบย่อยในชั้นเรียน เช่น วิชาการวิเคราะห์การตลาดและการเข้าใจผู้บริโภคเชิงลึก วิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล วิชาจิตวิทยาเพื่อการสื่อสาร วิชาการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการและกลยุทธ์สื่อ เป็นต้น 2.2 ประเมินทักษะด้านการวิเคราะห์ความเหมาะสมในการเลือกใช้สื่อ ที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ผ่านการสอบประเมินผลในรายวิชา และการทดสอบย่อยในชั้นเรียน เช่น วิชาการวิเคราะห์การตลาดและการเข้าใจผู้บริโภคเชิงลึก วิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล วิชาการจัดการการประชาสัมพันธ์ วิชาการ	- แบบประเมินการนำเสนอแบบ Scoring Rubrics - ข้อสอบอัตนัย โดยมี Marking Scheme - แบบประเมินความเป็นบุคลากรที่ดี และแบบประเมินความเข้าใจในวิชาชีพ (ประเมิน SELF ASSESSMENT KNOWLEDGE EVALUATION (SAKE) ซึ่งประเมินโดยสถานประกอบการ)	แบบประเมินการนำเสนอ - ร้อยละคะแนนหรืออื่นๆ ตามที่หลักสูตรกำหนด การให้เกรดแบบ Fix-range (A-F)

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ชั้นปีที่	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายชั้นปี (YLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs ของหลักสูตร	วิธีการประเมิน	เครื่องมือ	เกณฑ์การวัดและประเมินผล
			สื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการและกลยุทธ์สื่อ เป็นต้น 2.3 ประเมินทักษะการใช้เครื่องมือการสื่อสารดิจิทัล ผ่านการทดสอบย่อย การนำเสนองาน และการสอบประเมินผลในรายวิชา เช่น วิชาการวิเคราะห์การตลาดและการเข้าใจผู้บริโภคเชิงลึก วิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล วิชาการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการและกลยุทธ์สื่อ เป็นต้น 2.4 ประเมินการตระหนักถึงความความสัมพันธ์ในการสื่อสารองค์กร สื่อสารแบรนด์ กับผู้มีส่วนได้เสีย ผ่านการประเมินความเข้าใจวิชาชีพในรายวิชาการเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 2 และการสอบประเมินผลในรายวิชาการจัดการการประชาสัมพันธ์		
3	YLO 3.1 วิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายในเชิงพฤติกรรม ทัศนคติ และบริบททางสังคม	PLO2, 3, 4	3.1 ประเมินทักษะด้านการวิเคราะห์พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย ผ่านการสอบประเมินผลในรายวิชา และการทดสอบย่อยในชั้นเรียน เช่น	- แบบประเมินการนำเสนอแบบ Scoring Rubrics	แบบประเมินการนำเสนอ - ร้อยละคะแนนหรืออื่นๆ ตามที่หลักสูตรกำหนด

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ชั้นปีที่	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายชั้นปี (YLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs ของหลักสูตร	วิธีการประเมิน	เครื่องมือ	เกณฑ์การวัดและประเมินผล
	YLO 3.2 วิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารขององค์กรและแบรนด์ที่ประสบความสำเร็จ YLO 3.3 ประเมินศักยภาพของเทคโนโลยีในการสร้างผลกระทบทางการสื่อสาร YLO 3.4 ประยุกต์ข้อมูลทางการตลาดในการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด YLO 3.5 มีความสามารถในการวางแผนการสื่อสารแบรนด์และสื่อสารองค์กรเพื่อตอบโจทย์วัตถุประสงค์ทางธุรกิจ		การวิจัยเพื่องานนิเทศศาสตร์ วิชาการวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ วิชาการจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย วิชาการจัดการข้อมูลด้วยปัญญาประดิษฐ์เพื่อกลยุทธ์องค์กรและแบรนด์ เป็นต้น 3.2 ประเมินทักษะด้านการวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสาร ผ่านการสอบประเมินผลในรายวิชา การนำเสนอ และการทดสอบย่อยในชั้นเรียน เช่น การวิจัยเพื่องานนิเทศศาสตร์ วิชาการวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ วิชาการจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย วิชาการจัดการข้อมูลด้วยปัญญาประดิษฐ์เพื่อกลยุทธ์องค์กรและแบรนด์ วิชาการเป็นผู้ประกอบการ เป็นต้น 3.3 ประเมินทักษะด้านเทคโนโลยีในการสื่อสารที่สร้างผลกระทบกับการสื่อสาร ผ่านการสอบประเมินผลในรายวิชา การนำเสนอ และการทดสอบย่อยในชั้นเรียน เช่น วิชาการวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	- ข้อสอบอัตนัย โดยมี Marking Scheme - แบบประเมินความเป็นบุคลากรที่ดี และแบบประเมินความเข้าใจในวิชาชีพ (ประเมิน SELF ASSESSMENT KNOWLEDGE EVALUATION (SAKE) ซึ่งประเมินโดยสถานประกอบการ)	การให้เกรดแบบ Fix-range (A-F)

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ชั้นปีที่	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายชั้นปี (YLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs ของหลักสูตร	วิธีการประเมิน	เครื่องมือ	เกณฑ์การวัดและประเมินผล
			วิชาการจัดการข้อมูลด้วยปัญญาประดิษฐ์เพื่อกลยุทธ์องค์กรและแบรนด์ วิชาการเป็นผู้ประกอบการ เป็นต้น 3.4 ประเมินทักษะด้านการประยุกต์ข้อมูลทางการตลาดในการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด ผ่านการสอบประเมินผลในรายวิชา การนำเสนอ และการทดสอบย่อยในชั้นเรียน เช่น การวิจัยเพื่องานนิเทศศาสตร์ วิชาการวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ วิชาการจัดการข้อมูลด้วยปัญญาประดิษฐ์เพื่อกลยุทธ์องค์กรและแบรนด์ วิชาการเป็นผู้ประกอบการ เป็นต้น 3.5 ประเมินทักษะด้านการวางแผนการสื่อสารแบรนด์และสื่อสารองค์กรเพื่อตอบโจทย์วัตถุประสงค์ทางธุรกิจ ผ่านการสอบประเมินผลในรายวิชา การนำเสนอ และการทดสอบย่อยในชั้นเรียน เช่น การวิจัยเพื่องานนิเทศศาสตร์ วิชาการ		

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ชั้นปีที่	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายชั้นปี (YLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs ของหลักสูตร	วิธีการประเมิน	เครื่องมือ	เกณฑ์การวัดและประเมินผล
			วางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ วิชาการจัดการข้อมูลด้วยปัญญาประดิษฐ์เพื่อกลยุทธ์องค์กรและแบรนด์ วิชาการเป็นผู้ประกอบการ เป็นต้น และผ่านการประเมินความเข้าใจวิชาชีพ ในรายวิชาการเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 3 และการเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 4 และการสอบประเมินผลในรายวิชาการจัดการการประชาสัมพันธ์		
4	YLO 4.1 วิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภค YLO 4.2 ประเมินผลกระทบของงานสื่อสารที่สร้างขึ้นต่อองค์กรและสังคม YLO 4.3 สร้างสรรค์แผนการสื่อสารบนพื้นฐานข้อมูลทางการตลาดในการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด เพื่อแก้ไขโจทย์หรือต่อยอดทางธุรกิจ	PLO1, 2, 3, 4, 5	4.1 ประเมินทักษะด้านการวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภค ผ่านการสอบประเมินผลในรายวิชาและการทดสอบย่อยในชั้นเรียน เช่น วิชาการบริหารการสื่อสารในสถานการณ์ความเสี่ยงและภาวะวิกฤต และวิชาโครงงานนวัตกรรมนิเทศศาสตร์ เป็นต้น 4.2 ประเมินทักษะด้านการทักษะการสื่อสารที่สร้างผลกระทบต่อองค์กรและสังคม ผ่านการสอบประเมินผล	- แบบประเมินการนำเสนอแบบ Scoring Rubrics - ข้อสอบอัตนัย โดยมี Marking Scheme - แบบประเมินความเป็นบุคลากรที่ดี และแบบประเมินความเข้าใจในวิชาชีพ (ประเมิน SELF ASSESSMENT KNOWLEDGE	แบบประเมินการนำเสนอ - ร้อยละคะแนนหรืออื่นๆ ตามที่หลักสูตรกำหนด การให้เกรดแบบ Fix-range (A-F)

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ชั้นปีที่	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายชั้นปี (YLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs ของหลักสูตร	วิธีการประเมิน	เครื่องมือ	เกณฑ์การวัดและประเมินผล
	YLO 4.4 พร้อมทำงานได้จริง (Ready to Work)		ในรายวิชา และการทดสอบย่อยในชั้นเรียน เช่น การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 5 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 6 วิชาโครงงานนวัตกรรมนิเทศศาสตร์ เป็นต้น 4.3 ประเมินทักษะด้านการวิเคราะห์สร้างสรรค์แผนการสื่อสารบนพื้นฐานข้อมูลทางการตลาดในการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด ผ่านการสอบประเมินผลในรายวิชาและการทดสอบย่อยในชั้นเรียน เช่น การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 5 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 6 วิชาโครงงานนวัตกรรมนิเทศศาสตร์ เป็นต้น 4.4 ประเมินทักษะความพร้อมในการทำงานได้จริง (Ready to Work) ผ่านการสอบประเมินผลในรายวิชา เช่น การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 5 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 6 วิชาโครงงานนวัตกรรมนิเทศศาสตร์ เป็นต้น	EVALUATION - SAKE) ซึ่งประเมินโดยสถานประกอบการ)	

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล

ชั้นปีที่	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายชั้นปี (YLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs ของหลักสูตร	วิธีการประเมิน	เครื่องมือ	เกณฑ์การวัดและประเมินผล
1	YLO 1.1 วิเคราะห์องค์ประกอบของงานนิเทศศาสตร์ประเภทต่าง ๆ พร้อมอธิบายแนวทางการใช้จริยธรรมในกระบวนการผลิตสื่อเบื้องต้น YLO 1.2 วิเคราะห์ลักษณะของเทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศในรูปแบบต่าง ๆ พร้อมอธิบายความเหมาะสมของแต่ละเทคโนโลยีกับบริบทการสื่อสารที่แตกต่างกัน YLO 1.3 วิเคราะห์ลักษณะเฉพาะของช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ความต่างของสื่อสิ่งพิมพ์ ทีวี โซเชียลมีเดีย พร้อมเปรียบเทียบข้อดี-ข้อจำกัดของแต่ละช่องทางและประเมินความเหมาะสมของแต่ละช่องทางในการนำเสนองานนิเทศศาสตร์เบื้องต้น YLO 1.4 วิเคราะห์ประเภทของสื่อ รูปแบบการนำเสนอ และลักษณะของแพลตฟอร์มที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการสื่อสารในบริบทต่าง ๆ YLO 1.5 วิเคราะห์องค์ประกอบของข่าวและแยกแยะได้ว่าเหตุการณ์ใดมีคุณค่าควร	PLO1, 2, 3	1.1 ประเมินทักษะด้านการวิเคราะห์ด้านนิเทศศาสตร์ผ่านการสอบประเมินผลในรายวิชา และการทดสอบย่อยในชั้นเรียน เช่น วิชาหลักและทฤษฎีนิเทศศาสตร์ วิชาพื้นฐานทางธุรกิจและการตลาดดิจิทัลสำหรับนิเทศศาสตร์ วิชาการรู้เท่าทันสื่อ ข้อมูล และดิจิทัล กฎหมาย และจริยธรรมการสื่อสาร เป็นต้น 1.2 ประเมินทักษะการวิเคราะห์ลักษณะของเทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศในรูปแบบต่าง ๆ พร้อมอธิบายความเหมาะสมของแต่ละเทคโนโลยีกับบริบทการสื่อสารที่แตกต่างกัน ผ่านการทดสอบย่อยในชั้นเรียน การรายงานกรณีศึกษาการวิเคราะห์เปรียบเทียบเทคโนโลยีการสื่อสาร การใช้สื่อที่สะท้อนเรื่องจริยธรรม การสอบและประเมินผลในรายวิชา เช่น หลักและทฤษฎีนิเทศศาสตร์ วิชาพื้นฐานทางธุรกิจ	- แบบประเมินการนำเสนอแบบ Scoring Rubrics - แบบฟอร์มวิเคราะห์องค์ประกอบงานนิเทศศาสตร์/ ตารางวิเคราะห์ช่องทางการสื่อสาร (Media Channel Matrix) /แบบฟอร์มการวิเคราะห์คุณค่าข่าว (News Value Checklist) - รายงานกรณีศึกษา / การนำเสนอด้วยอินโฟกราฟิกหรือพรีเซนเทชัน - ข้อสอบ	**แบบประเมินการนำเสนอ** - ร้อยละคะแนนหรืออื่นๆ ตามที่หลักสูตรกำหนด การให้เกรดแบบ Fix-range (A-F) **เกณฑ์การประเมิน** - เข้าใจองค์ประกอบหลักของสื่อ (เนื้อหา รูปแบบ กลุ่มเป้าหมาย สื่อ ช่องทาง) - เข้าใจองค์ประกอบและคุณค่าข่าว และผลกระทบทางสังคม - อธิบายจริยธรรมที่เกี่ยวข้องได้อย่างชัดเจน - ยกตัวอย่างประเด็นจริยธรรมจากสื่อได้อย่างเหมาะสม

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ชั้นปีที่	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายชั้นปี (YLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs ของหลักสูตร	วิธีการประเมิน	เครื่องมือ	เกณฑ์การวัดและประเมินผล
	เป็นข่าว โดยเชื่อมโยงกับประเด็นสาธารณะและผลกระทบต่อสังคม		และการตลาดดิจิทัลสำหรับนิเทศศาสตร์ วิชาการรู้เท่าทันสื่อ ข้อมูล และดิจิทัล 1.3 วิเคราะห์ลักษณะเฉพาะของช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ความต่างของสื่อสิ่งพิมพ์ ทีวี โซเชียลมีเดีย พร้อมเปรียบเทียบข้อดี-ข้อจำกัดของแต่ละช่องทางและประเมินความเหมาะสมของแต่ละช่องทางในการนำเสนองานนิเทศศาสตร์เบื้องต้น ผ่านการทดสอบย่อยในชั้นเรียน การรายงานกรณีศึกษาการวิเคราะห์เปรียบเทียบเทคโนโลยีการสื่อสาร การใช้สื่อที่สะท้อนเรื่องจริยธรรม การสอบและประเมินผลในรายวิชา เช่น หลักและทฤษฎีนิเทศศาสตร์ วิชาพื้นฐานทางธุรกิจและการตลาดดิจิทัลสำหรับนิเทศศาสตร์ วิชาการรู้เท่าทันสื่อ ข้อมูล และดิจิทัล 1.4 วิเคราะห์ประเภทของสื่อ รูปแบบการนำเสนอ และลักษณะของแพลตฟอร์มที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการสื่อสารใน		

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ชั้นปีที่	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายชั้นปี (YLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs ของหลักสูตร	วิธีการประเมิน	เครื่องมือ	เกณฑ์การวัดและประเมินผล
			บริบทต่าง ๆ ผ่านการทดสอบย่อยในชั้นเรียน การรายงานกรณีศึกษา การวิเคราะห์เปรียบเทียบเทคโนโลยีการสื่อสาร การใช้สื่อที่สะท้อนเรื่องจริยธรรม การสอบและประเมินผลในรายวิชา เช่น หลักและทฤษฎีนิเทศศาสตร์ วิชาพื้นฐานทางธุรกิจและการตลาดดิจิทัลสำหรับนิเทศศาสตร์ วิชาการรู้เท่าทันสื่อ ข้อมูลและดิจิทัล 1.5 วิเคราะห์องค์ประกอบของข่าว และแยกแยะได้ว่าเหตุการณ์ใดมีคุณค่าควรเป็นข่าว โดยเชื่อมโยงกับประเด็นสาธารณะและผลกระทบต่อสังคม ผ่านการทดสอบย่อยในชั้นเรียน การรายงานกรณีศึกษาการวิเคราะห์เปรียบเทียบเทคโนโลยีการสื่อสาร การใช้สื่อที่สะท้อนเรื่องจริยธรรม การสอบและประเมินผลในรายวิชา เช่น หลักและทฤษฎีนิเทศศาสตร์ วิชาพื้นฐานทางธุรกิจและการตลาดดิจิทัลสำหรับนิเทศ		

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ชั้นปีที่	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายชั้นปี (YLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs ของหลักสูตร	วิธีการประเมิน	เครื่องมือ	เกณฑ์การวัดและประเมินผล
			ศาสตร์ วิชาการรู้เท่าทันสื่อ ข้อมูล และดิจิทัล		
2	YLO 2.1 ประเมินคุณภาพของสื่อและชิ้นงานนิเทศศาสตร์โดยใช้เกณฑ์ด้านการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและความเหมาะสมทางจริยธรรม มีการวิจารณ์งานสื่อ วิเคราะห์จุดแข็ง-จุดอ่อน และประเมินผลกระทบต่อสังคม YLO 2.2 ประเมินการเลือกใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสื่อสาร โดยคำนึงถึงลักษณะเนื้อหา กลุ่มเป้าหมาย และข้อจำกัดของเทคโนโลยีนั้น ๆ YLO 2.3 ประเมินรูปแบบการนำเสนอผลงานนิเทศศาสตร์ผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลาย วิจารณ์คลิปวิดีโอ โพสต์ หรือแคมเปญสื่อสาร และวิเคราะห์ความเหมาะสมของช่องทางที่ใช้กับกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้หลักการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับบริบท YLO 2.4 ประเมินความเหมาะสมของแผนการสื่อสารผ่านสื่อและแพลตฟอร์มต่าง ๆ โดยพิจารณาจากวัตถุประสงค์ของการสื่อสารและกลุ่มเป้าหมาย	PLO 1, 2, 3, 4	2.1 ประเมินคุณภาพของสื่อและชิ้นงานนิเทศศาสตร์โดยใช้เกณฑ์ด้านการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและความเหมาะสมทางจริยธรรม ผ่านการทดสอบย่อยในชั้นเรียน การรายงานกรณีศึกษาการวิเคราะห์คุณภาพสื่อ ความเหมาะสมทางจริยธรรม การสอบและประเมินผลในรายวิชา เช่น ความคิดสร้างสรรค์และการนำเสนอเพื่องานนิเทศศาสตร์ ความรู้พื้นฐานวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล การรายงานและบรรณาธิกรข่าว 2.2 ประเมินการเลือกใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสื่อสาร โดยคำนึงถึงลักษณะเนื้อหา กลุ่มเป้าหมาย และข้อจำกัดของเทคโนโลยีนั้น ๆ ผ่านกิจกรรม นำเสนอและเปรียบเทียบการใช้เทคโนโลยีในแต่ละกรณี การสอบและประเมินผลในรายวิชา เช่น ความคิดสร้างสรรค์และการนำเสนอ	- แบบประเมินการนำเสนอแบบ Scoring Rubrics - แบบวิเคราะห์ตามเกณฑ์วิเคราะห์เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Tech Evaluation Checklist) - โดยพิจารณา ความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ความเข้ากันได้กับเนื้อหาและข้อจำกัดทางเทคนิค/การเข้าถึง - แบบประเมินกลุ่ม (Peer Evaluation) และแบบประเมินอาจารย์ - แบบฟอร์มประเมินจริยธรรมข่าว	**แบบประเมินการนำเสนอ** - ร้อยละคะแนนหรืออื่นๆ ตามที่หลักสูตรกำหนด - การให้เกรดแบบ Fix-range (A-F) **เกณฑ์การประเมิน** - ความชัดเจนของสาร - การใช้ภาษาและภาพประกอบ - ความถูกต้อง รอบด้าน ไม่ละเมิดจริยธรรมและการเคารพสิทธิส่วนบุคคล - ผลกระทบเชิงบวก/ลบต่อสังคม

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ชั้นปีที่	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายชั้นปี (YLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs ของหลักสูตร	วิธีการประเมิน	เครื่องมือ	เกณฑ์การวัดและประเมินผล
	YLO 2.5 ประเมินความเหมาะสมของเนื้อหาข่าวและแนวทางการนำเสนอ โดยใช้หลักคุณค่าข่าว จริยธรรม และความเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ		เพื่องานนิเทศศาสตร์ ความรู้พื้นฐานวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล การรายงานและบรรณาธิกรข่าว 2.3 ประเมินรูปแบบการนำเสนอผลงานนิเทศศาสตร์ผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลาย ความเหมาะสมของช่องทางที่ใช้กับกลุ่มเป้าหมาย ผ่านกิจกรรม วิเคราะห์สื่อ การสอบและประเมินผลในรายวิชา เช่น ความคิดสร้างสรรค์และการนำเสนอเพื่องานนิเทศศาสตร์ ความรู้พื้นฐานวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล การรายงานและบรรณาธิกรข่าว 2.4 ประเมินความเหมาะสมของแผนการสื่อสารผ่านสื่อและแพลตฟอร์มต่าง ๆ ผ่านกิจกรรมนำเสนอและวิเคราะห์กรณีศึกษา การสอบและประเมินผลในรายวิชา เช่น ความคิดสร้างสรรค์และการนำเสนอเพื่องานนิเทศศาสตร์ ความรู้พื้นฐานวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล การรายงานและบรรณาธิกรข่าว	(Ethical News Evaluation Form) - แบบฟอร์มวิจารณ์แผนการสื่อสาร (Plan Critique Form)/ - แบบฟอร์มการสะท้อนความคิดเห็น (Reflection Form) - ข้อสอบ	

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ชั้นปีที่	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายชั้นปี (YLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs ของหลักสูตร	วิธีการประเมิน	เครื่องมือ	เกณฑ์การวัดและประเมินผล
			2.5 ประเมินความเหมาะสมของเนื้อหาข่าวและแนวทางการนำเสนอ โดยใช้หลักคุณค่าข่าว จริยธรรม และความเป็นประโยชน์ต่อ ผ่านกิจกรรมนำเสนอและเปรียบเทียบเนื้อหาในแต่ละกรณีตามหลักคุณค่าข่าว จริยธรรมและความเป็นประโยชน์ต่อสังคม การสอบและประเมินผลในรายวิชา เช่น การรายงานและบรรณาธิกรข่าว การเขียนข่าว การเขียนเชิงวารสารศาสตร์		
3	YLO 3.1 ออกแบบและผลิตสื่อในงานนิเทศศาสตร์ มีการสร้างผลงานจริง โดยบูรณาการแนวคิดการสื่อสารกับจริยธรรมวิชาชีพเพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย YLO 3.2 เลือกใช้และประยุกต์เทคโนโลยีการสื่อสารที่เหมาะสมเพื่อออกแบบกระบวนการสื่อสารในสถานการณ์เฉพาะ โดยผสานความเข้าใจในบริบททางสังคมและวัฒนธรรม YLO 3.3 ออกแบบการนำเสนอผลงานนิเทศศาสตร์ให้เหมาะสมกับช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย สร้างเนื้อหาสำหรับ	PLO 1, 2, 3, 4, 5	3.1 ออกแบบและผลิตสื่อในงานนิเทศศาสตร์ โดยบูรณาการแนวคิดการสื่อสารกับจริยธรรมวิชาชีพให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ผ่านการผลิตสื่อโครงงาน และการนำเสนอผลงานจริง พร้อมอธิบายการใช้จริยธรรมและกลยุทธ์การสื่อสาร ในรายวิชา เช่น การสร้างสรรค์เนื้อหาสื่อด้วยการตลาดดิจิทัลและข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผู้รับสาร กลยุทธ์การเล่าเรื่องข้ามสื่อและการผลิตสื่อสร้างสรรค์	- Rubric การผลิตสื่อจริง (Media Production Rubric) / Rubric การวางแผนการใช้เทคโนโลยีในบริบทจำเพาะ/ Rubric การออกแบบเนื้อหาข้ามแพลตฟอร์ม (Multi-Platform Content Rubric)/ Rubric การ	**แบบประเมินการนำเสนอ** - ร้อยละคะแนนหรืออื่นๆ ตามที่หลักสูตรกำหนด - การให้เกรดแบบ Fix-range (A-F) **เกณฑ์การประเมิน** - ความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เทคโนโลยี ช่องทางการเผยแพร่

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ชั้นปีที่	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายชั้นปี (YLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs ของหลักสูตร	วิธีการประเมิน	เครื่องมือ	เกณฑ์การวัดและประเมินผล
	นำเสนอหนึ่งเรื่องเดียวกันผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น Facebook, TikTok, Podcast, และบทความเว็บ โดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายและลักษณะสื่อเฉพาะแต่ละแพลตฟอร์ม YLO 3.4 วางแผนและผลิตสื่อหลากหลายรูปแบบให้เหมาะสมกับช่องทางการสื่อสารและวัตถุประสงค์ที่กำหนด โดยประยุกต์ความรู้ด้านการวางแผนสื่อและกลยุทธ์การสื่อสาร YLO 3.5 เลือกประเด็นที่มีศักยภาพในการเป็นข่าวเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง และวางแผนการนำเสนออย่างสร้างสรรค์ผ่านช่องทางที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย		3.2 เลือกใช้และประยุกต์เทคโนโลยีการสื่อสารที่เหมาะสมในสถานการณ์เฉพาะ โดยเข้าใจบริบทสังคมและวัฒนธรรม ผ่านการวิเคราะห์กรณีศึกษา ออกแบบกระบวนการสื่อสาร สำหรับสถานการณ์จำลอง ทำรายงานหรืออินโฟกราฟิกสรุปแนวทางการใช้เทคโนโลยี การสอบในรายวิชา เช่น การสร้างสรรค์เนื้อหาสื่อด้วยการตลาดดิจิทัลและข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผู้รับสาร กลยุทธ์การเล่าเรื่องข้ามสื่อและการผลิตสื่อสร้างสรรค์ 3.3 ออกแบบการนำเสนอผลงานนิเทศศาสตร์ให้เหมาะสมกับช่องทางที่หลากหลาย เช่น Facebook, TikTok, Podcast, บทความเว็บ ฯลฯ ผ่าน โครงงานการสร้างเนื้อหาหนึ่งเรื่องแล้ว ดัดแปลง/นำเสนอในรูปแบบต่างกันตามแพลตฟอร์ม ในรายวิชา เช่น การสร้างสรรค์เนื้อหาสื่อด้วยการตลาดดิจิทัลและข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผู้รับสาร กลยุทธ์การ	วางแผนสื่อ (Media Planning Rubric) - แบบฟอร์มสะท้อนแนวคิดด้านจริยธรรม (Ethical Reflection Form) /- แบบฟอร์มวิเคราะห์บริบทสังคม/วัฒนธรรม	- การเชื่อมโยงกับประเด็นสาธารณะหรือบริบทสังคม - ความสร้างสรรค์ - คุณภาพการผลิต

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ชั้นปีที่	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายชั้นปี (YLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs ของหลักสูตร	วิธีการประเมิน	เครื่องมือ	เกณฑ์การวัดและประเมินผล
			เล่าเรื่องข้ามสื่อและการผลิตสื่อสร้างสรรค์ 3.4 วางแผนและผลิตสื่อหลากหลายรูปแบบให้เหมาะกับช่องทางการสื่อสารและวัตถุประสงค์ที่กำหนดผ่านโครงงาน Media Plan และผลิตตัวอย่างสื่อหลากหลายรูปแบบ (เช่น วิดีโอ, โปสเตอร์, โพสต์โซเชียล ฯลฯ) และการนำเสนอแผนผ่าน Pitching หรือ Poster Session ในรายวิชา เช่น การสร้างสรรค์เนื้อหาสื่อด้วยการตลาดดิจิทัลและข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผู้รับสาร กลยุทธ์การเล่าเรื่องข้ามสื่อและการผลิตสื่อสร้างสรรค์ 3.5 เลือกประเด็นที่มีศักยภาพในการเป็นข่าวเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง และวางแผนการนำเสนออย่างสร้างสรรค์ ผ่านโครงงานผลิตเนื้อหาข่าวหรือคอนเทนต์ที่มุ่งสร้างความเปลี่ยนแปลงและการนำเสนอผ่านสื่อที่เลือก ในรายวิชา เช่น การสร้างสรรค์เนื้อหาสื่อด้วยการตลาด		

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ชั้นปีที่	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายชั้นปี (YLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs ของหลักสูตร	วิธีการประเมิน	เครื่องมือ	เกณฑ์การวัดและประเมินผล
			ดิจิทัลและข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผู้รับสาร กลยุทธ์การเล่าเรื่องข้ามสื่อและการผลิตสื่อสร้างสรรค์		
4	YLO 4.1 สร้างสรรค์ผลงานนิเทศศาสตร์ที่มีความคิดสร้างสรรค์สูง สร้างผลงานในระดับ capstone project หรือผลงานที่พร้อมนำเสนอในระดับวิชาชีพ มีความรับผิดชอบต่อสังคม และแสดงออกถึงความเข้าใจลึกซึ้งในจริยธรรมวิชาชีพ YLO 4.2 สร้างสรรค์กระบวนการและผลงานการสื่อสารที่บูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ จัดทำแคมเปญสื่อสารครบวงจรที่ใช้ระบบวิเคราะห์ข้อมูลผู้ชม (analytics tools), cross-platform strategy และ interactive content เพื่อให้ตอบสนองต่อบริบทที่ซับซ้อนในระดับวิชาชีพ YLO 4.3 สร้างสรรค์ผลงานนิเทศศาสตร์พร้อมนำเสนอผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างคุณค่า และตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายในระดับวิชาชีพ และวัดผลลัพธ์จากการสื่อสาร	PLO 1, 2, 3, 4, 5	4.1 สร้างสรรค์ผลงานนิเทศศาสตร์ที่มีความคิดสร้างสรรค์สูง แสดงความเข้าใจลึกซึ้งในจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม ผ่าน Capstone Project หรือ Portfolio แบบมืออาชีพ พร้อมเอกสารอธิบายเบื้องหลังแนวคิด ในรายวิชา เช่น การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างนวัตกรรม สื่อดิจิทัลและสื่อทางเลือก โครงงานนวัตกรรมนิเทศศาสตร์ 4.2 สร้างกระบวนการและผลงานการสื่อสารโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลขั้นสูง (analytics, cross-platform, interactive content) ผ่าน แคมเปญสื่อสารครบวงจร โดยวิเคราะห์ข้อมูลผู้ชมและปรับเนื้อหาตามเครื่องมือ Analytics และการนำเสนอแคมเปญในรูปแบบวิดีโอ รายงาน	- Rubric การประเมิน Capstone Project/ Rubric การออกแบบและประเมินแคมเปญ/ Rubric การผลิตเนื้อหาข้ามแพลตฟอร์ม - แบบฟอร์มการสะท้อนจริยธรรมและความรับผิดชอบทางสังคม / แบบฟอร์มประเมินคุณค่าข่าวและการมีส่วนร่วมของผู้ชม - Template แผนการสื่อสาร (Communication Plan Template)	**แบบประเมินการนำเสนอ** - ร้อยละคะแนนหรืออื่นๆ ตามที่หลักสูตรกำหนด การให้เกรดแบบ Fix-range (A-F) **เกณฑ์การประเมิน** - ความคิดสร้างสรรค์และคุณภาพเชิงวิชาชีพ - หลักจริยธรรมและผลกระทบต่อสังคม - ความสมบูรณ์ของกระบวนการพัฒนา - การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการผลิตและการนำเสนอ - ความถูกต้องและคุณค่า

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ชั้นปีที่	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายชั้นปี (YLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs ของหลักสูตร	วิธีการประเมิน	เครื่องมือ	เกณฑ์การวัดและประเมินผล
	YLO 4.4 สร้างสรรค์แผนการสื่อสารครบวงจร พร้อมผลิตและเผยแพร่สื่อบนแพลตฟอร์มที่หลากหลายอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์การสื่อสารในระดับวิชาชีพ YLO 4.5 ผลิตและเผยแพร่เนื้อหาข่าวที่มีคุณค่าเชิงสังคม โดยผลักดันประเด็นให้เกิดการรับรู้ สร้างความเปลี่ยนแปลง หรือกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมในระดับวิชาชีพ		หรือเว็บไซต์จริง ในรายวิชา เช่น การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างนวัตกรรมสื่อดิจิทัลและสื่อทางเลือก โครงงานนวัตกรรมนิเทศศาสตร์ 4.3 สร้างผลงานนิเทศศาสตร์เพื่อสื่อสารผ่านหลายช่องทางอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมวัดผลลัพธ์จากการสื่อสารได้ ผ่าน ผลิตสื่อสำหรับหลายแพลตฟอร์ม เช่น Video, Post, Podcast, Infographic การวัดผลลัพธ์ผ่าน engagement, reach หรือ feedback จากกลุ่มเป้าหมาย และการนำเสนอผลงาน ในรายวิชา เช่น การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างนวัตกรรมสื่อดิจิทัลและสื่อทางเลือก โครงงานนวัตกรรมนิเทศศาสตร์ 4.4 วางแผนการสื่อสารครบวงจร พร้อมผลิตและเผยแพร่สื่อในระดับวิชาชีพ ผ่าน การจัดทำแผนการสื่อสาร		- การวัดผลที่เกิดขึ้นจริงและนำผลมาปรับปรุง

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ชั้นปีที่	ผลลัพธ์การเรียนรู้รายชั้นปี (YLOs)	ความสอดคล้องกับ PLOs ของหลักสูตร	วิธีการประเมิน	เครื่องมือ	เกณฑ์การวัดและประเมินผล
			(Integrated Communication Plan) พร้อมผลิตและเผยแพร่สื่อจริงและการนำเสนอกลยุทธ์ และแสดงหลักฐานการเผยแพร่ (โพสต์, ลิงก์, แคมเปญ ฯลฯ) ในรายวิชา เช่น การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างนวัตกรรมสื่อดิจิทัลและสื่อทางเลือก โครงงานนวัตกรรมนิเทศศาสตร์ 4.5 ผลิตและเผยแพร่ข่าวที่มีคุณค่าทางสังคม กระตุ้นการรับรู้หรือการเปลี่ยนแปลง ผ่าน โครงงานผลิตข่าวเจาะลึก (investigative / feature news) หรือคอนเทนต์สื่อสารสาธารณะ และเผยแพร่ผ่านช่องทางจริง และวัดการตอบรับหรือผลกระทบ ในรายวิชา เช่น การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างนวัตกรรมสื่อดิจิทัลและสื่อทางเลือก โครงงานนวัตกรรมนิเทศศาสตร์		

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

4. กระบวนการทบทวน ตรวจสอบ กำกับ และให้ข้อมูลป้อนกลับ

1) การทบทวนและให้ข้อมูลป้อนกลับระดับรายวิชา

ภายหลังการจัดการเรียนรู้ของทุกรายวิชาจำเป็นต้องมีการทบทวน ตรวจสอบว่าผู้เรียนบรรลุตามผลลัพธ์การเรียนรู้ที่รายวิชาคาดหวังไว้ โดยหลักสูตรมีคณะกรรมการทำหน้าที่ทบทวน ตรวจสอบกระบวนการจัดการเรียนรู้ของรายวิชา และมีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งผู้ให้ข้อมูล 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชา กลุ่มที่ 2 คณะกรรมการที่หลักสูตรกำหนดผ่านแบบประเมินการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาตามที่สถาบันกำหนด ซึ่งผลการประเมินจากผู้ให้ข้อมูลทั้ง 2 กลุ่มจะเป็นข้อมูลให้แก่ผู้บริหารหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอนในรายวิชานำไปใช้ปรับปรุง พัฒนากระบวนการจัดการเรียนรู้ต่อไป

2) การทบทวนและให้ข้อมูลป้อนกลับระดับหลักสูตร

เมื่อมีการปรับปรุงหลักสูตร ๆ ต้องมีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรด้วยวิธีการต่าง ๆ ข้อมูลดังกล่าวจะเป็นข้อมูลป้อนกลับให้แก่หลักสูตรนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจปรับปรุง พัฒนาหลักสูตร ซึ่งในส่วนนี้หลักสูตรจะมีการแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรเป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการ

5. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษา

1) นักศึกษาต้องเรียนครบตามจำนวนหน่วยกิต 132 หน่วยกิต กรณีหลักสูตรมีการปรับปรุงก่อนการสำเร็จการศึกษา ให้เป็นไปตามที่สถาบันกำหนด

2) นักศึกษาได้ระดับคะแนนเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 2.00 จากระบบ 4 ระดับคะแนนหรือเทียบเท่า และบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี กรณีใช้ระบบการวัดผลและการสำเร็จการศึกษาที่แตกต่างจากนี้ให้เป็นไปตามที่สถาบันกำหนด

3) นักศึกษายื่นคำร้องขอสำเร็จการศึกษาตามระยะเวลาที่สถาบันกำหนด

4) นักศึกษามีคะแนนความประพฤติเป็นไปตามเกณฑ์ที่สถาบันกำหนด

5) นักศึกษาไม่มีหนี้ค้างชำระต่อสถาบัน

6) สอบผ่านภาษาอังกฤษตามที่สถาบันกำหนด

7) อื่น ๆ เป็นไปตามข้อบังคับสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2566 หมวด 10 การสำเร็จการศึกษา

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ส่วนที่ 9 การประกันคุณภาพหลักสูตร

1. การวางแผนคุณภาพ

การพัฒนาหลักสูตร: กระบวนการพัฒนาหลักสูตรของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์เป็นไปตามหลักการ Backward Curriculum Design ตามกระบวนการดังนี้

1. สำรวจความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียสำคัญของหลักสูตร

1.1 หลักสูตรกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียสำคัญโดยครอบคลุมทั้งภายในและภายนอกสถาบัน ตลอดจนวิธีการที่จะใช้ในการสำรวจความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียสำคัญแต่ละกลุ่ม

1.2 ดำเนินการสำรวจความต้องการตามวิธีการที่ได้วางไว้

2. นำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียสำคัญมาเป็นข้อมูลตั้งต้นในการออกแบบหลักสูตร โดยวิเคราะห์หาความต้องการจำเป็น (Needs Analysis) และนำความต้องการจำเป็น (Needs) มากำหนดเป็นผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs) ซึ่งในการกำหนด PLOs นั้น PLOs ต้องมีความชัดเจนและสามารถวัดประเมินการบรรลุของผู้เรียน (Clear & Measurable)

3. จาก PLOs ที่หลักสูตรกำหนด จะถูกนำมาวิเคราะห์ KSA (Knowledge-Skills-Attribute Analysis) เพื่อออกแบบรายวิชา กำหนดโครงสร้างหลักสูตรและแผนการศึกษา ตลอดจนการทำ Curriculum Mapping

4. หลักสูตรกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course Learning Outcomes: CLOs) ให้สอดคล้องกับ PLOs ที่แต่ละรายวิชารับผิดชอบซึ่งจะระบุอยู่ใน Curriculum Mapping และอาจารย์ผู้สอนเป็นผู้กำหนดกลยุทธ์การจัดการการเรียนการสอนตลอดจนวิธีการและเครื่องในการประเมินการบรรลุ CLOs ของผู้เรียน

ในกรณีหลักสูตรปรับปรุง หลักสูตรดำเนินการวิเคราะห์ผลการใช้หลักสูตรที่ผ่านมาในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ผลประเมินความพึงพอใจของของผู้มีส่วนได้เสีย ข้อร้องเรียนและข้อมูลป้อนกลับต่าง ๆ ผลการประเมินคุณภาพการศึกษาภายในและภายนอก (ถ้ามี) การบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียนที่เกิดขึ้นจริง เพื่อนำมาประกอบเป็นข้อมูลในการปรับปรุงหลักสูตร

การกำหนดกระบวนการและตัวบ่งชี้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการหลักสูตร: หลักสูตรวิเคราะห์กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการของหลักสูตร ได้แก่ หลักสูตร อาจารย์ นักศึกษา การจัดการเรียนการสอน การวัดประเมินผล สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ และประเด็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการการวางแผนคุณภาพ (Quality Planning) การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพ (Quality Control) และการรักษาคุณภาพ (Quality Maintenance) รวมทั้งการบริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดระหว่างการดำเนินงานของหลักสูตร

2. การรักษาคุณภาพ

หลักสูตรมีกระบวนการในการรักษาคุณภาพการดำเนินงานครอบคลุมทั้งด้านบุคลากร และสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ โดยมีการดำเนินการดังนี้

การรักษาคุณภาพบุคลากรสายวิชาการและสายสนับสนุน

1. กำหนดแผนอัตรากำลังบุคลากรสายวิชาการและสายสนับสนุน และวิเคราะห์จำนวนและสมรรถนะของบุคลากรที่ต้องการ เพื่อใช้ในการรับสมัครบุคลากรตามระเบียบและขั้นตอนที่สถาบันกำหนด

2. ทุกปีการศึกษา หลักสูตรมีการประเมินผลการปฏิบัติงานและประเมินสมรรถนะของบุคลากร เพื่อให้มั่นใจว่าบุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้ตามสมรรถนะที่กำหนด ตามระบบการจัดการผลการปฏิบัติงานของสถาบัน (Performance Management System: PMS) ประกอบด้วยการประเมิน 2 ส่วน คือ 1) การประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปี (KPI) และ 2) การประเมินพฤติกรรม

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

3. ในกรณีที่บุคลากรมีผลการปฏิบัติงานหรือผลประเมินสมรรถนะต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด หลักสูตรจะทำแผนพัฒนาบุคลากรเพื่อพัฒนาสมรรถนะดังกล่าว

การรักษาคุณภาพสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

1. ทุกปีการศึกษาหลักสูตรมีการประเมินความต้องการของอาจารย์และนักศึกษา จากนั้นนำมาวิเคราะห์แล้วดำเนินการจัดหาสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับความต้องการ โดยคำนึงถึงความเพียงพอต่อการใช้งาน

2. สถาบันกำกับและติดตามให้พื้นที่ภายในบริเวณสถาบันมีความปลอดภัยสำหรับนักศึกษา อาจารย์และบุคลากรสอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องโดยมีคณะกรรมการความปลอดภัยและอาชีวอนามัย สภาพแวดล้อมในการทำงาน (คปอ.) และงานความปลอดภัย อาชีวอนามันและสิ่งแวดล้อม สำนักอธิการบดีและความยั่งยืนเป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการ นอกจากนี้ในระหว่างภาคการศึกษา สถาบันมอบหมายให้สำนักบริหารอาคารและทรัพย์สินกำหนดรอบระยะเวลาในการตรวจสอบอุปกรณ์และสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ เช่น ห้องเรียน ห้องประชุม เพื่อให้พร้อมสำหรับการใช้งาน ส่วนห้องปฏิบัติการ หลักสูตรได้มีการกำหนดรอบระยะเวลาโดยให้เจ้าหน้าที่ประจำห้องปฏิบัติการเป็นผู้รับผิดชอบและตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์ก่อนที่จะมีการจัดการเรียนการสอน

3. ทุกสิ้นปีการศึกษา สถาบันมอบหมายให้สำนักวิจัยและพัฒนาเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลผลประเมินการให้บริการและคุณภาพของสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ให้กับทุกหลักสูตร และสำหรับหลักสูตรที่มีห้องปฏิบัติการในความรับผิดชอบ หลักสูตรมีการประเมินผลการให้บริการในแต่ละภาคการศึกษาเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกนำมาปรับปรุงการดำเนินงาน

4. หลักสูตรนำผลที่ได้จากการประเมินมาทบทวนและวิเคราะห์ จากนั้นนำประเด็นที่มีผลการประเมินต่ำกว่าค่าเป้าหมาย พร้อมทั้งข้อเสนอแนะมาปรับปรุงการให้บริการและสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

3. การควบคุมคุณภาพ

หลักสูตรมีการติดตามและควบคุมคุณภาพหลักสูตรดังนี้

1. การประเมินความก้าวหน้าของผู้เรียนผ่านการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ในรายวิชา (Course Learning Outcomes: CLOs) และผลลัพธ์การเรียนรู้รายชั้นปี (Yearly Learning Outcomes: YLOs) ตามที่หลักสูตรกำหนด โดย CLOs และ YLOs มีความสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs) ซึ่งหลักสูตรจะนำผลการประเมินความก้าวหน้าของผู้เรียนไปใช้ในวางแผนการจัดการเรียนรู้และการพัฒนาผู้เรียน

โดยหลักสูตรกำหนดให้อาจารย์ผู้สอน Feedback ผลการประเมินกลับไปยังผู้เรียนทุกครั้งภายหลังที่มีการประเมินในรายวิชา เพื่อให้ผู้เรียนทราบถึงระดับความสามารถและจุดที่ควรพัฒนา อีกทั้งยังมีระบบอาจารย์ที่ปรึกษาในการดูแลผู้เรียน โดยอาจารย์ที่ปรึกษาสามารถตรวจสอบสถานะและผลการเรียนของผู้เรียนทุกคนผ่านระบบ REG ของสถาบัน ดังนั้นเมื่อพบว่า ผู้เรียนภายใต้การดูแลมีปัญหาด้านการเรียนก็จะมีการให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคล เพื่อให้ผู้เรียนพัฒนาและเสริมสร้างทักษะที่ยังไม่สมบูรณ์จนสามารถบรรลุ YLOs/PLOs ของหลักสูตรได้

ในกรณีที่ผู้เรียนไม่บรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ (YLOs/PLOs) หลักสูตรกำหนดแนวทางในการดำเนินการดังนี้

1. การวิเคราะห์สาเหตุของการไม่บรรลุผลลัพธ์
   - รวบรวมข้อมูลผลการเรียนรู้จากผู้สอนในแต่ละรายวิชา
   - วิเคราะห์สาเหตุที่ผู้เรียนไม่บรรลุผล เช่น ขาดความเข้าใจในเนื้อหา ไม่สามารถประยุกต์ใช้ความรู้และทักษะได้จริง ปัญหาด้านทักษะพื้นฐานหรือทัศนคติ ปัญหาส่วนตัวหรือความไม่พร้อมด้านเวลาและสุขภาพจิต

2. แนวทางการช่วยเหลือและส่งเสริม
   - จัด กิจกรรมเสริม เช่น การติวพิเศษ เวิร์กชอป หรือคลินิกวิชา (academic clinic)

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

- จัดทำแผนการเรียนรู้เฉพาะบุคคล (Individual Learning Plan) ร่วมกับอาจารย์ที่ปรึกษา
- ให้นักศึกษา ทบทวนบทเรียนหรือทำแบบฝึกเสริม ที่ออกแบบมาโดยเฉพาะ
- ส่งเสริมให้เข้าเรียนกับอาจารย์เป็นรายบุคคลหรือกลุ่มย่อย เพื่อเสริมความเข้าใจในหัวข้อที่ยังไม่บรรลุ
- จัดให้มีการ ประเมินผลซ้ำ (Re-assessment) สำหรับทักษะหรือผลลัพธ์ที่สำคัญ

3. การติดตามและประเมินผลซ้ำ
- ติดตามความก้าวหน้าของผู้เรียนผ่านระบบที่ชัดเจน (เช่น แบบฟอร์มรายงานผลการพัฒนา)
- ประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ใหม่หลังจากกิจกรรมเสริม เพื่อดูว่าได้พัฒนาและบรรลุเป้าหมายหรือไม่

4. การปรับปรุงการเรียนการสอน
- หากพบว่านักเรียนหลายคนไม่บรรลุผลลัพธ์เดียวกันในรายวิชาใดรายวิชาหนึ่ง จะพิจารณาปรับปรุง วิธีการสอน/กิจกรรมการเรียนรู้/เกณฑ์การประเมิน ของรายวิชานั้น ๆ
- อาจพิจารณาจัด การพัฒนาอาจารย์ผู้สอน (Faculty Development) เพิ่มเติมในด้านเทคนิคการสอนหรือการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้
- ปรับแผนการสอน (Course Syllabus) ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น และให้ผู้เรียนตระหนักถึง PLOs ที่ต้องบรรลุในแต่ละรายวิชา

5. การรายงานผลและนำเข้าสู่ระบบการประกันคุณภาพ
- บันทึกกรณีผู้เรียนไม่บรรลุผลลัพธ์ พร้อมแนวทางที่ดำเนินการและผลลัพธ์ของการแก้ไข
- นำข้อมูลไปใช้เพื่อการ ทบทวนและพัฒนาหลักสูตรประจำปี

2. สถาบันกำหนดวิธีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้รายวิชา โดยให้ผู้มีส่วนได้เสีย 2 กลุ่ม เป็นผู้ทำการประเมิน ดังนี้

2.1 การประเมินโดยอาจารย์ในหลักสูตร หลักสูตรมีการแต่งตั้งคณะกรรมการทวนสอบฯ เป็นประจำทุกปีการศึกษา ประกอบด้วยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน และผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกหลักสูตร โดยการทวนสอบของแต่ละรายวิชาจัดให้มีคณะกรรมการจำนวน 3 ท่านเป็นผู้รับผิดชอบ ทั้งนี้อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาไม่สามารถเป็นกรรมการทวนสอบฯ ในรายวิชาของตนเองได้ ซึ่งในการทวนสอบฯ คณะกรรมการจะทำการประเมินองค์ประกอบ 4 ด้านของการจัดการเรียนการสอน คือ ด้านการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา ด้านเนื้อหาสาระรายวิชา ด้านการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ และด้านการวัดประเมินผลผู้เรียน จากนั้นลงความเห็นผ่านแบบประเมินทวนสอบฯ เมื่อเสร็จสิ้นกระบวนการทวนสอบแต่ละภาคการศึกษา หัวหน้าหลักสูตรจะทำการแจ้งอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาเพื่อรับทราบผลและนำไปพิจารณาปรับปรุงในภาคการศึกษาถัดไป

2.2 การประเมินโดยนักศึกษา ให้ผู้เรียนประเมินกระบวนการจัดการเรียนการสอนผ่านระบบบริการการศึกษา (Registrar System: REG) โดยมีองค์ประกอบในการประเมินเช่นเดียวกันกับแบบประเมินของอาจารย์ในหลักสูตร จากนั้นผลประเมินของนักศึกษาจะเป็นส่วนหนึ่งที่คณะกรรมการทวนสอบฯ ใช้ในการพิจารณาเพื่อวิเคราะห์คุณภาพการจัดการเรียนรู้และการวัดประเมินผู้เรียนในแต่ละรายวิชา

3. ทุกปีการศึกษา หลักสูตรรับการประเมินคุณภาพการศึกษาภายในตามระบบและกลไกที่สถาบันกำหนดเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาและมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา โดยปัจจุบันหลักสูตรใช้เกณฑ์ AUNQA V.4.0 ในการดำเนินการประกันคุณภาพ หากมีการเปลี่ยนแปลงเกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษา หลักสูตรจะดำเนินการเสนอสภาสถาบันเพื่อพิจารณาอนุมัติ

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

โดยการประเมินคุณภาพหลักสูตรจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 การกำกับมาตรฐานหลักสูตร เป็นการตรวจสอบข้อมูลของหลักสูตรตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรที่สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สป.อว.) กำหนด

ส่วนที่ 2 ผลการประเมินตามเกณฑ์ AUNQA V.4.0 ผ่านรายงานประเมินตนเอง (SAR) และได้รับการตรวจประเมินคุณภาพการศึกษาภายในจากคณะกรรมการที่ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภายในและภายนอกสถาบันเป็นประจำทุกปีการศึกษา

4. การปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพ

หลักสูตรปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษาโดยนำผลการประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรตามวิธีการประเมินที่หลักสูตรกำหนด ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสียสำคัญ ข้อร้องเรียนต่าง ๆ และผลการประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน มาวิเคราะห์เพื่อนำไปวางแผน ปรับปรุง และพัฒนาการจัดการเรียนการสอนการพัฒนาผู้เรียน และการบริหารหลักสูตรต่อไป

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ตารางแสดงการวางแผนคุณภาพ การควบคุมคุณภาพ และการรักษาคุณภาพ ตามกระบวนการดำเนินการสำคัญของหลักสูตร

จุดควบคุม	กระบวนการ/แนวทาง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ช่วงเวลา/ รอบการประเมิน	ผู้รับผิดชอบ
ด้านหลักสูตร					
การพัฒนาหลักสูตร	การจัดทำหลักสูตรตามหลักการ Outcome based Education และการออกหลักสูตรด้วยวิธีการ Backward Curriculum Design	การปรับปรุงหลักสูตรตามรอบระยะเวลาที่กำหนด	ภายใน 5 ปี	ตามรอบระยะเวลาที่กำหนดภายใน 5 ปี	คณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร/ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
		ร้อยละของ PLOs ที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ร้อยละ 100	ตามรอบระยะเวลาที่กำหนดภายใน 5 ปี	คณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร/ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
		ร้อยละของ YLOs และ CLOs ของรายวิชามีความสอดคล้องกับ PLOs ของหลักสูตร	ร้อยละ 100	ตามรอบระยะเวลาที่กำหนดภายใน 5 ปี	คณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร/ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
ด้านอาจารย์					
การรับและบริหารอาจารย์	- การวางแผนอัตรากำลัง - การรับอาจารย์ - การแลดูอาจารย์ - การจัดสรรภาระงาน	ร้อยละของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอาจารย์ที่ปฏิบัติหน้าที่ต่าง ๆ ในหลักสูตรมีคุณสมบัติเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด	ร้อยละ 100	ตลอดระยะเวลาที่จัดการศึกษาของหลักสูตร	หัวหน้าสาขา/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
		ร้อยละของอาจารย์ผู้สอนมีคุณสมบัติเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด	ร้อยละ 100	ภาคการศึกษา	หัวหน้าสาขา/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
		คะแนนความพึงพอใจของอาจารย์ในหลักสูตรในด้านการรับและบริหารอาจารย์	> 3.51 คะแนน	ปีการศึกษา	หัวหน้าสาขา/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
การพัฒนาอาจารย์	- การพัฒนาอาจารย์ตามสมรรถนะของอาจารย์ที่กำหนดโดยสถาบัน - การพัฒนาอาจารย์ด้านวิชาการและวิชาชีพตามศาสตร์สาขา - การพัฒนาอาจารย์ในด้านวุฒิการศึกษาและการดำรงตำแหน่งทางวิชาการ	ร้อยละของอาจารย์ที่ได้รับการพัฒนาตามแนวทางที่กำหนด	ร้อยละ 100	ปีการศึกษา	หัวหน้าสาขา/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
		ร้อยละของอาจารย์ในหลักสูตรที่มีผลการประเมินสมรรถนะเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด	> ร้อยละ 80	ตามรอบการประเมินสมรรถนะที่สถาบันกำหนดทุก 3 ปี	หัวหน้าสาขา/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
		คะแนนความพึงพอใจของอาจารย์ในหลักสูตรในด้านการพัฒนาอาจารย์	> 3.51 คะแนน	ปีการศึกษา	หัวหน้าสาขา/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
ด้านนักศึกษา					
การรับนักศึกษา	- การกำหนดเกณฑ์การรับนักศึกษา - การคัดเลือกและรับนักศึกษา - การเตรียมความพร้อมแก่นักศึกษาใหม่	ร้อยละของนักศึกษาใหม่เปรียบเทียบกับเป้าหมายการรับนักศึกษา	> ร้อยละ 80	ปีการศึกษา	หัวหน้าสาขา/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
		คะแนนความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการรับและเตรียมความพร้อมแก่นักศึกษา	> 3.51 คะแนน	ปีการศึกษา	

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

จุดควบคุม	กระบวนการ/แนวทาง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ช่วงเวลา/ รอบการประเมิน	ผู้รับผิดชอบ
การดูแลนักศึกษา	- การกำหนดอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อดูแลนักศึกษา - การดูแล/ให้คำปรึกษาแก่นักศึกษา	ร้อยละการลาออก (Drop Out) ของนักศึกษา	< ร้อยละ 8	ปีการศึกษา	หัวหน้าสาขา/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
		คะแนนความพึงพอใจของนักศึกษาต่ออาจารย์ที่ปรึกษา	> 3.51 คะแนน	ปีการศึกษา	หัวหน้าสาขา/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
การส่งเสริมและพัฒนานักศึกษา	- การจัดโครงการ/กิจกรรมพัฒนานักศึกษาที่สนับสนุนการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร - การจัด/ส่งเสริมให้นักศึกษาเข้าร่วมโครงการ/กิจกรรมพัฒนานักศึกษาอื่นๆ	จำนวนโครงการ/กิจกรรมพัฒนานักศึกษาที่สนับสนุนการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร	> 3 โครงการ/ กิจกรรม	ปีการศึกษา	หัวหน้าสาขา/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
		คะแนนความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการจัดโครงการ/กิจกรรมพัฒนานักศึกษา	> 3.51 คะแนน	ปีการศึกษา	หัวหน้าสาขา/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
ด้านการเรียนการสอน					
การจัดการเรียนการสอน	- การจัดทำรายละเอียดของรายวิชา (มคอ. 3 เดิม) - การจัดการเรียนการสอนแบบ Active Learning และสอดคล้องกับ CLOs ของรายวิชา	ร้อยละของรายวิชาที่จัดทำรายละเอียดของรายวิชาเสร็จสิ้นก่อนเปิดภาคการศึกษา	ร้อยละ 100	ภาคการศึกษา	อาจารย์ผู้สอน
		ร้อยละของรายวิชาที่จัดจัดการเรียนการสอนแบบ Active Learning และสอดคล้องกับ CLOs ของรายวิชา	ร้อยละ 100	ภาคการศึกษา	อาจารย์ผู้สอน
		คะแนนความพึงพอใจของนักศึกษาต่ออาจารย์ผู้สอนในรายวิชาต่างๆ	> 4.00 คะแนน	ภาคการศึกษา	หัวหน้าสาขา/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร/อาจารย์ผู้สอน
การฝึกปฏิบัติงาน	- การจัดทำรายละเอียดของการฝึกปฏิบัติงาน (มคอ. 4 เดิม) - การเตรียมความพร้อมก่อนการฝึกปฏิบัติงานของนักศึกษา - การนิเทศนักศึกษาฝึกงาน	ร้อยละของรายวิชาที่จัดทำรายละเอียดของการฝึกปฏิบัติงานเสร็จสิ้นก่อนเปิดภาคการศึกษา	ร้อยละ 100	ภาคการศึกษา	อาจารย์ผู้สอน
		คะแนนความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการฝึกปฏิบัติงาน	> 4.00 คะแนน	ปีการศึกษา	หัวหน้าสาขา/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร/อาจารย์ผู้สอน

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

จุดควบคุม	กระบวนการ/แนวทาง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ช่วงเวลา/ รอบการประเมิน	ผู้รับผิดชอบ
ด้านการวัดประเมินผล					
การประเมินผลรายวิชา	- การวัดและประเมินผลการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับ CLOs ของรายวิชา - การทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของรายวิชา - การจัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา	ร้อยละของรายวิชาที่จัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชาเสร็จสิ้นภายใน 30 วัน หลังจากสิ้นสุดภาคการศึกษา	ร้อยละ 100	ภาคการศึกษา	อาจารย์ผู้สอน
		ร้อยละของรายวิชาที่มีการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับ CLOs ของรายวิชา	ร้อยละ 100	ภาคการศึกษา	อาจารย์ผู้สอน
		ร้อยละของนักศึกษาที่บรรลุ CLOs ของรายวิชา	ร้อยละ 100	ภาคการศึกษา	อาจารย์ผู้สอน
		ร้อยละของรายวิชาที่มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์เปรียบเทียบกับรายวิชาทั้งหมดที่จัดการเรียนการสอน	ร้อยละ 100	ภาคการศึกษา	คณะกรรมการทวนสอบผลสัมฤทธิ์
การประเมินการบรรลุ YLOs	- การประเมินการบรรลุ YLOs ของนักศึกษา	ร้อยละของนักศึกษาที่บรรลุ YLOs รายชั้นปี	ร้อยละ 100	ปีการศึกษา	อาจารย์ผู้สอน
การประเมินการบรรลุ PLOs	- การประเมินการบรรลุ PLOs ของนักศึกษา	ร้อยละของนักศึกษาที่บรรลุ PLOs ของหลักสูตร	ร้อยละ 100	ปีการศึกษา	หัวหน้าสาขา/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
ด้านสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้					
การจัดเตรียมสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	- การสำรวจความเพียงพอละพร้อมใช้ของสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ - การจัดหาสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ของหลักสูตร - การจัดสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ของคณะ/สถาบันเพื่อรองรับการจัดการเรียนการสอนของหลักสูตร	คะแนนความพึงพอใจของนักศึกษาต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	> 3.51 คะแนน	ปีการศึกษา	หัวหน้าสาขา/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
		คะแนนความพึงพอใจของอาจารย์ต่อสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	> 3.51 คะแนน	ปีการศึกษา	หัวหน้าสาขา/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
ด้านบัณฑิต					
การประเมินคุณภาพบัณฑิตของหลักสูตร	- การประเมินอัตราการสำเร็จการศึกษาตามแผน - การประเมินอัตราการได้งานทำของบัณฑิต - การประเมินความพึงพอใจผู้ใช้บัณฑิต	ร้อยละอัตราสำเร็จการศึกษาตามแผนเทียบกับนักศึกษาแรกเข้า	> ร้อยละ 70	ปีการศึกษา	หัวหน้าสาขา/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
		ร้อยละการได้งานทำของนักศึกษา	> ร้อยละ 80	ปีการศึกษา	หัวหน้าสาขา/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
		คะแนนประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต	> 4.00 คะแนน	ปีการศึกษา	หัวหน้าสาขา/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

จุดควบคุม	กระบวนการ/แนวทาง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ช่วงเวลา/ รอบการประเมิน	ผู้รับผิดชอบ
ด้านการประเมินผลการดำเนินงานของหลักสูตร					
การประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน	- การรวบรวมผลการดำเนินงานของหลักสูตร - การประเมินคุณภาพการศึกษาภายในตามเกณฑ์ AUN-QA - การปรับปรุงการดำเนินงานของหลักสูตร	ผลการประเมินตามองค์ประกอบที่ 1 การกำกับมาตรฐานของ สป.อว.	ผ่าน	ปีการศึกษา	หัวหน้าสาขา/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
		คะแนนผลการประเมินคุณภาพการศึกษาภายในตามเกณฑ์ AUN-QA	ผ่าน	ปีการศึกษา	หัวหน้าสาขา/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
		การปรับปรุงผลการดำเนินการจากการประเมินคุณภาพการศึกษา	มีการดำเนินการ	ปีการศึกษา	หัวหน้าสาขา/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

การบริหารความเสี่ยงของหลักสูตร

ประเด็น/ด้าน	ประเด็นความเสี่ยง	การบริหารความเสี่ยง	ผู้รับผิดชอบ
ด้านหลักสูตร	การกำหนด PLOs และการจัดทำหลักสูตรไม่สอดคล้องตามแนวทาง Outcome based Education และกระบวนการ Backward Curriculum Design	- การอบรมให้ความรู้แก่อาจารย์และผู้ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับแนวทาง Outcome based Education และกระบวนการ Backward Curriculum Design - การกำหนดหน่วยงานสนับสนุนของสถาบัน ได้แก่ สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา และที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญเพื่อช่วยในการจัดทำหลักสูตร	คณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
	การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและองค์ความรู้ต่างๆ อย่างรวดเร็ว ส่งผลต่อความทันสมัยของหลักสูตร	หลักสูตรและคณะส่งเสริมให้อาจารย์ของหลักสูตรมีการเข้าร่วมการอบรม/หาความรู้ใหม่ที่เกี่ยวข้องกับองค์ความรู้ของหลักสูตร และนำมาปรับปรุงองค์ความรู้ในรายวิชาให้ทันสมัยอยู่เสมอ	หัวหน้าสาขา/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร/อาจารย์ผู้สอน
ด้านอาจารย์	คุณสมบัติของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร/อาจารย์ประจำหลักสูตร/อาจารย์ผู้สอนไม่เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร	หลักสูตรดำเนินการตรวจสอบคุณสมบัติของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร/อาจารย์ประจำหลักสูตร/อาจารย์ผู้สอนให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานอย่างต่อเนื่อง ผ่านการวิเคราะห์ GAP Analysis ของหลักสูตร	หัวหน้าสาขา/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
ด้านนักศึกษา	จำนวนนักศึกษาใหม่ของหลักสูตรไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด	หลักสูตรมีการจัดกิจกรรมทางการตลาดทั้งออนไลน์และออนไซต์ เช่น การจัด Workshop สำหรับนักเรียนที่สนใจ การสร้างไลน์กลุ่มสำหรับนักเรียนที่สนใจ การสร้างเครือข่ายกับโรงเรียนพันธมิตร	หัวหน้าสาขา/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
ด้านการเรียนการสอน	ความพร้อมของนักศึกษาในการฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ	หลักสูตรจัดโครงการฝึกเตรียมความพร้อมก่อนทำงานให้เหมาะสมกับสถานประกอบการที่นักศึกษาไปฝึกปฏิบัติงาน	หัวหน้าสาขา/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
ด้านการวัดประเมินผล	อาจารย์ผู้สอนในรายวิชากำหนดวิธีการวัดประในผลไม่สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา	การพัฒนาสมรรถนะอาจารย์ผู้สอนในด้านหลักสูตร การสอน และการวัดประเมินผลเพื่อให้อาจารย์สามารถวัดประเมินผลได้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา	หัวหน้าสาขา/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
	นักศึกษาไม่บรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร	หลักสูตรดำเนินการทวนสอบทุกภาคการศึกษา และมีการวัด YLOs ทุกปีการศึกษา วางแผนนำชั่วโมง Homeroom มาอบรมเพิ่มเติมในทักษะที่นักศึกษายังไม่บรรลุ	หัวหน้าสาขา/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
ด้านสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	สิ่งสนับนุนการเรียนรู้ของหลักสูตรไม่เพียงพอต่อการจัดการเรียนการสอน	หลักสูตรดำเนินการวิเคราะห์ความเพียงพอของสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ของหลักสูตรอย่างต่อเนื่องก่อนเปิดภาคการศึกษาโดยมีการเผื่อเวลาให้เพียงพอกับกระบวนการของงบประมาณและการ	หัวหน้าสาขา/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ประเด็น/ด้าน	ประเด็นความเสี่ยง	การบริหารความเสี่ยง	ผู้รับผิดชอบ
		จัดซื้อเพื่อให้หลักสูตรมีความพร้อมในด้านสิ่งสนับสนุนการเรียยรู้เมื่อเปิดภาคการศึกษา	
ด้านบัณฑิต	การเก็บข้อมูลจากบัณฑิตและผู้ใช้บัณฑิตไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด	หลักสูตรกำหนดผู้รับผิดชอบในการติดตามข้อมูลผลการประเมินจากบัณฑิตและผู้ใช้บัณฑิตอย่างชัดเจน รวมทั้งติดตามข้อมูลการตอบแบบสอบถามจากสำนักวิจัยและพัฒนาเพื่อให้ทราบสถานะการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง	หัวหน้าสาขา/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
ด้านการประเมินผลการดำเนินงานของหลักสูตร	หลักสูตรไม่ผ่านการประเมินในองค์ประกอบที่ 1 การกำกับมาตรฐาน	หลักสูตรตรวจสอบคุณสมบัติของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร/อาจารย์ประจำหลักสูตร/อาจารย์ผู้สอน รวมทั้งการดำเนินการอื่นๆ ให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร	หัวหน้าสาขา/อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

การกำหนดกระบวนการและตัวบ่งชี้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการหลักสูตร: หลักสูตรวิเคราะห์กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการของหลักสูตร ได้แก่ หลักสูตร อาจารย์ นักศึกษา การจัดการเรียนการสอน สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ และประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการการวางแผนคุณภาพ (Quality Planning) การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพ (Quality Control) และการรักษาคุณภาพ (Quality Maintenance) รวมทั้งการบริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดระหว่างการดำเนินงานของหลักสูตร

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ภาคผนวก

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ภาคผนวก ก
ประวัติอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ประวัติอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
หลักสูตรปรับปรับปรุง พ.ศ. 2569
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์กัญญ์ณณัฐ อนุรักติพันธุ์ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

1. วุฒิการศึกษา	**ปริญญาโท** ว.ม. (วิจัยสื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540 **ปริญญาตรี** นศ.บ. (การโฆษณา) (เกียรตินิยมอันดับหนึ่ง) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2536
2. ประสบการณ์ทำงาน	**พ.ศ. 2568** อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต วิชาเอกการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ **พ.ศ. 2558 - 2563** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (มกราคม 2558 – 2563) **พ.ศ. 2556 - 2557** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น (2556-2557) **พ.ศ. 2551 - 2557** - หัวหน้าสาขาวิชาโฆษณาและประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น (2551 – 2557) - กรรมการตัดสินรางวัลสื่อมวลชนดีเด่น ประเภทรายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์โฆษณา ภาพยนตร์ไทย และบทเพลงสร้างสรรค์ จัดโดย สื่อมวลชนคาทอลิกแห่งประเทศไทย (2548 – 2557) - ผู้ตรวจประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน (สกอ.) คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น - กรรมการพัฒนาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต (2549 – 2557)

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

	- ผู้แทนคณะจัดทำหนังสือฉลองศิริราชสมบัติครบรอบ 60 ปี พระมหากษัตริย์ นักพัฒนาการศึกษาเพื่อชีวิตราษฎร โดยสมาคมสถาบันอุดมศึกษาแห่งประเทศไทย (2549) **พ.ศ. 2542 – 2551** - หัวหน้าสาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น (2548 – 2551) - หัวหน้าสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น (2547-2548) - ผู้ช่วยบรรณาธิการวารสาร หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น (2543 – 2552) - กรรมการตัดสินผลงานโฆษณา TACT AWARDS (2545) - อาจารย์ประจำสาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น (2542 – 2547) **พ.ศ. 2541 – 2542** - ประกอบธุรกิจส่วนตัวทางด้าน Manufacturer (2541-2542) - อาจารย์พิเศษ สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น **พ.ศ. 2538 – 2540** - Asst.AOR Controller บริษัท Leo Burnett.,Ltd. (2539-2540) - Media Planner บริษัท Leo Burnett.,Ltd. (2538-2539
3. ประสบการณ์ด้านการสอน/ ฝึกอบรม	**วิชาที่สอนระดับปริญญาตรี** **สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์** - 1703301: Psychology for Communication - 1713306 : Brand Communication & Sustainable Branding - 1701467: Innovative Project for Communication Arts - CA59416 : Communication Arts Knowledge Integration - CA59417 : Innovative Project for Communication Arts - CB 59211 Sustainable Branding - CB 59314 Event Strategy and Management - CB 59317 Media Planning Strategy - CA 59311 Communication Research - CMA1106 Introduction to Communication Research - CRC4102 Media Strategies for Retail Business - CRC4302 Media Strategies for Hospitality Business - BRC4103 Luxury Brand Communication - CRC 4201 Strategic Communication Campaign for Sport and Entertainment - CRC4310 Strategic Communication Campaign for Hospitality Business

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

	- BRC2106 Capstone Project and Seminar in Brand Communication - BRC 2100 Strategic Brand Communication **ด้านการฝึกอบรม** - โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “การเขียนหนังสือ/ตำรา เพื่อใช้ในการขอตำแหน่งทางวิชาการ” วิทยากร ศาสตราจารย์ ดร.นธกฤต วันต๊ะเมล์ อาจารย์ประจำคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปีการศึกษา 2566 (30 เมษายน 2567) - โครงการพัฒนาศักยภาพอาจารย์ “พัฒนาศักยภาพความเป็นครู PIM มืออาชีพ” หลักสูตร เสริมสร้างศักยภาพค้นหา Career Aspiration รุ่น 1 ปีการศึกษา 2565 (16,30 มีนาคม 2566) - หลักสูตร “เปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ให้ปัง ในยุค New Normal”, 2565 - หลักสูตร “การสร้างแบรนด์และการตลาด 2020 โครงการพัฒนาศักยภาพ (Potential Development Program)”, 2565 - หลักสูตร "Packaging Design" แนวโน้มและการปรับตัวสำหรับธุรกิจ E-Commerce หลักสูตร MBA โดย คุณพีรวงศ์ จาตุรงคกุล, 2564 - หลักสูตร “Competency-based Educations” โดย ศ.ดร.บังอร เสรีรัตน์, 2564 - หลักสูตร “Ads Optimization 101 (For Management)” โดย STEPS Academy, 2563 - หลักสูตร “กระบวนการให้คำปรึกษาและการดูแลจิตใจผู้ให้คำปรึกษา”, 2563 - หลักสูตร “Chinese for Communication1”, 2562 - หลักสูตร “Teaching the Teacher”, 2559 - หลักสูตร “ฐานข้อมูลออนไลน์”, 2559 - หลักสูตร “Basic Korean for communication1”, 2559 - หลักสูตร “Luxury Retail Management”, 2558 - หลักสูตร “Digital Marketing and Content Management in Media”, 2558 - หลักสูตร “Coaching and Mentoring for Innovation”, 2558 - หลักสูตร “โครงการพัฒนาศักยภาพอาจารย์ : พัฒนาศักยภาพความเป็นครู PIM มืออาชีพ 4 Module”, 2558 - หลักสูตร “จิตวิทยาการให้คำปรึกษา”, 2558 - หลักสูตร “การพัฒนาสร้างคุณค่าด้วยทีม”, 2558

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

	ด้านที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญ - กรรมการด้านเนื้อหาและเขียนตำราชุด การรณรงค์และการผลิตงานโฆษณา สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช พ.ศ. 2563 -2565 - กรรมการด้านเนื้อหา พิจารณาตำราชุด กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์, 2562 สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช - กรรมการด้านเนื้อหาและเขียนหน่วยในชุดวิชา 16353 หลักการสื่อสารการตลาด สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช พ.ศ. 2561 **ด้านการการบรรยาย** - วิทยากรบรรยาย งานเสวนาในหัวข้อ Education for A Better futuer “การศึกษาเพื่ออนาคตที่ดีกว่า” และร่วม workshop ห้องปฏิบัติการของคณะพร้อมสัมภาษณ์รับทุน วันที่ 15 กันยายน 2566 - วิทยากรร่วมกิจกรรมสันทนาการ โครงการ CB School Activities ณ โรงเรียนโพธินิมิตร วันที่ 30 พฤศจิกายน 2566 - วิทยากรบรรยาย งานสัมมนาเชิงปฏิบัติการ KSU-Rebranding และการสื่อสารองค์กร หัวข้อ “กลยุทธ์การสร้างแบรนด์และปรับภาพลักษณ์แบรนด์” มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ วันที่ 10-11 พฤษภาคม 2566 - วิทยากรบรรยาย หัวข้อ การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวางแผนรณรงค์โฆษณา สำนักเทคโนโลยีการศึกษา ศูนย์บริการการสอนทางวิทยุและโทรทัศน์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช วันที่ 12 เมษายน 2565 - วิทยากร บรรยาย หัวข้อ การนำเสนอแผนรณรงค์ทางการโฆษณา วันที่ 13 มิถุนายน 2562 เวลา 13.30-15.30 น. อาคารสัมมนา 1 ห้อง 5209 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช - วิทยากรรายการซีดีเสียงเพื่อการศึกษา วันที่ 13 ธันวาคม 2561 สำนักเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช - วิทยากร บรรยาย หัวข้อ การนำเสนอแผนรณรงค์ทางการโฆษณา วันที่ 14 มิถุนายน 2561 เวลา 13.30-15.30 น. อาคารสัมมนา 1 ห้อง 5206-5207 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช - วิทยากร บรรยาย หัวข้อ Advertising Campaign & Presentation Skills วันที่ 15 มิถุนายน 2560 เวลา 13.30-15.30 น. อาคารสัมมนา 1 ห้อง 5209 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

6. ผลงานทางวิชาการ/งานวิจัย	**ผลงานทางวิชาการ** **ตำรา** กัญญ์ณณัฐ อนุรักติพันธุ์. (2564). การรณรงค์ และผลิตงานโฆษณา หน่วยที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวางแผนรณรงค์โฆษณา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (พิมพ์ครั้งที่ 1) นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. จำนวน 399 หน้า ทั้งหมด 200 เล่ม **บทความวิจัย** กัญญ์ณณัฐ อนุรักติพันธุ์. (2567). สถานภาพการศึกษาวิจัยด้านหลักสูตรและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าศึกษาในหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนและมหาวิทยาลัยของรัฐ. วารสารเซนต์จอห์น (Saint John's Journal) ISSN 0859-9432. ปีที่ 27 ฉบับที่ 40 (มกราคม-มิถุนายน 2567). หน้า 229-249. (TCI กลุ่มที่ 2; 0.6) **บทความวิชาการ** กัญญ์ณณัฐ อนุรักติพันธุ์. (2567). การสร้างมูลค่าเชิงสัญญะของอาร์ตทอยในตลาดกล่องสุ่ม. วารสารเซนต์จอห์น (Saint John's Journal) ISSN 0859-9432. ปีที่ 27 ฉบับที่ 41 (กรกฎาคม – ธันวาคม 2567). หน้า 312-328. (TCI กลุ่มที่ 2; 0.6) กัญญ์ณณัฐ อนุรักติพันธุ์. (2566). กลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์ในเมตาเวิร์ส. วารสารเซนต์จอห์น (Saint John's Journal) ISSN 0859-9432. ปีที่ 26 ฉบับที่ 38 (มกราคม-มิถุนายน 2566). หน้า 31-49. (TCI กลุ่มที่ 2; 0.6) กัญญ์ณณัฐ อนุรักติพันธุ์. (2564). กลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงานโฆษณาบนเฟซบุ๊ก. วารสารเซนต์จอห์น (Saint John's Journal) ISSN 0859-9432. ปีที่ 24 ฉบับที่ 35 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2564). หน้า 1-25. (TCI กลุ่มที่ 2; 0.6)

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ประวัติอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
หลักสูตรปรับปรับปรุง พ.ศ. 2569
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์กานต์ เชาวน์นิรัติศัย อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

1. วุฒิการศึกษา	**ปริญญาโท** นศ.ม. (การสื่อสารเชิงกลยุทธ์) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2555 **ปริญญาตรี** นศ.บ. (การจัดการโฆษณา) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2551
2. ประสบการณ์ทำงาน	**พ.ศ. 2568** - อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต วิชาเอกการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ - รักษาการหัวหน้าสาขาการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ **พ.ศ. 2555 – 2562** อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต วิชาเอกการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ **พ.ศ. 2554 – 2555** Senior Corporate and Brand Communication, ABB Limited, (Thailand) **พ.ศ. 2553 – 2554** Corporate and Brand Communication Officer, ABB Limited, (Thailand) **พ.ศ. 2552 – 2553** Marketing Officer, Ripcurl Thailand

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

3. ประสบการณ์ด้านการสอน/ฝึกอบรม	**วิชาที่สอนระดับปริญญาตรี** **สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์** - 1712111 Introduction to Corporate and Brand Communication - 1713202 Strategic Integrated Marketing Communications - 1712305 Digital Marketing Communications - 1701467 Innovative Project for Communication Arts - BRC 2103 Consumer Behavior for Brand Communication - BRC 2104 Brand Contact Point Communication Planning - CB59013 Creative and Strategic Thinking - IC62706 Audience Insights - IC62714 Digital Marketing **ฝึกอบรม** - หลักสูตร “ทิศทางการสื่อสารยุคดิจิทัล รุ่นที่ 8” เอพีอาร์, 2559 - หลักสูตร “การสื่อสารมวลชนระดับต้น กสต. 4” สถาบันอิศรา, 2559 - หลักสูตร “การกำกับและบริหารความเสี่ยงของมหาวิทยาลัย COSO Enterprise Risk Management Integrating with Strategy and Performance รุ่นที่ 1” สถาบันคลังสมองแห่งชาติ, 2563
4. ผลงานทางวิชาการ/งานวิจัย	**ผลงานทางวิชาการ** กานต์ เชาวน์นิรัติศัย. (2564). กลยุทธ์การสร้างและสื่อสารตราสินค้าของธุรกิจร้านสะดวกซื้อ: กรณีศึกษา บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน). วารสารปัญญาภิวัฒน์. ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม 2564). หน้า 162-176. (TCI กลุ่มที่ 1; 0.8) วิสาข์ เชี่ยวสมุทร, กานต์ เชาวน์นิรัติศัย, พิชญ์ณัฐ เนื่องจำนงค์. (2568). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ขนมเปี๊ยะ และน้ำพริกสำเร็จรูปจากร้านสะดวกซื้อ ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารศรีปทุมปริทัศน์. ปีที่ 24 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2568). จำนวน 15 หน้า. (TCI กลุ่มที่ 2; 0.6) มีแผนตีพิมพ์ผลงานเดือนมกราคม-มิถุนายน 2568

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ประวัติอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
หลักสูตรปรับปรับปรุง พ.ศ. 2569
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิสาข์ เชี่ยวสมุทร อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

1. วุฒิการศึกษา	**ปริญญาโท** นศ.ม. (การสื่อสารมวลชน) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541 **ปริญญาตรี** นศ.บ. (การประชาสัมพันธ์) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2539
2. ประสบการณ์ทำงาน	**พ.ศ. 2568** - อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต วิชาเอกการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ - รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ และรักษาการผู้อำนวยการหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต **พ.ศ. 2560 – 2562** - ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิชาการ และรักษาการหัวหน้าสาขาการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ - อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต วิชาเอกการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ **พ.ศ. 2555 – 2560** - หัวหน้าสาขาการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์พ.ศ. 2555 - อาจารย์ประจำ คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

	พ.ศ. 2553 – 2555 - หัวหน้าสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต **พ.ศ. 2552 – 2553** - อาจารย์ประจำ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต **พ.ศ. 2547 – 2552** - Senior Associate, Hill & Knowlton Thailand **พ.ศ. 2545 – 2547** - Senior Officer, True Corporation PLC. **พ.ศ. 2542 – 2545** - Senior Account Executive, Siam PR Consultant Co., Ltd.
3. ประสบการณ์ด้านการสอน/ ฝึกอบรม	**วิชาที่สอนระดับปริญญาตรี** **สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์** - CMA 1102 Writing for Communication Arts - CRC 2100 Strategic Corporate Communication - CRC 2101 Persuasive Communication and Writing - CRC 3101 Media Relationship Management - BRC 2104 Brand Contact Point Communication Planning - CB 59210 Public Relations Management - CB 59207 Content Strategy and Storytelling - CA 59425 Entrepreneurship Workshop for Communication Arts - CB59102 In-house Creative and Production Workshop 1 - CB59209 Stakeholders Relationship Management - 1773305 Public Relations Management **วิชาที่สอนระดับปริญญาโท** - 1772701 Introduction to Communication - IC62703 Communication for Modern Orgazination - 1772703 Communication for Corproate Sustainability **สถาบันการศึกษาอื่น** **วิชาที่สอนระดับปริญญาโท** - Event Management **วิชาที่สอนระดับปริญญาตรี** - Introduction to Writing for Communication - Introduction to Public Relations and Advertising - Introduction to Corporate Communication - Strategic PR Planning - PR Organization Management - Writing for PR

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

	- Special Events for PR **ฝึกอบรม** - หลักสูตร “Executive for Communication Program” สมาคมนักประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย, 2559 **ด้านที่ปรึกษา/ผู้เชี่ยวชาญ** - กรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์ สมาคมผู้ปกครองและครู โรงเรียนเซนต์ฟรังซาเซเวียร์ (พ.ศ. 2554 – ปัจจุบัน) - ที่ปรึกษาด้านประชาสัมพันธ์ โครงการ “คุณคือพลัง หยุดยั้งคอร์รัปชั่น” ของ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.) - คณะทำงานจัดทำมาตรฐานอาชีพ สาขาประชาสัมพันธ์ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) (TPQI) **บรรยาย** - การบรรยาย เทคนิคการสื่อสารภายใน และการประชาสัมพันธ์“องค์กร” สถาบันพัฒนาครู อาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ - โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ หลักสูตร “อบรมเทคนิคการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสาร” ในหัวข้อ “หลักการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ และสื่อมวลชนสัมพันธ์” ให้กับ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) กระทรวงศึกษาธิการ - การบรรยายในหัวข้อ “การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์” ให้กับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร - การบรรยายในหัวข้อ “การสื่อสารและการพัฒนาแบรนด์” ให้กับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ - ผ่านการรับรองมาตรฐานวิชาชีพการประชาสัมพันธ์ อาชีพนักวิจัยและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ระดับคุณวุฒิ 5 - การบรรยายและฝึกปฏิบัติเรื่อง “การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์” ให้กับสำนักความยั่งยืน เครือเจริญโภคภัณฑ์ - การบรรยายด้านการสร้างภาพลักษณ์องค์กร ให้กับโรงเรียนมัธยมจาก 31 โรงเรียน 39 จังหวัด ในโครงการ Train The Trainer - การบรรยายเรื่อง “การบริหารภาพลักษณ์และการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า” ให้กับสภาเกษตรกรแห่งชาติ - การบรรยายด้านการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัล (Business Accelerator #3-4) ให้กับสภาหอการค้าไทย - การบรรยายเรื่อง “การบริหารภาพลักษณ์และการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า” ให้กับสภาเกษตรกรแห่งชาติ

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

4. ผลงานทางวิชาการ/งานวิจัย	**ผลงานวิจัย** วิสาข์ เชี่ยวสมุทร. (2564). ปัจจัยด้านการสื่อสารองค์กรที่มีผลต่อการเติบโตและความยั่งยืนขององค์กร: กรณีศึกษา บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน). วารสารปัญญาภิวัฒน์. ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน 2564). หน้า 104-118. (TCI กลุ่มที่ 1; 0.8) วิสาข์ เชี่ยวสมุทร, กานต์ เชาวน์นิรัติศัย, พิชญ์ณัฐ เนื่องจำนงค์. (2568). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ขนมเปี๊ยะและน้ำพริกสำเร็จรูปจากร้านสะดวกซื้อ ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารศรีปทุมปริทัศน์. ปีที่ 24 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2568). จำนวน 15 หน้า. (TCI กลุ่มที่ 2; 0.6) มีแผนตีพิมพ์ผลงานเดือนมกราคม-มิถุนายน 2568

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ประวัติอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
หลักสูตรปรับปรับปรุง พ.ศ. 2569
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

อาจารย์ต่อสกุล ถิระพัฒน์ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

1. วุฒิการศึกษา	**ปริญญาโท** M.A. (Communications) Swinburne University of Technology, Australia, 2546 **ปริญญาตรี** ศศ.บ. (โบราณคดี) มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2541
2. ประสบการณ์ทำงาน	**พ.ศ. 2566 - 2568** อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ **พ.ศ. 2560 – 2565** อาจารย์ประจำภาควิชาภาพยนตร์และสื่อดิจิทัล มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ **พ.ศ. 2559 – 2560** เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและยุทธศาสตร์ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ **พ.ศ. 2550 - 2559** อาจารย์ประจำภาควิชาภาพยนตร์และสื่อดิจิทัล มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ **พ.ศ. 2548 - 2549** อาจารย์ประจำภาควิชาคอมพิวเตอร์แอนิเมชัน มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย **พ.ศ. 2546 – 2548** เจ้าหน้าที่ประสานงานด้านการศึกษา Kantana Edutainment

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

3. ประสบการณ์ด้านการสอน/ การฝึกอบรม	**วิชาที่สอนระดับปริญญาตรี** **สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์** - 1722112 ความรู้พื้นฐานการเล่าเรื่องและสื่อดิจิทัลสร้างสรรค์ - CJ59205 การเล่าเรื่องข้ามสื่อ **สถาบันอื่น ๆ** - ศิลปะการเล่าเรื่อง - วิจารณ์ภาพยนตร์ - การสื่อความหมายในภาพยนตร์
4. ผลงานทางวิชาการ/งานวิจัย	**ผลงานทางวิชาการ** ต่อสกุล ถิระพัฒน์. (2565). “การใช้ Transmedia storytelling ของ Marvel Cinematic Universe”. วารสารสุทธิปริทัศน์. ปีที่ 36 ฉบับที่ 2 (เมษายน–มิถุนายน 2565). หน้า 1-17. (TCI กลุ่มที่ 2; 0.6)

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ประวัติอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
หลักสูตรปรับปรับปรุง พ.ศ. 2569
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

อาจารย์ภัคภาคิน หาญจริง
ชื่อนามสกุลเดิม ธนะโรจน์ สิทธาธีระวัฒน์

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

1. วุฒิการศึกษา	**ปริญญาโท** นศ.ม. (การบริหารธุรกิจบันเทิงและการผลิต) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2557 **ปริญญาตรี** นศ.บ. (ศิลปะการแสดง) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2550
2. ประสบการณ์ทำงาน	**พ.ศ. 2565 – 2568** อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจ้นท์และสื่อดิจิทัลสร้างสรรค์ คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ **พ.ศ. 2562 – 2565** Managing Editor สำนักพิมพ์ในเครืออมรินทร์ บริษัท อมรินทร์ พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) **พ.ศ. 2561 – 2562** ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารองค์กร บริษัท ดีทีจีโอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด **พ.ศ. 2559 – 2561** รองหัวหน้าฝ่ายสื่อสารองค์กรและสร้างความผูกพัน คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยมหิดล **พ.ศ. 2554 – 2559** ผู้สื่อข่าว หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ บริษัท โพสต์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) **พ.ศ. 2548 – 2549** บรรณาธิการ นิตยสาร The Boy บริษัท ลิตเติ้ล ร็อค จำกัด

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

	พ.ศ. 2540 – 2558 นักเขียนและบรรณาธิการเล่ม สำนักพิมพ์ใยไหม บริษัท ใยไหม ครีเอทีฟ กรุ๊ป จำกัด
3. ประสบการณ์ด้านการสอน/การฝึกอบรม	**วิชาที่สอนระดับปริญญาตรี** **สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์** - CJ 59207 การวิเคราะห์ข่าวและสถานการณ์ปัจจุบัน - CJ 59208 การฝึกผลิตสื่อเชิงปฏิบัติการ 3 - CJ 59309 การบริหารกองบรรณาธิการสื่อคอนเวอร์เจ้นท์ - 1701111 หลักและทฤษฎีนิเทศศาสตร์ - 1701113 การเขียนเพื่องานนิเทศศาสตร์ - 1722101 ความรู้พื้นฐานวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจ้นท์ - 1722213 การเขียนเชิงสร้างสรรค์และเชิงวารสารศาสตร์ - 1722204 การรายงานข่าวและบรรณาธิกรข่าวคอนเวอร์เจ้นท์ - 1703314 การรณรงค์การสื่อสารเชิงกลยุทธ์สำหรับการกีฬาและบันเทิง **การฝึกอบรม** - อบรมโครงการพัฒนานักบริหารระดับต้น รุ่นที่ 18, มหาวิทยาลัยมหิดล, พ.ศ. 2560 - อบรมโครงการสานฝันผู้ประกาศเนชั่น รุ่นที่ 6, บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน), พ.ศ. 2554
4. ผลงานทางวิชาการ/งานวิจัย ชื่อนามสกุลเดิม ธนะโรจน์ สิทธาธีระวัฒน์	**ผลงานทางวิชาการ** ธนะโรจน์ สิทธาธีระวัฒน์. (2565). การสื่อสารการตลาดด้วยอินฟลูเอนเซอร์กับทางรอดของธุรกิจหนังสือในยุคโควิด 19. ในการประชุมวิชาการปัญญาภิวัฒน์ระดับชาติ ครั้งที่ 12 และนานาชาติ ครั้งที่ 7 (กรกฎาคม) นนทบุรี : สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์. หน้า 332-346. (บทความวิชาการสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ; 0.2) กันยิกา ชอว์, และธนะโรจน์ สิทธาธีระวัฒน์. (2565). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นกับความรุนแรงบนสื่อสังคมออนไลน์. ในงานประชุมวิชาการการสื่อสารระดับชาติ ครั้งที่ 6 ประจำปี 2565 วันจันทร์ที่ 18 กรกฎาคม 2565. หน้า 1168-1183. (บทความวิชาการสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ; 0.2) **บทความวิชาการ** ธนะโรจน์ สิทธาธีระวัฒน์. (2566). ข่าวความรุนแรงในรายการข่าวเช้ากับการรักษาจริยธรรมในการรายงานข่าว. วารสารนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน 2566). หน้า 48-69. (TCI กลุ่มที่ 2; 0.6)

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

	บทความวิจัย ธนะโรจน์ สิทธาธีระวัฒน์. (2567). ความคาดหวังของผู้ประกอบการด้านสื่อสารมวลชนต่อทักษะการเขียนเชิงวารสารศาสตร์ของผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อสารมวลชน. วารสารปัญญาภิวัฒน์. ปีที่ 16 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม - สิงหาคม 2567). หน้า 226-244. (TCI กลุ่มที่ 1; 0.8) ศิตา เยี่ยมขันติถาวร, อรรถพล ม่วงสวัสดิ์, และธนะโรจน์ สิทธาธีระวัฒน์. (2566). การศึกษาการใช้สแลงของแฟนนางงามไทยในเฟซบุ๊กแฟนเพจการประกวดนางงาม. วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. ปีที่ 18 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน 2566). หน้า 156-171. (TCI กลุ่มที่ 2; 0.6)

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ประวัติอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
หลักสูตรปรับปรับปรุง พ.ศ. 2569
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

อาจารย์ภัทราวดี ธีเลอร์ — อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

1. วุฒิการศึกษา	**ปริญญาโท** นศ.ม. (การสื่อสารเชิงกลยุทธ์) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2552 **ปริญญาตรี** นศ.บ. (วารสารศาสตร์เพื่องานวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์) (เกียรตินิยมอันดับหนึ่ง) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2549
2. ประสบการณ์ทำงานด้านการศึกษา	**พ.ศ. 2563 - 2568** อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจ้นท์และสื่อดิจิทัลสร้างสรรค์ คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ **พ.ศ. 2558 – 2562** อาจารย์ประจำสาขาวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจ้นท์ คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ **พ.ศ. 2550 –2557** อาจารย์ประจำสาขาวารสารศาสตร์เพื่องานวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
3. ประสบการณ์ด้านการสอน/ฝึกอบรม	**วิชาที่สอนระดับปริญญาตรี** **สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์** - 1701104 ความรู้เท่าทันสื่อ - 1723305 การรายงานข่าวเชิงข้อมูล - 1701309 การวิจัยเพื่องานนิเทศศาสตร์ - 1722101 ความรู้พื้นฐานวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจ้นท์ - 1701151 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 1 - 1701252 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 2 - 1701253 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 3 - 1701354 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 4 - 1701455 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 5 - 1701456 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 6

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

	- 1701457 โครงงานนวัตกรรมนิเทศศาสตร์ **ฝึกอบรม** - อบรมเชิงปฏิบัติการ “การรายงานข่าวด้านสิทธิเด็ก กับสถาบันอิสราและองค์กรยูนิเซฟ ในวันที่ 24-26 มิถุนายน 2559 ณ อัมพวา จ. สมุทรสาคร - อบรมการถ่ายภาพแบบ Mobile Journalism ภายใต้ “โครงการสื่อศิลปวัฒนธรรมเพื่อการเปลี่ยนแปลง” ในวันที่ 17 และ 24 ธันวาคม 2559 ณ ณ “ศูนย์ OTOP กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา หมู่ 1 OTOP ต้นแบบ (บ้านป้าจุก)” เกาะเกร็ด - อบรมเชิงปฏิบัติการเหยี่ยวข่าวมืออาชีพ "การรายงานข่าวสืบสวน" ในวันที่ 21-22 มกราคม, 28 มกราคม, 4 และ 11 กุมภาพันธ์ 2560 ณ ศูนย์ฝึกอบรมธนาคารธนชาต ภายในนิคมอุตสาหกรรมบางปู จ.สมุทรปราการ และ ห้องประชุมชั้น 2 อาคารสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย - เข้าร่วมงานประชุมเครือข่ายนักวิชาการและวิชาชีพสื่อมวลชนประจำปี 2560 สัมมนายุทธศาสตร์เพื่ออนาคตวารสารศาสตร์ครั้งที่ 13 ครั้งที่ 1-3 มหาวิทยาลัย จัดโดย สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สภาวิชาชีพวิทยุโทรทัศน์ไทย สถาบันอิศรา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย คณะนิเทศศาสตร์ รวมทั้งสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ในวันที่ 19 เมษายน, 21 เมษายน และ 19 พฤษภาคม 2560 - อบรม “ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน Chinese for Communication” กับศูนย์อารยปัญญา คณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ตั้งแต่วันที่ 18 เมษายน 62- 27 มิถุนายน 62 รวม 40 ชั่วโมง - เข้าฟัง Conference เพื่ออบรมและศึกษาแนวทางการทำ MOOC ในการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ the 10th International e-learning conference 2019 “Imagine Moocs for All” จัดโดย สกว. และ TCU ในวันที่ 8-9 กรกฎาคม 2562 ณ BITEC Bangna กรุงเทพมหานคร - อบรมโครงการออกแบบการเรียนรู้ PIM MOOC ครั้งที่ 2 ปีการศึกษา 2561 “Let's Start with Learning Outcomes” จาก รศ.ดร.อรจรีย์ ณ ตะกั่วทุ่ง จัดโดยทีมคณะกรรมการงานโครงการ PIM MOOC ของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ในวันที่ 27 มิถุนายน 2562 เวลา 08.00-16.00 น. - อบรมโครงการออกแบบการเรียนรู้ PIM MOOC ครั้งที่ 3 “การเขียน Storyboard เพื่อการปลิตสื่อการสอน” จัดโดยทีมคณะกรรมการงานโครงการ PIM MOOC ของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ในวันที่ 12 กรกฎาคม 2562 เวลา 08.00-16.00 น.

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

	- อบรมโครงการออกแบบการเรียนรู้ PIM MOOC ครั้งที่ 5 “Active Learning สอนอย่างไรให้ห้องเรียนไม่นิ่ง ” จาก ผศ.ดร.วีระพงศ์ พวงเล็ก อาจารย์จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ จัดโดยทีมคณะกรรมการงานโครงการ PIM MOOC ของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ในวันที่13 สิงหาคม 2562 เวลา 08.00 - 12.00 น. - อบรมเบื้องลึกเบื้องหลัง "การใช้ Open Data สื่อสารเพื่อขับเคลื่อนไทยแลนด์" โดยทีมอาสาสมัครโปรแกรมเมอร์ และนักข่าวมืออาชีพจาก TDJ จัดโดย สมาคมนักข่าวหนังสือพิมพิแห่งประเทศไทย ณ อาคารจามจุรีสแควร์ DTAC ในวันที่ 28 กันยายน 2562 - อบรม เรื่อง “แค่เอารูปมาใช้ก็โดนฟ้อง” โดยทนายอาทิตย์ ปลัดจ่า ผู้เชี่ยวชาฯฝ่ายว่าความ บริษัท ซีพี ออล์ จำกัด (มหาชน) จัดโดย สำนักอธิการบดี สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ณ ห้อง 3-0305 ในวันที่ 10 ตุลาคม 2562 - อบรม “20 เทคนิคการใช้ Excel เพื่อการทำงานให้ง่ายขึ้น” วันที่ 20 พฤศจิกายน 2562 รอบ 9.00-12.00 น. จัดโดยศูนย์พัฒนาทักษะและภาษา สำนักการศึกษาทั่วไป สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ - อบรมทักษะรู้เท่าทันสื่อ Media and Information Literacy (MIL) สำหรับ Master Trainers วันที่ 22 ธันวาคม 2565 ณ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย - อบรมเชิงปฏิบัติการวิชาการวิชาชีพสื่อมวลชนเพื่อสร้างสรรค์หลักสูตรวารสารศาสตร์แห่งอนาคต วันที่ 7 มกราคม 2566 ณ ห้องประชุม สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย - อบรมโครงการพัฒนาศักยภาพอาจารย์ “พัฒนาศักยภาพความเป็นครู PIM มืออาชีพ”หลักสูตร เสริมสร้างศักยภาพค้นหา Career Aspiration รุ่น 1 ปี การศึกษา 2565 วันที่ 16 และ 30 มีนาคม 2566 - การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 18 และการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ ครั้งที่ 8 มหาวิทยาลัยศรีปทุม (SPUCON2023) ในวันที่ 27 ตุลาคม 2566 **ด้านที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญ** - คณะอนุกรรมการฝ่ายวิชาการ สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย พ.ศ. 2560 – ปัจจุบัน - ที่ปรึกษาและผู้ประเมินการจัดค่ายโครงการพิราบน้อย ของสมาคมสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย พ.ศ. 2560 – ปัจจุบัน - ที่ปรึกษาชมรมเครือข่ายนักสื่อสารข้อมูลเชิงลึกแห่งประเทศไทย (Thailand Data Journalism Network) พ.ศ. 2562 – ปัจจุบัน

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

	- ที่ปรึกษาหลักสูตรการพัฒนานักสื่อสารข้อมูลเชิงลึก ของฝ่ายศูนย์ข้อมูลการเรียนรู้ สถาบันวิชาการสื่อสาธารณะ ปี 2562 - ที่ปรึกษากิจกรรมคณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ พ.ศ. 2558 – 2561 - ที่ปรึกษาคณะกรรมการสโมสรนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ รุ่นที่ 1 พ.ศ. 2561 - เจ้าของโครงการสถานีโทรทัศน์ฝึกปฏิบัติ PIM STATION ของนักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ พ.ศ. 2558 จนถึงปัจจุบัน - ที่ปรึกษากิจกรรมคณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ปีการศึกษา 2558 – 2561 - คณะทำงานพัฒนานักศึกษาและทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ประจำปี 2561 - คณะกรรมการจัดการความรู้ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ปีการศึกษา 2562 และปี 2567 - ที่ปรึกษากิจกรรมคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ พ.ศ. 2554 - คณะกรรมการ QA การประกันคุณภาพการศึกษา ประจำภาควิชาวารสารศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (พ.ศ. 2554-2556) - คณะกรรมการวิจัยและวิชาการ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ประจำปี 2554-2557 **บรรยายภายในสถาบันฯ (วิทยากร)** - วิทยากรบรรยาย โครงการอบรมพัฒนาบุคลากรทางการศึกษา สังกัดเทศบาลนครปากเกร็ด หลักสูตร “รู้เท่าทันสื่อ” ณ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ รุ่นที่ 1 ในวันเสาร์ที่ 15 กรกฎาคม 2560 จำนวน 80 คน และรุ่นที่ 2 ในวันเสาร์ที่ 22 กรกฎาคม 2560 จำนวน 80 คน - บรรยายพิเศษ ในงานปฐมนิเทศ นักศึกษาในทีมสโมสรนักศึกษา รุ่นที่ 1 หัวข้อ “การใช้โซเชียลมีเดียในงานประชาสัมพันธ์” เมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2561 ณ ห้อง Media Convergent Studio - วิทยากรบรรยายเรื่อง Classroom Management ในงานประชุมอาจารย์ประจำภาคการศึกษา 2.1/2558 จัดโดย สำนักทรัพยากรมนุษย์ PIM ในวันที่ 10 มีนาคม 2559 ณ ณ อาคารหอประชุมปัญญาภิวัฒน์ Hall 3-4 สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ - วิทยากรกระบวนการ ช่วง Library Talk งาน PIM BOOK FAIR พ.ศ. 2559 – จนถึงปัจจุบัน - วิทยากรงานเสวนาในหัวข้อ Education for A Better futuer "การศึกษาเพื่ออนาคตที่ดีกว่า" ในงาน PIM OPEN HOUSE 2023

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

	และร่วม Workshop ห้องปฏิบัติการของคณะ พร้อมสัมภาษณ์รับทุน ในวันที่ 15 กันยายน 2566 **บรรยายภายนอก (วิทยากร)** - วิทยากรบรรยายเรื่อง กระบวนการการสื่อวิดิทีศน์เพื่องานประชาสัมพันธ์ พร้อมฝึกปฏิบัติการ ในโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเปิดโลกองค์ความรู้ มิติการประชาสัมพันธ์เชิงรุกสู่ประชาคมอาเซียน ให้กับคุณครูจากโรงเรียนต่างๆ ทั่วประเทศ จัดโดยสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) ในวันที่ 26-28 กุมภาพันธ์ 2559 ณ โรงแรมเดอะเล็คกาซี่ จ.นนทบุรี - วิทยากรบรรยายเรื่อง Classroom Management ในงานประชุมอาจารย์ประจำภาคการศึกษา 2.1/2558 จัดโดย สำนักทรัพยากรมนุษย์ PIM ในวันที่ 10 มีนาคม 2559 ณ ณ อาคารหอประชุมปัญญาภิวัฒน์ Hall 3-4 สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ - วิทยากรกระบวนการ สัมมาเชิงปฏิบัติการ เรื่องกระบวนทัศน์ใหม่ “สื่อเป็นโรงเรียนของสังคม”: แนวคิด หลักการ และแนวทางพัฒนา (เครือข่ายสมาคมวิชาชีพสื่อ ภาคใต้ (จ.กระบี่) ภาคกลาง (กรุงเทพมหานคร) ภาคเหนือ (จ.พิษณุโลก) และครั้งที่ 5 ณ หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร (หอศิลปกรุงเทพฯ) ร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) - วิทยากรกระบวนการในโครงการสัมมนาเชิงปฏิบัติการผลิตสื่อออนไลน์อย่างสร้างสรรค์และมีจริยธรรม 4 ภูมิภาค ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา ในวันที่ 7 ตุลาคม 2559 จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในวันที่ 28 ตุลาคม 2559 จังหวัดนนทบุรี ในวันที่ 24-25 พฤศจิกายน 2559 และจังหวัดเชียงราย ในวันที่ 1-2 ธันวาคม 2559 - ที่ปรึกษาคณะทำงานโครงการ “พิราบน้อย” ครั้งที่ 19 เป็นต้นมา จัดโดยสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย - วิทยากรกระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการถอดบทเรียนรูปแบบการจัด ZONING ปลอดเหล้ารอบรั้วสถานศึกษาต้นแบบและแลกเปลี่ยนเรียนรู้การดำเนินงานควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จัดโดย สสส. และกรมการควบคุมโรค กระทรวงสาธารณะสุข ในวันที่ 14-15 พฤศจิกายน 2559 ณ โรงแรมรามาการ์เด้น กรุงเทพฯ - วิทยากรกระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการถอดบทเรียนรูปแบบการจัด ZONING ปลอดเหล้ารอบรั้วสถานศึกษาต้นแบบและแลกเปลี่ยนเรียนรู้การดำเนินงานควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จัดโดย สสส. และกรมการควบคุมโรค กระทรวงสาธารณะสุข ใน

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

	วันที่ 21 พฤศจิกายน 2559 ณ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข - ทีมวิทยากรถอดบทเรียนโมเดลต้นไม้ ในโครงการหาแนวทางการดำเนินงานในชุมชนเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ให้กับกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณะสุข - วิทยากรโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการแกนนำชุมชนเพื่อการเปลี่ยนแปลง : สื่อเป็นโรงเรียนของสังคม ในวันที่ 23-26 กุมภาพันธ์ 2560 ณ โรงแรมไมด้า ทวารวดี แกรนด์ จังหวัดนครปฐม - วิทยากรบรรยายในโครงการสัมมนา "ปฏิรูปสื่อ ใครได้ประโยชน์" ภายใต้สื่อเป็นโรงเรียนของสังคม และประชุมทีมภูมิภาคอีสานเพื่อดำเนินงานในพื้นที่ของจังหวัดขอนแก่นในวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2560 จังหวัดขอนแก่น - ทีมวิทยากร และคณะทำงาน โครงการสื่อเป็นโรงเรียนของสังคมในการเป็นพี่เลี้ยงลงพื้นที่ปฏิบัติการสื่อภาคใต้ ที่เกาะลันตา ในการสร้าง “นักสื่อสารสร้างสรรค์” จังหวัดกระบี่ (เดือนมกราคม – กันยายน 2560) - วิทยากรพิเศษ บรรยายหัวข้อ “Are you ready? การเตรียมความพร้อมสู่เส้นทางวิชาชีพสายนิเทศศาสตร์ยุคดิจิทัล” ให้กับนักศึกษาชั้นปีที่ 2 – 4 คณะนิเทศศาสตร์การเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าลาดกระบัง ในวันที่ 27 เมษายน 2560 เวลา 13.00 – 16.00 น. ณ ห้องหางนกยูง ชั้น 5 (สำนักหอสมุดกลาง) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าลาดกระบัง - ผู้ดำเนินรายการเสวนา ราชดำเนินเสวนา "ภาษาไทย ภาษาสื่อ" โดย สมาคมนักข่าวฯ กับสำนักงานราชบัณฑิตยสภา ในวันที่ 15 ตุลาคม 2560 - วิทยากรพิเศษ บรรยายหัวข้อ “กระบวนการทำงานของ DATA JOURNALISM” ในโครงการ “การพัฒนานักสื่อสารข้อมูลเชิงลึก” ที่อาคารจามจุรีสแควร์ เมื่อวันที่ 25 มกราคม 2562 - วิทยากรพิเศษ บรรยายหัวข้อ หัวข้อ การใช้โปรแกรม Spreadsheet สำหรับนักสื่อสารข้อมูลเชิงลึก (Basic Spreadsheet for Data Journalism) ที่อาคารจามจุรีสแควร์ เมื่อวันที่ 10 มีนาคม 2562 - วิทยากรพิเศษ และเป็นที่ปรึกษาหลักสูตรการพัฒนานักสื่อสารข้อมูลเชิงลึก (ThaiPBS Journalism in-house Training) ในวันที่ 20 สิงหาคม 2562 – 26 กันยายน 2562 ณ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส - คณะกรรมการทำงาน และวิทยากรพิเศษ สรุปประเด็นเสวนาเวทียุทธศาสตร์เพื่ออนาคตวารสารศาสตร์ ครั้งที่ 12 นวัตกรรม

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

	เปลี่ยนโลก วันที่ 15 พฤศจิกายน 2562 เวลา 8.30-17.00 น. ณ Convention Hall ชั้น 2 สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (ออกอากาศ FACEBOOK LIVE ช่อง THAIPBS วันที่ 15 พฤศจิกายน 2562 ด้วย) - วิทยากรและคณะทำงาน ในงานสัมมนาเชิงปฏิบัติการระดมแนวทางเสริมประสิทธิภาพการกำกับดูแลกันเอง ในยุคดิจิทัล หรือ “Road To TJA 2020“ นำกระบวนการและสรุปข้อเสนอไปสู่การปฏิบัติ เป็นการระดมสมอง นำปัญหาพร้อมเสนอแนวทางแก้ไข เพื่อเป็นกระจกสะท้อนการทำงานของสมาคมฯ ให้ตอบโจทย์กับวิชาชีพมากยิ่งขึ้น ในวันที่ 14-15 ธันวาคม 2562 ณ โรงแรม เดอะ เลจเจ้นท์ แม่กลอง จังหวัดสมุทรสงคราม - วิทยากรบรรยาย และ จัด workshop หัวข้อ "เทคนิคการสื่อสารและการบริการข้อมูลที่มีประสิทธิภาพช่องทาง NON-Voice รุ่นที่ 1-2" ให้กับสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ ในวันที่ 14-15 พฤศจิกายน 2565 และ 9, 13 ธันวาคม 2565 ณ ศูนย์ประชุมวายุภักษ์ โรงแรมเซ็นทราศูนย์ราชการ แจ้งวัฒนะ - หัวหน้าโครงการจัดงานสัมมนายุทธศาสตร์เพื่ออนาคตวารสารศาสตร์ ปี 2566 หัวข้อ หัวข้อ “แนวโน้มใหม่และเทคนิคในโลกคอนเทนท์- New trend New Tech in Content Industries” จัดโดย สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ร่วมกับ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ และคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย วันพุธที่ 31 มกราคม 2567 ณ ชั้น16 ห้องAuditorium อาคาร CP All Academy สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ - คณะกรรมการตัดสินรางวัล “พิราบน้อย” ประจำปี 2566 ให้กับสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย
4. ผลงานทางวิชาการ/งานวิจัย	**ผลงานทางวิชาการ** ภัทราวดี ธีเลอร์. (2566). การศึกษาแนวโน้มทักษะวิชาชีพและทักษะวิชาการผ่านการนำไปใช้ในโครงงานปริญญานิพนธ์ ปีการศึกษา 2561-2565 ของนักศึกษาชั้นปีที่ 4 สาขาวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจ้นท์และสื่อดิจิทัลสร้างสรรค์ คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์. การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 18 และการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ ครั้งที่ 8 มหาวิทยาลัยศรีปทุม ประจำปี 2566 วันที่ 27 ตุลาคม 2566. หน้า 2010-2020. (บทความวิชาการสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ; 0.2)

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ภาคผนวก ข

1. ข้อบังคับสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2566
2. ระเบียบสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการเทียบโอนหน่วยกิต และผลการศึกษา พ.ศ. 2566
3. ระเบียบสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยแนวทางการดำเนินงานคลังหน่วยกิต พ.ศ. 2566
4. ประกาศสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ เรื่อง กำหนดระยะเวลาการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี และระดับบัณฑิตศึกษา

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ข้อบังคับสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2566

เพื่อให้การศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นไปตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 34 (2) แห่งพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ. 2546 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550 เห็นสมควรปรับปรุงข้อบังคับ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น โดยมติสภาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ในการประชุมครั้งที่ 1/2566 เมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2566 เห็นสมควรออกข้อบังคับดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ข้อบังคับนี้เรียกว่า “ข้อบังคับสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2566”

ข้อ 2 ข้อบังคับนี้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ปีการศึกษา 2566 เป็นต้นไป

ข้อ 3 ให้ยกเลิกข้อบังคับสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2560 และบรรดาข้อบังคับ ระเบียบ คำสั่ง หรือประกาศอื่นใดของสถาบัน ที่ขัดหรือแย้งกับข้อบังคับนี้ ให้ใช้ข้อบังคับนี้แทน

ข้อ 4 ในข้อบังคับนี้

“สถาบัน” หมายถึง สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

“สภาสถาบัน” หมายถึง สภาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

“อธิการบดี” หมายถึง อธิการบดีสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

“คณบดี” หมายถึง ผู้บริหารที่มีหน้าที่รับผิดชอบงานของคณะและหน่วยงานที่เทียบเท่าคณะ

“คณะ” หมายถึง คณะวิชาและหน่วยงานเทียบเท่าคณะที่เปิดสอนในสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

“หลักสูตร” หมายถึง หลักสูตรระดับปริญญาตรีของสถาบัน

“สาขาวิชา” หมายถึง สาขาวิชาในหลักสูตรระดับปริญญาตรี

“วิชาเอก” หมายถึง วิชาเอกของหลักสูตรซึ่งอาจมีหลายวิชาเอกก็ได้

“หัวหน้าสาขา หัวหน้ากลุ่มวิชา ผู้อำนวยการหลักสูตร” หมายถึง หัวหน้าที่มีหน้าที่รับผิดชอบงานของสาขาวิชา กลุ่มวิชา หรือหลักสูตร

"ผู้เข้าศึกษา" หมายถึง ผู้ที่ประสงค์เข้าศึกษาในสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

“นักศึกษา” หมายถึง นักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

“อาจารย์ที่ปรึกษา” หมายถึง อาจารย์ประจำที่มีหน้าที่รับผิดชอบให้คำปรึกษาแก่นักศึกษา

“อาจารย์ประจำ” หมายถึง บุคคลที่ดำรงตำแหน่งอาจารย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ ศาสตราจารย์ และตำแหน่งอื่นที่เทียบเท่าในสถาบันตามที่สภาสถาบันกำหนด หรือบุคคลองค์กรภายนอกที่มีการตกลงร่วมผลิตซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบตามพันธกิจของสถาบัน และมีความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

สำหรับอาจารย์ประจำที่สถาบันรับเข้าใหม่ตั้งแต่เกณฑ์มาตรฐานนี้เริ่มใช้บังคับ ต้องมีคะแนนทดสอบความสามารถภาษาอังกฤษได้ตามเกณฑ์ที่สภาสถาบันกำหนด

"อาจารย์ประจำหลักสูตร" หมายถึง อาจารย์ประจำที่มีคุณวุฒิตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาของหลักสูตรที่สภาสถาบันเห็นชอบหรืออนุมัติ มีหน้าที่สอนและค้นคว้าวิจัยในสาขาวิชาดังกล่าว ทั้งนี้ สามารถเป็นอาจารย์ประจำหลักสูตรหลายหลักสูตรได้ในเวลาเดียวกัน

"อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร" หมายถึง อาจารย์ประจำหลักสูตรที่มีภาระหน้าที่ในการบริหารและพัฒนาหลักสูตรและการเรียนการสอน ตั้งแต่การวางแผน การควบคุมคุณภาพการติดตามประเมินผล และการพัฒนาหลักสูตร อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรต้องอยู่ประจำหลักสูตรนั้นตลอดระยะเวลาที่จัดการศึกษา โดยจะเป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรเกินกว่า 1 หลักสูตรในเวลาเดียวกันไม่ได้ ยกเว้นหลักสูตรพหุวิทยาการหรือสหวิทยาการ ให้เป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรได้อีกหนึ่งหลักสูตร ในกรณีนี้ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรสามารถซ้ำได้ไม่เกิน 2 คน

"อาจารย์พิเศษ" หมายถึง ผู้สอนที่ไม่ใช่อาจารย์ประจำ

"การตกลงร่วมผลิต" หมายถึง การทำข้อตกลงร่วมมือกันอย่างเป็นทางการระหว่างสถาบันกับองค์กรภายนอกในการพัฒนาและบริหารหลักสูตร โดยผ่านความเห็นชอบของสภาสถาบันและองค์กรภายนอกนั้น ๆ

"องค์กรภายนอก" หมายถึง สถาบันอุดมศึกษาในหรือต่างประเทศที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่รับผิดชอบการศึกษาของประเทศนั้น หรือเป็นหน่วยราชการระดับกรมหรือเทียบเท่า หรือหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ หรือองค์การมหาชน หรือบริษัทเอกชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเท่านั้น

หากเป็นบริษัทเอกชนที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ให้อยู่ในดุลยพินิจของสภาสถาบัน โดยต้องแสดงศักยภาพและความพร้อมในการร่วมผลิตบัณฑิตของบริษัทดังกล่าว และต้องให้ได้คุณภาพตามมาตรฐานการอุดมศึกษา

"ประสบการณ์ด้านปฏิบัติการ" หมายถึง การทำงานร่วมกับสถานประกอบการโดยมีหลักฐานรับรองผลการปฏิบัติงานที่เกิดประโยชน์กับสถานประกอบการ หรือหลักฐานรับรองมาตรฐานฝีมือแรงงาน หรือมีผลงานทางวิชาการประเภทการพัฒนาเทคโนโลยี หรือผลงานสร้างสรรค์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับภาคอุตสาหกรรมเผยแพร่มาแล้ว

"ค่าเล่าเรียน" หมายถึง อัตราค่าเล่าเรียนที่นักศึกษาต้องชำระตามที่สถาบันกำหนด

"ค่าธรรมเนียม" หมายถึง อัตราค่าธรรมเนียมที่สถาบันเรียกเก็บเพื่อการศึกษาในกรณีอื่น ๆ นอกเหนือจากค่าเล่าเรียน

ข้อ 5 หลักสูตรระดับปริญญาตรี แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

5.1 หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาการ แบ่งเป็น 2 แบบ

5.1.1 หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาการ ที่มุ่งผลิตบัณฑิตให้มีความรอบรู้ ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ โดยอาจมีการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ เน้นความรู้และทักษะด้านวิชาการ สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริงได้อย่างสร้างสรรค์

5.1.2 หลักสูตรปริญญาตรีแบบก้าวหน้าทางวิชาการ ซึ่งเป็นหลักสูตรปริญญาตรีสำหรับผู้เรียนที่มีความสามารถพิเศษ มุ่งผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ ความสามารถระดับสูง โดยใช้หลักสูตรปกติที่เปิดสอนอยู่แล้ว แต่ให้เสริมศักยภาพของผู้เรียนโดยกำหนดให้ผู้เรียนได้ศึกษาบางรายวิชาในระดับบัณฑิตศึกษาที่เปิดสอนอยู่แล้วและสนับสนุนให้ผู้เรียนได้ทำวิจัยทางวิชาการที่ลุ่มลึก หลักสูตรก้าวหน้าแบบวิชาการต้องมีการเรียนรายวิชาระดับบัณฑิตศึกษาไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

5.2 หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาชีพหรือปฏิบัติการ แบ่งเป็น 2 แบบ

5.2.1 หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาชีพหรือปฏิบัติการ ที่มุ่งผลิตบัณฑิตให้มีความรอบรู้ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ เน้นความรู้ สมรรถนะและทักษะด้านวิชาการและวิชาชีพ หรือมีสมรรถนะและทักษะด้านการปฏิบัติเชิงเทคนิคในศาสตร์สาขาวิชานั้น ๆ โดยผ่านการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ

หลักสูตรแบบนี้เท่านั้นที่จัดหลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ได้ โดยถือเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรปริญญาตรีและจะต้องสะท้อนปรัชญาและเนื้อหาสาระของหลักสูตรปริญญาตรีนั้น ๆ โดยครบถ้วน และให้ระบุคำว่า “ต่อเนื่อง” ในวงเล็บต่อท้ายชื่อหลักสูตร มีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีทักษะการปฏิบัติการหรือทักษะวิชาชีพอยู่แล้วให้มีความรู้ด้านวิชาการมากยิ่งขึ้น รวมทั้งได้รับการฝึกปฏิบัติขั้นสูงเพิ่มเติม เพื่อให้บัณฑิตจบไปเป็นนักปฏิบัติเชิงวิชาการ โดยเน้นการจัดการเรียนการสอนแบบมีส่วนร่วมระหว่างสถานประกอบการกับสถาบันและการบริหารจัดการเรียนการสอนที่บูรณาการภาคทฤษฎีและปฏิบัติในบริบทของการทำงานตามสภาพจริง เพื่อให้นักศึกษาบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการนักปฏิบัติขั้นสูงตามเจตนารมณ์ของหลักสูตร

ในด้านอาจารย์ผู้สอนจำนวนหนึ่งต้องเป็นผู้มีประสบการณ์ด้านปฏิบัติการมาแล้ว และหากเป็นผู้สอนจากสถานประกอบการต้องมีความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา

5.2.2 หลักสูตรปริญญาตรีแบบก้าวหน้าทางวิชาชีพหรือปฏิบัติการ ซึ่งเป็นหลักสูตรสำหรับผู้เรียนที่มีความสามารถพิเศษ มุ่งผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ สมรรถนะทางวิชาชีพหรือปฏิบัติการขั้นสูง โดยใช้หลักสูตรปกติที่เปิดสอนอยู่แล้วให้รองรับศักยภาพของผู้เรียน โดยกำหนดให้ผู้เรียนได้ศึกษาบางรายวิชาในระดับบัณฑิตศึกษาที่เปิดสอนอยู่แล้ว และทำวิจัยที่ลุ่มลึกหรือได้รับการฝึกปฏิบัติขั้นสูงในหน่วยงานองค์กรหรือสถานประกอบการ หลักสูตรปริญญาตรีแบบก้าวหน้าทางวิชาชีพหรือปฏิบัติการต้องมีการเรียนรายวิชาระดับบัณฑิตศึกษาไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต

หมวด 1
ระบบการศึกษา

ข้อ 6 สถาบันจัดระบบการศึกษาระดับปริญญาตรี ไว้ดังต่อไปนี้

6.1 ระบบการจัดการศึกษา ใช้ระบบทวิภาค โดย 1 ปีการศึกษา แบ่งออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ มีระยะเวลาการศึกษาในแต่ละภาคการศึกษาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์ หรือเทียบเคียงได้ไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์ สำหรับภาคการศึกษาฤดูร้อนให้มีระยะเวลาการศึกษาและจำนวนหน่วยกิต มีสัดส่วนเทียบเคียงกันได้กับภาคการศึกษาปกติ โดยมีรูปแบบการจัดการศึกษา ดังนี้

6.1.1 รูปแบบที่ 1 ประกอบด้วย ภาคการศึกษาที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 2 และภาคการศึกษาฤดูร้อน (ถ้ามี)

6.1.2 รูปแบบที่ 2 ประกอบด้วย ภาคการศึกษาที่ 1 และภาคการศึกษาที่ 2 โดยในแต่ละภาคการศึกษาแบ่งการจัดการศึกษาเป็น 2 รอบการเรียน

6.1.3 รูปแบบอื่น ให้กำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับระบบการศึกษาและเทียบเคียงหน่วยกิตกับระบบทวิภาคไว้ในหลักสูตร

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

6.2 วิธีการจัดการเรียนการสอน มีการจัดการเรียนการสอนในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งหรือหลายรูปแบบ ดังนี้

6.2.1 การศึกษาหลักสูตรปกติ (Regular Program) จัดการเรียนการสอนตามวันเวลาปกติ หรือนอกเวลาทำการปกติ

6.2.2 การศึกษาผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Education) เป็นการจัดการศึกษาที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามเป้าหมายของหลักสูตรและรายวิชา หรือเป็นไปตามที่สถาบันกำหนด

6.2.3 การศึกษารูปแบบอื่น ๆ ที่สถาบันมีความเห็นว่าเหมาะสมหรือเป็นไปตามที่สถาบันกำหนด

ข้อ 7 การคิดหน่วยกิตตามระบบทวิภาค โดยมีหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

7.1 รายวิชาภาคทฤษฎี ที่ใช้เวลาบรรยายหรืออภิปรายปัญหาไม่น้อยกว่า 15 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต และ/หรือเป็นไปตามที่หลักสูตรกำหนด

7.2 รายวิชาภาคปฏิบัติ ที่ใช้เวลาฝึกหรือทดลองไม่น้อยกว่า 30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต และ/หรือเป็นไปตามที่หลักสูตรกำหนด

7.3 การฝึกงานหรือการฝึกภาคสนาม ที่ใช้เวลาฝึกไม่น้อยกว่า 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต และ/หรือเป็นไปตามที่หลักสูตรกำหนด

7.4 การทำโครงงานหรือกิจกรรมการเรียนอื่นใด ตามที่ได้รับมอบหมายที่ใช้เวลาทำโครงงานหรือกิจกรรมนั้น ๆ ไม่น้อยกว่า 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต และ/หรือเป็นไปตามที่หลักสูตรกำหนด

7.5 กิจกรรมการเรียนอื่นใดที่สร้างการเรียนรู้นอกเหนือจากรูปแบบที่กำหนดข้างต้น การนับระยะเวลาในการทำกิจกรรมนั้นต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต ให้เป็นไปตามที่หลักสูตรกำหนด

ข้อ 8 จำนวนหน่วยกิตรวมและระยะเวลาการศึกษา

8.1 หลักสูตรปริญญาตรีที่มีระยะเวลาการศึกษาปกติ 4 ปี มีจำนวนหน่วยกิตรวมไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต

8.2 หลักสูตรปริญญาตรีที่มีระยะเวลาการศึกษาปกติ 5 ปี มีจำนวนหน่วยกิตรวมไม่น้อยกว่า 150 หน่วยกิต

8.3 หลักสูตรปริญญาตรีมีระยะเวลาการศึกษาปกติไม่น้อยกว่า 6 ปี มีจำนวนหน่วยกิตรวมไม่น้อยกว่า 180 หน่วยกิต

8.4 หลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) มีจำนวนหน่วยกิตรวมไม่น้อยกว่า 72 หน่วยกิต

8.5 หลักสูตรปริญญาตรีที่สอง จำนวนหน่วยกิตรวมและระยะเวลาการศึกษาให้เป็นไปตามระเบียบสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยการศึกษาปริญญาตรีที่สอง

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หมวด 2
คุณสมบัติของผู้สมัครเข้าศึกษาและกระบวนการรับเข้าศึกษา

ข้อ 9 สถาบันได้กำหนดคุณสมบัติของผู้เข้าศึกษาระดับปริญญาตรี ดังนี้

9.1 คุณวุฒิของผู้เข้าศึกษา ต้องเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติข้อใดข้อหนึ่ง ดังนี้

9.1.1 หลักสูตรปริญญาตรี (4 ปี 5 ปี และไม่น้อยกว่า 6 ปี) จะต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

9.1.2 หลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) จะต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงหรือเทียบเท่า หรือระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ในสาขาวิชาที่ตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่จะเข้าศึกษาตามที่หลักสูตรกำหนด หรือได้ความเห็นชอบจากคณะกรรมการประจำคณะ

9.1.3 หลักสูตรปริญญาตรีแบบก้าวหน้าทั้งทางวิชาการ และทางวิชาชีพหรือปฏิบัติการต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า โดยมีคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่น้อยกว่า 3.50 จากระบบ 4 ระดับคะแนนหรือเทียบเท่า และมีผลการเรียนในหลักสูตรปริญญาตรีแบบก้าวหน้าไม่น้อยกว่า 3.50 ทุกภาคการศึกษาในระหว่างการศึกษาในหลักสูตรแบบก้าวหน้า หากภาคการศึกษาใดภาคการศึกษาหนึ่งมีผลการเรียนต่ำกว่า 3.50 จากระบบ 4 ระดับคะแนนหรือเทียบเท่า จะถือว่าผู้เรียนขาดคุณสมบัติในการศึกษาหลักสูตรแบบก้าวหน้า

9.2 คุณสมบัติอื่น ๆ เป็นไปตามที่สถาบันกำหนด

ข้อ 10 การรับเข้าศึกษาหลักสูตรระดับปริญญาตรี

10.1 เงื่อนไขการเข้าศึกษา วิธีการ และจำนวนนักศึกษาเป็นไปตามที่หลักสูตรกำหนด

10.2 ผู้สมัครต้องแสดงหลักฐานการสำเร็จการศึกษาและ/หรือหลักฐานรับรองเรียนครบหลักสูตรจากสถาบันการศึกษาที่หน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศมีหน้าที่รับรองวุฒิการศึกษาให้การรับรอง โดยยื่นหลักฐานภายในระยะเวลาตามที่สถาบันกำหนด การรับเข้าศึกษาจึงจะมีผลสมบูรณ์

ข้อ 11 ผู้ที่ได้รับการคัดเลือกเข้าเป็นนักศึกษา ต้องรายงานตัวและขึ้นทะเบียนนักศึกษาตามที่สถาบันกำหนด

หมวด 3
อาจารย์หลักสูตรระดับปริญญาตรี

ข้อ 12 อาจารย์หลักสูตรระดับปริญญาตรี มีคุณวุฒิและคุณสมบัติ ดังนี้

12.1 หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาการ

12.1.1 อาจารย์ประจำหลักสูตร มีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาโทหรือเทียบเท่าหรือมีตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์หรือเทียบเท่า และต้องมีผลงานทางวิชาการที่ไม่ใช่ส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อรับปริญญาของตนเอง และเป็นผลงานทางวิชาการที่ได้รับการเผยแพร่ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในการพิจารณาแต่งตั้งให้บุคคลดำรงตำแหน่งทางวิชาการอย่างน้อย 1 เรื่อง ในรอบ 5 ปีย้อนหลัง

กรณีมีการตกลงร่วมผลิตกับองค์กรภายนอกที่ไม่ใช่สถาบันอุดมศึกษา หากจำเป็นบุคคลที่มาจากองค์กรนั้นอาจได้รับการยกเว้นคุณวุฒิปริญญาโทและผลงานทางวิชาการ แต่ต้องมีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาตรีหรือเทียบเท่าที่ตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาของหลักสูตรและมีประสบการณ์การทำงานในองค์กรแห่งนั้น หรือการทำงานประเภทเดียวกันอย่างต่อเนื่องมาแล้วไม่น้อยกว่า 6 ปี

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

12.1.2 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร มีคุณวุฒิและคุณสมบัติเช่นเดียวกับอาจารย์ประจำหลักสูตร จำนวนอย่างน้อย 5 คน

กรณีมีการตกลงร่วมผลิตกับองค์กรภายนอก ต้องมีอาจารย์ประจำหลักสูตรจากหลักสูตรของสถาบันเป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรอย่างน้อย 3 คน

กรณีที่หลักสูตรจัดให้มีวิชาเอกมากกว่า 1 วิชาเอก ให้จัดอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่มีคุณวุฒิและคุณสมบัติตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่เปิดสอนไม่น้อยกว่าวิชาเอกละ 3 คน

กรณีที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับสาขาวิชาที่ไม่สามารถสรรหาอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรครบตามจำนวน สถาบันต้องเสนอจำนวนและคุณวุฒิของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่มีนั้นให้คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษาพิจารณาเป็นรายกรณี โดยผ่านความเห็นชอบจากสภาสถาบัน

12.1.3 อาจารย์ผู้สอน อาจเป็นอาจารย์ประจำหรืออาจารย์พิเศษที่มีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาโทหรือเทียบเท่า หรือมีตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์หรือเทียบเท่า ในสาขาวิชานั้นหรือสาขาวิชาที่สัมพันธ์กันหรือในสาขาวิชาของรายวิชาที่สอน

สำหรับหลักสูตรที่มีการตกลงร่วมผลิตกับองค์กรภายนอกที่ไม่ใช่สถาบันอุดมศึกษา หากจำเป็นบุคคลที่มาจากองค์กรนั้น อาจได้รับการยกเว้นคุณวุฒิปริญญาโท แต่ต้องมีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและมีประสบการณ์การทำงานในองค์กรแห่งนั้นหรือการทำงานประเภทเดียวกันอย่างต่อเนื่องมาแล้วไม่น้อยกว่า 6 ปี

กรณีอาจารย์พิเศษที่ไม่มีคุณวุฒิตามที่กำหนดข้างต้น ต้องเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้และประสบการณ์เป็นที่ยอมรับ ซึ่งตรงหรือสัมพันธ์กับรายวิชาที่สอน โดยผ่านความเห็นชอบจากสภาสถาบัน ทั้งนี้ หากรายวิชาใดมีความจำเป็นต้องใช้อาจารย์พิเศษ ต้องมีอาจารย์ประจำร่วมรับผิดชอบกระบวนการเรียนการสอนและพัฒนานักศึกษา ตลอดระยะเวลาของการจัดการเรียนการสอนรายวิชานั้น ๆ ด้วย

ทั้งนี้ กรณีที่อาจารย์ประจำหลักสูตร อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอาจารย์ผู้สอนที่มีคุณวุฒิไม่ตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาของวิชาหลักสูตร ต้องเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในศาสตร์ที่เกี่ยวข้องนั้น โดยให้หลักสูตรเสนอสภาสถาบันขออนุมัติเป็นรายกรณี

12.2 หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาการปริญญาตรีทางวิชาชีพหรือปฏิบัติการ และหลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง)

12.2.1 อาจารย์ประจำหลักสูตร มีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาโทหรือเทียบเท่า หรือมีตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์หรือเทียบเท่า และต้องมีผลงานทางวิชาการที่ไม่ใช่ส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อรับปริญญาของตนเอง และเป็นผลงานทางวิชาการที่ได้รับการเผยแพร่ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในการพิจารณาแต่งตั้งให้บุคคลดำรงตำแหน่งทางวิชาการอย่างน้อย 1 เรื่อง ในรอบ 5 ปีย้อนหลัง

กรณีมีการตกลงร่วมผลิตกับองค์กรภายนอกที่ไม่ใช่สถาบันอุดมศึกษา หากจำเป็นบุคคลที่มาจากองค์กรนั้นอาจได้รับการยกเว้นคุณวุฒิปริญญาโทและผลงานทางวิชาการ แต่ต้องมีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาตรีหรือเทียบเท่าที่ตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาของหลักสูตรและมีประสบการณ์การทำงานในองค์กรแห่งนั้น หรือการทำงานประเภทเดียวกันอย่างต่อเนื่องมาแล้วไม่น้อยกว่า 6 ปี

12.2.2 อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร มีคุณวุฒิและคุณสมบัติเช่นเดียวกับอาจารย์ประจำหลักสูตร จำนวนอย่างน้อย 5 คน

ในกรณีของหลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาชีพหรือปฏิบัติการที่เน้นทักษะด้านการปฏิบัติเชิงเทคนิคในศาสตร์สาขาวิชานั้น อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรอย่างน้อย 2 ใน 5 คน ต้องมีประสบการณ์ด้านปฏิบัติการ

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

กรณีมีการตกลงร่วมผลิตกับองค์กรภายนอก ต้องมีอาจารย์ประจำหลักสูตรจากสถาบันเป็นอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรอย่างน้อย 3 คน

กรณีที่หลักสูตรจัดให้มีวิชาเอกมากกว่า 1 วิชาเอก ให้จัดอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่มีคุณวุฒิและคุณสมบัติตรงหรือสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่เปิดสอนไม่น้อยกว่าวิชาเอกละ 3 คน และต้องมีสัดส่วนอาจารย์ที่มีประสบการณ์ด้านปฏิบัติการ 1 ใน 3

กรณีที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับสาขาวิชาที่ไม่สามารถสรรหาอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรครบตามจำนวน สถาบันต้องเสนอจำนวนและคุณวุฒิของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรนั้นให้คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษาพิจารณาเป็นรายกรณี โดยผ่านความเห็นชอบจากสภาสถาบัน

12.2.3 อาจารย์ผู้สอน อาจเป็นอาจารย์ประจำหรืออาจารย์พิเศษที่มีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาโทหรือเทียบเท่า หรือมีตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์หรือเทียบเท่า ในสาขาวิชานั้นหรือสาขาวิชาที่สัมพันธ์กัน หรือในสาขาวิชาของรายวิชาที่สอน

สำหรับหลักสูตรที่มีการตกลงร่วมผลิตกับองค์กรภายนอกที่ไม่ใช่สถาบันอุดมศึกษา หากจำเป็นบุคคลที่มาจากองค์กรนั้น อาจได้รับการยกเว้นคุณวุฒิปริญญาโท แต่ต้องมีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและมีประสบการณ์การทำงานในองค์กรแห่งนั้นหรือการทำงานประเภทเดียวกันอย่างต่อเนื่องมาแล้วไม่น้อยกว่า 6 ปี

กรณีอาจารย์พิเศษที่ไม่มีคุณวุฒิตามที่กำหนดข้างต้น ต้องเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้และประสบการณ์เป็นที่ยอมรับ ซึ่งตรงหรือสัมพันธ์กับรายวิชาที่สอน โดยผ่านความเห็นชอบจากสภาสถาบัน ทั้งนี้ หากรายวิชาใดมีความจำเป็นต้องใช้อาจารย์พิเศษ ต้องมีอาจารย์ประจำร่วมรับผิดชอบกระบวนการเรียนการสอนและพัฒนานักศึกษา ตลอดระยะเวลาของการจัดการเรียนการสอนรายวิชานั้น ๆ ด้วย

หมวด 4
การลงทะเบียน

ข้อ 13 การลงทะเบียนเรียน ให้ลงทะเบียนเรียนได้ไม่เกิน 22 หน่วยกิต ในแต่ละภาคการศึกษาปกติสำหรับการลงทะเบียนเรียนเต็มเวลา และให้ลงทะเบียนเรียนได้ไม่เกิน 9 หน่วยกิต ในแต่ละภาคการศึกษาปกติสำหรับการลงทะเบียนเรียนไม่เต็มเวลา

สำหรับการลงทะเบียนเรียนในภาคฤดูร้อน ให้ลงทะเบียนเรียนได้ไม่เกิน 9 หน่วยกิต

การลงทะเบียนเรียนที่มีจำนวนหน่วยกิตแตกต่างไปจากเกณฑ์ข้างต้นก็อาจทำได้ โดยให้อยู่ในดุลยพินิจของคณบดี แต่ต้องไม่กระทบต่อมาตรฐานและคุณภาพการศึกษา

ข้อ 14 การขอเพิ่ม ลดรายวิชา และขอเพิกถอนรายวิชา ดำเนินการ ดังนี้

14.1 การขอเพิ่ม ลดรายวิชา จะต้องทำภายในช่วงเวลาที่ประกาศปฏิทินการศึกษากำหนด

14.2 การขอเพิกถอนรายวิชา จะต้องทำภายในช่วงเวลาที่ประกาศปฏิทินการศึกษากำหนด โดยรายวิชาที่เพิกถอนนั้นจะบันทึกสัญลักษณ์ W (Withdrawal) ในใบแสดงผลการศึกษา

ข้อ 15 นักศึกษาอาจลงทะเบียนเรียนรายวิชาต่อเนื่องควบคู่กับรายวิชาบังคับก่อนที่เคยสอบตก (F) มาแล้ว หรือรายวิชาต่อเนื่องใดที่หลักสูตรกำหนดให้ต้องเคยศึกษาหรือต้องสอบผ่านรายวิชาพื้นฐานหรือรายวิชาบังคับก่อน โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและอนุมัติโดยคณบดีหรือผู้รับมอบหมาย

ข้อ 16 นักศึกษาสามารถลงทะเบียนเรียนซ้ำในรายวิชาได้ โดยได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาหรือผู้อำนวยการหลักสูตร และชำระค่าธรรมเนียมตามประกาศสถาบัน

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ข้อ 17 สถาบันอาจจะปิดรายวิชาใดรายวิชาหนึ่ง หรือกลุ่มเรียนใดกลุ่มเรียนหนึ่งของรายวิชา หรืออาจจำกัดจำนวนนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาใดรายวิชาหนึ่ง หรือกลุ่มเรียนใดกลุ่มเรียนหนึ่งได้ ทั้งนี้ การประกาศปิดรายวิชาหรือกลุ่มเรียนใดที่มีนักศึกษาลงทะเบียนเรียนไปแล้ว นักศึกษาสามารถลงทะเบียนเรียนในรายวิชาอื่นหรือกลุ่มเรียนอื่นทดแทน

ข้อ 18 นักศึกษาที่ไม่ลงทะเบียนเรียนภายในระยะเวลาตามประกาศปฏิทินการศึกษาที่สถาบันกำหนดจะหมดสิทธิ์เรียนในภาคการศึกษานั้น ทั้งนี้ ต้องยื่นขอลาพักการศึกษาและชำระค่าธรรมเนียมตามประกาศสถาบัน ภายในกำหนดตามประกาศปฏิทินการศึกษา

การลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาฤดูร้อน ให้เป็นไปตามที่หลักสูตรกำหนด

ข้อ 19 นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาครบตามหลักสูตรแล้วแต่ยังไม่ยื่นขอสำเร็จการศึกษา จะต้องรักษาสถานภาพการเป็นนักศึกษาภายในกำหนดตามประกาศปฏิทินการศึกษา และชำระค่าธรรมเนียมตามประกาศสถาบัน

ข้อ 20 การขอคืนค่าเล่าเรียน สำหรับนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนและชำระค่าเล่าเรียนในภาคการศึกษานั้นแล้ว จะกระทำได้ก็ต่อเมื่อมีการยกเลิกการลงทะเบียนเรียนทุกรายวิชาในภาคการศึกษานั้นภายในกำหนดการลาพักการศึกษาตามประกาศปฏิทินการศึกษา

หมวด 5
การวัดและประเมินผลการศึกษา

ข้อ 21 การวัดผลการศึกษา ดำเนินการดังนี้

21.1 การวัดผลการศึกษาแต่ละรายวิชาที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียน อาจกระทำโดยการวัดและประเมินผลในระหว่างภาคการศึกษาเป็นระยะ และ/หรือปลายภาคการศึกษา และบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชาตามที่หลักสูตรหรือสถาบันกำหนด

21.2 นักศึกษาต้องมีเวลาศึกษาไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของเวลาศึกษาในแต่ละรายวิชา จึงจะมีสิทธิ์ได้รับการวัดและประเมินผลการศึกษา เว้นแต่ได้รับอนุญาตจากอาจารย์ประจำวิชา

21.3 ในกรณีที่นักศึกษาไม่สามารถเข้ารับการวัดและประเมินผลการศึกษา เพราะเหตุเจ็บป่วยหรือเหตุสุดวิสัย ให้นักศึกษายื่นความประสงค์เพื่อขอรับการวัดและประเมินผลการศึกษาย้อนหลัง

ข้อ 22 การประเมินผลการศึกษา

22.1 ผลการศึกษาของแต่ละรายวิชาให้มีการประเมินเป็นสัญลักษณ์ที่มีค่าระดับคะแนน จำนวน 8 ระดับ ดังนี้

สัญลักษณ์	ความหมาย	ค่าระดับคะแนน
A	ดีเยี่ยม (Excellent)	4.0
B+	ดีมาก (Very Good)	3.5
B	ดี (Good)	3.0
C+	ค่อนข้างดี (Fairly Good)	2.5
C	พอใช้ (Fair)	2.0
D+	อ่อน (Poor)	1.5
D	อ่อนมาก (Very Poor)	1.0
F	ตก (Fail)	0

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

22.2 ผลการศึกษาของแต่ละรายวิชาให้มีการประเมินเป็นสัญลักษณ์ที่ไม่มีระดับค่าคะแนน ให้ใช้สัญลักษณ์ ดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์	ความหมาย
S	ผลการเรียน/การปฏิบัติ/ฝึกงาน/เป็นที่พอใจ
U	ผลการเรียน/การปฏิบัติ/ฝึกงาน/ไม่เป็นที่พอใจ
AU	ผลการเรียนเป็นพิเศษโดยไม่นับหน่วยกิต (Audit)
I	ผลการประเมินผลยังไม่สมบูรณ์ (Incomplete)
W	ผลการเพิกถอนรายวิชา (Withdrawal)
P	ยังไม่ประเมินผลการเรียนในภาคการศึกษานั้น (In Progress)
X	ไม่มีผลการประเมิน (No Report)

22.3 ผลการศึกษาจากการเทียบโอนหรือการยกเว้นการเรียนของแต่ละรายวิชาให้มีการประเมินเป็นสัญลักษณ์ที่ไม่มีระดับค่าคะแนน ให้ใช้สัญลักษณ์ ดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์	ความหมาย
ACC	การเทียบโอนรายวิชาจากการพิจารณาของคณะกรรมการเทียบโอนรายวิชา (Accredit)
CE	การทดสอบตามมาตรฐานของสถาบันเป็นการประเมินผลการเรียนรู้ (Credits from Exam)
CP	การเสนอแฟ้มสะสมผลงาน (Credits from Portfolio)
CS	การทดสอบมาตรฐานกลาง (Credits from Standardized Test)
CT	การประเมินการศึกษาหรืออบรมที่จัดโดยหน่วยงานอื่นที่ไม่ใช่สถาบันการศึกษา (Credits from Training)
CX	หน่วยกิตที่ได้รับการยกเว้นการเรียน (Credits from Exemption)

ข้อ 23 การนับหน่วยกิตสะสม (Credit Earned) เพื่อให้ครบหลักสูตร ให้นับหน่วยกิตของรายวิชาที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนและสอบผ่านเท่านั้น ในกรณีที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนรายวิชาใดมากกว่าหนึ่งครั้ง ให้นับหน่วยกิตที่สอบผ่านเป็นหน่วยกิตสะสมเพียงครั้งเดียว โดยให้นำผลการศึกษาครั้งสุดท้ายของรายวิชานั้นมาใช้ในการคำนวณคะแนนเฉลี่ยสะสม

ข้อ 24 การคำนวณคะแนนเฉลี่ยประจำภาค (Grade Point Average: GPA) ให้คำนวณจากผลการศึกษาทุกรายวิชาที่ลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษานั้น โดยเอาผลรวมของผลคูณของหน่วยกิตกับค่าระดับคะแนนของทุกรายวิชาหารด้วยผลรวมของหน่วยกิตของทุกรายวิชาที่มีค่าระดับคะแนนในภาคการศึกษานั้น

ข้อ 25 การคำนวณคะแนนเฉลี่ยสะสม (Cumulative Grade Point Average: GPAx) ให้คำนวณจากผลการศึกษาตั้งแต่เริ่มเข้าศึกษาจนถึงภาคการศึกษาสุดท้าย โดยเอาผลรวมของผลคูณของหน่วยกิตกับค่าระดับคะแนนของทุกรายวิชาหารด้วยผลรวมของหน่วยกิตทุกรายวิชา ทั้งนี้ ไม่นำรายวิชาที่ได้สัญลักษณ์ที่ไม่มีค่าระดับคะแนนมาคำนวณ ในกรณีนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาใดมากกว่าหนึ่งครั้ง ให้นับหน่วยกิตเพียงครั้งเดียวและนำผลการศึกษาครั้งสุดท้ายของรายวิชานั้นมาคำนวณ

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หมวด 6
สถานภาพของนักศึกษา

ข้อ 26 การพ้นสภาพนักศึกษา นักศึกษาจะพ้นสภาพนักศึกษาในกรณีใดกรณีหนึ่ง ดังต่อไปนี้

26.1 สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

26.2 มีระยะเวลาการศึกษาสูงสุดครบระยะเวลาที่หลักสูตรกำหนด (ถ้ามี) แล้วยังไม่สำเร็จการศึกษา

26.3 ขาดคุณสมบัติในการเข้าศึกษา ตามข้อ 9

26.4 สถาบันสั่งให้พ้นสภาพนักศึกษาด้วยเหตุกระทำผิดทางวินัยอย่างร้ายแรง

26.5 ลาออก

26.6 ตาย

ข้อ 27 การกลับเข้าศึกษาใหม่ เป็นไปตามที่สถาบันกำหนด

หมวด 7
การเทียบรายวิชา โอนหน่วยกิต สะสมหน่วยกิต และการย้ายคณะ

ข้อ 28 การเทียบรายวิชา โอนหน่วยกิต และสะสมหน่วยกิต ให้เป็นไปตามที่สถาบันกำหนด

ข้อ 29 การย้ายคณะ สาขาวิชา วิชาเอก ของนักศึกษา

29.1 ได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและได้รับอนุมัติจากคณบดี

29.2 ดำเนินการให้เสร็จสิ้นและได้รับอนุมัติก่อนกำหนดการลงทะเบียนเรียนประจำภาคการศึกษานั้น

หมวด 8
การศึกษาข้ามสถาบัน

ข้อ 30 การลงทะเบียนเรียนเพื่อศึกษากับสถาบันอุดมศึกษาอื่น เพื่อนำผลการศึกษามาเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร มีเกณฑ์ดังนี้

30.1 สถาบันอุดมศึกษาที่นักศึกษาขอศึกษาข้ามสถาบัน ต้องเป็นสถาบันอุดมศึกษาที่คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษาให้การรับรองหลักสูตรและมาตรฐานการศึกษา หรือเป็นสถาบันอื่นที่มีความร่วมมือกับสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

30.2 รายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่นักศึกษาขอศึกษาข้ามสถาบัน ต้องมีสาระสำคัญครอบคลุมรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาของหลักสูตร

30.3 จำนวนหน่วยกิตที่ลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาที่ศึกษาข้ามสถาบันนับรวมแล้วต้องไม่เกินจำนวนหน่วยกิตที่สถาบันกำหนดให้นักศึกษาลงทะเบียนเรียนต่อภาคการศึกษา

30.4 นักศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้ลงทะเบียนเรียนเพื่อศึกษาข้ามสถาบัน ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การลงทะเบียนเรียนของสถาบันอุดมศึกษาที่นักศึกษาไปลงทะเบียนเรียน

30.5 นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาเพื่อศึกษาข้ามสถาบัน หากรายวิชาที่ลงทะเบียนเรียนกับสถาบันอุดมศึกษาอื่นมีเวลาเรียนซ้ำซ้อนกับรายวิชาที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนที่สถาบันจะได้รับอนุญาตให้นับผลการศึกษาเฉพาะรายวิชาที่ลงทะเบียนเรียนที่สถาบันเท่านั้น

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

กรณีนอกเหนือจากเกณฑ์ข้างต้นให้อยู่ในดุลยพินิจของคณะกรรมการบริหารงานวิชาการ โดยผ่านความเห็นชอบของคณบดี

ข้อ 31 การลงทะเบียนเรียนรายวิชาของนักศึกษาจากสถาบันอื่นเพื่อศึกษากับสถาบัน มีหลักเกณฑ์ดังนี้

31.1 การลงทะเบียนเรียนต้องได้รับความเห็นชอบจากคณบดี

31.2 นักศึกษาต้องยื่นคำร้องต่อสถาบันก่อนเปิดภาคการศึกษา

31.3 นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนข้ามสถาบันต้องชำระค่าเล่าเรียนตามประกาศของสถาบัน

หมวด 9
การลาพักการศึกษา และการรักษาสถานภาพนักศึกษา

ข้อ 32 การลาพักการศึกษา และการรักษาสถานภาพนักศึกษา

32.1 กรณีนักศึกษาไม่ลงทะเบียนเรียนต้องลาพักการศึกษาทุกภาคการศึกษา ยกเว้นนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนครบตามที่หลักสูตรกำหนดและยังไม่ยื่นขอสำเร็จการศึกษา ต้องดำเนินการรักษาสถานภาพจนกว่าจะสำเร็จการศึกษา

32.2 การลาพักการศึกษาและการรักษาสถานภาพนักศึกษา ให้นักศึกษายื่นคำร้องขออนุมัติและระบุเหตุผลพร้อมเอกสารหลักฐานประกอบ (ถ้ามี) โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและอนุมัติโดยคณบดีหรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย

32.3 นักศึกษาที่ลาพักการศึกษา เมื่อประสงค์จะกลับมาลงทะเบียนเรียนต้องยื่นคำร้องขอคืนสถานภาพก่อนเปิดภาคการศึกษา

32.4 นักศึกษาต้องชำระค่าธรรมเนียมลาพักการศึกษาหรือรักษาสถานภาพนักศึกษาตามที่สถาบันกำหนด

หมวด 10
การสำเร็จการศึกษา

ข้อ 33 การสำเร็จการศึกษา มีเกณฑ์ดังนี้

33.1 นักศึกษาต้องเรียนครบตามจำนวนหน่วยกิต และเป็นไปตามเกณฑ์ที่หลักสูตรกำหนด
กรณีหลักสูตรมีการปรับปรุงก่อนการสำเร็จการศึกษา ให้เป็นไปตามที่สถาบันกำหนด

33.2 นักศึกษาได้ระดับคะแนนเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 2.00 จากระบบ 4 ระดับคะแนนหรือเทียบเท่า และบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร
กรณีใช้ระบบการวัดผลและการสำเร็จการศึกษาที่แตกต่างจากนี้ ให้เป็นไปตามที่สถาบันกำหนด

33.3 นักศึกษายื่นคำร้องขอสำเร็จการศึกษาตามระยะเวลาที่สถาบันกำหนด

ข้อ 34 การให้ปริญญา นักศึกษาที่จะได้รับปริญญาต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

34.1 มีคุณสมบัติครบตามเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา ข้อ 33

34.2 นักศึกษามีคะแนนความประพฤติเป็นไปตามเกณฑ์ที่สถาบันกำหนด

34.3 นักศึกษาไม่มีหนี้ค้างชำระต่อสถาบัน

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

34.4 สภาสถาบันเป็นผู้อนุมัติการสำเร็จการศึกษาและการให้ปริญญา ปริญญาเกียรตินิยม อนุปริญญาและปริญญาตรีที่สอง

ข้อ 35 การให้ปริญญาตรีเกียรตินิยม ผู้มีคุณสมบัติเป็นไปตามข้อบังคับสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยการให้ปริญญาตรีเกียรตินิยม

ข้อ 36 การให้อนุปริญญา ผู้มีคุณสมบัติเป็นไปตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอนุปริญญา

ข้อ 37 การให้ปริญญาตรีที่สอง ผู้มีคุณสมบัติเป็นไปตามระเบียบสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยการศึกษาปริญญาตรีที่สอง

ข้อ 38 การเพิกถอนปริญญา สภาสถาบันพิจารณาเพิกถอนปริญญาที่ได้อนุมัติแก่ผู้สำเร็จการศึกษาผู้หนึ่งผู้ใดไปแล้ว หากผู้สำเร็จการศึกษาผู้นั้นมีคุณสมบัติไม่ครบถ้วนตามคุณสมบัติผู้เข้าศึกษา ข้อ 9 หรือไม่เป็นไปตามเกณฑ์การสำเร็จการศึกษา ข้อ 33

ข้อ 39 การประกันคุณภาพของหลักสูตร ให้ทุกหลักสูตรกำหนดระบบการประกันคุณภาพของหลักสูตรตามที่สถาบันกำหนด

หมวด 11
บทเฉพาะกาล

ข้อ 40 ให้อธิการบดีเป็นผู้รักษาการตามข้อบังคับนี้ และให้มีอำนาจออกประกาศ คำสั่ง หรือกำหนดหลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อบังคับนี้ กรณีที่มีปัญหาในทางปฏิบัติให้อธิการบดีวินิจฉัยโดยคำแนะนำของคณะกรรมการบริหารงานวิชาการ

ข้อ 41 ให้ใช้ข้อบังคับสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2566 สำหรับหลักสูตรในระดับปริญญาตรีที่ได้รับการอนุมัติจากสภาสถาบันตั้งแต่วันที่ 27 กันยายน พ.ศ. 2565 ทั้งนี้ หลักสูตรที่ได้รับการอนุมัติจากสภาสถาบันก่อนวันที่ 27 กันยายน พ.ศ. 2565 ให้ใช้ข้อบังคับสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2560

ประกาศ ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566

(ศาสตราจารย์พิเศษ ดร.นายแพทย์กระแส ชนะวงศ์)
นายกสภาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ระเบียบสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
ว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษา พ.ศ. 2566

เพื่อให้การเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาเป็นไปตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาในระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 ข้อบังคับสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2566 และข้อบังคับสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2566 อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 34 (2) แห่งพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ. 2546 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550 สภาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ในการประชุมครั้งที่ 3/2566 เมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2566 เห็นสมควรออกระเบียบสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษา พ.ศ. 2566 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ข้อ 1 ระเบียบนี้เรียกว่า “ระเบียบสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษา พ.ศ. 2566”

ข้อ 2 ระเบียบนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่ปีการศึกษา 2566 เป็นต้นไป

ข้อ 3 ให้ยกเลิกระเบียบสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยการเทียบโอนผลการเรียนระดับปริญญาเข้าสู่การศึกษาในระบบ พ.ศ. 2560

ข้อ 4 ในระเบียบนี้

“สถาบัน” หมายถึง สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

“สภาสถาบัน” หมายถึง สภาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

“อธิการบดี” หมายถึง อธิการบดีสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

“คณบดี” หมายถึง ผู้บริหารที่มีหน้าที่รับผิดชอบงานของคณะและหน่วยงานที่เทียบเท่าคณะ

“คณะกรรมการเทียบโอนระดับสถาบัน” หมายถึง คณะกรรมการที่ทำหน้าที่กำกับดูแลระบบและกลไกการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาของสถาบันให้มีคุณภาพและมาตรฐาน

“คณะกรรมการเทียบโอนระดับคณะ” หมายถึง คณะกรรมการที่ทำหน้าที่กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการประเมินผลการศึกษาในระบบ นอกระบบ ตามอัธยาศัย ตามระบบและกลไกการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาของสถาบัน และปฏิบัติตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

“คณะกรรมการเทียบโอนระดับหลักสูตร” หมายถึง คณะกรรมการที่ทำหน้าที่ทดสอบและประเมินผล เพื่อการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาโดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอนมีส่วนร่วม และปฏิบัติตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

“นักศึกษา” หมายถึง นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

“การศึกษาในระบบ” หมายถึง การศึกษาที่กำหนดจุดมุ่งหมาย วิธีการศึกษาหลักสูตร ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขของการสำเร็จการศึกษาที่แน่นอน

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

"การศึกษานอกระบบ" หมายถึง การศึกษาที่มีความยืดหยุ่นในการกำหนด จุดมุ่งหมาย รูปแบบ วิธีการจัดการศึกษา ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญของการสำเร็จการศึกษา โดยเนื้อหาและหลักสูตรจะต้องมีความเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการของบุคคลแต่ละกลุ่ม

"การศึกษาตามอัธยาศัย" หมายถึง การศึกษาที่ให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ด้วยตนเองตามความสนใจ ศักยภาพ ความพร้อม และโอกาส โดยศึกษาจากบุคคล ประสบการณ์ สังคม สภาพแวดล้อม สื่อ หรือแหล่งความรู้อื่น ๆ

"ผลการเรียน" หมายถึง ความรู้ ทักษะ จริยธรรม และลักษณะบุคคลที่ได้จากการศึกษาในระบบซึ่งสามารถแสดงในรูปของคะแนนตัวอักษร หรือแต้มระดับคะแนนที่นำมาคิดคะแนน ผลการเรียน หรือคำนวณแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมได้

"ผลลัพธ์การเรียนรู้" หมายถึง ผลที่เกิดขึ้นแก่ผู้เรียนผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่ได้จากการศึกษา ฝึกอบรม หรือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากการฝึกปฏิบัติ หรือการเรียนรู้จริงในที่ทำงานระหว่างการศึกษา

"ผู้เรียน" หมายถึง บุคคลที่เรียนรู้จากการศึกษาในระบบการศึกษานอกระบบ หรือการศึกษาตามอัธยาศัย

ข้อ 5 สถาบันดำเนินการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษา ภายใต้หลักเกณฑ์ดังนี้

5.1 การเทียบโอนจากการศึกษาในระบบ

<u>ระดับอนุปริญญาและปริญญาตรี</u>

5.1.1 เป็นรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาในหลักสูตรระดับอุดมศึกษาหรือเทียบเท่าที่คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา หรือหน่วยงานในประเทศและต่างประเทศที่มีอำนาจตามกฎหมายรับรอง

5.1.2 รายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่จะนำมาขอเทียบโอนต้องมีสาระสำคัญ ครอบคลุมรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่ขอเทียบโอน

5.1.3 ผลการเรียนในรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่จะนำมาขอเทียบโอน ต้องมีระดับคะแนนไม่ต่ำกว่า 2.00 จากระบบ 4.00 หรือเทียบเท่า

5.1.4 รายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่เทียบโอนจากต่างสถาบันอุดมศึกษาไม่สามารถนำมาคำนวณแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมได้ ทั้งนี้ รายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาของสถาบันให้เป็นไปตามที่สถาบันกำหนด

<u>ระดับบัณฑิตศึกษา</u>

5.1.5 เป็นรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาในหลักสูตรระดับอุดมศึกษาหรือเทียบเท่าที่คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา หน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศมีหน้าที่รับรองวุฒิการศึกษาให้การรับรอง

5.1.6 รายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่จะนำมาขอเทียบโอนต้องมีสาระสำคัญ ครอบคลุมรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่ขอเทียบโอน

5.1.7 ผลการเรียนในรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่จะนำมาขอเทียบโอน ต้องมีระดับคะแนนไม่ต่ำกว่า 3.00 จากระบบ 4.00 หรือเทียบเท่า

5.1.8 การเทียบโอนในรายวิชาดุษฎีนิพนธ์หรือวิทยานิพนธ์ให้เป็นไปตามที่สถาบันกำหนด โดยความเห็นชอบของสภาสถาบัน

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

5.1.9 รายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่เทียบโอนจากต่างสถาบันอุดมศึกษาไม่สามารถนำมาคำนวณแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมได้ ทั้งนี้ รายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาของสถาบันให้เป็นไปตามที่สถาบันกำหนด

5.2 การเทียบโอนจากการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย

5.2.1 ผู้ขอเทียบโอนมีผลลัพธ์การเรียนรู้ที่สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ ที่พึงประสงค์ของรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่จะขอเทียบโอน

5.2.2 ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่ขอเทียบโอนไม่จำกัดระยะเวลาที่ใช้ในการเรียนรู้ และสั่งสมประสบการณ์ในผลลัพธ์การเรียนรู้เรื่องนั้น แต่ต้องทันต่อความก้าวหน้าทางวิชาการของสาขาที่จะขอเทียบโอน

5.2.3 ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่เทียบโอนไม่สามารถมาคำนวณแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมได้

ทั้งนี้ การเทียบโอนสำหรับการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย ให้สามารถเทียบโอนได้โดยรวมแล้วไม่เกินสามในสี่ของจำนวนหน่วยกิตรวมของหลักสูตรที่รับโอนสำหรับระดับปริญญาตรี และไม่เกินกึ่งหนึ่งของจำนวนหน่วยกิตรวมของหลักสูตรที่รับโอนสำหรับระดับบัณฑิตศึกษา โดยให้คำนึงถึงการสร้างบัณฑิตที่พึงประสงค์และสอดคล้องกับความเชี่ยวชาญของสถาบัน กรณีการเทียบโอนการศึกษาในระบบของสถาบันเดียวกันสามารถเทียบโอนได้มากกว่าที่กำหนด

การเทียบโอนจากการศึกษาในสถาบันหนึ่งไปยังอีกสถาบันหนึ่ง ไม่สามารถเทียบโอนต่อช่วงไปยังสถาบันอุดมศึกษาอื่นได้ และต้องระบุไว้ในใบแสดงผลการเรียน (Transcript) ว่าเป็นรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่มีการเทียบโอน

ข้อ 6 ผลการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษารายวิชาหรือกลุ่มรายวิชา ต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการเทียบโอนตามที่สถาบันกำหนด

ข้อ 7 ค่าธรรมเนียมในการดำเนินการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษา ให้เป็นไปตามประกาศสถาบัน

ข้อ 8 ระบบและกลไก หลักเกณฑ์และวิธีการที่ใช้ในการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาต้องมีคุณภาพได้มาตรฐาน และคำนึงถึงความต้องการจำเป็นของแต่ละบุคคลตามที่สถาบันกำหนด โดยแต่งตั้งคณะกรรมการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาระดับสถาบัน ทำหน้าที่กำกับดูแลระบบและกลไกการเทียบโอนให้มีคุณภาพและมาตรฐาน และมีคณะกรรมการระดับคณะ และระดับหลักสูตร ทำหน้าที่ทดสอบและประเมินผลเพื่อการเทียบโอน โดยอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอนมีส่วนร่วมตามคำแนะนำของคณะกรรมการบริหารงานวิชาการ

ข้อ 9 การทดสอบและประเมินผลเพื่อการเทียบโอนมีหลักเกณฑ์ ดังนี้

9.1 กรณีเทียบโอนจากการศึกษาในระบบ ให้พิจารณาผลลัพธ์การเรียนรู้ที่พึงประสงค์สาระสำคัญ จำนวนหน่วยกิตและชั่วโมงสอน และผลการวัดและประเมินผลของผู้เรียน

9.2 กรณีเทียบโอนจากการศึกษานอกระบบ ให้พิจารณาผลลัพธ์การเรียนรู้ที่พึงประสงค์สาระสำคัญ จำนวนชั่วโมงสอน วิธีการวัดและประเมินผล รูปแบบและวิธีการจัดการศึกษา คุณสมบัติของผู้สอน ผลการวัดและประเมินผลของผู้เรียน เอกสารยืนยันการศึกษาจากหน่วยงานที่จัดการศึกษา และข้อมูลประวัติและผลงานของหน่วยงานที่จัดการศึกษา

9.3 กรณีเทียบโอนจากการศึกษาตามอัธยาศัย ให้พิจารณาผลลัพธ์การเรียนรู้จากบันทึกประสบการณ์ ข้อมูลของแหล่งที่ผู้เรียนได้รับประสบการณ์นั้น และการเทียบเคียงประสบการณ์กับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่พึงประสงค์ของรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชา

9.4 กรณีการเทียบโอนที่ไม่สามารถพิจารณาองค์ประกอบตามข้อ 9.1 - 9.3 สามารถดำเนินการทดสอบสมรรถนะได้ตามที่สถาบันกำหนด

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ข้อ 10 การบันทึกผลการศึกษาจากการเทียบโอนในรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาให้บันทึกตามวิธีการประเมิน ดังนี้

สัญลักษณ์	ความหมาย
ACC	การเทียบโอนรายวิชาจากการพิจารณาของคณะกรรมการเทียบโอนรายวิชา (Accredit)
CE	การทดสอบตามมาตรฐานของสถาบันเป็นการประเมินผลการเรียนรู้ (Credits from Exam)
CP	การเสนอแฟ้มสะสมผลงาน (Credits from Portfolio)
CS	การทดสอบมาตรฐานกลาง (Credits from Standardized Test)
CT	การประเมินการศึกษาหรืออบรมที่จัดโดยหน่วยงานอื่นที่ไม่ใช่สถาบันการศึกษา (Credits from Training)
CX	หน่วยกิตที่ได้รับการยกเว้นการเรียน (Credits from Exemption)
CN	หน่วยกิตจากการประเมินผลการศึกษาหรืออบรมหลักสูตรในสถาบันอุดมศึกษาที่ไม่ได้รับปริญญา (Credits from Non-degree Program)

ข้อ 11 ให้เผยแพร่หลักเกณฑ์และวิธีการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาต่อสาธารณะ

ข้อ 12 ให้อธิการบดีเป็นผู้รักษาการตามระเบียบนี้ และให้มีอำนาจออกประกาศ คำสั่ง หรือกำหนดหลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติ โดยคำแนะนำของคณะกรรมการบริหารงานวิชาการ

ประกาศ ณ วันที่ ๑๖ มิถุนายน พ.ศ. 2566

(ศาสตราจารย์พิเศษ ดร.นายแพทย์กระแส ชนะวงศ์)
นายกสภาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ระเบียบสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
ว่าด้วยแนวทางการดำเนินงานคลังหน่วยกิต พ.ศ. 2566

เพื่อให้การจัดการศึกษาเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและเป็นไปตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง แนวทางการดำเนินงานคลังหน่วยกิตในระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 34 (2) แห่งพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ. 2546 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550 สภาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ในการประชุมครั้งที่ 3/2566 เมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2566 เห็นสมควรออกระเบียบสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยแนวทางการดำเนินงานคลังหน่วยกิต พ.ศ. 2566 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ข้อ 1 ระเบียบนี้เรียกว่า "ระเบียบสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยแนวทางการดำเนินงานคลังหน่วยกิต พ.ศ. 2566"

ข้อ 2 ระเบียบนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 30 พฤษภาคม พ.ศ. 2566 เป็นต้นไป บรรดาระเบียบ คำสั่ง หรือประกาศอื่นใดของสถาบัน ที่ขัดหรือแย้งให้ใช้ระเบียบนี้แทน

ข้อ 3 ในระเบียบนี้

"สถาบัน" หมายถึง สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

"รายวิชาหรือกลุ่มรายวิชา" หมายถึง รายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่เปิดการเรียนการสอนในหลักสูตรต่างๆ ของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ หรือสถาบันการศึกษาอื่น

"ผู้เรียน" หมายถึง บุคคลที่ลงทะเบียนสะสมหน่วยกิตกับสถาบัน

"คลังหน่วยกิต" หมายถึง ระบบทะเบียนสะสมหน่วยกิตและผลการศึกษาสำหรับผู้เรียนทั้งจากการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย อาทิ หลักสูตรเพื่อรับปริญญา หลักสูตรฝึกอบรม การสร้างประสบการณ์ โดยมีหลักฐานที่เป็นองค์ประกอบในการเทียบหน่วยกิตรวบรวมไว้ด้วย

"การศึกษาในระบบ" หมายถึง การศึกษาที่กำหนดจุดมุ่งหมาย วิธีการศึกษา หลักสูตร ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขของการสำเร็จการศึกษาที่แน่นอน

"การศึกษานอกระบบ" หมายถึง การศึกษาที่มีความยืดหยุ่นในการกำหนดจุดมุ่งหมาย รูปแบบ วิธีการจัดการศึกษา ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญของการสำเร็จการศึกษา โดยเนื้อหาและหลักสูตรจะต้องมีความเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพปัญหา และความต้องการของบุคคลแต่ละกลุ่ม

"การศึกษาตามอัธยาศัย" หมายถึง การศึกษาที่ให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ด้วยตนเองตามความสนใจ ศักยภาพ ความพร้อม และโอกาส โดยศึกษาจากบุคคล ประสบการณ์ สังคมสภาพแวดล้อม สื่อ หรือแหล่งความรู้อื่น ๆ

"ผลการเรียน" หมายถึง ความรู้ ทักษะ จริยธรรม และลักษณะบุคคลที่ได้จากการศึกษาในระบบซึ่งสามารถแสดงในรูปของคะแนนตัวอักษร หรือแต้มระดับคะแนนที่นำมาคิดคะแนนผลการเรียน หรือคำนวณแต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมได้

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

"ผลลัพธ์การเรียนรู้" หมายถึง ผลที่เกิดขึ้นแก่ผู้เรียนผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่ได้จากการศึกษา ฝึกอบรม หรือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากการฝึกปฏิบัติ หรือการเรียนรู้จริงในที่ทำงานระหว่างการศึกษา

ข้อ 4 คลังหน่วยกิต มีหลักการ ดังนี้

(1) สถาบันดำเนินการคลังหน่วยกิตเพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนสะสมหน่วยกิตไว้ใช้ประโยชน์ โดยสามารถเชื่อมต่อกันได้กับคลังหน่วยกิตกลางในรูปแบบดิจิทัล ที่ดำเนินการโดยสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมเพื่อใช้ประโยชน์ในการพัฒนากำลังคนในระดับอุดมศึกษา

(2) ผู้เรียนสามารถนำผลการเรียนและผลลัพธ์การเรียนรู้ มาเทียบหน่วยกิตและสะสมในคลังหน่วยกิตได้ตามระเบียบสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษา

(3) ผู้เรียนสามารถสะสมหน่วยกิตในคลังหน่วยกิตได้ตลอดชีวิตโดยไม่จำกัดอายุ และคุณวุฒิของผู้เรียน รวมทั้งระยะเวลาในการสะสมหน่วยกิต และระยะเวลาในการเรียน ทั้งนี้ ต้องมีความทันสมัยต่อความก้าวหน้าในศาสตร์นั้น ๆ

(4) ข้อมูลหน่วยกิตที่สะสมไว้ในคลังหน่วยกิตเป็นของผู้เรียน และการดำเนินการใด ๆ ต้องเป็นไปตามความประสงค์ของผู้เรียน

ข้อ 5 การสะสมหน่วยกิต มีหลักเกณฑ์และเงื่อนไข ดังนี้

(1) การสะสมหน่วยกิตจากการลงทะเบียนเรียน ให้ผู้เรียนที่ลงทะเบียนเรียนกับสถาบันสามารถสะสมหน่วยกิตไว้ในคลังหน่วยกิตของสถาบันได้

(2) การสะสมหน่วยกิตที่ได้จากการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย ให้เป็นไปตามระเบียบสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษา

ทั้งนี้ ผู้เรียนสามารถลงทะเบียนสะสมหน่วยกิตในคลังหน่วยกิตในสถาบันอุดมศึกษามากกว่าหนึ่งแห่งได้

ข้อ 6 การบันทึกผลการเรียน และผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียนในคลังหน่วยกิต ให้ดำเนินการ ดังนี้

(1) กรณีผู้เรียนได้รับหน่วยกิตจากการลงทะเบียนเรียนในรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาต่าง ๆ ของสถาบัน หรือจากสถาบันอุดมศึกษาที่มีบันทึกข้อตกลงร่วมกัน ให้บันทึกผลการเรียนตามระดับคะแนนตัวอักษรหรือแต้มระดับคะแนนที่สอบได้

(2) กรณีที่ผู้เรียนได้รับหน่วยกิตจากการเทียบโอนจากการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย ให้บันทึกตามวิธีการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ โดยไม่กำหนดระดับคะแนนตัวอักษร หรือแต้มระดับคะแนน และให้จัดทำหลักฐานข้อมูลประกอบการเทียบโอนบันทึกไว้ด้วย

ข้อ 7 การนำหน่วยกิตที่สะสมไว้ในคลังหน่วยกิต เพื่อไปใช้ในการศึกษาเพื่อรับปริญญา ให้เป็นไปตามระเบียบสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษา ทั้งนี้ การให้ปริญญา หรือประกาศนียบัตรใด ๆ เป็นไปตามที่สถาบันกำหนด

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ข้อ 8 ให้อธิการบดีเป็นผู้รักษาการตามระเบียบนี้ และให้มีอำนาจออกประกาศ คำสั่ง หรือกำหนดหลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติ โดยคำแนะนำของคณะกรรมการบริหารงานวิชาการ

ประกาศ ณ วันที่ 15 มิถุนายน พ.ศ. 2566

(ศาสตราจารย์พิเศษ ดร.นายแพทย์กระแส ชนะวงศ์)
นายกสภาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ประกาศสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
ที่ 070/2566
เรื่อง กำหนดระยะเวลาการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี และระดับบัณฑิตศึกษา

ด้วยสภาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ในการประชุมครั้งที่ 1/2566 เมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2566 มีมติอนุมัติข้อบังคับสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2566 และข้อบังคับสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2566 เพื่อให้การจัดการเรียนการสอนของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ สอดคล้องตามมาตรฐานหลักสูตรการศึกษาระดับอุดมศึกษา อาศัยอำนาจตามบทเฉพาะกาล จึงออกประกาศสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ เรื่อง กำหนดระยะเวลาการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี และระดับบัณฑิตศึกษา รายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ระดับปริญญาตรี

1.1 หลักสูตรปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี ใช้ระยะเวลาการศึกษาสูงสุดไม่เกิน 8 ปีการศึกษา หรือเทียบเท่า 16 ภาคการศึกษาปกติ

1.2 หลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) หลักสูตร 2 ปี ใช้ระยะเวลาการศึกษาสูงสุดไม่เกิน 4 ปีการศึกษา หรือเทียบเท่า 8 ภาคการศึกษาปกติ

1.3 หลักสูตรปริญญาตรีอื่น นอกเหนือข้อ 1.1 และ 1.2 ใช้ระยะเวลาการศึกษาสูงสุดไม่เกิน 2 เท่าของระยะเวลาตามที่หลักสูตรกำหนด โดย 1 ปีการศึกษาเทียบเท่า 2 ภาคการศึกษาปกติ

2. ระดับบัณฑิตศึกษา

2.1 หลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต และหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิตชั้นสูง หลักสูตร 1.5 ปี ใช้ระยะเวลาการศึกษาสูงสุดไม่เกิน 3 ปีการศึกษา หรือเทียบเท่า 6 ภาคการศึกษาปกติ

2.2 หลักสูตรปริญญาโท หลักสูตร 2 ปี ใช้ระยะเวลาการศึกษาสูงสุดไม่เกิน 4 ปีการศึกษา หรือเทียบเท่า 8 ภาคการศึกษาปกติ

2.3 หลักสูตรปริญญาเอก

(1) ผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีแล้วเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาเอก หลักสูตร 4 ปี ใช้ระยะเวลาการศึกษาสูงสุดไม่เกิน 8 ปีการศึกษา หรือเทียบเท่า 16 ภาคการศึกษาปกติ

(2) ผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโทแล้วเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาเอก หลักสูตร 3 ปี ใช้ระยะเวลาการศึกษาสูงสุดไม่เกิน 6 ปีการศึกษา หรือเทียบเท่า 12 ภาคการศึกษาปกติ

2.4 หลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาอื่น นอกเหนือข้อ 2.1 2.2 และ 2.3 ใช้ระยะเวลาการศึกษาสูงสุดไม่เกิน 2 เท่าของระยะเวลาตามที่หลักสูตรกำหนด โดย 1 ปีการศึกษาเทียบเท่า 2 ภาคการศึกษาปกติ

กรณีไม่สำเร็จการศึกษาตามระยะเวลาการศึกษาสูงสุด นักศึกษาสามารถดำเนินการขออนุมัติอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนี้

1. ขอขยายระยะเวลาการศึกษา ครั้งละ 1 ภาคการศึกษา โดยต้องดำเนินการในภาคการศึกษาสุดท้าย และให้แล้วเสร็จก่อนสิ้นสุดภาคการศึกษา

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

2. ขอเทียบโอนผลการศึกษาเข้าหลักสูตร ที่มีการจัดการเรียนการสอนของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

3. ขอสะสมผลการศึกษาไว้ในคลังหน่วยกิตของสถาบันเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต

ให้คณบดีพิจารณาอนุมัติ โดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของนักศึกษา

กรณีที่มีปัญหาในทางปฏิบัติตามประกาศนี้ ให้คณบดีเสนอขออนุมัติต่อคณะกรรมการบริหารงานวิชาการ

ทั้งนี้ ให้มีผลบังคับใช้กับนักศึกษาที่เข้าศึกษา ตั้งแต่วันที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2565 เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ 9 มิถุนายน พ.ศ. 2566

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมภพ มานะรังสรรค์)
อธิการบดี

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ภาคผนวก ค
รายละเอียดการปรับปรุงหลักสูตร

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายละเอียดการปรับปรุงหลักสูตร

1. เหตุผลที่ขอปรับปรุง

สถาบันให้ความสำคัญในการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรให้เหมาะสมกับสภาพจริง และเหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบันและอนาคต เนื่องจากประชาคมโลกได้มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทุกด้าน ทั้งในด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี เศรษฐกิจ สังคม และการเมือง การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ทำให้การพัฒนาหลักสูตรและการสอนจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับการแข่งขันและตอบสนองต่อความต้องการของสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564 เริ่มใช้ปีการศึกษา 2564 และหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569 เริ่มใช้ปีการศึกษา 2569

2. เปรียบเทียบข้อแตกต่างระหว่าง หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564 กับหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569

ตารางเปรียบเทียบโครงสร้างหลักสูตร	
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	**หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569**
ชื่อหลักสูตร : หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต 1. วิชาเอกการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ 2. วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจ้นท์และสื่อดิจิทัลสร้างสรรค์	**ชื่อหลักสูตร :** หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต 1. วิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์ 2. วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล
ปรัชญาของหลักสูตร : คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ มุ่งมั่นผลิตนักนิเทศศาสตร์ในยุควิถีใหม่ ที่ต้องประกอบไปด้วยความรู้ ความคิดเชิงสร้างสรรค์ และทักษะการสื่อสารเพื่อการพัฒนาเนื้อหาที่หลากรูปแบบและหลากหลายแพลตฟอร์ม ออกแบบการสื่อสารเป็นเอกลักษณ์ผ่านประสบการณ์จริง อิงทฤษฎีองค์ความรู้ ชูธรรมาภิบาล เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ประสานสร้างพลังขับเคลื่อนสังคมไทยในทุกมิติ ให้พร้อมรับกับการผันแปรและปรับเปลี่ยนในบริบทดิจิทัลและเทคโนโลยีใหม่	**ปรัชญาของหลักสูตร :** คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ มุ่งมั่นผลิตนักนิเทศศาสตร์ในยุควิถีใหม่ ที่ต้องประกอบไปด้วยความรู้ ความคิดเชิงสร้างสรรค์ และทักษะการสื่อสารเพื่อการพัฒนาเนื้อหาที่หลากรูปแบบและหลากหลายแพลตฟอร์ม ออกแบบการสื่อสารเป็นเอกลักษณ์ผ่านประสบการณ์จริง อิงทฤษฎีองค์ความรู้ ชูธรรมาภิบาล เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ประสานสร้างพลังขับเคลื่อนสังคมไทยในทุกมิติ ให้พร้อมรับกับการผันแปรและปรับเปลี่ยนในบริบทดิจิทัลและเทคโนโลยีใหม่
วัตถุประสงค์ของหลักสูตร : 1. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้และพื้นฐานการคิดด้านนิเทศศาสตร์ที่ครบเครื่อง ทั้งความรู้ความสามารถในการวางแผน การบริหารจัดการ ความเข้าใจในธุรกิจ และกระบวนการสื่อสาร ความสามารถในการคิดวิเคราะห์ และมีความคิดสร้างสรรค์ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในงานวิชาชีพนิเทศศาสตร์บนพื้นฐานคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ 2. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีทักษะรอบด้านให้มีศักยภาพในการทำงานที่ตอบสนองตามความต้องการของวิชาชีพได้ โดยมีทักษะหลากหลาย (Multi-skilled) สามารถประยุกต์ใช้องค์ความรู้เพื่อการสื่อสารหลากช่องทาง (Multi-platforms) และสร้างสรรค์เนื้อหาที่หลากหลาย (Multi-contents) เพื่อตอบโจทย์การพัฒนาองค์กรและสังคมอย่างยั่งยืน 3. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ พร้อมในการทำงานได้ทันที ทั้งคุณสมบัติด้านทัศนคติเชิงบวก การคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ความเป็นผู้นำ ความอดทนอดกลั้น ความสามารถในการทำงานเป็นทีม และการเรียนรู้ด้วยตนเองตลอดชีวิต (Lifelong learning) ด้วยกระบวนการเรียนรู้จากผู้ทรงคุณวุฒิด้านนิเทศศาสตร์ ร่วมกับนักวิชาชีพที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ ผ่านการเรียนรู้ในชั้นเรียน กระบวนการทำโครงงาน กิจกรรม และการเรียนรู้จากประสบการณ์ฝึกปฏิบัติงานจริง (Work-based Learning) ณ สถานประกอบการ	**วัตถุประสงค์ของหลักสูตร :** หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต ได้กำหนดวัตถุประสงค์ของหลักสูตรเพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณลักษณะ ดังนี้ 1) ความรู้และพื้นฐานการคิดด้านนิเทศศาสตร์ที่ครบเครื่อง ทั้งความรู้ความสามารถในการวางแผน การบริหารจัดการ ความเข้าใจในธุรกิจ และกระบวนการสื่อสาร ความสามารถในการคิด วิเคราะห์ และมีความคิดสร้างสรรค์ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในงานวิชาชีพนิเทศศาสตร์บนพื้นฐานคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ 2) ทักษะรอบด้านให้มีศักยภาพในการทำงานที่ตอบสนองตามความต้องการของวิชาชีพได้ โดยมีทักษะหลากหลาย (Multi-skilled) สามารถประยุกต์ใช้องค์ความรู้เพื่อการสื่อสารหลากช่องทาง (Multi-platforms) และสร้างสรรค์เนื้อหาที่หลากหลาย (Multi-contents) เพื่อตอบโจทย์การพัฒนาองค์กรและสังคมอย่างยั่งยืน 3) คุณภาพ พร้อมในการทำงานได้ทันที ทั้งคุณสมบัติด้านทัศนคติเชิงบวกการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ความเป็นผู้นำ ความอดทนอดกลั้น ความสามารถในการทำงานเป็นทีม และการเรียนรู้ด้วยตนเองตลอดชีวิต (Lifelong learning) ด้วยกระบวนการเรียนรู้จากผู้ทรงคุณวุฒิด้านนิเทศศาสตร์ ร่วมกับนักวิชาชีพที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ ผ่านการเรียนรู้ในชั้นเรียน กระบวนการทำโครงงาน กิจกรรม และการเรียนรู้จากประสบการณ์ฝึกปฏิบัติงานจริง (Work-based Learning) ณ สถานประกอบการ

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ตารางเปรียบเทียบโครงสร้างหลักสูตร	
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	**หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569**
ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร : 1) คุณธรรม จริยธรรม ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม 1.1 ปฏิบัติหน้าที่ด้วยคุณธรรม จริยธรรม มีจิตสาธารณะ มีความซื่อสัตย์ สุจริต และมีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ 1.2 มีวินัย ตรงต่อเวลา ปฏิบัติตามระเบียบและกฎเกณฑ์ขององค์กรและสังคมด้วยความรับผิดชอบ 1.3 ใช้ความรู้ทางนิเทศศาสตร์ชี้นำสังคมในประเด็นที่เหมาะสม และเป็นผู้ริเริ่มแสดงประเด็นในการแก้ไขสถานการณ์ทั้งส่วนตัวและส่วนรวม พร้อมทั้งแสดงจุดยืนอย่างพอเหมาะทั้งของตนเองและของกลุ่ม 2) ความรู้ ผลการเรียนรู้ด้านความรู้ 2.1 กระตือรือร้นในการใฝ่หาความรู้ด้านนิเทศศาสตร์ และศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง 2.2 อธิบายหลักการและทฤษฎีด้านนิเทศศาสตร์ และศาสตร์อื่นที่เกี่ยวข้อง และสามารถนำไปประยุกต์ใช้แก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานจริงได้ 2.3 ติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการ และความรู้ในแนวกว้างของสาขาวิชาที่ศึกษาเพื่อให้เล็งเห็นการเปลี่ยนแปลง และเข้าใจผลกระทบของเทคโนโลยีใหม่ ๆ 3) ทักษะทางปัญญา ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา 3.1 คิดวิเคราะห์ วิพากษ์ และเชื่อมโยงความรู้อย่างเป็นองค์รวมอย่างเป็นระบบ 3.2 สืบค้น รวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ และสรุปประเด็นปัญญาเพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ 3.3 ริเริ่มสร้างสรรค์ ต่อยอดกรอบความรู้เดิม บูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อให้เกิดนวัตกรรมด้านนิเทศศาสตร์ 4) ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างตัวบุคคลและความสามารถในการรับผิดชอบ 4.1 มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานในองค์กรและบุคคลทั่วไป สามารถทำงานกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี มีภาวะผู้นำ ปรับตัวเข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมองค์กร 4.2 มีความรับผิดชอบทั้งต่อตนเอง สังคมและการประกอบอาชีพ 4.3 รับรู้ ยอมรับ เข้าร่วม หรือจัดกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรมและมารยาทไทย 5) ทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ 5.1 ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสืบค้น เก็บรวบรวม วิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล 5.2 ใช้ความรู้ทางคณิตศาสตร์และสถิติในการวิเคราะห์และนำเสนอ 5.3 ใช้ภาษาไทยถูกต้องตามหลักภาษา และสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ 5.4 ใช้ภาษาต่างประเทศถูกต้องตามหลักภาษา และสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพได้อย่างน้อยหนึ่งภาษา	**ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร :** วิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์ PLO1: สร้างสรรค์งานด้านนิเทศศาสตร์โดยประยุกต์องค์ความรู้และทักษะด้านการสื่อสารบนพื้นฐานจริยธรรมวิชาชีพ PLO2: รู้เท่าทันและเลือกใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารและสารสนเทศเทคโนโลยีดิจิทัล ที่สอดคล้องกับบริบทของการสื่อสาร PLO3: นำเสนองานด้านนิเทศศาสตร์ผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย PLO4: วางแผนการสื่อสารเพื่อจัดการความท้าทายภายในและภายนอกองค์กรอย่างสอดคล้องกับบริบทของการสื่อสารขององค์กร ธุรกิจ/แบรนด์และสังคม PLO5: แสดงออกถึงความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงในบริบทของการสื่อสาร ธุรกิจ และสังคม วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล PLO1: สร้างสรรค์งานด้านนิเทศศาสตร์โดยประยุกต์องค์ความรู้และทักษะด้านการสื่อสารบนพื้นฐานจริยธรรมวิชาชีพ PLO2: รู้เท่าทันและเลือกใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารและสารสนเทศเทคโนโลยีดิจิทัล ที่สอดคล้องกับบริบทของการสื่อสาร PLO3: นำเสนองานด้านนิเทศศาสตร์ผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย PLO4: วางแผน ผลิต และเผยแพร่สื่อหลากหลายรูปแบบ บนหลากหลายแพลตฟอร์มที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร PLO5: เป็นผู้ที่มีความไวต่อคุณค่าข่าว รู้ว่าเหตุการณ์ใดควรเป็นข่าวและผลักดันเนื้อหาเพื่อการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงในสังคม

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ตารางเปรียบเทียบโครงสร้างหลักสูตร

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564

แผนการรับนักศึกษา :

จำนวนนักศึกษา	จำนวนนักศึกษาแต่ละปีการศึกษา				
	2564	2565	2566	2567	2568
จำนวนรับเข้า (ชั้นปีที่ 1)	120	120	120	120	120
นักศึกษาชั้นปีที่ 2	-	116	116	116	116
นักศึกษาชั้นปีที่ 3	-	-	114	114	114
นักศึกษาชั้นปีที่ 4	-	-	-	114	114
รวม	120	236	350	464	464
คาดว่าจะจบการศึกษา	-	-	-	114	114

จำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตร 138 หน่วยกิต

โครงสร้างหลักสูตร แบ่งออกเป็น 3 หมวดวิชา ดังนี้

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ประกอบด้วย 2 หมวด ดังนี้

1) หมวดอัตลักษณ์ของสถาบัน PIM จำนวน 18 หน่วยกิต

2) หมวดศาสตร์แห่งชีวิต จำนวน 12 หน่วยกิต

2.1) กลุ่มภาษาเพื่อการสื่อสาร จำนวน 6 หน่วยกิต

2.2) กลุ่มชีวิตและสังคมแห่งความสุข จำนวน 3 หน่วยกิต

2.3) กลุ่มการจัดการและนวัตกรรม จำนวน 3 หน่วยกิต

2. หมวดวิชาเฉพาะ จำนวน 102 หน่วยกิต

2.1 กลุ่มวิชาแกน จำนวน 51 หน่วยกิต

2.2 กลุ่มวิชาเอก จำนวน 51 หน่วยกิต

- กลุ่มวิชาเอกบังคับ จำนวน 24 หน่วยกิต
- กลุ่มวิชาเอกเลือก จำนวน 21 หน่วยกิต
- กลุ่มวิชาเลือกทั่วไป จำนวน 6 หน่วยกิต

3. หมวดวิชาเลือกเสรี จำนวน 6 หน่วยกิต

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569

แผนการรับนักศึกษา :

ระดับชั้นปี	จำนวนนักศึกษาแต่ละปีการศึกษา				
	2569	2570	2571	2572	2573
นักศึกษาชั้นปีที่ 1	120	120	120	120	120
นักศึกษาชั้นปีที่ 2	-	118	118	118	118
นักศึกษาชั้นปีที่ 3	-	-	117	117	117
นักศึกษาชั้นปีที่ 4	-	-	-	117	117
รวม	120	238	355	472	472
คาดว่าจะจบการศึกษา	-	-	-	117	117

จำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตร 132 หน่วยกิต

โครงสร้างหลักสูตร แบ่งออกเป็น 3 หมวดวิชา ดังนี้

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต ดังนี้

1.1) หมวดศาสตร์แห่งภาษาเพื่อการสื่อสาร ไม่น้อยกว่า 12 หน่วยกิต
เลือกเรียนอย่างน้อย 2 กลุ่ม ดังนี้

1.1.1) กลุ่มภาษาเพื่อการสื่อสาร (ภาษาไทย)

1.1.2) กลุ่มภาษาเพื่อการสื่อสาร (ภาษาอังกฤษ)

1.1.3) กลุ่มภาษาเพื่อการสื่อสาร (ภาษาที่สาม)

1.2) หมวดศาสตร์แห่งชีวิต ไม่น้อยกว่า 9 หน่วยกิต
เรียนแต่ละกลุ่มไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต

1.2.1) กลุ่มสังคมแห่งความสุข

1.2.2) กลุ่มคุณค่าแห่งชีวิต

1.3) หมวดศาสตร์การจัดการและนวัตกรรม ไม่น้อยกว่า 9 หน่วยกิต
เรียนแต่ละกลุ่มไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต

1.3.1) กลุ่มเทคโนโลยีดิจิทัล

1.3.2) กลุ่มการเป็นผู้ประกอบการ

อ้างอิงรายวิชาในเล่มหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ปรับปรุง พศ. 2569 และ/ หรือ ตามที่สภาสถาบันอนุมัติ

2. หมวดวิชาเฉพาะ จำนวน 93 หน่วยกิต

2.1 กลุ่มวิชาแกน จำนวน 54 หน่วยกิต

2.2 กลุ่มวิชาบังคับ จำนวน 27 หน่วยกิต

2.3 กลุ่มวิชาเลือก จำนวน 12 หน่วยกิต

3. หมวดวิชาเลือกเสรี จำนวน 9 หน่วยกิต

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ตารางสรุปรหัสวิชาและชื่อวิชาหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564
และหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569

1) กลุ่มวิชาแกน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	
1701101	หลักและทฤษฎีนิเทศศาสตร์ (Principles and Theories of Communication Arts)	1701111	หลักและทฤษฎีนิเทศศาสตร์ (Principles and Theories of Communication Arts)
1701102	พื้นฐานทางธุรกิจและการตลาดดิจิทัลสำหรับนิเทศศาสตร์ (Business and Digital Marketing Foundations for Communication Arts)	1701112	พื้นฐานทางธุรกิจและการตลาดดิจิทัลสำหรับนิเทศศาสตร์ (Business and Digital Marketing Foundations for Communication Arts)
1701105	การถ่ายภาพและการตกแต่งภาพนิ่ง (Photography and Retouching)	1701113	เทคนิคการถ่ายภาพและการตกแต่ง (Photography Techniques and Retouching)
1701104	การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล (Media, Information, and Digital Literacy)	1701114	การรู้เท่าทันสื่อ ข้อมูล และดิจิทัล (Digital and Media Literacy)
1701106	นิเทศศิลป์และคอมพิวเตอร์กราฟิก (Visual Communication Arts and Computer Graphics)	1701115	การออกแบบกราฟิกดิจิทัล (Digital Graphic Design)
1701107	ความรับผิดชอบทางกฎหมายและจริยธรรมทางการสื่อสาร (Responsibility in Communication Laws and Ethics)	1701116	กฎหมาย และจริยธรรมการสื่อสาร (Communication Laws and Ethics)
	-	1701217	ภาษาอังกฤษเพื่องานนิเทศศาสตร์ (English for Communication Arts)
1701208	ศิลปะการถ่ายทำและตัดต่อภาพเคลื่อนไหว (Arts in Videography)	1701218	เทคนิคการถ่ายทำภาพเคลื่อนไหวและตัดต่อ (Videography Techniques and Editing)
1712306	การผลิตวิดีโอเพื่องานสื่อสารองค์กรและแบรนด์ (Video Production for Corporate and Brand Communication)		
1701310	ความคิดสร้างสรรค์เพื่องานนิเทศศาสตร์ (Creative Thinking for Communication Arts)	1701219	ความคิดสร้างสรรค์และการนำเสนอเพื่องานนิเทศศาสตร์ (Creative Thinking and Presentation for Communication Arts)
1701309	การวิจัยเพื่องานนิเทศศาสตร์ (Research for Communication Arts)	1701320	การวิจัยเพื่องานนิเทศศาสตร์ (Research for Communication Arts)
1703306	ความเป็นผู้ประกอบการและธุรกิจสื่อ (Entrepreneurship and Media Startup)	1701321	การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ (Entreprenuership)

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	
1701151	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 1 (Work-based Learning in Communication Arts 1)	1701161	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 1 (Work-based Learning in Communication Arts 1)
1701252	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 2 (Work-based Learning in Communication Arts 2)	1701262	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 2 (Work-based Learning in Communication Arts 2)
1701253	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 3 (Work-based Learning in Communication Arts 3)	1701263	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 3 (Work-based Learning in Communication Arts 3)
1701354	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 4 (Work-based Learning in Communication Arts 4)	1701364	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 4 (Work-based Learning in Communication Arts 4)
1701455	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 5 (Work-based Learning in Communication Arts 5)	1701465	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 5 (Work-based Learning in Communication Arts 5)
1701456	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 6 (Work-based Learning in Communication Arts 6)	1701466	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 6 (Work-based Learning in Communication Arts 6)
1701457	โครงงานนวัตกรรมนิเทศศาสตร์ (Innovative Project for Communication Arts)	1701467	โครงงานนวัตกรรมนิเทศศาสตร์ (Innovative Project for Communication Arts)

2) กลุ่มวิชาบังคับ

2.1) วิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	
1712101	ความรู้พื้นฐานการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ (Introduction to Corporate and Brand Communication)	1712111	ความรู้พื้นฐานการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์ (Introduction to Digital Communication for Corporate and Brand)
1712204	การเขียนเพื่อการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ (Writing for Corporate and Brand Communication)	1712112	การเขียนเพื่อการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์ (Writing for Corporate and Brand Communication)
1712203	การวิเคราะห์การตลาดและการเข้าใจผู้บริโภคเชิงลึก (Marketing Analysis and Consumer Insights)	1712213	การวิเคราะห์การตลาดและการเข้าใจผู้บริโภคเชิงลึก (Marketing Analysis and Consumer Insights)
1712305	การสื่อสารการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Communications)	1712214	การสื่อสารการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Communications)

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	
1713305	การจัดการการประชาสัมพันธ์ (Public Relations Management)	1712215	การจัดการการประชาสัมพันธ์ (Public Relations Management)
1713202	กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ (Strategic Integrated Marketing Communications)	1712216	การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการและกลยุทธ์สื่อ (Integrated Marketing Communication and Media Strategy
-		1712317	การวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ (Strategic Communication Planning)
1713306	การสื่อสารแบรนด์และการสร้างแบรนด์อย่างยั่งยืน (Brand Communication and Sustainable Branding)	1712318	ความยั่งยืนในการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ (Sustainability in Corporate and Brand Communication)
1712308	การบริหารการสื่อสารในสถานการณ์ความเสี่ยงและภาวะวิกฤต (Communication Management in Risk and Crisis Situation)	1712419	การบริหารการสื่อสารในสถานการณ์ความเสี่ยงและภาวะวิกฤต (Communication Management in Risk and Crisis Situation)
1712306	การผลิตวิดีโอเพื่องานสื่อสารองค์กรและแบรนด์ (Video Production for Corporate and Brand Communication)	-	
1712112	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ (English for Creative Communication)	-	

2.2) วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	
1722101	ความรู้พื้นฐานวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจ้นท์ (Introduction to Convergent Journalism)	1722111	ความรู้พื้นฐานวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล (Introduction to Convergent Journalism and Digital Media)
1722102	ความรู้พื้นฐานการเล่าเรื่องและสื่อดิจิทัลสร้างสรรค์ (Introduction to storytelling and creative digital media)	1722112	การเล่าเรื่องผ่านสื่อ (Storytelling for Media)
1722203	การเขียนเชิงสร้างสรรค์และเชิงวารสารศาสตร์ (Creative and Journalistic Writing)	1722213	การเขียนข่าว (News Writing)
		1722214	การเขียนเชิงวารสารศาสตร์ (Journalistic Writing)
1722204	การรายงานข่าวและบรรณาธิกรข่าวคอนเวอร์เจ้นท์ (Convergent News Reporting and Editing)	1722215	การรายงานและบรรณาธิกรข่าว (Journalism Reporting and Editing)

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	
1723303	การผลิตรายการข่าววิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (Broadcast Journalism)		
1722205	การสร้างสรรค์ข้อมูลด้วยภาพกราฟิกและแอนิเมชั่น (Data Visualization and Animation)	1722216	กราฟิก และแอนิเมชั่นในงานวารสารศาสตร์ (Graphic and Animation for Journalism)
1722306	การสร้างสรรค์เนื้อหาสื่อและการตลาดดิจิทัล (Digital Content Creation and Digital Marketing)	1722317	การสร้างสรรค์เนื้อหาสื่อด้วยการตลาดดิจิทัลและข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผู้รับสาร (Digital Content Creation and Digital Marketing with Audience Insights)
1723309	การวิเคราะห์ผู้รับสารและการออกแบบเนื้อหา (Audience Analysis and Content Design)		
1722307	กลยุทธ์การเล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia Storytelling Strategy)	1722318	กลยุทธ์การเล่าเรื่องข้ามสื่อและการผลิตสื่อสร้างสรรค์ (Transmedia Storytelling Strategy and Creative Media Production)
1723201	การผลิตสื่อสร้างสรรค์ (Creative Media Production)		
1722308	การสร้างสรรค์นวัตกรรมสื่อดิจิทัลเพื่อกลยุทธ์การสื่อสาร (Digital Media Innovation for Communication Strategy)	1722419	กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างนวัตกรรมสื่อดิจิทัลและสื่อทางเลือก (Communication Strategies for Digital Media Innovation and Alternative Media)

3) กลุ่มวิชาเลือก

3.1) วิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	
1703302	กลยุทธ์การกำหนดเนื้อหาและการเล่าเรื่องเพื่อการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ (Content Strategy & Storytelling for Corporate and Brand Communication)	1713211	กลยุทธ์การกำหนดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ (Content Strategy for Corporate and Brand Communication)
1713204	กลยุทธ์และการจัดการโครงการกิจกรรมพิเศษ (Event Strategy and Management)	1713212	กลยุทธ์และการจัดการโครงการกิจกรรมพิเศษ (Event Strategy and Management)
1703301	จิตวิทยาเพื่อการสื่อสาร (Psychology for Communication)	1713213	จิตวิทยาเพื่อการสื่อสาร (Psychology for Communication)
1713201	การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity Design)	1713214	การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity Design)
1703303	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารองค์กร (English for Corporate Communication)	1713315	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารองค์กร (English for Corporate Communication)

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	
1713308	การสร้างแบรนด์องค์กรในอุตสาหกรรมการบริการ (Corporate Branding in Hospitality Industry)	1713316	การสร้างแบรนด์องค์กรในอุตสาหกรรมการบริการ (Corporate Branding in Hospitality Industry)
1712307	การจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Relationship Management)	1713317	การจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders Relationship Management)
-		1713318	การออกแบบสื่อดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์ (Digital Media Design for Corporate and Brand)
-		1713319	การจัดการข้อมูลด้วยปัญญาประดิษฐ์เพื่อกลยุทธ์องค์กรและแบรนด์ (AI for Data Management in Corporate and Brand Strategies)

3.2) วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	
1723304	โครงงานฝึกปฏิบัติพัฒนาเว็บไซต์และสื่ออินเตอร์แอคทีฟ (Website and Interactive Media Workshop)	1723211	การพัฒนาเว็บไซต์และสื่ออินเตอร์แอคทีฟ (Website and Interactive Media)
1703305	บุคลิกภาพและการแสดงออกผ่านสื่อ (Personality and Performance for Media)	1723212	ทักษะการนำเสนอและการเป็นพิธีกร (Presentation and Hosting Skills)
1703307	การบริหารจัดการกลุ่มแฟนคลับและผู้นำอิทธิพล (Fan Club & Influencer Management)	1723213	การจัดการอินฟลูเอนเซอร์และกลยุทธ์การดึงดูดแฟนคลับ (Influencer Management and Fan Engagement Strategies)
1703314	การรณรงค์การสื่อสารเชิงกลยุทธ์สำหรับการกีฬาและบันเทิง (Strategic Communication Campaign for Sport and Entertainment)	1723214	การรณรงค์การสื่อสารเชิงกลยุทธ์สำหรับอุตสาหกรรมบันเทิง (Strategic Communication Campaign for Entertainment Industry)
1723305	วารสารศาสตร์และการรายงานข่าวเชิงข้อมูล (Data Journalism)	1723315	วารสารศาสตร์และการรายงานข่าวเชิงข้อมูล (Data Journalism)
1703308	การจัดการเนื้อหาและชุมชนออนไลน์ (Content and Online Community Management)	1723316	การผลิตเนื้อหาและการสร้างรายได้ (Content Production and Profit)
1723310	การขับเคลื่อนสังคมและสร้างการเปลี่ยนแปลงในสังคม	1723317	สื่อเพื่อการขับเคลื่อนสังคม (Media for Social Change)

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	
	(Social Movements, Activism and Social Change)		
1703313	การสื่อสารเพื่อบริบทเฉพาะ (Communication for Specific Context)	1723318	การผลิตเนื้อหาสำหรับผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม (Content Production for Target Audiences)
1723306	โครงงานฝึกปฏิบัติรายงานข่าวเชิงสืบสวน (Investigative Reporting Workshop)	1723319	การรายงานข่าวเชิงสืบสวน (Investigative Reporting)
	-	1723320	การพัฒนาธุรกิจสื่อ (Media Startup)

4) หมวดวิชาเลือกเสรี

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	
1713307	การสื่อสารแบรนด์ผ่านจุดติดต่อ (Brand Touch Point)	1705301	การสื่อสารแบรนด์ผ่านจุดติดต่อ (Brand Touch Point)
1703312	สื่อในวัฒนธรรมประชานิยม (Media in Popular Culture)	1705302	สื่อกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และละคร (Media in the film and Television Drama Industry)
	-	1705303	สื่อกับอุตสาหกรรมเพื่อสังคมสูงวัย (Media in the Context of an Aging Society)
	-	1705304	สื่อกับอุตสาหกรรมสุขภาพ (Media in the Wellness Industry)
1713409	ทักษะการพูดและการนำเสนอเพื่อการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ (Speaking and Presentation Skills for Corporate and Brand Communication)	1705305	การพูดในที่สาธารณะ (Public Speaking)
	-	1705306	กลยุทธ์การปรับแต่งเว็บไซต์เพื่อเครื่องมือค้นหา (SEO Strategies for Website Optimization)
1703309	การประยุกต์ใช้เหมืองข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลออนไลน์สำหรับงานนิเทศศาสตร์ (Data Mining and Online Analytics Application for Communication Arts)	1705307	เครื่องมือการวิเคราะห์ข้อมูลและการติดตามความคิดเห็นในสื่อสังคมออนไลน์ (Data Analytics and Social Listening Tools for Insights)
	-	1705408	การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้และอินเตอร์เฟซในงานนิเทศศาสตร์ (User Experience and Interface Design in Communication Arts)
	-	1705409	การสื่อสารสำหรับผู้ประกอบการสตาร์ตอัป (Communication for Startup)
1701103	การเขียนเพื่องานนิเทศศาสตร์ (Writing for Communication Arts)		-

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564		หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569
1713203	กลยุทธ์การกำหนดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ในยุคดิจิทัล (Strategic Corporate and Brand Content in Digital Era)	-
1723202	การถ่ายภาพวารสารศาสตร์ (Photojournalism)	-
1723307	สารคดีข้ามสื่อ (Documentary across Media)	-
1723308	การออกแบบกราฟิกและผลิตนิตยสาร (Graphic Design and Magazine Production)	-
1703304	การถ่ายภาพเฉพาะทาง (Specialized Photography)	-
1703310	ภาษาอังกฤษสำหรับการเขียนข่าว (English for News Writing)	-
1703311	ภาษาอังกฤษเพื่อการรายงานข่าวข้ามสื่อ (English for Cross-media News Reporting)	-

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ตารางเปรียบเทียบหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564 และหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569

1) กลุ่มวิชาแกน

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
1701101 หลักและทฤษฎีนิเทศศาสตร์ 3(3-0-6) **(Principles and Theories of Communication Arts)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ แนวคิด และทฤษฎีเบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสาร องค์ประกอบของการสื่อสาร กระบวนการสื่อสาร การสร้างและนำทฤษฎีไปบูรณาการกับศาสตร์อื่นๆ ปัจจัยที่มีอิทธิพลและส่งผลกระทบต่อการสื่อสาร ความสำคัญ บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบในวิชาชีพนิเทศศาสตร์ ตลอดจนจริยธรรม และจรรยาบรรณของนักนิเทศศาสตร์ Introduction to communication principles, concepts and theories, as well as the elements of communication, and communication process; creating and integrating theories with other sciences; factors that influenced and affected to communication; the importance, roles and responsibilities, including ethics and morality in Communication Arts profession.	**1701111 หลักและทฤษฎีนิเทศศาสตร์ 3(3-0-6)** **(Principles and Theories of Communication Arts)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ แนวคิด และทฤษฎีเบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสาร องค์ประกอบของการสื่อสาร กระบวนการสื่อสาร การสร้างและนำทฤษฎีไปบูรณาการกับศาสตร์อื่นๆ ปัจจัยที่มีอิทธิพลและส่งผลกระทบต่อการสื่อสาร ความสำคัญ บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบในวิชาชีพนิเทศศาสตร์ ตลอดจนจริยธรรม และจรรยาบรรณของนักนิเทศศาสตร์ Principles, concepts and theories, as well as the elements of communication, and communication process; creating and integrating theories with other sciences; factors that influence and affect communication; the importance, roles and responsibilities, including ethics and morality in Communication Arts profession.	ปรับรหัสวิชา และเรียงรหัสวิชาใหม่ให้สอดคล้องกับการปรับรายวิชาอื่น
1701102 พื้นฐานทางธุรกิจและการตลาดดิจิทัลสำหรับนิเทศศาสตร์ 3(3-0-6) **(Business and Digital Marketing Foundations for Communication Arts)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** ความรู้พื้นฐานเพื่อความเข้าใจภาพกว้างขององค์กรธุรกิจ โครงสร้างองค์กร ตลอดจนสภาพแวดล้อมที่ส่งผลกระทบทางธุรกิจ ความเชื่อมโยงของส่วนต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการวางกลยุทธ์และการดำเนินตามเป้าหมายองค์กร วัฒนธรรมองค์กร กระบวนการทางการตลาด และการสื่อสารการตลาด โดยมุ่งเน้นการทำการตลาดในเชิงดิจิทัล กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ตลอดจนจริยธรรมทางธุรกิจและการตลาด Basic knowledge for the overall understanding of business organization and organization structure as well as the business environment, any connectivity that impacts on strategic planning and implementation, organization culture,	**1701112 พื้นฐานทางธุรกิจและการตลาดดิจิทัลสำหรับนิเทศศาสตร์ 3(3-0-6)** **(Business and Digital Marketing Foundations for Communication Arts)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** ความรู้พื้นฐานเพื่อความเข้าใจภาพกว้างขององค์กรธุรกิจ โครงสร้างองค์กร ตลอดจนสภาพแวดล้อมที่ส่งผลกระทบทางธุรกิจ ความเชื่อมโยงของส่วนต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการวางกลยุทธ์และการดำเนินตามเป้าหมายองค์กร วัฒนธรรมองค์กร กระบวนการทางการตลาด และการสื่อสารการตลาด โดยมุ่งเน้นการทำการตลาดในเชิงดิจิทัล กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ตลอดจนจริยธรรมทางธุรกิจและการตลาด Fundamental knowledge for the overall understanding of business organization and organization structure as well as the business environment, any connectivity that impacts on strategic planning and organization goal execution, organization culture, marketing processes and	ปรับรหัสวิชา และเรียงรหัสวิชาใหม่ให้สอดคล้องกับการปรับรายวิชาอื่น

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
marketing processes and marketing communication, focusing on Digital Marketing; target market as well as business and marketing ethics.	marketing communication, focusing on Digital Marketing; target customer group as well as business and marketing ethics.	
1701105 การถ่ายภาพและการตกแต่งภาพนิ่ง 3(2-2-5) **(Photography and Retouching)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ และเทคนิคการถ่ายภาพนิ่งขั้นพื้นฐาน ประกอบด้วยประเภทของกล้อง การเลือกใช้กล้องและเลนส์เพื่อวัตถุประสงค์ในการถ่ายภาพลักษณะต่าง ๆ การจัดองค์ประกอบภาพ เทคนิคการถ่ายภาพประเภทต่าง ๆ การเล่าเรื่องด้วยภาพ ตลอดจนเทคนิคการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการตกแต่งภาพเบื้องต้น การกำหนดมุมมอง การวัดและเลือกพื้นที่ของภาพ และการแก้ไขรูปภาพ เพื่อนำไปใช้ในงานนิเทศศาสตร์ Basic principles and techniques of photography consisting of camera types, selection of cameras and lens for any photography objectives, compositioning, photography techniques, visual story-telling as well as applying computer program for photo retouching, defining photo perspective, measurement and select photo space, as well as photo editing, to be further used in communication works.	**1701113 เทคนิคการถ่ายภาพและการตกแต่ง 3(2-2-5)** **(Photography Techniques and Retouching)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ และเทคนิคการถ่ายภาพนิ่งขั้นพื้นฐาน ประกอบด้วยประเภทของกล้อง การเลือกใช้กล้องและเลนส์เพื่อวัตถุประสงค์ในการถ่ายภาพลักษณะต่าง ๆ การจัดองค์ประกอบภาพ เทคนิคการถ่ายภาพประเภทต่าง ๆ การเล่าเรื่องด้วยภาพ การถ่ายภาพเพื่องานวารสารศาสตร์ การถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์และโฆษณา ตามจริยธรรมการถ่ายภาพ ตลอดจนเทคนิคการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการตกแต่งภาพเบื้องต้น การกำหนดมุมมอง การวัดและเลือกพื้นที่ของภาพ และการแก้ไขรูปภาพ เพื่อนำไปใช้ในงานนิเทศศาสตร์ Basic principles and techniques of photography consisting of camera types, selection of cameras and lens for any photography objectives, compositioning, photography techniques, visual story-telling, photo journalism, photo for public relations and advertising as well as applying computer program for photo retouching, defining photo perspective, photo area measurement and selection, as well as photo editing, to be further used in communication works.	- ปรับคำอธิบายรายวิชา โดยการเพิ่มเนื้อหาการถ่ายภาพเพื่อใช้ในงานนิเทศศาสตร์ ตามความต้องการของสถานประกอบการ - เน้นย้ำเรื่องจริยธรรมการถ่ายภาพ
1701104 การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล 3(3-0-6) **(Media, Information, and Digital Literacy)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลัก แนวคิด ทฤษฎี บทบาทหน้าที่ จริยธรรม และความรับผิดชอบของสื่อมวลชน ภูมิทัศน์ของสื่อที่เปลี่ยนแปลง และผลกระทบของสื่อที่มีต่อบุคคล สังคม เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม โดยสามารถนำไปวิเคราะห์ วิพากษ์ ประเมินคุณค่า และการตอบสนองต่อข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ทั้งสื่อดั้งเดิม สื่อดิจิทัล สื่อออนไลน์ และสื่อสังคมออนไลน์ อย่างรู้เท่าทัน กระบวนการทำงานของสื่อในยุคปัจจุบันทั้งในฐานะผู้ส่งสารและผู้รับสาร รวมทั้ง ความรับผิดชอบของผู้ส่งสารและผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารสองทาง และใช้การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการเป็นพลเมืองที่มีบทบาทต่อการพัฒนาสังคม	**1701114 การรู้เท่าทันสื่อ ข้อมูล และดิจิทัล 3(3-0-6)** **(Digital and Media Literacy)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** บทบาทหน้าที่ของสื่อ ภูมิทัศน์ของสื่อที่เปลี่ยนแปลง และผลกระทบของสื่อที่มีต่อบุคคล สังคม เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม กระบวนการสร้างข้อเท็จจริง สามารถนำไปวิเคราะห์ วิพากษ์ ประเมินคุณค่า และการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล การตอบสนองต่อข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่ออย่างรู้เท่าทัน รวมทั้ง ความรับผิดชอบของผู้ส่งสารและผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารสองทาง และใช้การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการเป็นพลเมืองที่มีบทบาทต่อการพัฒนาสังคม Principles, concepts, theories, ethics, roles and responsibilities of mass media, changes of media landscape and the impact	- ปรับคำอธิบายรายวิชา ให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ - ปรับคำอธิบายรายวิชา โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนสามารถนำข้อมูลที่ได้รับ เพื่อมาวิเคราะห์ ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล - ปรับชื่อวิชาให้มีความกระชับ

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
Principles, concepts, theories, ethics, roles and responsibilities of mass media, changes of media landscape and the impact of media on persons, society, economy, politics and culture with the ability to analyze, criticize, evaluate and wisely respond to the information presented in various types of media. Media, information, and digital literacy in traditional, digital, online and online social media. Understanding mass communication process as sender and receiver, the responsibilities of sender and receiver through two way communication and using communication process to enhance citizenship in social development.	of media on persons, society, economy, politics and culture with the ability to analyze, criticize, evaluate, verify data and to be media literate in response to presented information. Media, information, and digital literacy in traditional, digital, online and online social media. Including the responsibilities of both the sender and the receiver in two- way communication process, and using communication to promote active citizenship for social development.	
1701106 นิเทศศิลป์และคอมพิวเตอร์กราฟิก 3(2-2-5) **(Visual Communication Arts and Computer Graphics)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ และทฤษฎีการออกแบบนิเทศศิลป์เพื่องานนิเทศศาสตร์ เพื่อให้มีความรู้ทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติทางด้านการออกแบบสร้างสรรค์และใช้เทคโนโลยีในการออกแบบอย่างมีคุณภาพผ่านการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิก ฝึกปฏิบัติการใช้คำสั่งพื้นฐานจากโปรแกรมกราฟิก เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจคุณสมบัติของเครื่องมือสร้างโปรแกรมกราฟิก และมีทักษะเบื้องต้นเกี่ยวกับการสร้างภาพเบื้องต้น สร้างแนวคิดเกี่ยวกับงานกราฟิก สามารถสร้างเนื้อหาที่ผ่านการวิเคราะห์ และหาวิธีนำเสนอที่น่าสนใจอันจะสามารถนำไปสร้างสรรค์สื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ Principles and theories of Visual Communication Arts, in order to have knowledge in both theories and practices in creative design through computer graphics programs, as well as practice using basic commands from graphic programs to gain knowledge and understanding of the features of graphic creation tools, including having basic skills in visualization; creating ideas about graphics and the ability to use quality design technology; able to create content by analyze and interested presentations that can be used to create effective media.	**1701115 การออกแบบกราฟิกดิจิทัล 3(2-2-5)** **(Digital Graphic Design)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ และทฤษฎีการออกแบบด้วยโปรแกรมกราฟิกเพื่องานนิเทศศาสตร์ เพื่อให้มีความรู้ทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติทางด้านการออกแบบสร้างสรรค์และใช้เทคโนโลยีในการออกแบบอย่างมีคุณภาพผ่านการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิก ฝึกปฏิบัติการใช้คำสั่งพื้นฐานจากโปรแกรมกราฟิก เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจคุณสมบัติของเครื่องมือสร้างโปรแกรมกราฟิก และมีทักษะเบื้องต้นเกี่ยวกับการสร้างภาพเบื้องต้น สร้างแนวคิดเกี่ยวกับงานกราฟิก สามารถสร้างเนื้อหาที่ผ่านการวิเคราะห์ และใช้วิธีนำเสนอที่น่าสนใจอันจะสามารถนำไปสร้างสรรค์สื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ Principles and theories of graphic program for Communication Arts, in order to have knowledge in both theories and practices in creative design through computer graphics programs, as well as practice using basic commands from graphic programs to gain knowledge and understanding of the features of graphic creation tools, including having basic skills in visualization; generate graphic design concepts, create analyzed content, and employ engaging presentation methods that can lead to effective media creation.	ปรับชื่อวิชาให้มีความกระชับ

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
1701107 ความรับผิดชอบทางกฎหมายและจริยธรรมทางการสื่อสาร 3(3-0-6) **(Responsibility in Communication Laws and Ethics)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับประเด็นสำคัญทางกฎหมายและจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของสื่อ การพัฒนาของระบบทุนนิยมไทย ปัญหาการพัฒนาเศรษฐกิจของไทย ปัญหาสังคม การแก้ไขและพัฒนาสังคม ภายใต้หลักจริยธรรม เพื่อเป็นพื้นฐานการเป็นนักนิเทศศาสตร์ที่ดี รับผิดชอบต่อสังคม และประเทศชาติ Theories and concepts of significant issues in media law and ethics related to media operations; the development of capitalism in Thailand, Thailand' s economic development problems, social problems, social improvement and development for further being a good communicator who is responsible for society and country.	**1701116 กฎหมาย และจริยธรรมการสื่อสาร 3(3-0-6)** **(Communication Laws and Ethics)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับประเด็นสำคัญทางกฎหมายและจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของสื่อ การพัฒนาของระบบทุนนิยมไทย ปัญหาการพัฒนาเศรษฐกิจของไทย ปัญหาสังคม การแก้ไขและพัฒนาสังคม ภายใต้หลักจริยธรรมและหน้าที่ความเป็นพลเมือง Theories and concepts of significant issues in media law and ethics related to media operations; evolution of Thai capitalism, challenges in Thailand's economic development, social problems, social resolution and advancement grounded in ethics and duties of citizenship.	- ปรับชื่อวิชาให้มีความกระชับ
-	**1701217 ภาษาอังกฤษเพื่องานนิเทศศาสตร์ 3(3-0-6)** **(English for Communication Arts)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** การพัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสำหรับนักนิเทศศาสตร์ การฟัง การอ่านจับประเด็นเพื่อทำความเข้าใจเนื้อหา การสื่อสารด้วยวาจาขั้นพื้นฐาน การเลือกใช้คำศัพท์และรูปประโยคที่เหมาะสมเพื่อการสื่อสารด้วยวาจาและการเขียน บอกเล่าเรื่องราว การเขียนจดหมายและอีเมลเพื่อโน้มน้าวใจ การสร้างสรรค์ข้อความผ่านสื่อต่าง ๆ Developing English skills for communicative English use in communication arts related careers include listening, reading and reading for comprehension and understanding the main Ideas, basic verbal communication, selection of vocabulary and sentences to create appropriate texts, storytelling, persuasive letter and email writing, in various types of media as well as to reply and persuade in English.	- เพิ่มรายวิชา เพื่อให้สอดรับความความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย กลุ่มวิชาชีพ และให้สอดรับกับมาตรฐานการอุดมศึกษา ปี พ.ศ. 2565 ที่ให้ผู้เรียนมีความรู้ด้านภาษาอังกฤษ

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
1701208 ศิลปะการถ่ายทำและตัดต่อภาพเคลื่อนไหว 3(2-2-5) **(Arts in Videography)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบ รูปแบบ ประเภทภาพเคลื่อนไหว ศิลปะการเล่าเรื่องด้วยภาพเคลื่อนไหว การจัดทำบทสำหรับการถ่ายทำ เทคนิคการถ่าย และลำดับภาพเคลื่อนไหว ฝึกปฏิบัติการใช้เครื่องมือในการถ่ายทำและลำดับภาพ การตัดต่อเพื่องานนิเทศศาสตร์รูปแบบต่าง ๆ หลักการใช้เสียง และทำเสียงประกอบ Principles and theories of composition, form, animation types, the arts of storytelling with animation; creating script, techniques and animation sequences for shooting process, as well as practice in using shooting and sequencing tools; edting in various types for Communication Arts; principles of creating sound and soundtrack in videography.	**1701218 เทคนิคการถ่ายทำภาพเคลื่อนไหวและตัดต่อ 3(2-2-5)** **(Videography Techniques and Editing)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบ รูปแบบ ประเภทภาพเคลื่อนไหว ศิลปะการเล่าเรื่องด้วยภาพเคลื่อนไหว การจัดทำบทสำหรับการถ่ายทำ เทคนิคการถ่าย และลำดับภาพเคลื่อนไหว หลักการใช้เสียง และทำเสียงประกอบ ฝึกปฏิบัติการใช้เครื่องมือในการถ่ายทำและลำดับภาพ การตัดต่อเพื่องานนิเทศศาสตร์รูปแบบต่าง ๆ การใช้ปัญญาประดิษฐ์เป็นผู้ช่วยในการสร้างชิ้นงาน Principles and theories of composition, form, animation types, the arts of storytelling with animation; scripts for filming, mastering shooting techniques and motion picture flow, understanding sound principles and sound effect production, hands-on practice with filming and sequencing equipment, editing for various communication arts purposes, and leveraging artificial intelligence as a creative assistant.	- ปรับคำอธิบายรายวิชา ให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ - ปรับคำอธิบายรายวิชา โดยเพิ่มเนื้อหาเกี่ยวกับหลักการใช้เสียง ในการถ่ายทำภาพเคลื่อนไหวและการตัดต่อ และมีการใช้เครื่องมือปัญญาประดิษฐ์เป็นผู้ช่วยในการสร้างงาน - ปรับชื่อวิชาให้มีความกระชับ และสอดคล้องกับวิชาเทคนิคการถ่ายภาพและการตกแต่ง
1712306 การผลิตวิดีโอเพื่องานสื่อสารองค์กรและแบรนด์ 3(2-2-5) **(Video Production for Corporate and Brand Communication)** **วิชาบังคับก่อน : 1701208** **(Prerequisite Course: 1701208)** หลักการ องค์ประกอบ กระบวนการผลิตวิดีโอ ขั้นตอนก่อนการผลิตวิดีโอ ขั้นตอนขณะผลิตวิดีโอ และขั้นตอนหลังการผลิตวิดีโอ ศึกษาแนวโน้มผู้บริโภคเพื่อวางแผนการผลิตวิดีโอ การใช้เครื่องมือโปรแกรมกราฟิกและโปรแกรมตัดต่อเพื่อผลิตวิดีโอ เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวที่น่าสนใจ และสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อผู้บริโภคที่มีต่อองค์กรและแบรนด์ Principles, elements, production process including pre-production video, video production and post- production video. Study consumer trends to plan for production, utilization of graphic design tools and editing video to produce attractive stories and create positive customer experience towards corporate and brand.		
1701310 ความคิดสร้างสรรค์เพื่องานนิเทศศาสตร์ 3(3-0-6) **(Creative Thinking for Communication Arts)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการสร้างความคิดสร้างสรรค์ด้วยกระบวนการออกแบบความคิด การรวบรวมข้อมูล คิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ วิพากษ์ข้อมูล กำหนดโจทย์ เป้าหมายของการ	**1701219 ความคิดสร้างสรรค์และการนำเสนอเพื่องานนิเทศศาสตร์ 3(3-0-6)** **(Creative Thinking and Presentation for Communication Arts)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)**	- ปรับคำอธิบายรายวิชา ให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ - ปรับคำอธิบายรายวิชา โดยเพิ่มเนื้อหาเกี่ยวกับทักษะการนำเสนองาน ซึ่งเป็นความต้องการ

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
ออกแบบความคิด และงานสร้างสรรค์ กระบวนการคิดโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบความคิดเพื่อแก้ปัญหา การประยุกต์ใช้เครื่องมือของกระบวนการออกแบบความคิด วิธีกลั่นกรองความคิด โดยการเรียบเรียงอย่างเป็นระบบและมีขอบเขตโครงสร้างที่ชัดเจน ฝึกทักษะคิดสร้างสรรค์ และถ่ายทอดรูปแบบงานสร้างสรรค์วิธีกลั่นกรองความคิด จากระดับนามธรรมไปสู่ความคิดที่มีการเรียบเรียงอย่างเป็นระบบและมีขอบเขตโครงสร้างที่ชัดเจน ฝึกทักษะคิดสร้างสรรค์ และถ่ายทอดรูปแบบงานสร้างสรรค์เพื่องานนิเทศศาสตร์ Principles of creating creativity through the design of ideas; gathering, thinking, analyzing, synthesizing, and criticizing data; defining problems, goals of thinking design and creative works; thinking process by using creativity and design thinking to solve problems; applying tools of desgn thinking process; way to moderate ideas by composing in systematic and clear scope; including transfer the creative format for communication arts.	หลักการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ด้วยกระบวนการออกแบบความคิด การรวบรวมข้อมูล คิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ วิพากษ์ข้อมูล กำหนดโจทย์ เป้าหมายของการออกแบบความคิด และงานสร้างสรรค์ กระบวนการคิดโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบความคิดเพื่อแก้ปัญหา การประยุกต์ใช้เครื่องมือของกระบวนการออกแบบความคิดที่เป็นระบบและมีขอบเขตโครงสร้างที่ชัดเจน การนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ด้วยรูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับงาน ฝึกทักษะคิดสร้างสรรค์ และถ่ายทอดรูปแบบงานสร้างสรรค์เพื่องานนิเทศศาสตร์ Principles of creating creativity through the design of ideas creative thinking development through the design thinking process; gathering, thinking, analyzing, synthesizing, and criticizing data; defining problems, goals of thinking design and creative works; thinking process by using creativity and design thinking to solve problems; applying systematic and well-structured tools of design thinking process, presenting creative ideas with appropriate formats and technologies for the work, and practicing creative thinking skills and conveying creative work formats for communication arts.	ของผู้มีส่วนได้เสีย กลุ่มวิชาชีพ ศิษย์เก่า และนักเรียน/นักศึกษา - ปรับชื่อวิชาให้มีความกระชับ และสอดคล้องกับวิชาเทคนิคการถ่ายภาพและการตกแต่ง
1701309 การวิจัยเพื่องานนิเทศศาสตร์ 3(3-0-6) **(Research for Communication Arts)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ และแนวคิดในการวิจัยเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในวิชาชีพนิเทศศาสตร์ ความหมาย ประเภท แนวคิดพื้นฐานและประโยชน์ของการวิจัยนิเทศศาสตร์ การเลือกใช้ประเภทการวิจัยให้สอดคล้องกับลักษณะข้อมูลที่ต้องการ ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย การกำหนดปัญหานำวิจัย การทบทวนวรรณกรรม แนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูล การใช้สถิติและโปรแกรมสำเร็จรูป การวิเคราะห์ข้อมูลและการสรุปผลการวิจัย โดยการฝึกทำวิจัยในสถานการณ์จริง Principles and concepts of conducting research to be applied to the filed of communication arts. Definitions, types, basic concepts and benefits of communication arts research, selection of proper research to match required information, research process, setting research problem, literature review, related concepts and research, data collection techniques, statistical and program usage, data analysis and research summary derived from conducting research in real setting.	**1701320 การวิจัยเพื่องานนิเทศศาสตร์ 3(3-0-6)** **(Research for Communication Arts)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ และแนวคิดในการวิจัยเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในวิชาชีพนิเทศศาสตร์ ความหมาย ประเภท แนวคิดพื้นฐานและประโยชน์ของการวิจัยนิเทศศาสตร์ การเลือกใช้ประเภทการวิจัยให้สอดคล้องกับลักษณะข้อมูลที่ต้องการ ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย การกำหนดปัญหานำวิจัย การทบทวนวรรณกรรม แนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูล การใช้สถิติและโปรแกรมสำเร็จรูป การวิเคราะห์ข้อมูลและการสรุปผลการวิจัย โดยการฝึกทำวิจัยในสถานการณ์จริง Principles and concepts of conducting research to be applied to the field of communication arts. Definitions, types, basic concepts and benefits of communication arts research, selection of proper research to match required information, research process, setting research problem, literature review, related concepts and research, data collection techniques, statistical and program usage, data analysis and research summary derived from conducting research in real setting.	ปรับรหัสวิชา และเรียงรหัสวิชาใหม่ให้สอดคล้องกับการปรับรายวิชาอื่น

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
1703306 ความเป็นผู้ประกอบการ และธุรกิจสื่อ 3(3-0-6) **(Entrepreneurship and Media Startup)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ แนวคิดในการเป็นผู้ประกอบการด้านนิเทศศาสตร์ การวางแผนธุรกิจที่บูรณาการความรู้ด้านนิเทศศาสตร์และสื่อสารมวลชน แผนโครงงานการดำเนินการทางธุรกิจการเงินและงบประมาณ การวิเคราะห์ช่องทางการตลาด การวางกลยุทธ์ การหาแหล่งสนับสนุนการลงทุน โดยใช้การเรียนการสอนแบบห้องทดลองสื่อ Media Lab ทดลองเขียนแผนธุรกิจ ผลิตเนื้อหาจำลอง และทดสอบการนำเสนอ ภายใต้หลักจริยธรรมวารสารศาสตร์ที่เน้นความสมดุลและเที่ยงธรรม โดยมีคณาจารย์และนักวิชาชีพเป็นที่ปรึกษาโครงการ Principles and concepts of communication arts entrepreneurship, integrated business planning between communication arts and mass communication, financial and budget planning, marketing analysis, strategic planning, seeking sponsorship, with the workshop for business plan writing, content production, and presentation based on journalism ethics with the emphasis on balance and fairness under the advice of faculties and professionals as project consultants.	**1701321 การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ 3(3-0-6)** **(Entrepreneurship)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ แนวคิดในการเป็นผู้ประกอบการด้านนิเทศศาสตร์ การวางแผนธุรกิจที่บูรณาการความรู้ด้านนิเทศศาสตร์และสื่อสารมวลชน แผนโครงงานการดำเนินการทางธุรกิจการเงินและงบประมาณ การวิเคราะห์ช่องทางการตลาด การวางกลยุทธ์ การหาแหล่งสนับสนุนการลงทุน ทดลองเขียนแผนธุรกิจ ผลิตเนื้อหา และนำเสนอเนื้อหาและสื่อโดยเลือกใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารและสารสนเทศ เทคโนโลยีดิจิทัล ที่สอดคล้องกับบริบทของธุรกิจ Principles and concepts of communication arts entrepreneurship, integrated business planning between communication arts and mass communication, financial and budget planning, marketing analysis, strategic planning, seeking sponsorship, with the workshop for business plan writing, content production, and presentation based on journalism ethics with the emphasis on balance and fairness under the advice of faculties and professionals as project consultants.	- ย้ายรายวิชามาจากกลุ่มวิชาเลือกทั่วไป ในหลักสูตร 64 เข้าสู่หมวดวิชาแกน และความต้องการของกลุ่มผู้ได้เสียกลุ่มศิษย์เก่า และนักเรียน/นักศึกษา ที่มีแนวโน้มความต้องการในการเป็นเจ้าของธุรกิจ - ปรับคำอธิบายรายวิชา ให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้
1701151 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 1 3(0-40-0) **(Work-based Learning in Communication Arts 1)** **วิชาบังคับก่อน : ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการการฝึกปฏิบัติงานคณะนิเทศศาสตร์** **(Prerequisite Course: Approved by work-based learning committee)** การฝึกปฏิบัติงานด้านนิเทศศาสตร์ ตามเป้าหมายที่กำหนดโดยคณะ/วิชาเอก มีระยะฝึกปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ภายใต้การดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาทางด้านการฝึกปฏิบัติการและพนักงานพี่เลี้ยงในสถานประกอบการ โดยมีการจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานเมื่อสิ้นสุดการฝึกงาน การประเมินผลการฝึกปฏิบัติการจะประเมินจากผลงาน พัฒนาการในการทำงาน และพัฒนาการทางวิชาชีพ รายงาน และนำเสนอผลงานด้วยวาจา Work-based learning in communication arts according to the faculty/major's objectives. The period of work-based learning must not be less than 40 hours/week under the supervision of internship advisors and company's mentors. Internship report must be done after the end of the internship. The	**1701161 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 1 3(0-40-0)** **(Work-based Learning in Communication Arts 1)** **วิชาบังคับก่อน : ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการการฝึกปฏิบัติงานคณะนิเทศศาสตร์** **(Prerequisite Course: Approved by work-based learning committee)** การฝึกปฏิบัติงานด้านนิเทศศาสตร์ตามเป้าหมายที่กำหนดโดยคณะ/สาขาวิชาเอก ในธุรกิจค้าปลีก กระบวนการสื่อสารในการปฏิบัติงานและการสื่อสารทางธุรกิจ พฤติกรรมการรับสื่อภายในร้านของผู้บริโภค ทักษะในการทำงาน บนพื้นฐานจรรยาบรรณวิชาชีพและมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีระยะฝึกปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ภายใต้การดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาด้านการฝึกปฏิบัติการและพนักงานพี่เลี้ยงในสถานประกอบการ มีการจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานและนำเสนอด้วยวาจาเมื่อสิ้นสุดการฝึกงาน Work-based learning in communication arts according to the faculty/major's objectives. The internship is conducted in retail businesses. Students will explore communication processes in the workplace and	- ปรับคำอธิบายรายวิชา ให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ ที่มีการไต่ระดับในแต่ละชั้นปี - ปรับคำอธิบายรายวิชา โดยเพิ่มรายละเอียดเป้าหมายในการฝึกปฏิบัติงาน

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
evaluation of internship shall be performed based on work performance, work progress and career development, report and verbal presentation.	business communication, as well as study consumer media reception behavior within the store. Emphasis is placed on developing practical work skills grounded in professional ethics and social responsibility. Students are required to complete a minimum of 40 hours of internship per week under the supervision of an academic advisor and a workplace mentor. Upon completion of the internship, students must submit a comprehensive report and deliver an oral presentation summarizing their learning outcomes and experiences.	
1701252 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 2 3(0-40-0) **(Work-based Learning in Communication Arts 2)** **วิชาบังคับก่อน : ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการการฝึกปฏิบัติงานคณะนิเทศศาสตร์** **(Prerequisite Course: Approved by work-based learning committee)** การฝึกปฏิบัติงานด้านนิเทศศาสตร์ ตามเป้าหมายที่กำหนดโดยคณะ/วิชาเอก มีระยะฝึกปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ภายใต้การดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาทางด้านการฝึกปฏิบัติการและพนักงานพี่เลี้ยงในสถานประกอบการ โดยมีการจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานเมื่อสิ้นสุดการฝึกงาน การประเมินผลการฝึกปฏิบัติการจะประเมินจากผลงาน พัฒนาการในการทำงาน และพัฒนาการทางวิชาชีพ รายงาน และนำเสนอผลงานด้วยวาจา Work- based learning in communication arts according to the faculty/major's objectives. The period of work-based learning must not be less than 40 hours/week under the supervision of internship advisors and company's mentors. Internship report must be done after the end of the internship. The evaluation of internship shall be performed based on work performance, work progress and career development, report and verbal presentation.	**1701262 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 2 3(0-40-0)** **(Work-based Learning in Communication Arts 2)** **วิชาบังคับก่อน : ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการการฝึกปฏิบัติงานคณะนิเทศศาสตร์** **(Prerequisite Course: Approved by work-based learning committee)** การฝึกงานด้านนิเทศศาสตร์ตามเป้าหมายที่กำหนดโดยคณะ/สาขาวิชาเอก ได้แก่ เข้าใจรูปแบบการดำเนินงานขององค์กร/องค์กรสื่อ ลักษณะเนื้อหาขององค์กรที่เผยแพร่ จับประเด็นเนื้อหาในการทำงาน/ทำข่าวได้ เขียนข่าว/เขียนเนื้อหาที่ถูกต้องและเหมาะสมกับองค์กร ผลิตสื่อที่ถูกต้องและเหมาะสมกับองค์กรบนพื้นฐานจรรยาบรรณวิชาชีพและมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีระยะฝึกปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ภายใต้การดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาทางด้านการฝึกปฏิบัติการและพนักงานพี่เลี้ยงในสถานประกอบการ มีการจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานและนำเสนอด้วยวาจาเมื่อสิ้นสุดการฝึกงาน Work-based learning in communication arts according to the faculty/major's objectives. The internship aims to develop a comprehensive understanding of organizational operations, particularly in media organizations, including the nature of content produced and disseminated by the organization. Students will learn to identify key issues in content production and news reporting, write accurate and appropriate news and content that aligns with the organization's style, and produce media that meets professional and ethical standards with social responsibility. Students are required to complete a minimum of 40 working hours per week under the supervision of an academic advisor and a workplace mentor. Upon completion of the internship, students must submit a detailed report and	- ปรับคำอธิบายรายวิชา ให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ ที่มีการไต่ระดับในแต่ละชั้นปี - ปรับคำอธิบายรายวิชา โดยเพิ่มรายละเอียดเป้าหมายในการฝึกปฏิบัติงาน

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
	deliver an oral presentation summarizing their internship experiences and achievements.	
1701253 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 3 3(0-40-0) **(Work-based Learning in Communication Arts 3)** **วิชาบังคับก่อน : ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการการฝึกปฏิบัติงานคณะนิเทศศาสตร์** **(Prerequisite Course: Approved by work-based learning committee)** การฝึกปฏิบัติงานด้านนิเทศศาสตร์ ตามเป้าหมายที่กำหนดโดยคณะ/วิชาเอก มีระยะฝึกปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ภายใต้การดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาทางด้านการฝึกปฏิบัติการและพนักงานพี่เลี้ยงในสถานประกอบการ โดยมีการจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานเมื่อสิ้นสุดการฝึกงาน การประเมินผลการฝึกปฏิบัติการจะประเมินจากผลงาน พัฒนาการในการทำงาน และพัฒนาการทางวิชาชีพ รายงาน และนำเสนอผลงานด้วยวาจา Work- based learning in communication arts according to the faculty/major's objectives. The period of work-based learning must not be less than 40 hours/week under the supervision of internship advisors and company's mentors. Internship report must be done after the end of the internship. The evaluation of internship shall be performed based on work performance, work progress and career development, report and verbal presentation.	**1701263 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 3 3(0-40-0)** **(Work-based Learning in Communication Arts 3)** **วิชาบังคับก่อน : ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการการฝึกปฏิบัติงานคณะนิเทศศาสตร์** **(Prerequisite Course: Approved by work-based learning committee)** การฝึกปฏิบัติงานด้านนิเทศศาสตร์ตามเป้าหมายที่กำหนดโดยคณะ/สาขาวิชาเอก ได้แก่ เข้าใจรูปแบบการดำเนินงานขององค์กร/องค์กรสื่อ ลักษณะเนื้อหาขององค์กร กลุ่มเป้าหมาย/ผู้รับสาร จับประเด็นเนื้อหาในการทำงาน/ทำข่าวได้ เขียนข่าว/เขียนเนื้อหา ผลิตสื่อที่ถูกต้องและเหมาะสมกับองค์กร ผสมผสานหลายทักษะด้านนิเทศศาสตร์ในการผลิตเนื้อหาที่ตอบโจทย์องค์กร บนพื้นฐานจรรยาบรรณวิชาชีพและมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีระยะฝึกปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ภายใต้การดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาทางด้านการฝึกปฏิบัติการและพนักงานพี่เลี้ยงในสถานประกอบการ มีการจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานและนำเสนอด้วยวาจาเมื่อสิ้นสุดการฝึกงาน Work-based learning in communication arts according to the faculty/major's objectives. The internship is designed to enhance students' understanding of organizational operations— particularly within media organizations—by exploring the nature of organizational content, identifying target audiences, and analyzing communication strategies. Students will develop the ability to identify key issues in content creation and news reporting, write appropriate and effective news and articles, and produce media content that aligns with the organization's goals. Throughout the internship, students will integrate multiple communication arts skills to create content that meets professional standards, reflects ethical practice, and demonstrates social responsibility. The internship requires a minimum of 40 working hours per week under the supervision of both an academic advisor and a workplace mentor. At the end of the internship period, students must submit a comprehensive report and deliver an oral presentation summarizing their work and learning outcomes.	- ปรับคำอธิบายรายวิชา ให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ ที่มีการไต่ระดับในแต่ละชั้นปี - ปรับคำอธิบายรายวิชา โดยเพิ่มรายละเอียดเป้าหมายในการฝึกปฏิบัติงาน

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
1701354 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 4 3(0-40-0) **(Work-based Learning in Communication Arts 4)** **วิชาบังคับก่อน : ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการการฝึกปฏิบัติงานคณะนิเทศศาสตร์** **(Prerequisite Course: Approved by work-based learning committee)** การฝึกปฏิบัติงานด้านนิเทศศาสตร์ ตามเป้าหมายที่กำหนดโดยคณะ/วิชาเอก มีระยะฝึกปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ภายใต้การดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาทางด้านการฝึกปฏิบัติการและพนักงานพี่เลี้ยงในสถานประกอบการ โดยมีการจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานเมื่อสิ้นสุดการฝึกงาน การประเมินผลการฝึกปฏิบัติการจะประเมินจากผลงาน พัฒนาการในการทำงาน และพัฒนาการทางวิชาชีพ รายงาน และนำเสนอผลงานด้วยวาจา Work- based learning in communication arts according to the faculty/major's objectives. The period of work-based learning must not be less than 40 hours/week under the supervision of internship advisors and company's mentors. Internship report must be done after the end of the internship. The evaluation of internship shall be performed based on work performance, work progress and career development, report and verbal presentation.	**1701364 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 4 3(0-40-0)** **(Work-based Learning in Communication Arts 4)** **วิชาบังคับก่อน : ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการการฝึกปฏิบัติงานคณะนิเทศศาสตร์** **(Prerequisite Course: Approved by work-based learning committee)** การฝึกปฏิบัติงานด้านนิเทศศาสตร์ ตามเป้าหมายที่กำหนดโดยคณะ/สาขาวิชาเอก โดยสาขาวิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์ นักศึกษาวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย/ผู้รับสาร เชิงลึก เพื่อวางแผนและออกแบบการสื่อสาร ประยุกต์ใช้ทักษะและเครื่องมือแบบผสมผสานในการทำงานด้านสื่อสารองค์กร/สื่อสารการตลาด/การสื่อสารแบรนด์/ดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง ผลิตชิ้นงานตามที่ได้รับมอบหมาย เสนอแนวความคิดใหม่ในการสร้างสรรค์ผลงานหรือพัฒนากระบวนการทำงานที่เหมาะสมกับองค์กร สาขาวิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล นักศึกษาเข้าใจรูปแบบการดำเนินงานขององค์กร/องค์กรสื่อ ลักษณะเนื้อหาขององค์กร กลุ่มเป้าหมาย/ผู้รับสาร จับประเด็นเนื้อหาในการทำงาน/ทำข่าว เขียนข่าว/เขียนเนื้อหา ผลิตสื่อ ผสมผสานหลายทักษะด้านนิเทศศาสตร์ในการเลือกใช้เทคโนยีในการผลิตเนื้อหาหลายรูปแบบ เผยแพร่หลายช่องทาง เสนอแนวความคิดใหม่ในการสร้างสรรค์ผลงานหรือพัฒนากระบวนการทำงานที่เหมาะสมกับองค์กรบนพื้นฐานจรรยาบรรณวิชาชีพและมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีระยะฝึกปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ภายใต้การดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาทางด้านการฝึกปฏิบัติการและพนักงานพี่เลี้ยงในสถานประกอบการ โดยมีการจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานและนำเสนอด้วยวาจาเมื่อสิ้นสุดการฝึกงาน Work-based learning in communication arts according to the faculty/ major' s objectives. Students will engage in hands- on training that deepens their understanding of organizational structures and operations, particularly within media, communication, and brand-related contexts. They will analyze target audiences and stakeholders in depth in order to plan and design effective communication strategies. Throughout the internship, students are expected to apply integrated skills and tools across various areas such as corporate communication, marketing communication, brand communication, journalism, and digital media production. Students will learn to identify key content angles, write news articles and content appropriate to the organization, and produce multimedia materials suitable for distribution across diverse platforms. Emphasis is placed on combining	- ปรับคำอธิบายรายวิชา ให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ ที่มีการไต่ระดับในแต่ละชั้นปี - ปรับคำอธิบายรายวิชา โดยเพิ่มรายละเอียดเป้าหมายในการฝึกปฏิบัติงาน

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
	multiple communication arts competencies with digital technology to meet organizational goals. In addition, students are encouraged to contribute innovative ideas that support creative development or improve workflow processes, all while adhering to professional ethics and maintaining a strong sense of social responsibility. The internship requires a minimum of 40 working hours per week, supervised by both an academic advisor and an assigned workplace mentor. At the conclusion of the internship, students must submit a comprehensive report and deliver an oral presentation summarizing their performance, learning outcomes, and contributions.	
1701455 **การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 5** **3(0-40-0)** **(Work-based Learning in Communication Arts 5)** **วิชาบังคับก่อน : ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการการฝึกปฏิบัติงานคณะนิเทศศาสตร์** **(Prerequisite Course: Approved by work-based learning committee)** การฝึกปฏิบัติงานด้านนิเทศศาสตร์ ตามเป้าหมายที่กำหนดโดยคณะ/วิชาเอก มีระยะฝึกปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ภายใต้การดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาทางด้านการฝึกปฏิบัติการและพนักงานพี่เลี้ยงในสถานประกอบการ โดยมีการจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานเมื่อสิ้นสุดการฝึกงาน การประเมินผลการฝึกปฏิบัติการจะประเมินจากผลงาน พัฒนาการในการทำงาน และพัฒนาการทางวิชาชีพ รายงาน และนำเสนอผลงานด้วยวาจา Work- based learning in communication arts according to the faculty/major's objectives. The period of work-based learning must not be less than 40 hours/week under the supervision of internship advisors and company's mentors. Internship report must be done after the end of the internship. The evaluation of internship shall be performed based on work performance, work progress and career development, report and verbal presentation.	1701465 **การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 5** **3(0-40-0)** **(Work-based Learning in Communication Arts 5)** **วิชาบังคับก่อน : ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการการฝึกปฏิบัติงานคณะนิเทศศาสตร์** **(Prerequisite Course: Approved by work-based learning committee)** การฝึกปฏิบัติงานด้านนิเทศศาสตร์ตามเป้าหมายที่กำหนดโดยคณะ/สาขาวิชาเอก เข้าใจรูปแบบการดำเนินงานขององค์กร/องค์กรสื่อ กลุ่มเป้าหมาย/ผู้รับสาร และออกแบบเนื้อหา ผสมผสานทักษะและผลิตสื่อ จับประเด็น/เขียนข่าวประชาสัมพันธ์/ออกแบบกราฟิก/ถ่ายภาพ/ตัดต่อเสนอแนวความคิดใหม่ในการสร้างสรรค์ผลงานหรือพัฒนากระบวนการทำงานที่เหมาะสมกับองค์กร สร้างสรรค์เนื้อหา/ผลงาน หรือนวัตกรรมด้านการสื่อสารหลายรูปแบบ พัฒนาทักษะเฉพาะทางของตนเองบนพื้นฐานจรรยาบรรณวิชาชีพและมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีระยะฝึกปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ภายใต้การดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาทางด้านการฝึกปฏิบัติการและพนักงานพี่เลี้ยงในสถานประกอบการ โดยมีการจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานและนำเสนอด้วยวาจาเมื่อสิ้นสุดการฝึกงาน Work-based learning in communication arts according to the faculty/ major' s objectives. This course provides practical training in Communication Arts in alignment with the objectives set by the Faculty and the student's area of specialization. Students will gain a clear understanding of organizational and media operations, target audiences, and content design. They will integrate diverse communication skills to produce media content that serves organizational goals and audience needs. Key competencies include issue identification, press release writing, graphic	- ปรับคำอธิบายรายวิชา ให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ ที่มีการไต่ระดับในแต่ละชั้นปี - ปรับคำอธิบายรายวิชา โดยเพิ่มรายละเอียดเป้าหมายในการฝึกปฏิบัติงาน

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
	design, photography, video editing, and the application of creative concepts to enhance communication effectiveness and improve workflow processes. Throughout the internship, students will develop and present innovative communication content, products, or solutions across various formats, while sharpening their specialized skills. Emphasis is placed on professionalism, ethical communication practices, and social responsibility. The internship requires a minimum of 40 working hours per week under the supervision of both a faculty advisor and a workplace mentor. At the end of the internship, students are required to submit a final report and deliver an oral presentation summarizing their work, experiences, and learning outcomes.	
1701456 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 6 3(0-40-0) **(Work-based Learning in Communication Arts 6)** **วิชาบังคับก่อน : ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการการฝึกปฏิบัติงานคณะนิเทศศาสตร์** **(Prerequisite Course: Approved by work-based learning committee)** การฝึกปฏิบัติงานด้านนิเทศศาสตร์ ตามเป้าหมายที่กำหนดโดยคณะ/วิชาเอก มีระยะฝึกปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ภายใต้การดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาทางด้านการฝึกปฏิบัติการและพนักงานพี่เลี้ยงในสถานประกอบการ โดยมีการจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานเมื่อสิ้นสุดการฝึกงาน การประเมินผลการฝึกปฏิบัติการจะประเมินจากผลงาน พัฒนาการในการทำงาน และพัฒนาการทางวิชาชีพ รายงาน และนำเสนอผลงานด้วยวาจา Work- based learning in communication arts according to the faculty/major's objectives. The period of work-based learning must not be less than 40 hours/week under the supervision of internship advisors and company's mentors. Internship report must be done after the end of the internship. The evaluation of internship shall be performed based on work performance, work progress and career development, report and verbal presentation.	**1701466 การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 6 3(0-40-0)** **(Work-based Learning in Communication Arts 6)** **วิชาบังคับก่อน : ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการการฝึกปฏิบัติงานคณะนิเทศศาสตร์** **(Prerequisite Course: Approved by work-based learning committee)** การฝึกปฏิบัติงานด้านนิเทศศาสตร์ตามเป้าหมายที่กำหนดโดยคณะ/สาขาวิชาเอก เข้าใจรูปแบบการดำเนินงานขององค์กร/องค์กรสื่อ กลุ่มเป้าหมาย/ผู้รับสาร และออกแบบเนื้อหา ผสมผสานทักษะและผลิตสื่อ จับประเด็น/เขียนข่าวประชาสัมพันธ์/ออกแบบกราฟิก/ถ่ายภาพ/ตัดต่อเสนอแนวความคิดใหม่ในการสร้างสรรค์ผลงานหรือพัฒนากระบวนการทำงานที่เหมาะสมกับองค์กร สร้างสรรค์เนื้อหา/ผลงาน หรือนวัตกรรมด้านการสื่อสารหลายรูปแบบ พัฒนาทักษะเฉพาะทางของตนเองบนพื้นฐานจรรยาบรรณวิชาชีพและมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีระยะฝึกปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ภายใต้การดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาทางด้านการฝึกปฏิบัติการและพนักงานพี่เลี้ยงในสถานประกอบการ โดยมีการจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานและนำเสนอด้วยวาจาเมื่อสิ้นสุดการฝึกงาน Work-based learning in communication arts according to the faculty/ major' s objectives. This course provides internship experience aligned with the objectives of the faculty and student's major. Students gain an understanding of organizational and media operations, target audiences, and content design. They apply integrated communication skills such as press release writing, graphic design, photography, and video editing to produce media content. The course encourages the development of original	- ปรับคำอธิบายรายวิชา ให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ ที่มีการไต่ระดับในแต่ละชั้นปี - ปรับคำอธิบายรายวิชา โดยเพิ่มรายละเอียดเป้าหมายในการฝึกปฏิบัติงาน

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
	ideas to enhance media production and improve communication processes. Students create innovative content across various formats while strengthening their specialized skills. The internship emphasizes ethical conduct, professionalism, and social responsibility. Students must complete no less than 40 hours of supervised work per week and present a final report and oral summary of their experience and outcomes.	
1701457 **โครงงานนวัตกรรมนิเทศศาสตร์ 3(0-6-3)** **(Innovative Project for Communication Arts)** **วิชาบังคับก่อน : 1701151, 1701252, 1701253, 1701354, 1701455** **วิชาเรียนพร้อมกัน : 1701456 และ/หรือ** **ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการการฝึกปฏิบัติงานคณะนิเทศศาสตร์** **(Prerequisite Course: 1701151, 1701252, 1701253, 1701354, 1701455** **Corequisite Course: 1701456 and/or** **Approved by work-based learning committee)** การบูรณาการองค์ความรู้และประสบการณ์จากการเรียนและการฝึกงาน เพื่อสร้างสรรค์โครงงานนวัตกรรมที่ตอบโจทย์วิชาชีพตามเป้าหมายเฉพาะบุคคลของนักศึกษา และ/หรือ สถานประกอบการ ภายใต้การดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษา และนักวิชาชีพจากสถานประกอบการ Integration of knowledge, experiences from learning and internship to create innovative project that meets individual career requirements and/or organization requirements under the supervison of advisors and organization professionals.	1701467 **โครงงานนวัตกรรมนิเทศศาสตร์ 3(0-6-3)** **(Innovative Project for Communication Arts)** **วิชาบังคับก่อน : 1701161, 1701262, 1701263, 1701364, 1701465** **วิชาเรียนพร้อมกัน : 1701466 และ/หรือ** **ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการการฝึกปฏิบัติงานคณะนิเทศศาสตร์** **(Prerequisite Course: 1701161, 1701262, 1701263, 1701364, 1701465 Corequisite Course: 1701466 and/or** **Approved by work-based learning committee)** การบูรณาการองค์ความรู้และประสบการณ์จากการเรียนและการฝึกงาน เพื่อสร้างสรรค์โครงงานนวัตกรรมที่ตอบโจทย์วิชาชีพตามเป้าหมายเฉพาะบุคคลของนักศึกษา และ/หรือ สถานประกอบการ ภายใต้การดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษา และนักวิชาชีพจากสถานประกอบการ Integration of knowledge, experiences from learning and internship to create innovative project that meets individual career requirements and/or organization requirements under the supervision of advisors and organization professionals.	ปรับรหัสวิชา และเรียงรหัสวิชาใหม่ให้สอดคล้องกับการปรับรายวิชาอื่น

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

2) กลุ่มวิชาบังคับ

2.1) วิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
1712101 ความรู้พื้นฐานการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ 3(3-0-6) **(Introduction to Corporate and Brand Communication)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** ความหมาย ความสำคัญ แนวคิดและทฤษฎี การสื่อสารองค์กร และแบรนด์องค์กร ที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก บทบาทและกระบวนการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ เครื่องมือทางการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ จรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อสังคมในการสื่อสาร บริบทที่มีผลต่อความสำเร็จด้านการสื่อสารขององค์กรและแบรนด์ การกำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจองค์กร กลยุทธ์การสร้างอัตลักษณ์ขององค์กรและแบรนด์ โดยเน้นกรณีศึกษา Meanings, significance, concepts and theories corporate and brand communication to both internal and external stakeholders, roles and process of corporate and brand communication. Communication tools of corporate and brand communication, ethics and social responsibility in communication, the contexts affecting the success of corporate and brand communication, determining corporate vision and mission. The strategy in building corporate identity and brand with an emphasis on case studies.	**1712111 ความรู้พื้นฐานการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์ 3(3-0-6)** **(Introduction to Digital Communication for Corporate and Brand)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** ความหมาย ความสำคัญ แนวคิดและทฤษฎี การสื่อสารองค์กร และแบรนด์องค์กร ที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก บทบาทและกระบวนการสื่อสารองค์กรและ แบรนด์ เครื่องมือทางการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ในปัจจุบัน จรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อสังคมในการสื่อสาร บริบทที่มีผลต่อความสำเร็จด้านการสื่อสารขององค์กรและแบรนด์ การกำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจองค์กร การสร้างอัตลักษณ์ขององค์กรและแบรนด์ โดยเน้นกรณีศึกษา Meanings, significance, concepts and theories corporate and brand communication to both internal and external stakeholders, roles and process of corporate and brand communication. Communication tools of corporate and brand communication, ethics and social responsibility in communication, the contexts affecting the success of corporate and brand communication, determining corporate vision and mission. The strategy in building corporate identity and brand with an emphasis on case studies.	ปรับรหัสวิชา และเรียงรหัสวิชาใหม่ให้สอดคล้องกับการปรับรายวิชาอื่น
1712204 การเขียนเพื่อการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ 3(3-0-6) **(Writing for Corporate and Brand Communication)** **วิชาบังคับก่อน : 1701103** **(Prerequisite Course: 1701103)** หลักการ กระบวนการ การเขียนประเภทต่าง ๆ เพื่อการสื่อสารองค์กรและสื่อสารแบรนด์ โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ภาพข่าว บทความ บทบรรณาธิการ บทสัมภาษณ์ การจัดทำแฟ้มข่าวสำหรับสื่อมวลชน การเขียนประกาศ ตลอดจนการเตรียมบทพูด คำกล่าวในโอกาสต่าง ๆ สำหรับผู้บริหาร การเขียนข้อความและบทโฆษณา การเขียนผ่านสื่อออนไลน์ และสื่อสังคมออนไลน์ บนพื้นฐานจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม Principles, process and various types of corporate and brand communication writing. Techniques of storytelling used in different	**1712112 การเขียนเพื่อการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ 3(3-0-6)** **(Writing for Corporate and Brand Communication)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ กระบวนการ การเขียนประเภทต่าง ๆ เพื่อการสื่อสารองค์กรและสื่อสารแบรนด์ โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ภาพข่าว บทความ บทบรรณาธิการ บทสัมภาษณ์ การจัดทำแฟ้มข่าวสำหรับสื่อมวลชน การเขียนประกาศ ตลอดจนการเตรียมบทพูด คำกล่าวในโอกาสต่าง ๆ สำหรับผู้บริหาร การเขียนข้อความและบทโฆษณา การเขียนผ่านสื่อออนไลน์ และสื่อสังคมออนไลน์ บนพื้นฐานจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม Principles, process and various types of corporate and brand communication writing. Techniques of storytelling used in different	ปรับรหัสวิชา และเรียงรหัสวิชาใหม่ให้สอดคล้องกับการปรับรายวิชาอื่น

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
communication channels including traditional and new media for example public relations news release, photo release, articles, editorials, interviews, press kit folders, announcement, preparation of speech writing for executives in various occasions, copy writing and advertisement, online and social media writing based on ethics and social responsibility.	communication channels including traditional and new media for example public relations news release, photo release, articles, editorials, interviews, press kit folders, announcement, preparation of speech writing for executives in various occasions, copy writing and advertisement, online and social media writing based on ethics and social responsibility.	
1712203 การวิเคราะห์การตลาดและการเข้าใจผู้บริโภคเชิงลึก 3(3-0-6) **(Marketing Analysis and Consumer Insights)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการวิเคราะห์ทางการตลาด การแสวงหาข้อมูลด้านการตลาดด้วยวิธีพื้นฐาน การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจ เช่น คู่แข่ง โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ การแบ่งกลุ่มผู้บริโภค กระบวนการวิเคราะห์ผู้บริโภคในเชิงลึกด้านจิตวิทยาการบริโภคสื่อ ด้วยเครื่องมือสำเร็จรูปต่าง ๆ ทิศทางแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค และธุรกิจในปัจจุบันทั้งระดับประเทศ และระดับโลก เพื่อนำมาวางแผนการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ Principles of marketing analysis, basic marketing research, business environment analysis such as competitors, opportunities and threats, customer segmentation, process of customer in- depth analysis related to psychology of media consumption with package tools, consumer behavior trend, and domestic and international businesses for effective communication planning.	**1712213 การวิเคราะห์การตลาดและการเข้าใจผู้บริโภคเชิงลึก 3(3-0-6)** **(Marketing Analysis and Consumer Insights)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการวิเคราะห์ทางการตลาด การแสวงหาข้อมูลด้านการตลาดด้วยวิธีพื้นฐาน การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจ เช่น คู่แข่ง โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ การแบ่งกลุ่มผู้บริโภค กระบวนการวิเคราะห์ผู้บริโภคในเชิงลึกด้านจิตวิทยาการบริโภคสื่อ ด้วยเครื่องมือสำเร็จรูปต่าง ๆ ทิศทางแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค และธุรกิจในปัจจุบันทั้งระดับประเทศ และระดับโลก เพื่อนำมาวางแผนการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ Principles of marketing analysis, basic marketing research, business environment analysis such as competitors, opportunities and threats, customer segmentation, process of customer in- depth analysis related to psychology of media consumption with package tools, consumer behavior trend, and domestic and international businesses for effective communication planning.	ปรับรหัสวิชา และเรียงรหัสวิชาใหม่ให้สอดคล้องกับการปรับรายวิชาอื่น
1712305 การสื่อสารการตลาดดิจิทัล 3(2-2-5) **(Digital Marketing Communications)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ องค์ประกอบ ประเภท การวางกลยุทธ์และรูปแบบการใช้สื่อดิจิทัลในการสื่อสารการตลาดให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรและแบรนด์ เทคนิคการคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล กระบวนการออกแบบ การสร้างสรรค์เนื้อหา การสร้างภาพประกอบ การนำเสนอ การเล่าเรื่องราว และเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล รวมถึงการจัดสรรงบประมาณเพื่อการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลในประเภทต่าง ๆ อย่างเหมาะสม การสื่อสารผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลทางความคิด การสื่อสารให้เกิดการกระจายต่อเป็นวงกว้าง เป็นเครื่องมือทางการตลาดให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรและแบรนด์บนพื้นฐานจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมบนสื่อดิจิทัล	**1712214 การสื่อสารการตลาดดิจิทัล 3(2-2-5)** **(Digital Marketing Communications)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ องค์ประกอบ ประเภท การวางกลยุทธ์และรูปแบบการใช้สื่อดิจิทัลในการสื่อสารการตลาดให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรและแบรนด์ เทคนิคการคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล กระบวนการออกแบบ การสร้างสรรค์เนื้อหา การสร้างภาพประกอบ การนำเสนอ การเล่าเรื่องราว และเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล รวมถึงการจัดสรรงบประมาณเพื่อการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลในประเภทต่าง ๆ อย่างเหมาะสม การสื่อสารผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลทางความคิด การสื่อสารให้เกิดการกระจายต่อเป็นวงกว้าง เป็นเครื่องมือทางการตลาดให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรและแบรนด์บนพื้นฐานจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมบนสื่อดิจิทัล	ปรับรหัสวิชา และเรียงรหัสวิชาใหม่ให้สอดคล้องกับการปรับรายวิชาอื่น

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
Principles, elements, and types, strategic planning and digital marketing communication models for corporate and brand benefit, creative thinking techniques in digital marketing communication, design process, content creation, visual creation, presentation, storytelling, influencer communication, viral marketing, public opinion monitoring and other tools used for digital media communication as well as appropriate budget allocation for digital marketing communication as useful marketing tools for corporate and brand based on ethics and social responsibility in digital media.	Principles, elements, and types, strategic planning techniques in digital marketing communication, design process, content creation, visual creation, presentation, storytelling, influencer communication, various tools for digital media communication, including the suitable budget allocation for different types of digital marketing communication, communicating through opinion leaders, communicating for widespread dissemination, as a marketing tool to benefit organizations and brands based on ethics and social responsibility on digital media.	
1713305 การจัดการการประชาสัมพันธ์ 3(3-0-6) **(Public Relations Management)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** แนวคิด ทฤษฎี หลักการ กระบวนการ กลยุทธ์และเทคนิคการประชาสัมพันธ์ หลักการและแนวคิดในการบริหารจัดการด้านงานประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการภาพลักษณ์ การบริหารความสัมพันธ์ ภายในองค์กร การบริหารความสัมพันธ์กับสาธารณชน การบริหารความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน ภายใต้กรอบจริยธรรมของทั้งสองฝ่าย Concepts, theories, principles, process, strategies, and techniques of public relations, principles and concepts of public relations management, image management, organizational relationship management, public relationship management, media relationship management under the ethical frame of both parties and principle of public relations for profit and non-profit organization.	**1712215 การจัดการการประชาสัมพันธ์ 3(3-0-6)** **(Public Relations Management)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** แนวคิด ทฤษฎี หลักการ กระบวนการ กลยุทธ์และเทคนิคการประชาสัมพันธ์ หลักการและแนวคิดในการบริหารจัดการด้านงานประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการภาพลักษณ์ การบริหารความสัมพันธ์ ภายในองค์กร การบริหารความสัมพันธ์กับสาธารณชน การบริหารความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน ภายใต้กรอบจริยธรรมของทั้งสองฝ่าย Concepts, theories, principles, process, strategies, and techniques of public relations, principles and concepts of public relations management, image management, organizational relationship management, public relationship management, media relationship management under the ethical frame of both parties.	- สลับรายวิชาเข้าสู่กลุ่มวิชาบังคับสาขา โดยจากเดิมอยู่ในกลุ่มวิชาเลือก เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางด้านความยั่งยืนขององค์กรธุรกิจในปัจจุบันที่ใช้การประชาสัมพันธ์ขับเคลื่อน
1713202 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ 3(3-0-6) **(Strategic Integrated Marketing Communications)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ แนวคิด รูปแบบของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ เน้นการผสมผสานการใช้เครื่องมือหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง การตลาดแบบปากต่อปาก การตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ การตลาดผ่านสื่อดิจิทัล สื่อที่สร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภค กระบวนการวางแผนกลยุทธ์การใช้สื่อ การวิเคราะห์ข้อมูล หลักเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้สื่อแต่ละประเภท และกระบวนการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการ	**1712216 การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการและกลยุทธ์สื่อ 3(3-0-6)** **(Integrated Marketing Communication and Media Strategy)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ แนวคิด รูปแบบของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ เน้นการผสมผสานการใช้เครื่องมือหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง การตลาดแบบปากต่อปาก การตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ การตลาดผ่านสื่อดิจิทัล สื่อที่สร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภค กระบวนการวางแผนกลยุทธ์การใช้สื่อ การวิเคราะห์ข้อมูล หลักเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้สื่อแต่ละประเภท และกระบวนการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	- ปรับคำอธิบายรายวิชา ให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ - สลับวิชาจากกลุ่มวิชาเอกเลือก เข้าสู่กลุ่มวิชาแกน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการผู้มีส่วนได้เสีย ในกลุ่มวิชาชีพ ที่สะท้อนถึงการขาดบุคลากรด้านการสื่อสารที่มีความรู้และทักษะด้านกลยุทธ์การใช้สื่อ และจากความต้องการของศิษย์ปัจจุบันที่เล็งเห็นความสำคัญของการวางแผนกลยุทธ์ เมื่อเข้าสู่เวทีการแข่งขัน

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
กำหนด กลยุทธ์ การประเมินผลตามวัตถุประสงค์ของแผน และการฝึกทักษะการวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ โดยประยุกต์จากกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง Principles, concepts and models of integrated marketing communication tools such as public relations, advertising, promotion, direct marketing, word of mouth marketing, social media marketing, digital media marketing, interactive media. Media planning strategy, data analysis, decision making, criteria for media selection and strategic planning for integrated marketing communication as well as strategic planning factors, evaluation based on plan objectives and strategic communication planning skill practices by applying related case studies.	ในการกำหนดกลยุทธ์ การประเมินผลตามวัตถุประสงค์ของแผน และการฝึกทักษะการวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ โดยประยุกต์จากกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง Principles, concepts and models of integrated marketing communication tools such as advertising, public relations, promotion, direct marketing, word of mouth marketing, social media marketing, digital media marketing, interactive media. Media planning strategy, data analysis, decision making, criteria for media selection and strategic planning for communication as well as strategic planning factors, evaluation based on plan objectives and strategic communication planning skill practices by applying related case studies.	
-	**1712317 การวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ 3(3-0-6)** **(Strategic Communication Planning)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ หลักการ แนวคิด ทฤษฎี การวางแผนกระบวนการในการสื่อสารเชิงกลยุทธ์สำหรับองค์กรธุรกิจ ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพทางการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวจูงใจกลุ่มเป้าหมาย การเลือกใช้สื่อและช่องทางการสื่อสาร การวิเคราะห์และการประเมินสถานการณ์เพื่อการกำหนดกลยุทธ์ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสาร การกำหนดวิสัยทัศน์ขององค์กร ตำแหน่งขององค์กร คุณค่าขององค์กร คำมั่นสัญญาขององค์กร บุคลิกภาพ คุณลักษณะ เอกลักษณ์ และภาพลักษณ์ขององค์กร Principles, concepts, theories, and processes of strategic communication for business organizations. Factors that affect communication effectiveness and methods of persuading and influencing target audiences. analysis and evaluation of situations to define communication strategies, identifying target audiences, and establishing an organization’ s vision, positioning, values, brand promises, personality, characteristics, identity, and public image.	- เพิ่มรายวิชาดังกล่าว ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้สีย กลุ่มวิชาชีพ ที่ต้องการนักสื่อสารที่มีทักษะการวางแผนเชิงกลยุทธ์ และเป็นวิชาที่เป็นพื้นฐานในกระบวนการวางแผนการสื่อสารองค์กรและแบรนด์
1713306 การสื่อสารแบรนด์และการสร้างแบรนด์อย่างยั่งยืน 3(3-0-6) **(Brand Communication and Sustainable Branding)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** แนวคิด หลักการด้านการสื่อสารแบรนด์ กระบวนการสร้างแบรนด์อย่างยั่งยืนผ่านการสื่อสารตราสินค้า องค์ประกอบและลักษณะเฉพาะตัวของแบรนด์ การสร้างความ	**1712318 ความยั่งยืนในการสื่อสารแบรนด์และองค์กร 3(3-0-6)** **(Sustainability in Corporate and Brand Communication)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** แนวคิด หลักการด้านการสื่อสารแบรนด์ กระบวนการสร้างแบรนด์อย่างยั่งยืนผ่านการสื่อสารตราสินค้า องค์ประกอบและลักษณะเฉพาะตัวของแบรนด์ การสร้างความ	- สลับวิชาจากกลุ่มวิชาเอกเลือก เข้าสู่กลุ่มวิชาแกน เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มในงานของโลก World Economic Forum2025 และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
ผูกพันและคุณค่าของแบรนด์ที่เป็นสินทรัพย์เชิงกลยุทธ์ กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ที่ส่งผลต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น ชุมชน และสังคม การกำหนดคำมั่นสัญญา และเรื่องราวของแบรนด์ การเข้าใจเศรษฐกิจ เพื่อพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน การใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดอย่างบูรณาการ ธรรมาภิบาลในองค์กรธุรกิจ โดยเน้นการศึกษาจากกรณีศึกษาของแบรนด์ที่มีความยั่งยืน Principles and strategies of branding communication, sustainable branding affecting stakeholders; customers, employees, shareholders, community and society, commitment determination and brand story, understanding of economics for sustainable organizational development, the use of integrated marketing communication tools, good governance with an emphasis on case studies related to sustainable brands.	ผูกพันและคุณค่าของแบรนด์ที่เป็นสินทรัพย์เชิงกลยุทธ์ กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ที่ส่งผลต่อผู้มีส่วนได้เสีย ลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น ชุมชน และสังคม การกำหนดคำมั่นสัญญา และเรื่องราวของแบรนด์ การเข้าใจเศรษฐกิจ เพื่อพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน การใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดอย่างบูรณาการ ธรรมาภิบาลในองค์กรธุรกิจ โดยเน้นการศึกษาจากกรณีศึกษาของแบรนด์ที่มีความยั่งยืน Principles and strategies of branding communication, sustainable branding affecting stakeholders; customers, employees, shareholders, community and society, commitment determination and brand story, understanding of economics for sustainable organizational development, the use of integrated marketing communication tools, good governance with an emphasis on case studies related to sustainable brands.	13 ที่ให้ความสำคัญต่อความยั่งยืนขององค์กรธุรกิจ - ปรับชื่อวิชาให้มีความกระชับ
1712308 การบริหารการสื่อสารในสถานการณ์ความเสี่ยงและภาวะวิกฤต 3(3-0-6) **(Communication Management in Risk and Crisis Situation)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** แนวคิด หลักการบริหารจัดการการความเสี่ยงองค์กร บริหารอัตลักษณ์ภาพลักษณ์ และชื่อเสียงขององค์กรและแบรนด์ การบริหารการเปลี่ยนแปลง การบริหารจัดการประเด็น การจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตทั้งก่อน และหลัง ประเภทของภาวะวิกฤต กระบวนการวางแผนการแก้ไขภาวะวิกฤต กลยุทธ์และเทคนิคในการใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหา การประเมินกระแสประชามติ การกำหนดวาระข่าวสาร การฟื้นฟูภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร วิธีการบริหารจัดการวิกฤตในสื่อประเภทต่าง ๆ ได้แก่ สื่อดั้งเดิม และสื่อใหม่ รวมทั้งการบริหารจัดการภาวะวิกฤตบนสื่อดิจิทัล ผ่านกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง Concepts and principles of risk management, brand identity, image and reputation management, change management, issue management, crisis communication management, crisis types, crisis action planning process, strategies and techniques in applying media as the problem-solving tools, the evaluation of public opinion trends, agenda setting, corporate image and reputation recovery, crisis management procedure in various types of media for both traditional and new media as well as digital media crisis management through related case studies.	**1712419 การบริหารการสื่อสารในสถานการณ์ความเสี่ยงและภาวะวิกฤต 3(3-0-6)** **(Communication Management in Risk and Crisis Situation)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** แนวคิด หลักการบริหารจัดการการความเสี่ยงองค์กร บริหารอัตลักษณ์ภาพลักษณ์ และชื่อเสียงขององค์กรและแบรนด์ การบริหารการเปลี่ยนแปลง การบริหารจัดการประเด็น การจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตทั้งก่อน และหลัง ประเภทของภาวะวิกฤต กระบวนการวางแผนการแก้ไขภาวะวิกฤต กลยุทธ์และเทคนิคในการใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหา การประเมินกระแสประชามติ การกำหนดวาระข่าวสาร การฟื้นฟูภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร วิธีการบริหารจัดการวิกฤตในสื่อประเภทต่าง ๆ ได้แก่ สื่อดั้งเดิม และสื่อใหม่ รวมทั้งการบริหารจัดการภาวะวิกฤตบนสื่อดิจิทัล ผ่านกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง และนำเสนอแผนการจัดการสถานการณ์ความเสี่ยงและภาวะวิกฤต Concepts and principles of risk management, brand identity, image and reputation management, change management, issue management, crisis communication management, crisis types, crisis action planning process, strategies and techniques in applying media as the problem-solving tools, the evaluation of public opinion trends, agenda setting, corporate image and reputation recovery, crisis management procedure in various types of media for both traditional and new media as well as digital media crisis management through related case studies, and present a plan for managing risk situations and crises.	- ปรับคำอธิบายรายวิชา ให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ - ปรับคำอธิบายรายวิชา โดยเมื่อนักศึกษาได้รับโจทย์/กรณีศึกษา หลังจากนั้นนักศึกษาต้องนำเสนอแผนการจัดการสถานการณ์ความเสี่ยงและภาวะวิกฤติ

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
1712306 การผลิตวิดีโอเพื่องานสื่อสารองค์กรและแบรนด์ 3(2-2-5) **(Video Production for Corporate and Brand Communication)** **วิชาบังคับก่อน : 1701218** **(Prerequisite Course: 1701218)** หลักการ องค์ประกอบ กระบวนการผลิตวิดีโอ ขั้นตอนก่อนการผลิตวิดีโอ ขั้นตอนขณะผลิตวิดีโอ และขั้นตอนหลังการผลิตวิดีโอ ศึกษาแนวโน้มผู้บริโภคเพื่อวางแผนการผลิตวิดีโอ การใช้เครื่องมือโปรแกรมกราฟิกและโปรแกรมตัดต่อเพื่อผลิตวิดีโอ เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวที่น่าสนใจ และสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อผู้บริโภคที่มีต่อองค์กรและแบรนด์ Principles, elements, production process including pre-production video, video production and post-production video. Study consumer trends to plan for production, utilization of graphic design tools and editing video to produce attractive stories and create positive customer experience towards corporate and brand.	-	- ตัดรายวิชาการผลิตวิดีโอเพื่องานสื่อสารองค์กรและแบรนด์ออกจากกลุ่มวิชาเอกบังคับ โดยนักศึกษาจะได้เรียนวิชาด้านการผลิตวิดีโอและการตัดต่อ ในวิชาเทคนิคการถ่ายทำภาพเคลื่อนไหวและตัดต่อ ในหมวดวิชาแกน
1712112 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ 3(3-0-6) **(English for Creative Communication)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** การพัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ การเลือกใช้คำศัพท์และรูปประโยคที่เหมาะสมในการสร้างสรรค์ข้อความ บอกเล่าเรื่องราว ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ การเขียนจดหมายและอีเมลเพื่อโน้มน้าวใจ การสร้างสรรค์ข้อความโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ รวมไปถึงการโต้ตอบและโน้มน้าวใจเป็นภาษาอังกฤษ Developing English skills for creative communication, selection of vocabulary and sentences to create appropriate texts, storytelling, promotion of products and services, persuasive letter and email writing, advertisement copy in various types of media as well as to reply and persuade in English.	-	- ตัดรายวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ออกจากกลุ่มวิชาเอกบังคับ โดยนักศึกษาจะได้เรียนวิชาภาษาอังกฤษเพื่องานนิเทศศาสตร์ ในหมวดวิชาแกนแทนรายวิชาดังกล่าว

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

2.2) วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
1722101 ความรู้พื้นฐานวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจ้นท์ 3(3-0-6) **(Introduction to Convergent Journalism)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ แนวคิดของวารสารศาสตร์ในยุคหลอมรวมสื่อ พฤติกรรมการใช้สื่อ การปรับตัวของสื่อมวลชน อุตสาหกรรมสื่อ การผสานทั้งในแง่ของเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการเผยแพร่ผลิตสื่อสร้างสรรค์และงานข่าว การบริหารจัดการงานสื่อ จริยธรรมและบทบาทของสื่อสร้างสรรค์และวารสารศาสตร์ต่อสังคม กระบวนการทำงานสื่อที่สอดรับกับสภาพองค์กรที่มีการผลิตสื่อหลากหลายช่องทาง ในแง่การจัดการองค์กร การผลิต การออกแบบ ลักษณะของเนื้อหา การตลาด รูปแบบทางธุรกิจ ตลอดจนความผสานในแง่ของเนื้อหา บทบาทของนักข่าวพลเมือง เครือข่ายทางสังคมที่มีผลต่อการรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร การศึกษา และการพัฒนาสังคม Principles and concepts of convergent journalism, media usage behavior of new generation, an adaptation of traditional mass media through digital media, the integration of technologies used in creative media production, news communication, news and media management, content creation and distribution, media platforms, media organization structure, organizational management, work allocation, roles of citizen reporter, social networks for news and people's news exposure.	**1722111 ความรู้พื้นฐานวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล 3(3-0-6)** **(Introduction to Convergent Journalism and Digital Media)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ แนวคิดของวารสารศาสตร์ในยุคหลอมรวมสื่อ พฤติกรรมการใช้สื่อ การปรับตัวของอุตสาหกรรมสื่อ การผสานเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการเผยแพร่ผลิตสื่อสร้างสรรค์และงานข่าว การบริหารจัดการงานสื่อ จริยธรรมและบทบาทของสื่อสร้างสรรค์และวารสารศาสตร์ต่อสังคม กระบวนการทำงานสื่อที่สอดรับกับสภาพองค์กรที่มีการผลิตสื่อหลากหลายช่องทาง ในแง่การจัดการองค์กร การผลิต การออกแบบ ลักษณะของเนื้อหา การตลาด รูปแบบทางธุรกิจ การผสานในแง่ของเนื้อหา บทบาทของนักข่าวพลเมือง เครือข่ายทางสังคมที่มีผลต่อการรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร การศึกษา และการพัฒนาสังคม Principles and concepts of convergent journalism, media usage behavior, the adaptation of the media industry, and the integration of technology in the dissemination and production of creative media and news. Media management, ethics, and the role of creative media and journalism in society. The media workflow that aligns with organizations producing content across multiple platforms, considering organizational management, production, design, content characteristics, marketing, business models, and content integration. The role of citizen journalists, the influence of social networks on information perception, news, education, and social development.	- ปรับชื่อวิชาให้สอดคล้องกับชื่อสาขาใหม่ - ปรับคำอธิบายรายวิชา ให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้
1722102 ความรู้พื้นฐานการเล่าเรื่องและสื่อดิจิทัลสร้างสรรค์ 3(3-0-6) **(Introduction to storytelling and creative digital media)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการแนวคิดของอุตสาหกรรมสื่อสร้างสรรค์ สื่อดิจิทัล ทักษะ กระบวนการสร้างสรรค์ และ เทคนิคในการสร้างสื่อเพื่อสังคมดิจิทัลและอุตสาหกรรมสื่อสร้างสรรค์ ความหมายการเล่าเรื่อง ศิลปะการเล่าเรื่อง การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย กระบวนการคิดโครงเรื่องงานเขียน สร้างตัวละคร และการใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง ฝึกปฏิบัติในการออกแบบและสร้างสรรค์การเล่าเรื่องบนสื่อดิจิทัลรูปแบบต่าง ๆ	**1722112 การเล่าเรื่องผ่านสื่อ 3(3-0-6)** **(Storytelling for Media)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ แนวคิดของอุตสาหกรรมสื่อสร้างสรรค์ กระบวนการสร้างสรรค์และเทคนิคในการสร้างสื่อประเภทต่าง ๆ ความหมายการเล่าเรื่อง ศิลปะในการเล่าเรื่อง การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย กระบวนการคิดโครงเรื่องงานเขียน สร้างตัวละคร และการใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง ฝึกปฏิบัติในการออกแบบและสร้างสรรค์การเล่าเรื่องบนสื่อรูปแบบต่าง ๆ	- ปรับชื่อวิชาให้กระชับ - ปรับคำอธิบายรายวิชา ให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
Principles and concepts of creative media industry and digital media. The practical, creative and technical skills you need to succeed in the digital society and creative industries Storytelling definition, explore the art of storytelling, target audience analysis, story structure and character development, a variety of storytelling techniques, script writing, and exercises to enhance the delivery of telling stories across digital media.	Principles and concepts of creative media industry and digital media. The practical, creative and technical skills in the digital society and creative industries. Storytelling, target audience analysis, story structure and character development, storytelling techniques, script writing, and exercises to enhance the delivery of telling stories across digital media.	
1722203 การเขียนเชิงสร้างสรรค์และเชิงวารสารศาสตร์ 3(3-0-6) **(Creative and Journalistic Writing)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการในการเขียนข่าวและเขียนเชิงวารสารศาสตร์ ข่าว บทความ บทวิเคราะห์ สารคดีเชิงข่าว คุณลักษณะและโครงสร้างของการเขียนข่าว การพิจารณาองค์ประกอบและคุณค่าข่าว ประเด็นข่าว แหล่งข่าว การแสวงหาและการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน สถานการณ์การเมือง สังคม เศรษฐกิจ ผลกระทบของสถานการณ์ที่มีต่อการรายงานข่าว จริยธรรมและจรรยาบรรณ ฝึกปฏิบัติการเขียนรูปแบบต่าง ๆ Principle of news writing and journalistic writing in many forms such as news, reviews, columns and feature writing. News values, journalistic writing structure, news sources, collect relevant information efficiently, study of current affairs, social issues, economic issues, news analysis and impacts of affairs on news reporting. Develop news judgment and other critical thinking skills to frame it in a meaningful context and write tight, accurate and compelling accounts with ethics and social responsibility.	**1722213 การเขียนข่าว 3(3-0-6)** **(News Writing)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการเขียนข่าว สารคดีเชิงข่าว และข่าวประชาสัมพันธ์ คุณลักษณะและโครงสร้างของการเขียนข่าว การพิจารณาองค์ประกอบและคุณค่าข่าว ประเด็นข่าว แหล่งข่าว การแสวงหาและการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน สถานการณ์การเมือง สังคม เศรษฐกิจ ผลกระทบของสถานการณ์ที่มีต่อการรายงานข่าว จริยธรรมและจรรยาบรรณ ฝึกปฏิบัติการเขียนข่าวในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อสื่อสารหลายช่องทาง การใช้ปัญญาประดิษฐ์เป็นผู้ช่วยในการเขียนอย่างรู้เท่าทัน Principle of news writing and journalistic writing in many forms such as news, reviews, columns and feature writing. News values, journalistic writing structure, news sources, collect relevant information efficiently, study of current affairs, social issues, economic issues, news analysis and impacts of affairs on news reporting. Ethics and Code of Conduct 0f news reporting. Practicing news writing in various formats for multi-channel communication. Utilizing artificial intelligence as an assistant in news production process. **1722214 การเขียนเชิงวารสารศาสตร์ 3(3-0-6)** **(Journalistic Writng)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการเขียนเชิงวารสารศาสตร์ ได้แก่ บทความ บทวิเคราะห์ บทวิจารณ์ บทสัมภาษณ์ สารคดี และบทบรรณาธิการ คุณลักษณะและโครงสร้างของการเขียนเชิงวารสารศาสตร์ การพิจารณาองค์ประกอบและคุณค่าของงานเขียน การกำหนดประเด็นงานเขียน แหล่งข้อมูล แหล่งอ้างอิง การแสวงหาและการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์บริบททางการเมือง สังคม เศรษฐกิจที่มีต่อการเขียน จริยธรรมและจรรยาบรรณ รวมถึง	- แยกรายวิชาการเขียนเชิงสร้างสรรค์และเชิงวารสารศาสตร์ออกจากกัน เพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้และเพิ่มทักษะการเขียนมากยิ่งขึ้น - ปรับคำอธิบายรายวิชา ให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
	ฝึกปฏิบัติการเขียนเชิงวารสารศาสตร์ การใช้ปัญญาประดิษฐ์เป็นผู้ช่วยในการเขียนอย่างรู้เท่าทัน Principles of journalistic writing, including articles, analyses, reviews, interviews, features, and editorials. Characteristics and structure of journalistic writing. The elements and value of writing, defining writing issues, information sources, references, information seeking and gathering, analyzing the political, social, and economic contexts affecting writing, ethics, and code of conduct. Including practical exercises in journalistic writing and the use of artificial intelligence as an assistant in writing.	
1722204 การรายงานข่าวและบรรณาธิกรข่าวคอนเวอร์เจ้นท์ 3(2-2-5) **(Convergent News Reporting and Editing)** **วิชาบังคับก่อน : 1722203** **(Prerequisite Course: 1722203)** การแสวงหาและการเก็บรวบรวมข้อมูล การรายงานข่าวผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ ได้แก่ สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เว็บไซต์ และสื่อสังคม การบริหารจัดการกองบรรณาธิการสื่อคอนเวอร์เจ้นท์ ตั้งแต่โครงสร้างองค์กรสื่อ การจัดการกองบรรณาธิการ การบรรณาธิกรข่าว และการบริหารจัดการเนื้อหาเพื่อการผลิตเผยแพร่เนื้อหาผ่านสื่อหลากหลายช่องทางสำหรับกองบรรณาธิการที่มีการทำงานแบบข้ามสื่อ แนวคิดและการปฏิบัติงานวารสารศาสตร์รูปแบบต่าง ๆ อาทิ การสื่อข่าวเพื่อสันติภาพ วารสารศาสตร์เพื่อหาทางออกปัญหา วารสารศาสตร์พลเมือง วารสารศาสตร์แบบมีส่วนร่วม จริยธรรมและจรรยาบรรณในการรายงานข่าวและบริหารจัดการกองบรรณาธิการคอนเวอร์เจ้นท์ Principles, concepts and skill practices of reporting and cross-media journalism production for print media, radio broadcasting, television, online media and social media, principles and concepts of editorial management for convergent media; media organization structure, editorial management, news editorial and content management for producing contents through various channels of media in case of trans-media editorial, practice of various type of journalism such as peace journalism, solution journalism, citizen journalism, participatory journalism, as well as the understanding of business factors and environments that affect convergent media management with ethics and social responsibility.	**1722215 การรายงานและบรรณาธิกรข่าว 3(2-2-5)** **(Journalism Reporting and Editing)** **วิชาบังคับก่อน : 1722213** **(Prerequisite Course: 1722213)** หลักการ แนวคิด และการฝึกปฏิบัติในการผลิตรายการข่าวผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ ตั้งแต่กระบวนการสื่อข่าว การเขียนบทข่าว การคัดเลือกข่าว การผลิตรายการข่าวรูปแบบต่าง ๆ และการเป็นผู้ประกาศข่าว เทคนิคการรายงานข่าวด้วยสื่อดิจิทัล เช่น การถ่ายทอดสด การทำ PODCAST เป็นต้น การบริหารจัดการกองบรรณาธิการสื่อคอนเวอร์เจ้นท์ ประกอบด้วยสื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ และสื่อเสียง ตั้งแต่โครงสร้างองค์กรสื่อ การจัดการกองบรรณาธิการ การบรรณาธิกรข่าว และการบริหารจัดการเนื้อหาเพื่อการผลิตเผยแพร่เนื้อหาแบบข้ามสื่อ การหารายได้จากเนื้อหา การใช้ปัญญาประดิษฐ์ จริยธรรมและจรรยาบรรณในการการผลิตรายการข่าวและการบริหารจัดการกองบรรณาธิการ Principles, concepts, and practical training in news program production across platforms. Fundamentals of news communication, news scriptwriting, news selection, and the production of various news program formats, including news anchoring. Techniques for digital news reporting, such as live broadcasting and podcasting. Management of a convergent newsroom that integrates online media, television, and audio platforms. This includes media organization structure, editorial team management, news editing, and cross-media content management. Strategies for content monetization, the use of artificial	ควบรวมรายวิชา ปรับคำอธิบายรายวิชา ให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
1723303 การผลิตรายการข่าววิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ 3(2-2-5) **(Broadcast Journalism)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ แนวคิด และการฝึกปฏิบัติในการผลิตรายการข่าววิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ตั้งแต่กระบวนการสื่อข่าว การเขียนบทข่าว การคัดเลือกข่าว การผลิตรายการข่าวรูปแบบต่าง ๆ และการเป็นผู้ประกาศข่าว เทคนิคการรายงานข่าววิทยุและโทรทัศน์ด้วยสื่อดิจิทัล เช่น การถ่ายทอดสด การทำ PODCAST เป็นต้น รวมถึงจริยธรรมและการรับผิดชอบต่อสังคมในการทำข่าววิทยุและโทรทัศน์ Principles, concepts and practices of radio and television news production; news report process, script writing, news selection, forms of news production, newsreader as well as ethics and social responsibility in radio and television news production.	intelligence, and ethical considerations in news production and newsroom management.	
1722205 การสร้างสรรค์ข้อมูลด้วยภาพกราฟิกและแอนิเมชั่น 3(2-2-5) **(Data Visualization and Animation)** **วิชาบังคับก่อน : 1701116** **(Prerequisite Course: 1701116)** เทคนิคการสร้างสรรค์ การวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอข้อมูลด้วยการใช้ข้อมูลเชิงภาพ อินโฟกราฟิก กราฟ แผนที่ เทคนิคการสร้างสรรค์องค์ประกอบการเล่าเรื่องด้วยกราฟิกเสมือนจริง แอนิเมชั่น ภาพสองมิติ และสามมิติ ในการนำเสนองานทางวารสารศาสตร์ Using visual- language techniques for data creation and presentation with graphic, image, graph, map, bullet list, data categorization, data alignment as well as layout design for journalism presentation, creative techniques for news communication with various forms of technologies such as the application of computer software for immersive graphic, animation, 2D or 3D visualization, photographic editing and video in order to build the effectiveness of creative news reporting.	**1722216 กราฟิก และแอนิเมชันในงานวารสารศาสตร์ 3(2-2-5)** **(Graphics and Animation for Journalism)** **วิชาบังคับก่อน : 1701116** **(Prerequisite Course: 1701116)** เทคนิคการสร้างสรรค์ การวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอข้อมูลด้วยการใช้ข้อมูลเชิงภาพ อินโฟกราฟิก กราฟ แผนที่ เทคนิคการสร้างสรรค์องค์ประกอบการเล่าเรื่องด้วยกราฟิกเสมือนจริง แอนิเมชั่น ภาพสองมิติ และสามมิติ ในการนำเสนองานทางวารสารศาสตร์ รวมถึงการใช้ปัญญาประดิษฐ์เป็นผู้ช่วยในการสร้างสรรค์ Techniques for creation, data analysis, and data presentation using visual data, infographics, graphs, and maps. Techniques for creating storytelling elements with virtual graphics, animation, two-dimensional, and three-dimensional images in journalistic presentations, including the use of artificial intelligence as an assistant in creation.	- ปรับคำอธิบายรายวิชา ให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ และเพิ่มเนื้อหาด้านปัญญาประดิษฐ์เป็นผู้ช่วยสร้างงาน

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
1722306 การสร้างสรรค์เนื้อหาสื่อและการตลาดดิจิทัล 3(2-2-5) **(Digital Content Creation and Digital Marketing)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** แนวคิด หลักการเขียนและผลิตสื่อเพื่อสื่อดิจิทัล การวิเคราะห์ผู้รับสาร การออกแบบ การสร้างภาพประกอบ การนำเสนอ จัดการเนื้อหาสำหรับสื่อดิจิทัล การทำการตลาด งบประมาณ และ หารายได้ผ่านสื่อดิจิทัลในประเภทต่าง ๆ อย่างเหมาะสม รวมถึงจริยธรรมและความรับผิดชอบในการสื่อสารผ่านสื่อเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ Principles, concepts and practices of digital content writing, target group analysis, psychology of audience, principles, elements, and types of strategic planning on digital communication and digital content production, creative thinking techniques for digital marketing communication, design process, budget management, content management, advertising and financial sponsor, digital content and marketing ethics.	**1722317 การสร้างสรรค์เนื้อหาสื่อด้วยการตลาดดิจิทัลและข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผู้รับสาร 3(2-2-5)** **(Digital Content Creation and Digital Marketing with Audience Insights)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** แนวคิด หลักการสร้างสรรค์เนื้อหาเพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อดิจิทัล การวิเคราะห์ผู้รับสารเชิงลึก การออกแบบ การสร้างภาพประกอบ การนำเสนอ จัดการเนื้อหาสำหรับสื่อดิจิทัล การทำการตลาด งบประมาณ และ หารายได้ผ่านสื่อดิจิทัลในประเภทต่าง ๆ อย่างเหมาะสม การใช้ปัญญาประดิษฐ์เป็นผู้ช่วยในการสร้างสรรค์ รวมถึงจริยธรรมและความรับผิดชอบในการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล Concepts and principles of content creation for dissemination through digital media. In- depth audience analysis, design, illustration creation, presentation, and content management for digital media. Marketing, budgeting, and generating revenue through various types of digital media appropriately. Utilizing artificial intelligence as an assistant in creation, including ethics and responsibility in communication through digital media.	- ควบรวมวิชาการสร้างสรรค์เนื้อหาและการตลาดดิจิทัล กับวิชาการวิเคราะห์ผ็รับสารและการออกแบบเนื้อหา - เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย กลุ่มวิชาชีพ ที่ต้องการทักษะด้านการวิเคราะห์
1723309 การวิเคราะห์ผู้รับสารและการออกแบบเนื้อหา 3(3-0-6) **(Audience Analysis and Content Design)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** การวิเคราะห์ผู้รับสาร เข้าใจจิตวิทยาในการบริโภคสื่อและสาร เพศ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ช่องทาง รูปแบบและลักษณะในการบริโภคสื่อและสาร ความต้องการด้านเนื้อหา ตลอดจนการออกแบบเนื้อหาให้สอดคล้องกับผู้รับสาร บนพื้นฐานจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม เน้นกรณีศึกษาและโครงงาน Audience analysis, media consumption psychology, genders, cultures, lifestyles, channels, forms and characteristics of media consumption, content needs as well as content design for audience, ethics and social responsibility, using case studies and projects.		

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
1722307 กลยุทธ์การเล่าเรื่องข้ามสื่อ 3(2-2-5) **(Transmedia Storytelling Strategy)** **วิชาบังคับก่อน : 1722112** **(Prerequisite Course: 1722112)** ศึกษาและปฏิบัติการออกแบบการเล่าเรื่องข้ามสื่อ ระหว่างสื่อดั้งเดิม คือ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์ กับสื่อใหม่ สื่อดิจิทัลรูปแบบต่าง ๆ และกิจกรรมพิเศษ สื่อรอบตัวรูปแบบต่าง ๆ เพื่อความบันเทิง งานวารสารศาสตร์ และเปลี่ยนแปลงสังคม โดยเน้นการเชื่อมโยงการเล่าเรื่องเพื่อนำเสนอเรื่องราว ประเด็น สร้างประสบการณ์ให้ผู้รับสาร สร้างพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมตามเป้าหมาย ใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบในการออกแบบและผลิตเนื้อหาข้ามสื่อ Principles, concepts and practice of designing, sharing, and participating in a cohesive story experience across multiple traditional media; television, radio, print media, new media and digital delivery platforms, event and environment media - for entertainment, journalism, and social change. Techniques of storytelling design to uses multiple media platforms to engage specific audiences, elements of meta-narratives, an immersive and inter-active experience for audiences, uses of design thinking process to design and develop creative transmedia strategy.	**1722318 กลยุทธ์การเล่าเรื่องข้ามสื่อ และการผลิตสื่อสร้างสรรค์ 3(2-2-5)** **(Transmedia Storytelling Strategy and Creative Media Production)** **วิชาบังคับก่อน : 1722112** **(Prerequisite Course: 1722112)** หลักการ แนวคิดการออกแบบการเล่าเรื่องข้ามสื่อ ระหว่างสื่อดั้งเดิม สื่อดิจิทัล และกิจกรรมพิเศษ การเชื่อมโยงการเล่าเรื่องผ่านสื่อที่หลากหลาย การหาประเด็น สร้างประสบการณ์ให้ผู้รับสาร สร้างพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมตามเป้าหมาย ใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบในการออกแบบและผลิตเนื้อหาข้ามสื่อ การใช้ปัญญาประดิษฐ์เป็นผู้ช่วยในการสร้างสรรค์ ฝึกปฏิบัติการผลิตสื่อสร้างสรรค์ตามกลยุทธ์การเล่าเรื่องข้ามสื่อที่วางไว้ Principles and concepts of transmedia storytelling design between traditional media, digital media, and special events. Connecting storytelling across various media, finding issues, creating audience experiences, fostering behavior and engagement according to objectives. Applying design thinking processes in the design and production of transmedia content. Utilizing artificial intelligence as an assistant in creation. Practicing the production of creative media according to established transmedia storytelling strategies.	- ควบรวมรายวิชากลยุทธ์การเล่าเรื่องข้ามสื่อ และการผลิตสื่อสร้างสรรค์ เนื่องจากความซ้ำซ้อนของเนื้อหา
1723201 การผลิตสื่อสร้างสรรค์ 3(2-2-5) **(Creative Media Production)** **วิชาบังคับก่อน : 1701218** **(Prerequisite Course: 1701218)** ศึกษาและฝึกปฏิบัติการผลิตสื่อสร้างสรรค์ ขั้นตอนการผลิตเนื้อหาสื่อสร้างสรรค์ การใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง การวางแผน กระบวนการผลิต การตัดต่อ การบริหารจัดการการผลิต ธุรกิจกองถ่าย เทคโนโลยีการถ่ายทอดสด และการเผยแพร่ข้ามสื่อ Principle and concept of creative media production, types of media products and their audiences, plan and make a creative media production, technique of storytelling for creative media, production process, practical and creative skills in pre-production, production and post-production, use camera and edit suites standard equipment, produce projects in short film, TV drama, music video and experimental video clips, live streaming, managing the production team and budget planning for cross-media production.		

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
1722308 การสร้างสรรค์นวัตกรรมสื่อดิจิทัลเพื่อกลยุทธ์การสื่อสาร 3(3-0-6) **(Digital Media Innovation for Communication Strategy)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการและแนวคิดในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และสร้างนวัตกรรมสื่อดิจิทัล การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในบริบทสังคมดิจิทัล ประยุกต์ใช้เครื่องมือในสร้างนวัตกรรมในธุรกิจสื่อ กระบวนการคิดเชิงออกแบบเพื่อวิเคราะห์ความต้องการผู้รับสารและพัฒนานวัตกรรมสื่อ วิเคราะห์ทำนายแนวโน้มของนวัตกรรม และรูปแบบธุรกิจเพื่อการหารายได้ของสื่อ การทดลองพัฒนาต้นแบบนวัตกรรมสื่อดิจิทัล Principles, concepts and practice of media innovation and creativity process of designing digital media innovation. Analysis of digital culture and digital context in society. Tools to develop innovation product and strategy in media business. Design thinking and research to understand users' needs and turn insights into product ideas. Analysis and prediction of digital innovation trend. Business model innovation, Identify the best approaches for generating revenue. Digital Media innovation prototyping project.	**1722419 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างนวัตกรรมสื่อดิจิทัลและสื่อทางเลือก 3(2-2-5)** **(Communication Strategies for Digital Media Innovation and Alternative Media)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการและแนวคิดในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และสร้างนวัตกรรมสื่อดิจิทัลและสื่อทางเลือก การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในบริบทสังคมดิจิทัล ประยุกต์ใช้เครื่องมือในสร้างนวัตกรรมในธุรกิจสื่อ กระบวนการคิดเชิงออกแบบเพื่อวิเคราะห์ความต้องการผู้รับสารและพัฒนานวัตกรรมสื่อ วิเคราะห์ทำนายแนวโน้มของนวัตกรรม และรูปแบบธุรกิจเพื่อการหารายได้ของสื่อ การทดลองพัฒนาต้นแบบนวัตกรรมสื่อดิจิทัลและสื่อทางเลือก รวมถึงการใช้ปัญญาประดิษฐ์เป็นผู้ช่วยในการสร้างสรรค์ Principles, concepts and practice of media innovation and creativity process of designing digital media innovation and alternative media. Analysis of digital culture and digital context in society. Applying tools to create innovation in the media business. Design thinking process for analyzing audience needs and developing media innovations. Analyzing and forecasting trends in innovation and business models for media revenue generation. Experimenting with the development of digital media and alternative media innovation prototypes, including the use of artificial intelligence as an assistant in creation.	- ปรับชื่อวิชา และปรับคำอธิบายรายวิชา เนื้อหาด้านปัญญาประดิษฐ์เป็นผู้ช่วยสร้างงา

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

3) กลุ่มวิชาเอกเลือก

3.1) วิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
1703302 กลยุทธ์การกำหนดเนื้อหาและการเล่าเรื่องเพื่อการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ 3(3-0-6) **(Content Strategy & Storytelling for Corporate and Brand Communication)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ แนวคิด องค์ประกอบ กลยุทธ์เชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทางการตลาดและกลุ่มเป้าหมาย กระบวนการสร้างสรรค์เพื่องานด้านนิเทศศาสตร์ ฝึกปฏิบัติการวางแผนกลยุทธ์ผ่านการสร้างสรรค์เนื้อหาเพื่อการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ตามวัตถุประสงค์ของงานสื่อสารองค์กรและแบรนด์ การวิเคราะห์ผู้รับสารเพื่อการออกแบบเนื้อหาให้สอดคล้องกับผู้รับสาร หลักการโน้มน้าวใจ การให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อการตัดสินใจ Principles, concepts, elements Creative strategies in accordance with marketing objectives and its target group. Creative process for communication works, practice strategic planning by means of designing content to create effective communication according to corporate and brand communication tasks' objectives. Audience analysis in order to design content to match its target audience. Principles of persuasion, availability of information in decision making.	**1713211 กลยุทธ์การกำหนดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ 3(3-0-6)** **(Content Strategy for Corporate and Brand)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ แนวคิด รูปแบบ การวางกลยุทธ์ และเทคนิคการสร้างสรรค์เนื้อหา การกำหนดและพัฒนาเนื้อหาการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ เข้าใจพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของผู้บริโภค การศึกษาคู่แข่งในด้านเนื้อหาการสื่อสาร การสร้างความได้เปรียบของธุรกิจ การกำหนดอัตลักษณ์ในเนื้อหาเพื่อการสื่อสาร การสร้างการจดจำในตัวองค์กรและแบรนด์ผ่านการสื่อสาร การสร้างสรรค์เนื้อหาที่ส่งเสริมและสนับสนุนชื่อเสียงขององค์กร Principles, concepts, styles and techniques of creating content. Designing and developing content for corporate and brand communication. Understanding online consumer behaviors, studying competitors' communication content, creating opportunities for business. Establishing identity in communication content, building organizational and brand recognition through communication, creating content that enhances and supports the organization's reputation.	- สลับรายวิชาเข้าสู่กลุ่มวิชาเลือก โดยจากเดิมอยู่ในกลุ่มวิชาเลือกเสรี เพื่อเสริมทักษะความเชี่ยวชาญด้านการวางแผนเชิงกลยุทธ์และการเล่าเรื่องให้กับนักศึกษา ซึ่งเป็นความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย
1713204 กลยุทธ์และการจัดการโครงการกิจกรรมพิเศษ 3(3-0-6) **(Event Strategy and Management)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ กระบวนการในการจัดกิจกรรมพิเศษ การจัดแถลงข่าว การจัดนิทรรศการ การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อมวลชนสัมพันธ์ ชุมชนสัมพันธ์ สื่อมวลชนสัมพันธ์ การเปิดตัวสินค้าและบริการใหม่ โดยเน้นการเรียนรู้กลยุทธ์การบริหารจัดการโครงการกิจกรรมพิเศษ และการฝึกปฏิบัติทั้งในรูปแบบของโครงงาน (Project -based Learning) เพื่อให้เข้าใจทั้งกระบวนการทำงาน การวางแผน กลยุทธ์ทางการตลาด การบริหารโครงการ งบประมาณ การหาผู้สนับสนุนทางการเงิน การแบ่งงานและกำลังคน การสร้างสรรค์กิจกรรมบนเวที และการประเมินผลโครงการ	**1713212 กลยุทธ์และการจัดการโครงการกิจกรรมพิเศษ 3(3-0-6)** **(Event Strategy and Management)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ กระบวนการในการจัดกิจกรรมพิเศษ การจัดแถลงข่าว การจัดนิทรรศการ การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อมวลชนสัมพันธ์ ชุมชนสัมพันธ์ สื่อมวลชนสัมพันธ์ การเปิดตัวสินค้าและบริการใหม่ โดยเน้นการเรียนรู้กลยุทธ์การบริหารจัดการโครงการกิจกรรมพิเศษ และการฝึกปฏิบัติในรูปแบบของโครงงาน (Project-based Learning) เพื่อให้เข้าใจทั้งกระบวนการทำงาน การวางแผน กลยุทธ์ทางการตลาด การบริหารโครงการ งบประมาณ การหาผู้สนับสนุนทางการเงิน การแบ่งงานและกำลังคน การสร้างสรรค์กิจกรรมบนเวที และการประเมินผลโครงการ	- ปรับรหัสวิชา และเรียงรหัสวิชาใหม่ให้สอดคล้องกับการปรับรายวิชาอื่น

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
Principles and process of organizing event marketing including press conference, event exhibition for public relations, community relations, media relations, product and service launch by studying event strategies and management together with practicing in the form of project-based learning in order to understand all working processes, marketing strategic planning, project management, budget, seeking sponsor, work and manpower allocation, designing stage performances and evaluating the project.	Principles and process of organizing event marketing including press conference, event exhibition for public relations, community relations, media relations, product and service launch by studying event strategies and management together with practicing in the form of project-based learning in order to understand all working processes, marketing strategic planning, project management, budget, seeking sponsor, work and manpower allocation, designing stage performances and evaluating the project.	
1703301 จิตวิทยาเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6) **(Psychology for Communication)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** แนวคิด ทฤษฎี ปัจจัยด้านจิตวิทยา ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการสื่อสาร โดยศึกษา รูปแบบการสื่อสาร จิตวิทยาการสื่อสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินซื้อ ปัจจัยภายในและภายนอกของผู้บริโภค แบบจำลองกระบวนการตัดสินใจเชิงจิตวิทยาของผู้บริโภคต่อการสื่อสารแบรนด์ ผลของกระบวนการถ่ายทอดความคิดทางจิตวิทยา ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพส่วนบุคคล วิธีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การโน้มน้าวชักจูงใจทางจิตวิทยาต่อการสื่อสาร Principles, concepts, psychological factors affecting communication process. Studying communication forms, psychological communication affecting consumer buying decision both internal and external, models of consumer psychological buying decision process towards brand communication. Effect of thinking process in terms of psychology, relationship between individual personality, effective communication method, psychological persuasive communication.	**1713213 จิตวิทยาเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)** **(Psychology for Communication)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** แนวคิด ทฤษฎี ปัจจัยด้านจิตวิทยา ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการสื่อสาร โดยศึกษารูปแบบการสื่อสาร จิตวิทยาการสื่อสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยภายในและภายนอกของผู้บริโภค แบบจำลองกระบวนการตัดสินใจเชิงจิตวิทยาของผู้บริโภคต่อการสื่อสารแบรนด์ ผลของกระบวนการถ่ายทอดความคิดทางจิตวิทยา ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพกับความแตกต่างระหว่างบุคคล วิธีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การโน้มน้าวชักจูงใจทางจิตวิทยาต่อการสื่อสาร Principles, concepts, psychological factors affecting communication process. Studying communication forms, psychological communication affecting consumer buying decision both internal and external, models of consumer psychological buying decision process towards brand communication. Effect of thinking process in terms of psychology, relationship between personality and individual differentiation, effective communication method, psychological persuasive communication.	- สลับรายวิชาเข้าสู่กลุ่มวิชาเลือก โดยจากเดิมอยู่ในกลุ่มวิชาเลือกเสรี เพื่อเสริมทักษะความด้านการวิเคราะห์ให้กับนักศึกษา (Global Trend)

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
1713201 การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร 3(2-2-5) **(Corporate Identity Design)** **วิชาบังคับก่อน : 1701106** **(Prerequisite Course: 1701106)** การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด แนวโน้มด้านการออกแบบ และแนวโน้มผู้บริโภค เพื่อวางแผนกลยุทธ์การออกแบบแบรนด์ โดยเน้นที่การใช้เครื่องมือและโปรแกรมกราฟิกในการออกแบบอัตลักษณ์ และองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น คู่มืออัตลักษณ์องค์กร โลโก้ ฉลาก บรรจุภัณฑ์ ไปจนถึงสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์หลากรูปแบบ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างสร้างสรรค์ เพื่อถ่ายทอดเรื่องราว และสร้างประสบการณ์ที่เฉพาะเจาะจงของแบรนด์สู่ผู้บริโภค Marketing data analysis, design trends and consumer trends for brand planning strategies emphasizing on the use of tools and graphic program in designing corporate identity and other components such as corporate identity manual, logo, label, package as well as various forms of advertisements and public relations for both internal and external organization, in order to convey the story and provide specific brand experience to specific consumers.	**1713214 การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร 3(2-2-5)** **(Corporate Identity Design)** **วิชาบังคับก่อน : 1701115** **(Prerequisite Course: 1701115)** การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด แนวโน้มด้านการออกแบบ และแนวโน้มผู้บริโภค เพื่อวางแผนกลยุทธ์การออกแบบแบรนด์ โดยเน้นที่การใช้เครื่องมือและโปรแกรมกราฟิกในการออกแบบอัตลักษณ์ และองค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่ คู่มืออัตลักษณ์องค์กร โลโก้ ฉลาก บรรจุภัณฑ์ ไปจนถึงสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์หลากรูปแบบ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างสร้างสรรค์ เพื่อถ่ายทอดเรื่องราว และสร้างประสบการณ์ที่เฉพาะเจาะจงของแบรนด์สู่ผู้บริโภค Marketing data analysis, design trends and consumer trends for brand planning strategies emphasizing on the use of tools and graphic program in designing corporate identity and other components such as corporate identity manual, logo, label, package as well as various forms of advertisements and public relations for both internal and external organization, in order to convey the story and provide specific brand experience to specific consumers.	- ปรับรหัสวิชา และเรียงรหัสวิชาใหม่ให้สอดคล้องกับการปรับรายวิชาอื่น
1703303 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารองค์กร 3(3-0-6) **(English for Corporate Communication)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษอย่างบูรณาการ โดยเน้นการพูดและเขียน เพื่อใช้ในการสื่อสารภายในและภายนอกองค์กรอย่างเหมาะสมทั้งรูปแบบและกาลเทศะ เช่น การโต้ตอบในที่ประชุม การนำเสนอแผนงาน การเขียนข้อความประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ การเขียนและแปลข่าวประชาสัมพันธ์ การสรุปข่าว การเขียนบทสัมภาษณ์ การโต้ตอบอีเมล ฯลฯ Developing integrated English skills with an emphasis on speaking and writing for internal and external communication which appropriate for forms and situations such as meeting conversation, work planning presentation, writing public relations texts in various media, public relations news writing and translating, summarizing news, writing interview, email writing, etc.	**1713315 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารองค์กร 3(3-0-6)** **(English for Corporate Communication)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษอย่างบูรณาการ โดยเน้นการพูดและเขียน เพื่อใช้ในการสื่อสารภายในและภายนอกองค์กรอย่างเหมาะสมทั้งรูปแบบและกาลเทศะ เช่น การโต้ตอบในที่ประชุม การนำเสนอแผนงาน การเขียนข้อความประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ การเขียนและแปลข่าวประชาสัมพันธ์ การสรุปข่าว การเขียนบทสัมภาษณ์ การโต้ตอบอีเมล ฯลฯ Developing integrated English skills with an emphasis on speaking and writing for internal and external communication which appropriate for forms and situations such as meeting conversation, work planning presentation, writing public relations texts in various media, public relations news writing and translating, summarizing news, writing interview, email writing, etc.	- สลับรายวิชาเข้าสู่กลุ่มวิชาเอกเลือก โดยจากเดิมอยู่ในกลุ่มวิชาเลือกเสรี เพื่อเสริมทักษะความด้านการวิเคราะห์ให้กับนักศึกษา และเพื่อให้สอดรับความความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มวิชาชีพ และให้สอดรับกับมาตรฐานการอุดมศึกษา ปีพ.ศ. 2565 ที่ให้ผู้เรียนมีความรู้ด้านภาษาอังกฤษ

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
1713308 การสร้างแบรนด์องค์กรในอุตสาหกรรมการบริการ 3(3-0-6) **(Corporate Branding in Hospitality Industry)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และความรู้ด้านการสร้างแบรนด์องค์กรในอุตสาหกรรมการบริการ ทั้งธุรกิจโรงแรม สายการบิน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และธุรกิจบริการอื่น ๆ กระบวนการสื่อสารแบรนด์องค์กร การบริหารความสัมพันธ์ ตลอดจนการบริหารประสบการณ์ของลูกค้า รวมถึงการถ่ายทอดความเป็นแบรนด์ผ่านทางการสื่อสารช่องทางต่างๆ Concepts, theories and corporate brand- building knowledge in hospitality industry including hotel business, airlines, travel industry and other service providers. Process of corporate brand communication, relationship management, customer experience management and communicating brand through different communication channels.	**1713316 การสร้างแบรนด์องค์กรในอุตสาหกรรมการบริการ 3(3-0-6)** **(Corporate Branding in Hospitality Industry)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และความรู้ด้านการสร้างแบรนด์องค์กรในอุตสาหกรรมการบริการ ทั้งธุรกิจโรงแรม สายการบิน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และธุรกิจบริการอื่น ๆ กระบวนการสื่อสารแบรนด์องค์กร การบริหารความสัมพันธ์ ตลอดจนการบริหารประสบการณ์ของลูกค้า รวมถึงการถ่ายทอดความเป็นแบรนด์ผ่านทางการสื่อสารช่องทางต่าง ๆ Concepts, theories and corporate brand-building knowledge in hospitality industry including hotel business, airlines, travel industry and other service providers. Process of corporate brand communication, relationship management, customer experience management and communicating brand through different communication channels.	- ปรับรหัสรายวิชา
1712307 การจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย 3(3-0-6) **(Stakeholders Relationship Management)** **วิชาบังคับก่อน: ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ แนวคิด และกลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกองค์กร ได้แก่ ลูกค้า ผู้จัดจำหน่าย หน่วยงานภาครัฐและเอกชน นักลงทุนหรือผู้ถือหุ้น กลุ่มผลประโยชน์เฉพาะทาง (Special Interest Groups) สื่อมวลชน และสังคมภายนอก การวิเคราะห์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อกำหนดสื่อหรือวิธีการในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี เพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือ สนับสนุนองค์กร ธำรงรักษาความสัมพันธ์ และชื่อเสียงขององค์กร อันจะนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายอย่างยั่งยืน Principles, concepts and strategies of relationship management with external stakeholders such as customers, suppliers, public and private sectors, investors or shareholders, special interest groups, mass media and external society as well as stakeholder analysis for determining media or appropriate relationship building in order to build up the cooperation and support to the organization’ s relationship and reputation, leading the organization to sustainable success.	**1713317 การจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย 3(3-0-6)** **(Stakeholders Relationship Management)** **วิชาบังคับก่อน: ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ แนวคิด และกลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในและภายนอกองค์กร ได้แก่ ผู้บริหาร พนักงาน ลูกค้า ผู้จัดจำหน่าย หน่วยงานภาครัฐและเอกชน นักลงทุนหรือผู้ถือหุ้น กลุ่มผลประโยชน์เฉพาะทาง (Special Interest Groups) สื่อมวลชน และสังคมภายนอก การวิเคราะห์กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียเพื่อกำหนดสื่อและวิธีการในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี Principles, concepts and strategies of relationship management with internal and external stakeholders such as executives, employees customers, suppliers, public and private sectors, investors or shareholders, special interest groups, mass media and external society as well as stakeholder analysis for determining media and methods for building good relationships.	- สลับรายวิชาเข้าสู่กลุ่มวิชาเอกเลือก เพื่อให้นักศึกษาได้เลือกเรียนตาม Special Track

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
-	**1713318 การออกแบบสื่อดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์ 3(2-2-5)** **(Digital Media Design for Corporate and Brand)** **วิชาบังคับก่อน : 1701115** **(Prerequisite Course: 1701115)** หลักการ แนวคิด องค์ประกอบการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล กระบวนการสร้างสรรค์เนื้อหาเพื่องานสื่อสารองค์กรและแบรนด์ เทคนิคการเล่าเรื่องผ่านสื่อดิจิทัล การออกแบบกราฟิกเพื่อการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ การเลือกใช้องค์ประกอบด้านการออกแบบต่างๆ ที่สะท้อนตัวตน การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวัดผลและปรับปรุงการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ Principles, concepts, components of digital media communication, content creation process for corporate and brand communication, storytelling techniques for digital media, graphic design for corporate and brand communication, selecting design elements that reflect identity, utilizing data analytics tools for effective communication measurement and improvement.	- เพิ่มรายวิชา เพื่อเพิ่มทักษะด้านการออกแบบสื่อดิจิทัล เพื่องานสื่อสารองค์กรและแบรนด์ โดยมีเนื้อหาที่เข้มข้น และใช้พื้นฐานการออกแบบมาจากวิชาการออกแบบกราฟิกดิจิทัล
-	**1713319 การจัดการข้อมูลด้วยปัญญาประดิษฐ์เพื่อกลยุทธ์องค์กรและแบรนด์ 3(2-2-5)** **(AI for Data Management in Corporate and Brand Strategies)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** ศึกษาการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการจัดการและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อพัฒนากลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพสำหรับองค์กรและแบรนด์ บทบาทของปัญญาประดิษฐ์ในการกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจ เรียนรู้การใช้เครื่องมือและเทคนิคต่าง ๆ ของปัญญาประดิษฐ์ ในการประมวลผลข้อมูล เพื่อช่วยให้องค์กรสามารถตัดสินใจทางธุรกิจ ปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้า และเสริมสร้างการวางตำแหน่งแบรนด์ในตลาดที่มีการแข่งขันสูง และจริยธรรมในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการสื่อสาร Study the use of artificial intelligence technology in data management and analysis to develop effective strategies for organizations and brands. The role of artificial intelligence in shaping business strategies. Learn to use various AI tools and techniques in data processing to help organizations make business decisions, improve customer experiences, and enhance brand positioning in a highly competitive market. Ethical considerations in the use of artificial intelligence in communication.	- เพิ่มรายวิชา เพื่อเพิ่มทักษะด้านจัดการข้อมูล (Data) และเป็นรายวิชาที่เกิดขึ้นเพื่อสอดรับกับแนวโน้มการจ้างงานด้วยการใช้ทักษะปัญญาประดิษฐ์ และการวิเคราะห์ข้อมูล จากข้อมูลของ World Economic Forum 2025

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

3.2) วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์และสื่อดิจิทัล

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
1723304 โครงงานฝึกปฏิบัติพัฒนาเว็บไซต์และสื่ออินเตอร์แอคทีฟ 3(2-2-5) **(Website and Interactive Media Workshop)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** ฝึกปฏิบัติในรูปแบบโครงงานการพัฒนาเว็บไซต์ ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาประสบการณ์ผู้ใช้งานเว็บไซต์ เทคนิคการสืบค้น การตลาดเชิงลึก การหารายได้บนเว็บไซต์ การใช้สื่ออินเตอร์แอคทีฟ ในการพัฒนาเนื้อหาและกิจกรรมในการสร้างสื่อสร้างสรรค์และงานด้านวารสารศาสตร์ Practice of website development, management and types of website, design and develop interactive websites, manage content for deliver, using audience monitoring and analysis, website marketing and business models, use of interactive and digital media design, creating interactive experiences on website and interactive media for journalistic and creative media production.	**1723211 การพัฒนาเว็บไซต์และสื่ออินเตอร์แอคทีฟ 3(2-2-5)** **(Website and Interactive Media)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** ฝึกปฏิบัติพัฒนาเว็บไซต์ ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาประสบการณ์ผู้ใช้งานเว็บไซต์ เทคนิคการสืบค้น การตลาดเชิงลึก การหารายได้บนเว็บไซต์ การใช้สื่ออินเตอร์แอคทีฟ ในการพัฒนาเนื้อหาและกิจกรรมในการสร้างสื่อสร้างสรรค์และงานด้านวารสารศาสตร์ Practicing website development. Creativity in developing website user experience, search techniques, in- depth marketing, website monetization, and the use of interactive media in developing content and activities for creating creative media and journalistic work.	- ปรับชื่อวิชาให้มีความกระชับ และปรับคำอธิบายรายวิชา ให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้
1703305 บุคลิกภาพและการแสดงออกผ่านสื่อ 3(2-2-5) **(Personality and Performance for Media)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ แนวคิด และฝึกปฏิบัติการพูด การแสดงออกผ่านสื่อ การประกาศข่าว การจัดรายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ การเป็นพิธีกรดำเนินรายการ เทคนิคการใช้เสียง การพัฒนาบุคลิกภาพ การเคลื่อนไหวร่างกาย การแสดงออกทางสีหน้า ท่าทาง การแต่งกายที่เหมาะสมสอดคล้องกับกาลเทศะ การเล่าเรื่อง และรูปแบบรายการ Principles, concepts and practices of speaking and presenting for news announcement, radio and television programing, master of ceremony, vocal techniques, personality development, body movement, posture, dressing which are applicable to situations, storytelling and program formats.	**1723212 ทักษะการนำเสนอและการเป็นพิธีกร 3(3-0-6)** **(Presentation and Hosting Skills)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ แนวคิด และฝึกปฏิบัติการพูด การแสดงออกผ่านสื่อ การประกาศข่าว การจัดรายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ การเป็นพิธีกรดำเนินรายการ เทคนิคการใช้เสียง การพัฒนาบุคลิกภาพ การเคลื่อนไหวร่างกาย การแสดงออกทางสีหน้า ท่าทาง การแต่งกาย ที่เหมาะสมสอดคล้องกับกาลเทศะ Principles, concepts, and practice of speaking and expression through media: news announcing, radio program hosting, television program hosting, event emceeing/ hosting. Techniques for voice usage, personality development, body movement, facial expressions, gestures, and appropriate attire in accordance with occasion.	- ย้ายวิชาจากกลุ่มเลือกเสรี เข้าสู่หมวดกลุ่มวิชาเอกเลือกสขา - ปรับคำอธิบายรายวิชา ให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ และสอดคล้องต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย กลุ่มนักวิชาชีพ ศิษย์เก่า และนักเรียน/นักศึกษา

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
1703307 การบริหารจัดการกลุ่มแฟนคลับและผู้นำอิทธิพล 3(3-0-6) **(Fan Club & Influencer Management)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการและแนวคิดในการบริหารจัดการแฟนคลับและผู้นำอิทธิพลในเครือข่ายสื่อสังคม กระบวนการของการเป็นแฟน (Fandomization) กระบวนการเข้าสู่การเป็นแฟน การรวมกลุ่มของแฟนคลับ การจัดตั้งแฟนคลับ การสื่อสารกับกลุ่มแฟนคลับ กิจกรรมสัมพันธ์ สิทธิประโยชน์ การธำรงรักษาความสัมพันธ์ รวมถึงเทคนิคการสร้างและบริหารจัดการผู้นำอิทธิพลบนเครือข่ายสื่อสังคมอย่างยั่งยืน Principles and concepts of fanclub management, the key components of the influencer ecosystem, psychology and fandomization, fanclub formation, fanclub establishment, communication with fanclub, the connection with team or company, sportmen, artists, stars, relationship activities, right and privilege as well as maintaining sustainable relationship, developing strategies to build personal influence based on expertise, expression, and expansion.	**1723213 การจัดการอินฟลูเอนเซอร์และกลยุทธ์การดึงดูดแฟนคลับ 3(3-0-6)** **(Influencer Management and Fan Engagement Strategies)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการและแนวคิดการบริหารจัดการผู้มีอิทธิพลทางความคิด กระบวนการสร้างกลยุทธ์ในการดึงดูดผู้รับสารให้เป็นแฟนคลับ กระบวนการของการเป็นแฟน (Fandomization) กระบวนการเข้าสู่การเป็นแฟน การสื่อสารกับกลุ่มแฟนคลับ กิจกรรมสัมพันธ์ สิทธิประโยชน์ และการธำรงรักษาความสัมพันธ์ เทคนิคการสร้างและบริหารจัดการผู้นำอิทธิพลบนเครือข่ายสื่อสังคมอย่างยั่งยืน Principles and concepts of influencer management. Strategies for attracting and engaging audiences to become loyal followers (fandomization). The process of audience conversion into fans, communication with fan communities, engagement activities, benefits, and relationship maintenance. Techniques for building and sustainably managing social media influencers.	- สลับรายวิชาเข้าสู่กลุ่มวิชาเอกเลือก จากกลุ่มวิชาเลือกทั่วไป - ปรับชื่อวิชาให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น
1703314 การรณรงค์การสื่อสารเชิงกลยุทธ์สำหรับการกีฬาและบันเทิง 3(3-0-6) **(Strategic Communication Campaign for Sport and Entertainment)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** การฝึกปฏิบัติจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการกีฬาและบันเทิงด้วยกรณีศึกษาจากองค์กรจริง ตั้งแต่ความหมายของการรณรงค์ การรับทราบความต้องการของลูกค้า วิเคราะห์สถานการณ์กำหนดกลุ่มเป้าหมาย และวัตถุประสงค์การสื่อสาร การออกแบบสาร การวางกลยุทธ์ และกลวิธีในการสื่อสาร การเลือกใช้สื่อ งบประมาณ การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมกิจกรรม ตลอดจนการประเมินและวัดผลโครงการโดยต้องนำเสนอผลงานพร้อมทั้งจัดทำรายงานประกอบการนำเสนอผลงาน ภายใต้การควบคุม และการประเมินผลของคณาจารย์ร่วมกับหน่วยงานภายนอก Practices of organizing campaign for sport and entertainment based on learning from real organization starting from meaning of campaign, an acknowledgement of customer needs, an analysis of situation and target setting, the objectives of communication, message design, strategic planning, communication methods, selection of media, budget, public relations and	**1723214 การรณรงค์การสื่อสารเชิงกลยุทธ์สำหรับอุตสาหกรรมบันเทิง 3(3-0-6)** **(Strategic Communication Campaign for Entertainment Industry)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** การฝึกปฏิบัติจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อธุรกิจบันเทิงด้วยกรณีศึกษาจากองค์กรจริง ตั้งแต่ความหมายของการรณรงค์ การรับทราบความต้องการของลูกค้า วิเคราะห์สถานการณ์กำหนดกลุ่มเป้าหมาย และวัตถุประสงค์การสื่อสาร การออกแบบสาร การวางกลยุทธ์ และกลวิธีในการสื่อสาร การเลือกใช้สื่อ งบประมาณ การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมกิจกรรม ตลอดจนการประเมินและวัดผลโครงการโดยต้องนำเสนอผลงานพร้อมทั้งจัดทำรายงานประกอบการนำเสนอผลงาน ภายใต้การควบคุม และการประเมินผลของคณาจารย์ร่วมกับหน่วยงานภายนอก Practical training in special event management for the entertainment business through case studies. Definition of campaigns, understanding customer needs, analyzing situations, defining target audiences, and setting communication objectives. Includes message design, strategic planning, communication tactics, media selection, budgeting, public	- ย้ายรายวิชาเข้าสู่กลุ่มวิชาเลือก จากกลุ่มวิชาเลือกทั่วไป พร้อมปรับชื่อวิชาและคำอธิบายรายวิชา โดยเน้นที่อุตสาหกรรมบันเทิง

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
promotion as well as evaluation and measurement by presenting together with report under the supervisor and evaluation of teachers and external organization.	relations, event promotion, and project evaluation. as well as project evaluation and measurement. Participants must present their work and submit a report under the supervision and assessment of faculty members in collaboration with external organizations.	
1723305 วารสารศาสตร์และการรายงานข่าวเชิงข้อมูล 3(2-2-5) **(Data Journalism)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ แนวคิดในการรายงานข่าวเชิงลึกด้วยฐานข้อมูล การใช้อินเทอร์เน็ตในการแสวงหาข้อมูลเปิดจากฐานข้อมูล การแกะรอยข้อมูล วิเคราะห์ สังเคราะห์จากหลากหลายแหล่งที่มา ได้แก่ บุคคล เอกสารทางราชการ สถิติและงานวิจัย นำเสนอข่าวเชิงข้อมูลด้วยภาพและกราฟิก บนพื้นฐานกฎหมาย จริยธรรม จรรยาบรรณที่เกี่ยวข้อง Principles and concepts of data journalism, internet usage for data search, data encryption, data analysis, data synthesis from various sources such as person, government documents, historical record, statistics and research based on related laws and ethics.	**1723315 วารสารศาสตร์และการรายงานข่าวเชิงข้อมูล 3(3-0-6)** **(Data Journalism)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ แนวคิดในการรายงานข่าวเชิงลึกด้วยฐานข้อมูล การใช้อินเทอร์เน็ตในการแสวงหาข้อมูลเปิดจากฐานข้อมูล การแกะรอยข้อมูล วิเคราะห์ สังเคราะห์ จากหลากหลายแหล่งที่มา ได้แก่ บุคคล เอกสารทางราชการ สถิติและงานวิจัย นำเสนอข่าวเชิงข้อมูลด้วยภาพและกราฟิก บนพื้นฐานกฎหมาย จริยธรรม จรรยาบรรณที่เกี่ยวข้อง Principles and concepts of data journalism. Using the internet to seek open information from databases, tracing, analyzing, and synthesizing data from various sources including individuals, official documents, statistics, and research, presenting data-driven news with visuals and graphics, based on relevant laws, ethics, and codes of conduct.	- ปรับรหัสวิชา และเรียงรหัสวิชาใหม่ให้สอดคล้องกับการปรับรายวิชาอื่น
1703308 การจัดการเนื้อหาและชุมชนออนไลน์ 3(3-0-6) **(Content and Online Community Management)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** การมอนิเตอร์และวิเคราะห์ผู้รับสาร แนวโน้มของประเด็นการสนทนาบนโลกออนไลน์ การสร้างชุมชนเครือข่ายออนไลน์ การพัฒนารูปแบบเนื้อหาและกิจกรรมสำหรับสื่อใหม่เพื่อสร้างประสบการณ์ร่วมและการรวมกลุ่มของชุมชนออนไลน์ บทบาทหน้าที่ของผู้ดูแลเครือข่ายสื่อสังคม เครื่องมือและเทคนิคการบริหารจัดการแพลตฟอร์ม รวมถึงจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อการบริหารจัดการชุมชนออนไลน์ Social media analytics for audience insights, online conversation analytics, online Community analysis, online community data analysis, online community design project, build and sustain communities and how to measure activity, role of online community manager, community managers Code Of Ethics.	**1723316 การผลิตเนื้อหาและการสร้างรายได้ 3(2-2-5)** **(Content Production and Profit)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ แนวคิด การผลิตเนื้อหาที่สร้างรายได้ และฝึกปฏิบัติผลิตเนื้อหาสำหรับสื่อต่าง ๆ ความเข้าใจในช่องทางในการเผยแพร่ การปรับแต่งเนื้อหาให้เหมาะสมกับสื่อหลากหลายช่องทาง การหาแหล่งทุน การหารายได้จากเนื้อหา การใช้ปัญญาประดิษฐ์เป็นผู้ช่วยในการสร้างสรรค์ Principles, concepts, and practical training in revenue-generating content production. Understanding content monetization and hands- on practice in producing content for various media platforms. Understanding dissemination channels, adapting content to suit various media channels, fundraising, and revenue generation from content, and the use of artificial intelligence as a creative assistant.	- สลับรายวิชาเข้าสู่กลุ่มวิชาเอกเลือก จากกลุ่มวิชาเลือกทั่วไป - ปรับชื่อวิชาให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น - ปรับคำอธิบายเพิ่มเนื้อหาเกี่ยวกับการใช้ปัญญาประดิษฐ์

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
1723310 การขับเคลื่อนสังคมและสร้างการเปลี่ยนแปลงในสังคม 3(3-0-6) **(Social Movements, Activism and Social Change)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการขับเคลื่อนสังคม การรณรงค์ทางสังคม กระบวนการพฤติกรรมร่วม กระบวนการเชิงนโยบายภาคประชาชนเพื่อเคลื่อนไหวทางสังคม บทบาทของการเคลื่อนไหวทางสังคม การขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงสู่ระดับนโยบายสังคม บริบททางสังคม วัฒนธรรมของประเด็นไทย ปัญหาสังคมร่วมสมัย กรณีศึกษา เครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงในสังคม การออกแบบกระบวนการสื่อสารเพื่อการมีส่วนร่วมและขับเคลื่อนประเด็นเชิงสังคม บนจริยธรรมและความรับผิดชอบ Theories of social movements, social campaign, collective action, civic participation, social movements engage with the policy process, social policy formulation and implementation, the nature, past and present roles of social movements and their potential capacity in shaping social movement and social change, theoretical arguments and examines empirical examples and case studies, the role and impact of social movement activism, the role of grassroots mobilizations, design participation and communication strategy for social movement and social change with ethics and social responsibility.	**1723317 สื่อเพื่อการขับเคลื่อนสังคม 3(3-0-6)** **(Media for Social Change)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการขับเคลื่อนสังคม การรณรงค์ทางสังคม กระบวนการพฤติกรรมร่วม กระบวนการเชิงนโยบายภาคประชาชนเพื่อเคลื่อนไหวทางสังคม บทบาทของการเคลื่อนไหวทางสังคม การขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงสู่ระดับนโยบายสังคม บริบททางสังคมและวัฒนธรรม ปัญหาสังคมร่วมสมัย กรณีศึกษา เครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงในสังคม การออกแบบกระบวนการสื่อสารเพื่อการมีส่วนร่วมและขับเคลื่อนประเด็นเชิงสังคม บนจริยธรรมและความรับผิดชอบ Theories of social movements, social campaign, collective action, civic participation, social movements engage with the policy process, social policy formulation and implementation, the nature, past and present roles of social movements and their potential capacity in shaping social movement and social change, theoretical arguments and examines empirical examples and case studies, the role and impact of social movement activism, the role of grassroots mobilizations, design participation and communication strategy for social movement and social change with ethics and social responsibility.	- ปรับชื่อวิชาให้มีความกระชับ
1703313 การสื่อสารเพื่อบริบทเฉพาะ 3(3-0-6) **(Communication for Specific Context)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** ทักษะและวิธีการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ เน้นการเขียนและการผลิตสื่อเพื่อการเผยแพร่อย่างง่าย เช่น การเขียนข่าว บทความ บทวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ สกู๊ป เรื่องเล่า ฯลฯ การวิเคราะห์ผู้รับสารเพื่อทราบความต้องการด้านเนื้อหา การสร้างสรรค์เนื้อหา เพื่อการดำเนินธุรกิจในบริบทเฉพาะด้าน เช่น ธุรกิจเกษตร อาหาร ยานยนต์ ค้าปลีก เป็นต้น Skills and various forms of communication, especially writing and producing media for easy publication such as news, articles, radio and television scripts, scoops, stories, etc. Audience analysis in order to find out audience's needs of the content, content creation for specific business such as agriculture, food, automotive, retail, etc.	**1723318 การผลิตเนื้อหาสำหรับผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม 3(2-2-5)** **(Content Production for Target Audiences)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** การวิเคราะห์ผู้รับสาร เข้าใจจิตวิทยาในการบริโภคสื่อและสาร เพศ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ช่องทาง รูปแบบและลักษณะในการบริโภคสื่อและสาร ความต้องการด้านเนื้อหา ตลอดจนการออกแบบเนื้อหาให้สอดคล้องกับผู้รับสาร บนพื้นฐานจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม เน้นกรณีศึกษาและโครงงาน Audience analysis and media consumption psychology, including factors such as gender, culture, lifestyle, media channels, consumption patterns, content preferences, and audience engagement. Design content that aligns with audience needs while upholding ethical and social responsibility. Emphasizes case studies and project-based learning.	- ปรับชื่อวิชาให้มีความกระชับ - ปรับคำอธิบายรายวิชาโดยเพิ่มทักษะด้านการผลิตเนื้อหา

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
1723306 โครงงานฝึกปฏิบัติรายงานข่าวเชิงสืบสวน 3(2-2-5) **(Investigative Reporting Workshop)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** ฝึกปฏิบัติในรูปแบบโครงงานรายงานข่าวเชิงสืบสวน ด้านข่าวการเมือง เศรษฐกิจ การตลาด กีฬา วัฒนธรรม โดยนักศึกษาจะต้องนำเสนอเนื้อหาผ่านหลากหลายช่องทาง เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ ภายใต้การกำกับดูแลของอาจารย์และนักข่าวที่ปรึกษา The practice of investigative reporting workshop on political news, economics news, marketing news, sport news, cultural news through multi platforms such as print media, radio broadcasting, television and online media under the supervision of advisors and journalists.	**1723319 การรายงานข่าวเชิงสืบสวน 3(2-2-5)** **(Investigative Reporting)** **วิชาบังคับก่อน : 1722213** **(Prerequisite Course: 1722213)** ฝึกปฏิบัติในรูปแบบโครงงานรายงานข่าวเชิงสืบสวน ด้านข่าวการเมือง เศรษฐกิจ การตลาด กีฬา วัฒนธรรม การใช้ปัญญาประดิษฐ์เป็นผู้ช่วยในการสร้างสรรค์บนพื้นฐานจริยธรรม โดยนักศึกษาจะต้องนำเสนอเนื้อหาผ่านหลากหลายช่องทาง เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อเสียง และสื่อออนไลน์ ภายใต้การกำกับดูแลของอาจารย์และนักข่าวที่ปรึกษา The practice of investigative reporting workshop on political news, economics news, marketing news, sport news, cultural news. Using artificial intelligence as an assistant in creative work based on ethical principles, whereby students must present content through various channels such as television, audio media, and online media, under the supervision of advisors and advising journalists.	- ปรับชื่อวิชาให้มีความชัดเจน
-	**1723320 การพัฒนาธุรกิจสื่อ 3(3-0-6)** **(Media Startup)** **วิชาบังคับก่อน : 1701321** **(Prerequisite Course: 1701321)** แนวคิดในการเป็นผู้ประกอบการด้านนิเทศศาสตร์ การวางแผนธุรกิจที่บูรณาการความรู้ด้านนิเทศศาสตร์และเทคโนโลยี แผนโครงงานการดำเนินการทางธุรกิจการเงินและงบประมาณ การวิเคราะห์ช่องทางการตลาด การวางกลยุทธ์ การหาแหล่งสนับสนุนการลงทุน โดยใช้การเรียนการสอนแบบห้องทดลองสื่อ Media Lab ทดลองเขียนแผนธุรกิจ ผลิตเนื้อหาจำลอง และทดสอบการนำเสนอ ภายใต้หลักจริยธรรมวารสารศาสตร์ที่เน้นความสมดุลและเที่ยงธรรม โดยมีคณาจารย์และนักวิชาชีพเป็นที่ปรึกษาโครงการ Entrepreneurial Concepts in Communication Arts. Business planning that integrates communication and technology knowledge. Covers project planning, financial management, budgeting, market analysis, strategic planning, and investment sourcing. Utilizes a Media Lab environment for hands-on learning, including drafting business plans, producing prototype content, and testing presentations. Emphasizes ethical journalism principles, ensuring balance and fairness, with faculty and industry professionals serving as project mentors.	- เพิ่มรายวิชาเพื่อเพิ่มทักษะด้านการเป็นผู้ประกอบการสื่อ เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มการทำงานในอนาคต

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

4) หมวดวิชาเลือกเสรี

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
1713307 การสื่อสารแบรนด์ผ่านจุดติดต่อ 3(3-0-6) **(Brand Touch Point)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ แนวคิด กระบวนการสื่อสารแบรนด์ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ และประสบการณ์ของแบรนด์ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติ (Functional contact points) และที่มีผลต่อจิตใจ (Emotional contact points) การวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคก่อนการสื่อสาร การกำหนดเนื้อหาที่เชื่อมโยงกับผู้บริโภค เข้าใจช่องทางการสื่อสารแบรนด์ สามารถประยุกต์เนื้อหาที่เหมาะสมเข้ากับแต่ละช่องทางการสื่อสาร ตลอดจนการวัดผลการสื่อสารแบรนด์ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ Principles, concepts, brand communication process via different communication channels and brand experience related to functional and emotional touch points. Conducting consumer analysis before communication taking place, designing content to match consumer, understanding brand communication channels, applying appropriate content to each communication channel and evaluating brand communication through different communication channels.	**1705301 การสื่อสารแบรนด์ผ่านจุดติดต่อ 3(3-0-6)** **(Brand Touch Point)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ แนวคิด กระบวนการสื่อสารแบรนด์ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ และประสบการณ์ของแบรนด์ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติ (Functional contact points) และที่มีผลต่อจิตใจ (Emotional contact points) การวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคก่อนการสื่อสาร การกำหนดเนื้อหาที่เชื่อมโยงกับผู้บริโภค เข้าใจช่องทางการสื่อสารแบรนด์ สามารถประยุกต์เนื้อหาที่เหมาะสมเข้ากับแต่ละช่องทางการสื่อสาร ตลอดจนการวัดผลการสื่อสารแบรนด์ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ Principles, concepts, brand communication process via different communication channels and brand experience related to functional and emotional touch points. Conducting consumer analysis before communication taking place, designing content to match consumer, understanding brand communication channels, applying appropriate content to each communication channel and evaluating brand communication through different communication channels.	- ย้ายรายวิชาเข้าสู่กลุ่มวิชาเลือกเสรี โดยจากเดิมอยู่ในกลุ่มวิชาเลือกของสาขา เพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษาทั้ง 2 สาขาเลือกเรียนรู้ด้านการสร้างประสบการณ์ผ่านจุดติดต่อ และสอดคล้องกับ Special Track
1703312 สื่อในวัฒนธรรมประชานิยม 3(3-0-6) **(Media in Popular Culture)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ ภาพสะท้อนของสื่อมวลชน ที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อประชานิยม โดยเน้นฝึกทักษะการศึกษา ค้นคว้าวิจัย และทำความเข้าใจหลักการและเหตุผลของตัวบท การวิเคราะห์ภาพความจริง และภาพตัวแทนของสื่อที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อประชานิยม Principles, concepts and theories of roles and responsibilities of mass media reflected through media in popular culture, with the emphasis on practice of study, research and understanding the principles and rational of texts. Analysis of factual image and media representation through popular culture and media.	**1705302 สื่อกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และละคร 3(3-0-6)** **(Media in the film and Television Drama Industry)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** บทบาทของสื่อในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และละคร ทั้งในด้านการผลิต การเผยแพร่ และการบริโภคเนื้อหา วิเคราะห์กระบวนการสร้างสรรค์และกลยุทธ์การตลาดของภาพยนตร์และละคร สำรวจแนวโน้มและเทคโนโลยีที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรม รวมถึงอิทธิพลของภาพยนตร์และละครที่มีต่อสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ ศึกษาบทบาทของแพลตฟอร์มสตรีมมิงและสื่อดิจิทัลในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการบริโภคเนื้อหา ตลอดจนประเด็นด้านลิขสิทธิ์ การเซ็นเซอร์ และจริยธรรมในการนำเสนอเรื่องราวผ่านสื่อภาพยนตร์และละคร Role of media in the film and television drama industry. Production, distribution, and content consumption. Analyzing the creative process and marketing strategies of films and dramas. Trends and	- ปรับชื่อวิชาให้มีความชัดเจน และปรับคำอธิบายรายวิชา ให้สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ เน้นเนื้อหาด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์และละคร และสอดคล้องกับ Special Track

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
	technologies shaping the industry, as well as the social, cultural, and economic influence. Role of streaming platforms and digital media in transforming content consumption patterns. Copyright, censorship, and ethical considerations.	
-	**1705303 สื่อกับอุตสาหกรรมเพื่อสังคมสูงวัย 3(3-0-6)** **(Media in the Context of an Aging Society)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** บทบาทของสื่อในบริบทของสังคมสูงวัย ทั้งในแง่ของการสื่อสารเชิงรณรงค์ การให้ข้อมูล และการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ วิเคราะห์แนวโน้มของอุตสาหกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการของสังคมสูงวัย เช่น ธุรกิจสุขภาพ เทคโนโลยีช่วยเหลือ และบริการสำหรับผู้สูงอายุ รวมถึงศึกษาผลกระทบของสื่อที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมของสังคมที่มีต่อผู้สูงวัย ตลอดจนแนวทางการพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุอย่างยั่งยืน Role of media in the context of an aging society. Advocacy communication, information dissemination, and raising awareness on issues related to the elderly. Analyzing industry trends that respond to the needs of an aging society, such as healthcare businesses, assistive technologies, and services for the elderly. Examining the impact of media on social attitudes and behaviors toward older adults. Strategies for media development to promote the sustainable well-being and quality of life of the elderly.	- รายวิชาใหม่ ที่สอดคล้องกับโครงสร้างอายุประชากรโลกที่เปลี่ยนแปลง และสอดคล้องกับ Special Track
-	**1705304 สื่อกับอุตสาหกรรมสุขภาพ 3(3-0-6)** **(Media in the Wellness Industry)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** บทบาทของสื่อในอุตสาหกรรมสุขภาวะ ทั้งในด้านการสื่อสารสุขภาพ การตลาดเพื่อสุขภาวะ และการเผยแพร่ข้อมูลทางการแพทย์ วิเคราะห์อิทธิพลของสื่อต่อพฤติกรรมสุขภาวะของประชาชน การใช้สื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดียในการให้ความรู้และสร้างความตระหนักด้านสุขภาวะ ศึกษาการสื่อสารขององค์กรด้านสุขภาวะ โรงพยาบาล และธุรกิจสุขภาวะ ตลอดจนแนวโน้มเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีผลต่ออุตสาหกรรมสุขภาวะ พร้อมทั้งพิจารณาประเด็นทางจริยธรรมและความรับผิดชอบของสื่อในการนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาวะอย่างถูกต้องและน่าเชื่อถือ	- รายวิชาใหม่ ที่สอดคล้องกับโครงสร้างอายุประชากรโลกที่เปลี่ยนแปลง และสอดคล้องกับ Special Track

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
	Role of media in the wellness industry. Health communication, wellness marketing, and the dissemination of medical and well- being information. Analyzing the influence of iedia on public wellness behaviors and the use of digital media and social media for wellness education and awareness. Examining communication strategies of wellness organizations, hospitals, and wellness businesses. Exploring technological trends and innovations shaping the wellness industry. Ethical considerations and media responsibilities in presenting accurate and reliable wellness information.	
1713409 ทักษะการพูดและการนำเสนอเพื่อการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ 3(3-0-6) **(Speaking and Presentation Skills for Corporate and Brand Communication)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ แนวคิด และทฤษฎีการสื่อสาร โดยเน้นพัฒนาทักษะการสื่อสารผ่านการพูดตามโอกาสต่างๆ การพัฒนาบุคลิกภาพในการนำเสนองานอย่างเหมาะสม การสร้างความมั่นใจในการนำเสนอ การกำหนด อัตลักษณ์ของผู้พูด การนำเสนอที่สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ต่อผู้รับสาร ความทำความเข้าใจในผู้รับสาร เข้าใจบริบทการสื่อสาร การนำเสนองานอย่างเป็นทางการ การนำเสนองานที่ไม่เป็นทางการ เพื่อผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ Principles, concepts and communication theories emphasizing speaking skills. Personality development for appropriate presentation, building confidence in presentation, establishing speaker’ s identity, creating interactive presentation, understanding the audience and communication context, official and unofficial presentation leading to efficient result.	**1705305 การพูดในที่สาธารณะ 3(3-0-6)** **(Public Speaking)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ แนวคิด และกลยุทธ์ในการสื่อสารด้วยการพูดในที่สาธารณะ และการนำเสนองานอย่างมีประสิทธิภาพ หลักการโน้มน้าวชักจูงใจ ฝึกฝนทักษะการสื่อสารที่จำเป็น การวางแผนและกำหนดเป้าหมายการนำเสนอ การวิเคราะห์กลุ่มผู้ฟัง การเตรียมข้อมูล และบทพูด การเลือกใช้ภาษาที่เหมาะสมกับผู้รับสาร และการเตรียมสื่อและเทคนิคพิเศษที่เหมาะสมสอดคล้องกับบริบทในการสื่อสาร การจัดการคำถามที่อาจจะเกิดขึ้นจากกลุ่มผู้ฟัง ตลอดจนฝึกฝนเทคนิคการสื่อสารในวาระโอกาสต่างๆ อาทิ ในงานพิธีกร การดำเนินรายการ งานแถลงข่าว งานประชุมสัมมนา งานกิจกรรมพิเศษ การนำเสนอผลงาน การนำเสนอข้อมูลแก่ผู้บริหารเพื่อการตัดสินใจ Principles, concepts, and strategies for public speaking and effective presentations. The principles of persuasion and influence. Practicing essential communication skills, planning and setting presentation goals, analyzing the audience, preparing information and speeches, selecting appropriate language for the audience, and preparing media and special techniques suitable for the communication context. Managing questions that may arise from the audience, as well as practicing communication techniques in various occasions such as hosting events, running programs, press conferences, seminars, special events, presenting work, and presenting information to executives for decision-making.	- สลับรายวิชาเข้าสู่กลุ่มวิชาเลือกเสรี พร้อมปรับชื่อวิชาและคำอธิบายรายวิชา อีกทั้งเป็นสิ่งที่ผู้มีส่วนได้เสีย กลุ่มนักวิชาชีพ และศิษย์เก่า มองว่าเป็นทักษะที่จำเป็นในการทำงาน และสอดคล้องกับ Special Track

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
-	**1705306 กลยุทธ์การปรับแต่งเว็บไซต์เพื่อเครื่องมือค้นหา 3(2-2-5)** **(SEO Strategies for Website Optimization)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ แนวคิด และแนวปฏิบัติด้านการปรับแต่งเว็บไซต์ การจัดทำเนื้อหาบนเว็บไซต์ การออกแบบการวางแผนผังของเว็บไซต์ การตั้งชื่อ URL การปรับแต่งการแสดงผลของเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ การติดตาม วิเคราะห์ และปรับปรุงประสิทธิภาพ Principles, concepts, and practices of website optimization, content development, website structure design, URL naming, and display optimization for various platforms. Monitoring, analyzing, and enhancing website performance.	- รายวิชาใหม่ ตามแนวโน้มการจ้างงาน และทักษะที่จำเป็นของนักสื่อสาร (Global Trend) และสอดคล้องกับ Special Track
1703309 การประยุกต์ใช้เหมืองข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลออนไลน์สำหรับงานนิเทศศาสตร์ 3(2-2-5) **(Data Mining and Online Analytics Application for Communication Arts)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ แนวคิด และเทคนิคในการประยุกต์ใช้เหมืองข้อมูลและข้อมูลออนไลน์สำหรับงานนิเทศศาสตร์ เครื่องมือในการสืบค้นและวิเคราะห์ข้อมูลออนไลน์ กระบวนการสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูล (Data Mining) การประมวลผลเชิงวิเคราะห์แบบออนไลน์ (Online Analytics) เพื่อใช้ในงานด้านนิเทศศาสตร์ การเข้าใจผู้บริโภค การวิเคราะห์การสนทนาและกระแสโลกออนไลน์ การวิเคราะห์เทรนด์และประเด็นเพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนาเนื้อหาสื่อ Principles, concepts, and techniques of data mining and online analytics application for communication arts, searching and online data analysis, data mining search process, online analytical processing for communication arts work, consumer understanding, analysis of online conversations and trends, trend and issue analysis for media content development planning.	**1705307 เครื่องมือการวิเคราะห์ข้อมูลและการติดตามความคิดเห็นในสื่อสังคมออนไลน์ 3(2-2-5)** **(Data Analytics and Social Listening Tools for Insights)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ แนวคิด และเทคนิคในการประยุกต์ใช้เหมืองข้อมูลและข้อมูลออนไลน์สำหรับงานนิเทศศาสตร์ เครื่องมือในการสืบค้นและวิเคราะห์ข้อมูลออนไลน์ กระบวนการสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูล (Data Mining) การประมวลผลเชิงวิเคราะห์แบบออนไลน์ (Online Analytics) เพื่อใช้ในงานด้านนิเทศศาสตร์ การเข้าใจผู้บริโภคเชิงลึก การวิเคราะห์การสนทนาและกระแสโลกออนไลน์ การวิเคราะห์เทรนด์และประเด็นเพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนาเนื้อหาสื่อ Principles, concepts, and techniques of data mining and online analytics application for communication arts, searching and online data analysis, data mining search process, online analytical processing for communication arts work, consumer insight understanding, analysis of online conversations and trends, trend and issue analysis for media content development planning.	- ปรับชื่อวิชาใหม่ให้เข้าใจง่ายขึ้น เป็นวิชาที่สอดคล้องกับแนวโน้มการจ้างงาน และทักษะที่จำเป็นของนักสื่อสาร (Global Trend) และสอดคล้องกับ Special Track

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
-	**1705408 การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้และอินเตอร์เฟซในงานนิเทศศาสตร์ 3(2-2-5)** **(User Experience and Interface Design in Communication Arts)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ แนวคิด และวิธีการออกแบบอินเตอร์เฟซผู้ใช้และสร้างประสบการณ์สำหรับผู้ใช้ผ่านสื่อดิจิทัล เช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน เกมและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านนิเทศศาสตร์ ฝึกออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้และอินเตอร์เฟซ Principles, concepts, and methods of User Interface (UI) design and User Experience (UX) creation for digital Media, including websites, applications, games, and other communication-related platforms. Practicing UX and UI design to enhance user engagement and interaction.	- รายวิชาใหม่ ตามแนวโน้มการจ้างงาน และทักษะที่จำเป็นของนักสื่อสาร (Global Trend) และสอดคล้องกับ Special Track
-	**1705409 การสื่อสารสำหรับผู้ประกอบการสตาร์ตอัป 3(2-0-7)** **(Communication for Startup)** **วิชาบังคับก่อน : 1701321** **(Prerequisite Course: 1701321)** การสื่อสารสำหรับธุรกิจสตาร์ตอัป (ธุรกิจสร้างใหม่) การวางแผน ออกแบบเนื้อหา เลือกใช้สื่อ โดยคำนึงถึงความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงการประเมินผลการสื่อสาร ศิลปะการนำเสนอ วิสัยทัศน์ คุณค่า และศักยภาพของธุรกิจเพื่อโน้มน้าวใจผู้ฟังให้สนับสนุนแนวคิด Communication for startup businesses (new ventures). Planning, content design, and media selection with consideration of stakeholder needs, evaluating communication effectiveness. Presenting a startup's vision, values, and potential to persuade audiences to support its ideas.	- รายวิชาใหม่ ที่สอดคล้องกับแนวโน้มการเป็นผู้ประกอบการของบัณฑิต (Global Trend) และสอดคล้องกับ Special Track
1701103 การเขียนเพื่องานนิเทศศาสตร์ 3(3-0-6) **(Writing for Communication Arts)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการการเขียนเพื่องานนิเทศศาสตร์ ได้แก่ การเขียนผ่านสื่อ หลักการการอ่าน การอ่านจับใจความ การอ่านและเขียนเพื่อสรุปประเด็น การกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการเขียน	-	- ตัดรายวิชาการเขียนเพื่องานนิเทศศาสตร์ ซึ่งเป็นวิชาแกนในหลักสูตร 64 โดยไปเน้นทักษะการเขียนในรายวิชาเอกบังคับของทั้ง 2 สาขา

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การเลือกใช้ภาษาที่เหมาะสมสอดคล้องกับช่องทางการสื่อสาร และบริบทในการสื่อสาร ฝึกทักษะเบื้องต้นในการเขียนรูปแบบต่าง ๆ เช่น การเขียนรายงาน การเขียนข่าว และการเขียนบทความเพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ เป็นต้น Basic principles writing for Communication Arts in media writing, reading principles, and reading comprehension, which consists of summarizing, getting main idea, setting goals and objectives of writing, target analysis, the proper use of language, communication and communication context, basic skills of writing such as report, news and articles presented in various media platforms.		
1713203 กลยุทธ์การกำหนดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ในยุคดิจิทัล 3(3-0-6) **(Strategic Corporate and Brand Content in Digital Era)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ แนวคิด รูปแบบและเทคนิคการสร้างสรรค์เนื้อหา การกำหนดและพัฒนาเนื้อหาการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ เข้าใจพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของผู้บริโภค การศึกษาคู่แข่งในด้านเนื้อหาการสื่อสาร การสร้างความได้เปรียบของธุรกิจโลกออนไลน์ การกำหนดอัตลักษณ์ในเนื้อหาเพื่อการสื่อสาร การสร้างการจดจำในตัวองค์กรและแบรนด์ผ่านการสื่อสาร การสร้างสรรค์เนื้อหาที่ส่งเสริมและสนับสนุนชื่อเสียงขององค์กร Principles, concepts, styles and techniques of creating content. Designing and developing content for corporate and brand communication. Understanding online consumer behaviors, studying competitors' communication content, creating opportunities for online business.	-	ตัดรายวิชาดังกล่าวเนื่องหามีความใกล้เคียงกับวิชากลยุทธ์การกำหนดเนื้อหาเพื่อการสื่อสารองค์กรและแบรนด์
1723202 การถ่ายภาพวารสารศาสตร์ 3(2-2-5) **(Photojournalism)** **วิชาบังคับก่อน : 1701105** **(Prerequisite Course: 1701105)** แนวคิด ทฤษฎี และการฝึกทักษะการถ่ายภาพวารสารศาสตร์ การเล่าเรื่องด้วยภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว องค์ประกอบภาพ การถ่ายภาพในสถานการณ์ต่าง ๆ เช่น การถ่ายภาพชุมนุมประท้วง การถ่ายภาพแหล่งข่าว การถ่ายภาพเหตุการณ์ การนำภาพไปใช้ในงานวารสารศาสตร์ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ คุณสมบัติเฉพาะของช่างภาพวารสารศาสตร์ ตลอดจนกฎหมายที่เกี่ยวข้อง จรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อสังคมของช่างภาพวารสารศาสตร์	-	เนื้อหาด้านการถ่ายภาพเพื่องานวารสารศาสตร์ ถูกเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในรายวิชาเทคนิคการถ่ายภาพและตกแต่งภาพนิ่ง ในกลุ่มวิชาแกน

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
Concepts, theories, and skill practices for photojournalism, storytelling with still image and animation, composition, situational photography such as protest photography, news source photography, incident photography, an application of photography in journalism work for printing media, radio and television media and online media, specific qualification of journalism photographer as well as related laws, ethics and social responsibility for journalism.		
1723307 สารคดีข้ามสื่อ 3(2-2-5) **(Documentary across Media)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ แนวคิด และฝึกปฏิบัติผลิตสารคดีข้ามสื่อ ได้แก่ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ โดยคำนึงถึงตัวบท เสียง การบรรยาย ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว การเล่าเรื่อง รวมถึงความเข้าใจในช่องทางในการเผยแพร่ การหาแหล่งทุนสนับสนุนรายการ Principles, concepts and practices of documentary across media such as radio broadcasting, television, print media and online media in regard to text, sound, narration, still image, animation, storytelling as well as an understanding of publication channels and seeking sponsorship for program.	-	ตัดรายวิชาดังกล่าวออก เพราะเนื้อหามีความใกล้เคียงกับวิชากลยุทธ์การเล่าเรื่องข้ามสื่อ และการผลิตสื่อสร้างสรรค์
1723308 การออกแบบกราฟิกและผลิตนิตยสาร 3(2-2-5) **(Graphic Design and Magazine Production)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** ศึกษาและฝึกปฏิบัติการผลิตนิตยสารทั้งในรูปแบบของสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัล องค์ประกอบของนิตยสาร ลีลาและรูปแบบการเขียนและการเล่าเรื่องในแบบของนิตยสาร การถ่ายภาพสำหรับนิตยสาร การออกแบบกราฟิก การออกแบบจัดหน้า การทำสื่อมัลติมีเดียและสื่ออินเทอร์แอคทีฟสำหรับนิตยสารดิจิทัล รูปแบบธุรกิจ การหารายได้จากโฆษณา การตลาด และจริยธรรมความรับผิดชอบต่อสังคม Principles, concepts and practices of magazine workshop for both printing and digital media, components of magazine, magazine' s styles of writing and storytelling, photography, illustration design, layout design, multimedia design and interactive media for digital magazine, business forms, making money with advertising, marketing and ethics and social responsibility.	-	ตัดรายวิชาดังกล่าวออก เนื่องจากปัจจุบันเข้าสู่ช่วงการเปลี่ยนผ่านจากสื่อสิ่งพิมพ์สู่สื่อออนไลน์ อีกทั้งเนื้อหาด้านการออกแบบกราฟิก มีอยู่ในวิชาการออกแบบกราฟิกดิจิทัล ในกลุ่มวิชาแกน

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
1703304 การถ่ายภาพเฉพาะทาง 3(2-2-5) **(Specialized Photography)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ แนวคิด และการฝึกปฏิบัติการถ่ายภาพเฉพาะด้าน ได้แก่ ถ่ายภาพข่าวประชาสัมพันธ์ ถ่ายภาพโฆษณา ถ่ายภาพกิจกรรมพิเศษประเภทต่าง ๆ ถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ ถ่ายภาพแฟชั่น โดยคำนึงถึงการนำไปใช้ในสื่อประเภทต่าง ๆ หรือประกอบเนื้อหาตลอดจนการประกอบอาชีพช่างภาพอิสระ ช่องทางในการนำเสนอ เผยแพร่ และจำหน่าย Study of principles, concepts and practices of specialized photography including public Relations news photography, advertisement photography, special event photography, product photography, fashion photography, etc. and the application in other media or photos accompanied by text content as well as freelance photographer, channels of presentation, dissemination and commercial distribution.	-	ตัดรายวิชาดังกล่าว เนื่องจากเนื้อหาในรายวิชามีความใกล้เคียงกับวิชาเทคนิคการถ่ายภาพและการตกแต่ง
1703310 ภาษาอังกฤษสำหรับการเขียนข่าว 3(3-0-6) **(English for News Writing)** **วิชาบังคับก่อน : ไม่มี** **(Prerequisite Course: None)** หลักการ แนวคิดในการการอ่านและสรุปใจความข่าวภาษาอังกฤษ คำศัพท์ในข่าวและการทำงานข่าว รูปแบบการเขียนข่าวภาษาอังกฤษ ย่อความ การจดบันทึก สรุปประเด็น เขียนข้อความสั้น คำบรรยายใต้ภาพ แปลข่าวภาษาอังกฤษ การใช้ภาษาอังกฤษในงานข่าว การประสานงาน การสอบถามข้อมูล การประสานแหล่งข่าว การตั้งคำถามและสัมภาษณ์ Principles and concepts of reading and summarizing English news, news vocabularies and news process, the pattern of writing English news, abridgement, record, issue summary, short-written statement, caption, English news translation, English usage in news process such as coordination, information ask, working with news sources, question and interview.	-	ตัดรายวิชาดังกล่าว โดยนักศึกษาสามารถเรียนทักษะการเขียนภาษาอังกฤษได้ผ่านรายวิชาภาษาอังกฤษเพื่องานนิเทศศาสตร์

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569	เหตุผลในการปรับปรุง
1703311 ภาษาอังกฤษเพื่อการรายงานข่าวข้ามสื่อ 3(3-0-6) **(English for Cross-media News Reporting)** **วิชาบังคับก่อน : 1703310** **(Prerequisite Course: 1703310)** ฝึกปฏิบัติในการใช้ภาษาอังกฤษในกระบวนการรวบรวมข่าว ผลิตข่าวข้ามสื่อ และรายงานข่าวรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ ข่าวออนไลน์ ข่าวหนังสือพิมพ์ ข่าวโทรทัศน์ สารคดี การนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ และช่องทางสื่อต่าง ๆ Practices of using English for newsgathering and cross- media news production in multimedia format for online news, newspaper, television news, documentary, any kind of presentation and media channels.	-	ตัดรายวิชาดังกล่าว โดยนักศึกษาสามารถเรียนทักษะการเขียนภาษาอังกฤษได้ผ่านรายวิชาภาษาอังกฤษเพื่องานนิเทศศาสตร์

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ภาคผนวก ง

1. คำสั่งสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ที่ 018/2568
   เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
   หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569
   รายงานการประชุมคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
   หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569
2. คำสั่งสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ที่ 222/2566
   เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการวิชาการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
3. คำสั่งสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ที่ 029/2567
   เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการวิชาการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
   ด้านเภสัชศาสตร์ (เพิ่มเติม)

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

คำสั่งสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
ที่ 018/2568
เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569

เพื่อให้การดำเนินงานพัฒนาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569 เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม หรือสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม กำหนดหรือวางไว้ อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 43 (1) แห่งพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ. 2546 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2562 และระเบียบสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยระบบและกลไกในการพัฒนาและบริหารหลักสูตร พ.ศ. 2566 จึงแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569 ดังรายนามต่อไปนี้

1. รองศาสตราจารย์ ดร.สมโรตม์ โกมลวนิช	ที่ปรึกษา
2. รองศาสตราจารย์ ดร.จินตวีร์ เกษมศุข	ประธานกรรมการ
3. รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว	กรรมการ
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สกุลศรี ศรีสารคาม	กรรมการ
5. นายกิตติพงษ์ วีระเตชะ	กรรมการ
6. นายเสถียร วิริยะพรรณพงศา	กรรมการ
7. ผู้อำนวยการสำนักบัญชีและการเงิน	กรรมการ
8. ผู้อำนวยการสำนักสื่อสารองค์กร	กรรมการ
9. ผู้อำนวยการสำนักแนะแนวและรับสมัคร	กรรมการ
10. ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและมาตรฐานการศึกษา	กรรมการ
11. ผู้อำนวยการสำนักทะเบียนและประมวลผลการศึกษา	กรรมการ
12. ผู้อำนวยการสำนักการศึกษาทั่วไป	กรรมการ
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิสาข์ เชี่ยวสมุทร	กรรมการ
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กันยิกา ชอว์	กรรมการ
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กานต์ เชาวน์นิรัติศัย	กรรมการและเลขานุการ

ให้คณะกรรมการมีอำนาจหน้าที่ ดังนี้

(1) พัฒนาหรือปรับปรุงรายละเอียดของหลักสูตรให้สอดคล้องตามสมรรถนะที่ผู้ใช้บัณฑิตต้องการ และกฎกระทรวง ประกาศ หรือแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง

(2) พิจารณาโครงสร้างหลักสูตร เนื้อหารายวิชา และหน่วยกิตให้เป็นไปตามมาตรฐานหลักสูตรระดับอุดมศึกษา และสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้และกระบวนการจัดการเรียนการสอนที่เกี่ยวข้องของหลักสูตร

(3) จัดทำเอกสารรายละเอียดของหลักสูตรให้สอดคล้องกับประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เพื่อดำเนินการขออนุมัติหลักสูตรตามกระบวนการที่สถาบันกำหนด

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ 22 มกราคม พ.ศ. 2568

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมภพ มานะรังสรรค์)
อธิการบดี

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

รายงานการประชุมคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569
ครั้งที่ 1/2568
วันพฤหัสบดีที่ 20 มีนาคม 68 เวลา 14.00 – 16.00 น.
ณ ห้อง 4-1602 ชั้น 16 อาคาร CP ALL Academy สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

.....

<u>รายนามกรรมการที่เข้าประชุม</u>

1. รองศาสตราจารย์ ดร.จินตวีร์ เกษมศุข	ประธานกรรมการ
2. รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว	กรรมการ
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สกุลศรี ศรีสารคาม	กรรมการ
4. นายกิตติพงษ์ วีระเตชะ	กรรมการ
5. นายเสถียร วิริยะพรรณพงศา	กรรมการ
6. ผู้อำนวยการสำนักบัญชีและการเงิน	กรรมการ
7. ผู้อำนวยการสำนักสื่อสารองค์กร	กรรมการ
8. ผู้อำนวยการสำนักแนะแนวและรับสมัคร	กรรมการ
9. ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและมาตรฐานการศึกษา	กรรมการ
10. ผู้อำนวยการสำนักทะเบียนและประมวลผลการศึกษา	กรรมการ
11. ผู้อำนวยการสำนักการศึกษาทั่วไป	กรรมการ
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิสาข์ เชี่ยวสมุทร	กรรมการ
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กันยิกา ชอว์	กรรมการ
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กานต์ เชาวน์นิรัติศัย	กรรมการและเลขานุการ
15. นางสาวฤทัยรัตน์ เลิศไกร	ผู้ช่วยเลขานุกา

<u>กรรมการลาประชุม</u>

1. รองศาสตราจารย์ ดร.สมโรตม์ โกมลวนิช	ที่ปรึกษา (ติดภารกิจ)

เริ่มประชุม เวลา 14.00 น.

ประธานฯ กล่าวเปิดประชุมและประชุมตามระเบียบวาระดังต่อไปนี้

<u>ระเบียบวาระที่ 1</u> เรื่องแจ้งเพื่อทราบ

ประธานฯ กล่าวเปิดประชุมและประชุมตามระเบียบวาระดังต่อไปนี้

1.1 แผนการดำเนินการปรับปรุงหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต พ.ศ. 2569

ประธานแจ้งวัตถุประสงค์ของการประชุม เพื่อเสนอและพิจารณาร่างปรับปรุงหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์ และสาขาวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจ้นท์และสื่อดิจิทัล โดยมุ่งเน้นให้หลักสูตรมีความทันสมัย สอดคล้องกับแนวโน้มวิชาชีพ และเกณฑ์มาตรฐานคุณวุฒิการศึกษา พ.ศ. 2565

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

การปรับชื่อหลักสูตร (ใหม่)

ภาษาไทย:

นิเทศศาสตรบัณฑิต (การสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์)

นิเทศศาสตรบัณฑิต (วารสารศาสตร์คอนเวอร์เจ้นท์และสื่อดิจิทัล)

ภาษาอังกฤษ:

B.Comm. Arts (Digital Communication for Corporate and Brand)

B.Comm. Arts (Convergent Journalism and Digital Media)

เหตุผลในการปรับปรุงหลักสูตร

1. ก้าวทันเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและดิจิทัล หลักสูตรต้องบ่มเพาะบัณฑิต ที่ตอบโจทย์สถานประกอบการ
2. ปรับปรุงหลักสูตรตามรอบ หลักเกณฑ์การอนุมัติหลักสูตรและประบปรุงหลักสูตร ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ. 2551
3. สอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐาน หลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2565 (PLO)
4. ปรับปรุงผลลัพธ์การเรียนรู้ ให้สอดคล้องตามมาตรฐานคุณวุฒิการศึกษา พ.ศ. 2565 KSEC (TQF 4 ด้าน)

เป้ารับนักศึกษา 5 ปีข้างหน้า (พ.ศ. 2569 – 2573)

การสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์ จำนวน 40 คน และสาขาวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจ้นท์และสื่อดิจิทัล จำนวน 80 คน รวมเป็น 120 คน

ประมาณการ การรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษา ในระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2569 – 2573)

ระดับชั้นปี	จำนวนนักศึกษาแต่ละปีการศึกษา				
	2569	2570	2571	2572	2573
นักศึกษาชั้นปีที่ 1	120	120	120	120	120
นักศึกษาชั้นปีที่ 2	-	118	118	118	118
นักศึกษาชั้นปีที่ 3	-	-	117	117	117
นักศึกษาชั้นปีที่ 4	-	-	-	117	117
รวม	120	238	355	472	472
คาดว่าจะจบการศึกษา	-	-	-	117	117

หมายเหตุ : Drop Out ปีที่ 1 ไม่เกิน 2% ปีที่ 2 ไม่เกิน 1% ปีที่ 3-4 0% ตามมติจากสภาสถาบันวันที่ 25 ม.ค.2565

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

ประมาณการ รายได้ค่าใช้จ่าย ในระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2569 – 2573)

ประเภทรายได้	ปีการศึกษา				
	2569	2570	2571	2572	2573
ค่าเล่าเรียน*	25,440,496	27,376,897	29,748,636	30,311,136	30,311,136
รวมรายรับ	25,440,496	27,376,897	29,748,636	30,311,136	30,311,136
จำนวนนักศึกษาสะสม	384	432	446	465	465
รายรับต่อหัวนักศึกษา	66,251.30	63,372.45	66,700.98	65,185.24	65,185.24

ประเภทรายจ่าย	ปีการศึกษา				
	2569	2570	2571	2572	2573
ค่าใช้จ่าย					
ค่าใช้จ่ายการเรียนการสอน	16,154,999	15,477,263	15,383,497	15,623,813	15,583,356
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (หลักสูตร)	2,195,998	1,094,446	599,633	431,778	236,826
รวมรายจ่าย	16,154,999	15,477,263	15,383,497	15,820,183	15,820,183
จำนวนนักศึกษาสะสม	384	432	446	465	465
ค่าใช้จ่ายต่อหัวนักศึกษา	42,037	35,808	34,528	33,633	34055

อาชีพในอนาคตเมื่อสำเร็จการศึกษา

สาขาการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์ เน้นการสร้างสรรค์และสื่อสารเรื่องราวขององค์กรหรือแบรนด์ผ่านช่องทางดิจิทัลต่างๆ อาชีพที่เกี่ยวข้อง ได้แก่:

- Strategic Planner: นักวางแผนกลยุทธ์
- Creative Planner: นักวางแผนงานสร้างสรรค์
- Content Creator: นักสร้างสรรค์เนื้อหา
- Communication Designer: นักออกแบบการสื่อสาร
- Data Scientist: นักวิทยาศาสตร์ข้อมูล
- Graphic Designer: นักออกแบบกราฟิก
- นักกิจกรรมพิเศษ: (Event Specialist หรือ Project Coordinator)
- Photographer: ช่างภาพ
- Influencer: ผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์
- Account Executive: ผู้บริหารบัญชีลูกค้า
- (Reviewer/Tiktoker/Youtuber): ผู้รีวิว/ผู้สร้างสรรค์วิดีโอสั้นบน TikTok/ผู้สร้างสรรค์วิดีโอบน YouTube

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

- Media Planner: นักวางแผนสื่อ
- Digital & Content MKT: นักการตลาดดิจิทัลและเนื้อหา
- Campaigner: นักรณรงค์
- เจ้าของธุรกิจ/เจ้าของแบรนด์: ผู้ประกอบการ/เจ้าของแบรนด์
- นักโฆษณา/นักประชาสัมพันธ์: นักโฆษณา/นักประชาสัมพันธ์
- นักสื่อสารองค์กร: นักสื่อสารองค์กร
- Production: ผู้ผลิต

สาขาวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจ้นท์และสื่อดิจิทัล เน้นการทำงานในสายงานสื่อสารมวลชนที่ปรับตัวเข้ากับยุคดิจิทัล อาชีพที่เกี่ยวข้อง ได้แก่:

- ผู้สื่อข่าว/ผู้ประกาศ: นักข่าว/ผู้ประกาศข่าว
- ผู้ประกอบการสื่อ: ผู้ประกอบกิจการสื่อ
- FANDOM: (อาจหมายถึงผู้ที่สร้างสรรค์เนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งที่ตนชื่นชอบ)
- Content Creator: นักสร้างสรรค์เนื้อหา
- Graphic Designer: นักออกแบบกราฟิก
- Social Media Admin.: ผู้ดูแลสื่อสังคมออนไลน์
- Entertainment Content Creator: ผู้สร้างสรรค์เนื้อหาบันเทิง
- นักพัฒนาสื่อทุกช่องทาง: ผู้พัฒนาสื่อในทุกช่องทาง
- Streamer: ผู้ถ่ายทอดสด
- Production: ผู้ผลิต
- Social Movement: (ผู้ที่ใช้สื่อดิจิทัลในการขับเคลื่อนสังคม)
- Creative: นักสร้างสรรค์
- Photographer: ช่างภาพ
- UX/UI Specialist: ผู้เชี่ยวชาญด้านประสบการณ์ผู้ใช้/ส่วนติดต่อผู้ใช้
- SEO Specialist: ผู้เชี่ยวชาญด้านการปรับแต่งเว็บไซต์ให้ติดอันดับบน Search Engine
- (Reviewer/Tiktoker/Youtuber): ผู้รีวิว/ผู้สร้างสรรค์วิดีโอสั้นบน TikTok/ผู้สร้างสรรค์วิดีโอบน YouTube

ร้อยละการได้งานทำ 5 ปีย้อนหลัง (พ.ศ. 2559 – 2563)

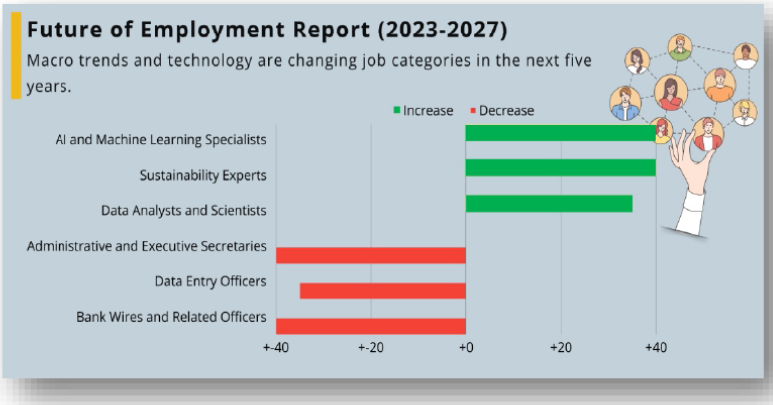
ร้อยละการได้งานทำของนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตคิดเป็น 90.9% โดยแยกตามสาขาดังนี้

- สาขาการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์ นักศึกษาได้งานทำคิดเป็น 94.4%
- สาขาวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจ้นท์และสื่อดิจิทัล นักศึกษาได้งานทำคิดเป็น 83.3%

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

จากผลสำรวจภาวะการมีงานทำหรือประกอบอาชีพภายใน 1 ปี รายได้เฉลี่ยผู้สำเร็จการศึกษา 21,271 บาท/เดือน

แนวโน้มงานในสายนิเทศศาสตร์



ที่มา : Future of Employees Report : World Economic Forum (2023)

1.2 แนะนำคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรฯ

ประธานกล่าวว่า การแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต พ.ศ. 2569 มีกรรมการจากภายนอกจำนวน 5 ท่าน ได้แก่

1. รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว กรรมการ
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สกุลศรี ศรีสารคาม กรรมการ
3. นายกิตติพงษ์ วีระเตชะ กรรมการ
4. นายเสถียร วิริยะพรรณพงศา กรรมการ

<u>มติที่ประชุม</u> ที่ประชุมรับทราบ

1.3 แนะนำการเรียนการสอนของคณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
การสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับบัณฑิต

ผู้ตอบแบบสอบถามรวม 207 คน แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. นักวิชาการ/อาจารย์ 26 คน
2. นักวิชาชีพ 48 คน
3. ศิษย์เก่า 92 คน
4. นักเรียน/นักศึกษา 41 คน

ด้านความรู้ (Knowledge)

- นักวิชาการ/อาจารย์: ให้คะแนนความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสาขา (5.00), ความรอบรู้ข่าวสารและประเด็นสังคม (4.80), และความรู้รอบด้านเกี่ยวกับสื่อดิจิทัล (4.65) ในระดับสูง

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

- นักวิชาชีพ: ให้คะแนนความรู้รอบด้านเกี่ยวกับสื่อดิจิทัล (4.81), ความรู้ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค (4.73), และความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสาขา (4.71) ในระดับสูง

- ศิษย์เก่า: ให้คะแนนความรู้รอบด้านเกี่ยวกับสื่อดิจิทัล (4.27), ความรอบรู้ด้านเทคโนโลยีและสื่อสาร (4.26), และความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสาขา (4.13) ในระดับค่อนข้างสูง

- นักเรียน/นักศึกษา: ให้คะแนนความรู้รอบด้านเกี่ยวกับสื่อดิจิทัล (3.71), ความรู้รอบรู้ด้านเทคโนโลยีและสื่อสาร (3.59), และความรู้เกี่ยวกับสื่อ (3.51) ในระดับปานกลาง

ด้านทักษะ (Skills)

- นักวิชาการ/อาจารย์: ให้คะแนนทักษะการเล่าเรื่อง (4.85), ทักษะการผลิตและสร้างสรรค์เนื้อหา (4.81), และทักษะการเขียน (4.80) ในระดับสูง

- นักวิชาชีพ: ให้คะแนนทักษะการนำเสนอ (4.83), ทักษะการเล่าเรื่อง (4.82), และทักษะการผลิตและสร้างสรรค์เนื้อหา (4.80) ในระดับสูง

- ศิษย์เก่า: ให้คะแนนทักษะการนำเสนอ (4.27), ทักษะการเล่าเรื่อง (4.23), และทักษะการผลิต/ตัดต่อ/ออกแบบ (4.22) ในระดับค่อนข้างสูง

- นักเรียน/นักศึกษา: ให้คะแนนทักษะการเล่าเรื่อง (3.51), ทักษะการผลิต/ตัดต่อ/ออกแบบ (3.51), และทักษะการนำเสนอ (3.51) ในระดับปานกลาง

ด้านทัศนคติ (Attitude)

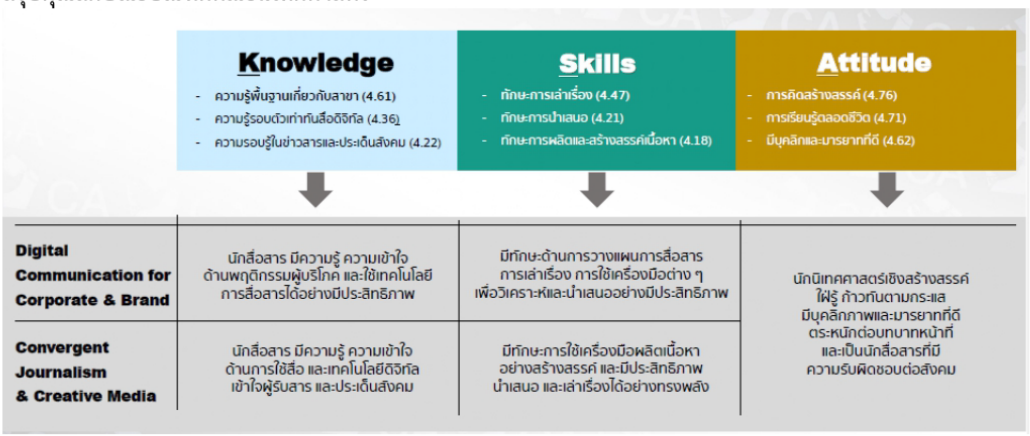
- นักวิชาการ/อาจารย์: ให้คะแนนความคิดวิเคราะห์อย่างเป็นเหตุเป็นผล (4.95), มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (4.80), และมีความคิดสร้างสรรค์ (4.80) ในระดับสูง

- นักวิชาชีพ: ให้คะแนนใฝ่รู้ ก้าวทันเทคโนโลยี (4.83), มีความคล่องแคล่วทางอารมณ์ (4.81), และมีความคิดสร้างสรรค์ (4.81) ในระดับสูง

- ศิษย์เก่า: ให้คะแนนมีความอดทนในการทำงาน (4.58), มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (4.55), และมีบุคลิกภาพและมารยาทที่ดี (4.50) ในระดับสูง

- นักเรียน/นักศึกษา: ให้คะแนนมีความคิดสร้างสรรค์ (4.34), มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (4.22), และมีบุคลิกภาพและมารยาทที่ดี (4.20) ในระดับค่อนข้างสูง

สรุปคุณลักษณะบัณฑิตคณะนิเทศศาสตร์



ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

การเปลี่ยนชื่อสาขา

- ความคิดเห็นในภาพรวมของสาขาการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์ แนะนำชื่อดังนี้ Brand Communication, Creative Brand Communication, Brand & Communication Design, การสื่อสารสร้างสรรค์, นวัตกรรมการออกแบบแบรนด์ ควรปรับชื่อให้สื่อสารง่ายและทันสมัย เช่น “การสื่อสารสร้างสรรค์”, “Digital Communication”

- ความคิดเห็นในภาพรวมของสาขาวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจ้นท์และสื่อดิจิทัล ชื่อดีอยู่แล้ว แต่มีความยาวเกินไป และ Keyword ในการค้นหาส่วนใหญ่จะใช้คำว่า “วารสารศาสตร์” หรือ “สื่อดิจิทัล”

แนวทางการพัฒนาหลักสูตร 2569

Special Track Course 3 กลุ่มวิชา ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน และแนวโน้มงานในสายนิเทศศาสตร์ โดยความร่วมมือกับสถานประกอบการพันธมิตรแนวทางการพัฒนาหลักสูตร 2569 Special Track Course (กลุ่มวิชาเอกเลือก และกลุ่มวิชาเลือกเสรี) โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. Media & Entertainment (สื่อและการบันเทิง)

มีรายชื่อบริษัทหรือแพลตฟอร์มที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ PPTv / Workpoint / ไทยรัฐ (Thairath) และ (ONE31) ซึ่งบ่งชี้ถึงโอกาสในการเรียนรู้หรือความร่วมมือกับองค์กรเหล่านี้

2. AI & Data Communication (การสื่อสารด้วย AI และข้อมูล)

มีรายชื่อบริษัทหรือแพลตฟอร์มที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ Wisesight / Tellscore / True / Krungsri ซึ่งบ่งชี้ถึงโอกาสในการเรียนรู้หรือความร่วมมือกับองค์กรเหล่านี้ในด้าน AI และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการสื่อสาร

3. Agency & Entrepreneur (เอเจนซีและผู้ประกอบการ)

มีรายชื่อบริษัทหรือแพลตฟอร์มที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ Dentsu / Innity / Hubvisor / Rabbit Start ซึ่งบ่งชี้ถึงโอกาสในการเรียนรู้หรือความร่วมมือกับเอเจนซีชั้นนำและสตาร์ทอัพ

นักศึกษาสามารถเลือกเรียนได้ โดยแต่ละกลุ่มเน้นความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในแต่ละสาขา

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

- สาขาการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์
  - ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิสาข์ เชี่ยวสมุทร
  - ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กานต์ เชาวน์นิรัติศัย
  - ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กัญญ์ณณัฐ อนุรักติพันธุ์
- สาขาวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจ้นท์และสื่อดิจิทัล
  - อาจารย์ต่อสกุล ถิระพัฒน์
  - อาจารย์ภัคภาคิน หาญจริง
  - อาจารย์ภัทราวดี ธีเลอร์

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569)

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569) มุ่งเน้นให้บัณฑิตในแต่ละสาขาวิชาเอกมีผลลัพธ์การเรียนรู้ที่สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของสาขานั้นๆ โดยเน้นทั้งความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่จำเป็นสำหรับการประกอบวิชาชีพในยุคปัจจุบัน นอกจากนี้ กลุ่มวิชาเลือกเสรี (GE) ยังสนับสนุน

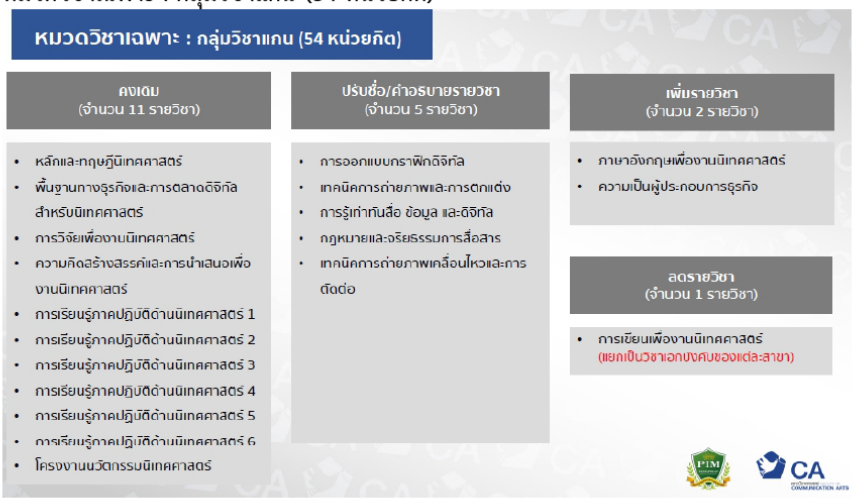
ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

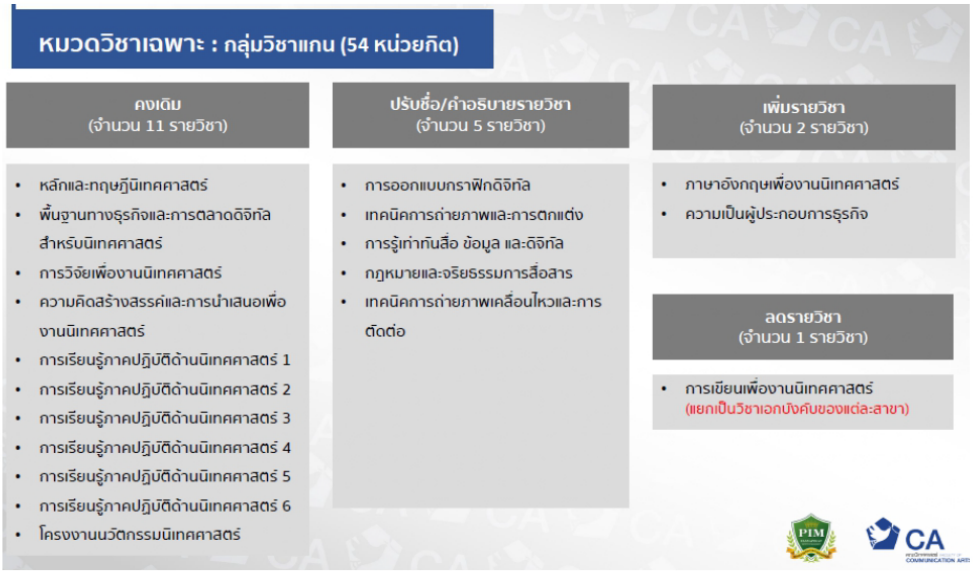
การพัฒนาทักษะพื้นฐานที่สำคัญและจำเป็นสำหรับทุกสาขา เช่น การคิดวิเคราะห์ การสื่อสาร การใช้เทคโนโลยี และการเข้าใจแนวคิดทางธุรกิจ

โครงสร้างหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569 รวมจำนวนหน่วยกิต ตลอดหลักสูตร 132 หน่วยกิต แบ่งเป็น

1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต
2. หมวดวิชาเฉพาะ 93 หน่วยกิต
3. หมวดวิชาเลือกเสรี: 9 หน่วยกิต

หมวดวิชาเฉพาะ : กลุ่มวิชาแกน (54 หน่วยกิต)





<u>มติที่ประชุม</u> ที่ประชุมรับทราบ

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

<u>ระเบียบวาระที่ 2</u> **เรื่องรับรองรายงานการประชุม**

- ไม่มี -

<u>ระเบียบวาระที่ 3</u> **เรื่องสืบเนื่อง**

- ไม่มี -

<u>ระเบียบวาระที่ 4</u> **เรื่องพิจารณา**

4.1 หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต ฉบับปรับปรุง พ.ศ.2569

ที่ประชุมพิจารณาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2569 จากที่ประธานได้นำเสนอแผนการปรับปรุงหลักสูตร

<u>มติที่ประชุม</u> คณะกรรมการมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

นายกิตติพงษ์ วีระเตชะ กล่าวว่าเสนอให้พิจารณาคำว่า "ดิจิทัล" ในชื่อหลักสูตร เนื่องจากปัจจุบันดิจิทัลได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสารโดยรวม ไม่ได้ถูกแยกเป็นสื่อประเภทหนึ่งอีกต่อไป ควรเน้นที่ “เทคโนโลยี” ซึ่งเป็นตัวขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอย่างแท้จริง และทำให้นิเทศศาสตร์เข้าใจพลวัตของการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการออกแบบการสื่อสาร (Communication Design)

AI (Artificial Intelligence) เป็นเพียงวิชาเลือกเฉพาะ เนื่องจากในปัจจุบัน AI (Artificial Intelligence) ไม่ใช่ทางเลือกแต่เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในภาคเอกชน โดยการนำ AI (Artificial Intelligence) มาใช้ในการสร้างสรรค์งาน Artwork, Copywriting, การจัดการ Brand Message และแม้กระทั่งการวางแผนกลยุทธ์องค์กร ควรพิจารณาให้ AI (Artificial Intelligence) เป็นวิชาบังคับและมีเนื้อหาที่ลงลึกและสอดคล้องกับการใช้งานจริง

การสื่อสารเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Communication) เห็นว่าเป็นเรื่องสำคัญมากที่ยังไม่ปรากฏชัดเจนในโครงสร้างหลักสูตร องค์กรต่างๆ เริ่มให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มากขึ้น ควรผนวกเนื้อหาเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อสิ่งแวดล้อม การพัฒนาอย่างยั่งยืน การสื่อสารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต จริยธรรมสื่อและความรับผิดชอบต่อสังคม และการผลิตสื่อเพื่อความยั่งยืน ซึ่งเป็นสิ่งที่ภาคอุตสาหกรรมให้ความสำคัญและมีเทคโนโลยีรองรับ

ประธาน กล่าวรับทราบข้อเสนอแนะและจะนำไปหารืออีกครั้ง โดยยอมรับว่าคำว่า “ดิจิทัล” เป็นคำที่นักเรียนคุ้นเคยและดึงดูดความสนใจ แต่จะพิจารณาให้สอดคล้องกับมุมมองจากภาคอุตสาหกรรม AI (Artificial Intelligence) และความยั่งยืน ซึ่งเนื้อหาเกี่ยวกับ AI (Artificial Intelligence) และความยั่งยืนมีอยู่ในวิชาเอกบังคับของทั้งสองสาขาวิชาเอก รวมถึงในรายวิชาอื่นๆ เช่น การวิเคราะห์การตลาด การศึกษาผู้บริโภคเชิงลึก (Consumer Insight) และการสื่อสารการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) สำหรับความยั่งยืน มีวิชาที่เพิ่มขึ้นมาโดยเฉพาะ และมีการปรับปรุงชื่อและคำอธิบายรายวิชาให้สอดคล้องกับแนวโน้มปัจจุบัน นอกจากนี้การสื่อสารในภาวะวิกฤตและภาพลักษณ์ยังคงเป็นวิชาสำคัญในหลักสูตร รับทราบข้อเสนอแนะอื่น ๆ และจะนำไปพิจารณาปรับปรุงคำอธิบายรายวิชาและเนื้อหาหลักสูตรต่อไป

รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว กล่าวว่า มองจาก PLO เป็นกรอบบังคับ และต้องการให้วิชาแกนโยงเข้ากับ PLO อย่างแท้จริง เพื่อให้มั่นใจว่าบัณฑิตทุกคนมีพื้นฐานที่แข็งแกร่ง (ความรู้ การนำเสนอ การใช้เครื่องมือ) เสนอให้กางวิชาเอกเลือกออกมาเพื่อดูว่าตอบสนองต่อ PLO ที่กำหนดไว้อย่างไร เห็นด้วยกับประเด็นเรื่อง "ดิจิทัล" ที่เปลี่ยนไปแล้ว ควรเน้น "เทคโนโลยี" หรือคำที่สื่อถึงประสบการณ์โดยรวม เสนอให้ AI

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

และเทคโนโลยีอื่นๆ ถูกสอดแทรกในหลายวิชา แนะนำว่าไม่จำเป็นต้องมีวิชาเลือกเยอะ ควรเน้นคุณภาพของวิชาที่ตอบสนองต่อ PLO เสนอให้ปรับแกนหลักให้แน่นขึ้น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สกุลศรี ศรีสารคาม กล่าวว่า เนื้อหาบางส่วนเบาลงและความหนักแน่นในรายละเอียดลดลง บางวิชาถูกรวบรวมทำให้ DNA ของสาขา Digital Communication for Corporate & Brand (CB) และ Convergent Journalism & Creative Media (CJ) ไม่ชัดเจนในระดับ Outcome (PLO) มองว่า PLO บางข้อเป็นพื้นฐานที่ปี 2 ก็ทำได้ ทำให้ไม่เห็นการไต่ระดับ PLO ที่สูงขึ้น ชี้ว่า PLO ที่เกี่ยวกับการวางแผนและการปรับตัว (PLO 4) ยังไม่ชัดเจนในด้านทักษะที่ผู้เรียนจะได้รับPLO ที่เน้นการรู้ทันเหตุการณ์และคุณค่าข่าว (PLO 5) ไม่สะท้อนถึงความสามารถในการสื่อสารที่ทรงพลังตามที่ระบุไว้ในตอนแรก กังวลว่า PLO ที่จะแสดงให้เห็นถึงผลกระทบของบัณฑิตต่อสังคมหรืองานที่ทำยังไม่ชัดเจน

การเปลี่ยนชื่อสาขาเสนอให้พิจารณาการใช้คำว่า “เทคโนโลยี” มากกว่า “ดิจิทัล” ในชื่อหลักสูตร เพื่อให้สื่อถึงนวัตกรรมและความเปลี่ยนแปลง

วิชา AI (Artificial Intelligence) เป็นเพียงวิชาเลือกเฉพาะ ควรเป็นวิชาหลักที่เน้นการใช้งานจริง เสนอให้วิชาเลือกมีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น เพื่อให้เห็นภาพลักษณ์ของบัณฑิตที่ชัดเจน เช่น เน้นด้านข้อมูล เสนอให้วิชา Event Management เป็นวิชาบังคับ เนื่องจากมีความสำคัญในยุคปัจจุบัน เสนอให้วิชาเลือกที่เกี่ยวกับ Digital Media และ Entertainment มีความเฉพาะทางมากขึ้น เช่น Food & Beverage หรือ Fashion ขอชื่นชมวิชาที่เกี่ยวกับ Data แต่เสนอให้เชื่อมโยงให้เห็นภาพการนำไปใช้จริง

ในการควบรวมวิชาที่ต้องใช้ทักษะสูง เช่น ภาพข่าว กราฟิก และแอนิเมชั่น ในระยะเวลา 10 สัปดาห์ อาจทำให้นักศึกษามีเวลาฝึกฝนไม่เพียงพอ เสนอให้ยุบรวมวิชารายงานข่าววิทยุ โทรทัศน์ และออนไลน์ เป็น “รายงานข่าวและพิธีกรข่าว” โดยไม่ระบุแพลตฟอร์ม การเน้น (Guest Speakers) ซึ่งจะช่วยให้เห็นภาพลักษณ์

ประธาน กล่าวว่าเล่มหลักสูตรยังไม่เรียบร้อย เนื่องจากกำหนดส่ง สำนักส่งเสริมวิชาการและมาตรฐานการศึกษา และจะส่งให้กรรมการพิจารณาคำอธิบายรายวิชาอีกครั้งหลังวันที่ 3 เมษายน 2568 ยืนยันว่าหลายวิชาที่ปรับปรุงใหม่มีการปรับคำอธิบายรายวิชาเรียบร้อยแล้ว

นายเสถียร วิริยะพรรณพงศา กล่าวว่า เห็นพัฒนาการของหลักสูตร แต่เสนอให้ปรับแกนหลักให้แน่นขึ้น โดยอาจรวบรวมวิชาที่ซ้ำซ้อน ยกตัวอย่างคำว่า “กระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์” ที่ดูไม่ทันสมัยในยุคที่การทำรายการทีวี ให้ออนไลน์บน TikTok ไปด้วย เสนอให้มองการผลิตสื่อ (Content Creator, Media Designer) แทนที่จะแบ่งย่อยตามแพลตฟอร์ม ชี้ว่าโลกสื่อปัจจุบันมีความคล่องตัวสูง สำนักข่าวก็ทำอย่างอื่นที่ไม่ใช่แค่ข่าว เสนอให้คณะออกแบบให้เห็นภาพรวมของอุตสาหกรรมสื่อที่เชื่อมโยงกัน ชี้ว่าเด็กที่สมัครเรียนไม่ได้มาจากนิเทศศาสตร์อย่างเดียว ควรเสริมทักษะด้าน Algorithm, Data, การวิเคราะห์มองว่าจุดแข็งของเด็กนิเทศศาสตร์ คือ เวลาเรียนรู้เรื่องการทำสื่อที่เยอะกว่า ควรเสริมทักษะด้านเทคโนโลยี (AI, Data) และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง (PDPA, ลิขสิทธิ์) เสนอให้เน้นการใช้เครื่องมือเทคโนโลยีในการสื่อสารมากกว่าการเรียนรู้แพทเทิร์นของแต่ละสื่อ เสนอให้ใส่เรื่อง Business Model ในหลักสูตร เพื่อให้เด็กเข้าใจการหารายได้จากสื่อ

ผู้อำนวยการสำนักแนะแนว กล่าวว่าตลาดนักเรียนไม่ได้อยู่แค่ในเมือง คำว่า “ดิจิทัล” เป็นคำที่เด็กและผู้ปกครองต่างจังหวัดเข้าใจง่ายและใช้ในการค้นหา คำว่า “นวัตกรรม” และ “เทคโนโลยี” อาจจะเข้าใจยากสำหรับเด็กและผู้ปกครองในต่างจังหวัดเสนอให้ใช้ชื่อสาขาที่เข้าใจง่ายและสื่อถึงความสำเร็จ

ประธาน กล่าวว่า ความสำเร็จของศิษย์เก่าในการทำงานจริงผ่านวิดีโอแนะนำหลักสูตรยกตัวอย่างความสำเร็จของนักศึกษา สาขาการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์ ที่ไปฝึกงานและสร้างยอดขายให้กับ SB

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

Furniture ผ่านการไลฟ์สดชี้ให้เห็นว่ายอดรับนักศึกษาปี 68 เพิ่มขึ้นมาก อาจต้องพิจารณาเรื่องทรัพยากรในการจัดการเรียนการสอน

<u>ระเบียบวาระที่ 5</u> เรื่องอื่นๆ

- ไม่มี -

เลิกประชุมเวลา 16.00 น.

นางสาวฤทัยรัตน์ เลิศไกร ผู้บันทึกการประชุม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์กานต์ เชาวน์นิรัติศัย ผู้ตรวจรายงานการประชุม

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

คำสั่งสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
ที่ 222/2566
เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการวิชาการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ตามที่สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ มีคำสั่งที่ 141/2565 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการวิชาการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ไปแล้วนั้น เพื่อให้เป็นไปตามระเบียบสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยระบบและกลไกในการพัฒนาและบริหารหลักสูตร พ.ศ. 2566 หมวด 1 อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 35 แห่งพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ. 2546 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550 จึงยกเลิกคำสั่งที่ 141/2565 และแต่งตั้งคณะกรรมการวิชาการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ตามมติสภาสถาบันในคราวประชุม ครั้งที่ 5/2566 เมื่อวันอังคารที่ 26 กันยายน 2566 ดังรายนามต่อไปนี้

1. อธิการบดี	ประธานกรรมการ
2. รองอธิการบดีอาวุโส สายวิชาการ	รองประธานกรรมการ
3. รองอธิการบดี ส่วนวิชาการและวิจัย	กรรมการ
4. รองอธิการบดี ส่วนพัฒนาการศึกษา	กรรมการ
5. ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ	กรรมการ
6. ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.พีระศักดิ์ ศรีนิเวศน์ ราชบัณฑิต	กรรมการ
7. ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.วิจิตร ศรีสุพรรณ	กรรมการ
8. ศาสตราจารย์พิเศษ ดร.ประพิณ มโนมัยวิบูลย์ ราชบัณฑิต	กรรมการ
9. ศาสตราจารย์ ดร.กมลชนก สุทธิวาทนฤพุฒิ	กรรมการ
10. ศาสตราจารย์ ดร.พฤทธิ์ ศิริบรรณพิทักษ์	กรรมการ
11. ศาสตราจารย์ ดร.วิบูลย์ แสงวีระพันธุ์ศิริ	กรรมการ
12. รองศาสตราจารย์ ดร.ครรชิต มาลัยวงศ์ ราชบัณฑิต	กรรมการ
13. รองศาสตราจารย์ ดร.เชาว์ โรจนแสง	กรรมการ
14. รองศาสตราจารย์ ดร.ศรีเพ็ญ ศุภพิทยากุล	กรรมการ
15. นายปราโมทย์ มนูพิบูลย์	กรรมการ
16. คณบดี	กรรมการ
17. ผู้อำนวยการสำนักการศึกษาทั่วไป	กรรมการ
18. ผู้อำนวยการสำนักทะเบียนและประมวลผลการศึกษา	กรรมการ
19. ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและมาตรฐานการศึกษา	กรรมการและเลขานุการ
20. ผู้ได้รับมอบหมาย สำนักส่งเสริมวิชาการและมาตรฐานการศึกษา	ผู้ช่วยเลขานุการ

<u>ให้คณะกรรมการมีอำนาจและหน้าที่</u> ดังนี้

(1) เสนอแนะความเห็นในการกำหนดนโยบายด้านวิชาการ หลักสูตรการเรียนการสอนและกระบวนการวัดผลและประเมินผลการศึกษา และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการจัดการศึกษาของสถาบัน และตามที่คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษากำหนด

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

(2) พิจารณากลั่นกรองและให้ความเห็นชอบหลักสูตรต่าง ๆ ก่อนเสนอสภาสถาบันพิจารณาอนุมัติ
(3) ส่งเสริม ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานการจัดการศึกษาของหลักสูตรของสถาบัน
(4) ให้ความเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านวิชาการต่อสภาสถาบัน
(5) ปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่สภาสถาบันหรืออธิการบดีมอบหมาย หรือตามที่ข้อบังคับหรือระเบียบกำหนด

ให้คณะกรรมการวิชาการ มีวาระการดำรงตำแหน่ง 3 ปี ตั้งแต่วันที่ 26 กันยายน พ.ศ. 2566 ถึง วันที่ 25 กันยายน พ.ศ. 2569 ทั้งนี้ ในกรณีที่จำเป็นสามารถแต่งตั้งคณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยการเสนอชื่อผ่านคณะกรรมการบริหารงานวิชาการพิจารณาเป็นครั้งคราวและเสนออธิการบดีเป็นผู้แต่งตั้ง

สั่ง ณ วันที่ 12 ตุลาคม พ.ศ. 2566

(ศาสตราจารย์พิเศษ ดร.นายแพทย์กระแส ชนะวงศ์)
นายกสภาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ใช้ภายใน PIM เท่านั้น

คำสั่งสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
ที่ 029 /2567
เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการวิชาการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ด้านเภสัชศาสตร์ (เพิ่มเติม)

ด้วย สภาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ได้มีมติอนุมัติแต่งตั้งคณะกรรมการวิชาการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ด้านเภสัชศาสตร์ (เพิ่มเติม) ในการประชุมสภาสถาบัน ครั้งที่ 1/2567 เมื่อวันพฤหัสบดีที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567 มีมติอนุมัติให้ ศาสตราจารย์ ดร.เภสัชกรหญิงวิจิตรา ทัศนียกุล ผู้มีความเชี่ยวชาญด้านเภสัชศาสตร์ เป็นคณะกรรมการวิชาการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 35 แห่งพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ. 2546 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550 และระเบียบสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยระบบและกลไกในการพัฒนาและบริหารหลักสูตร พ.ศ. 2566 จึงแต่งตั้งให้ ศาสตราจารย์ ดร.เภสัชกรหญิง วิจิตรา ทัศนียกุล เป็นคณะกรรมการวิชาการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ โดยมีวาระการดำรงตำแหน่งตั้งแต่ วันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2567 ถึง วันที่ 25 กันยายน พ.ศ. 2569

สั่ง ณ วันที่ 15 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567

(ศาสตราจารย์พิเศษ ดร.นายแพทย์กระแส ชนะวงศ์)
นายกสภาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์