



หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569

หลักสูตรปริญญาตรีทางวิชาการ

คณะนิเทศศาสตร์
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา
คณะ/ วิทยาลัย

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
นิเทศศาสตร์

ส่วนที่ 1 ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

1. รหัสและชื่อหลักสูตร

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

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 วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนต์และสื่อดิจิทัล

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

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 เห็นชอบให้นำเสนอหลักสูตรต่อสภาสถาบันในการประชุมครั้งที่ 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
- (5) การสื่อสารการตลาดดิจิทัล / นักวิเคราะห์ข้อมูล
- (6) นักสร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creator) ทุกช่องทางสื่อ
- (7) นักพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ ผู้ผลิตเนื้อหา (เบื้องหน้า-เบื้องหลัง)
- (8) ผู้สื่อข่าว-สื่อสารมวลชนทุกแพลตฟอร์ม
- (9) นักสร้างสรรค์และบริหารจัดการเนื้อหาบนสื่อดิจิทัล (บริหารจัดการเนื้อหา สร้างคอนเทนต์การตลาดดิจิทัล บริหารจัดการชุมชนออนไลน์)
- (10) ผู้ประกอบการด้านสื่อ

อาชีพในอนาคตเมื่อสำเร็จการศึกษา

การสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์

- Communication Designer
- Digital & Content MKT
- Campaigner
- Creative
- Production
- Content Creator
- Graphic Designer
- Account Executive
- Strategic Planner
- นักสร้างแบรนด์ / นักสื่อสารองค์กร
- นักโฆษณา / นักประชาสัมพันธ์
- Reviewer/Tiktokker/YouTuber
- เจ้าของธุรกิจ/เจ้าของแบรนด์
- Data Scientist
- นักจัดกิจกรรมพิเศษ
- Photographer
- Media Planner

วารสารศาสตร์คอมพิวเตอร์และสื่อดิจิทัล

- Content Creator
- Streamer
- FANDOM
- Creative
- Graphic Designer
- UX/UI Implementer
- SEO Implementer
- Entertainment Content Creator
- ผู้สื่อข่าว/ผู้ประกาศ
- นักพัฒนาสื่อทุกช่องทาง
- Social Movement
- ผู้ประกอบการสื่อ
- Production
- Social Media Admin.
- Photographer



ส่วนที่ 2 ปรัชญา วัตถุประสงค์ และผลลัพธ์การเรียนรู้

1. ปรัชญาของหลักสูตร

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

2. วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต ได้กำหนดวัตถุประสงค์ของหลักสูตรเพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณลักษณะ ดังนี้

- 1) มีความรู้รอบ สามารถคิดวิเคราะห์ และวางแผนงานนิเทศศาสตร์ได้อย่างสร้างสรรค์ โดยยึดหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ
- 2) มีทักษะที่หลากหลาย (Multi-skilled, Multi-platforms, Multi-contents) และเลือกใช้ได้อย่างเหมาะสมสำหรับการสื่อสารและการพัฒนาองค์กร
- 3) มีความพร้อมเข้าสู่ตลาดแรงงานอย่างมีคุณภาพ พร้อมด้วยทัศนคติเชิงบวก มีภาวะผู้นำและทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต

3. ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs)

หลักสูตรได้มีการกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย และสำรวจความต้องการ เพื่อให้ได้ข้อมูลในการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร สรุปได้ดังนี้

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	วิธีการสำรวจความต้องการ	จำนวนที่เก็บ
นักวิชาการ	การสัมภาษณ์เชิงลึก	48
อาจารย์	การสัมภาษณ์เชิงลึก	10
นักวิชาชีพ	การสัมภาษณ์เชิงลึก	48
ศิษย์เก่า	แบบสอบถาม	92
นักเรียน/นักศึกษา	แบบสอบถาม	41
สรุป	N = 239	

เมื่อได้ความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด หลักสูตรจึงสรุปและเขียน PLOs ของทั้งสองสาขาวิชาเอกออกมาได้ดังตารางต่อไปนี้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) วิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและ แบรนด์	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 ผลิตงานด้านนิเทศศาสตร์โดย ประยุกต์องค์ความรู้และทักษะด้าน การสื่อสารบนพื้นฐานจริยธรรมวิชาชีพ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
PLO2 เลือกใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารและ เทคโนโลยีดิจิทัล ที่สอดคล้องกับ บริบทของการสื่อสาร			✓	✓	✓		✓	✓
PLO3 นำเสนองานด้านนิเทศศาสตร์ผ่านช่อง ทางการสื่อสารที่หลากหลาย	✓	✓	✓	✓			✓	
PLO4 วางแผนและออกแบบการสื่อสารผ่าน การวิเคราะห์ผู้รับสารเพื่อตอบโจทย์ กลยุทธ์ขององค์กร				✓	✓	✓	✓	✓
PLO5 แสดงออกถึงความสามารถในการ ปรับตัวและจัดการการสื่อสารภายใต้ บริบทที่เปลี่ยนแปลง				✓	✓	✓	✓	✓

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนต์และ สื่อดิจิทัล	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 ผลิตงานด้านนิเทศศาสตร์โดย ประยุกต์องค์ความรู้และทักษะด้าน การสื่อสารบนพื้นฐานจริยธรรมวิชาชีพ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
PLO2 เลือกใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารและ เทคโนโลยีดิจิทัล ที่สอดคล้องกับ บริบทของการสื่อสาร			✓	✓	✓		✓	✓
PLO3 นำเสนองานด้านนิเทศศาสตร์ผ่านช่อง ทางการสื่อสารที่หลากหลาย	✓	✓	✓	✓			✓	
PLO4 ใช้ทักษะรอบด้านเพื่อผลิตและเผยแพร่ เนื้อหาหลากหลายรูปแบบผ่านช่อง ทางการสื่อสารที่เหมาะสม				✓	✓	✓	✓	
PLO5 เป็นผู้ที่มีความไวต่อคุณค่าข่าว และใช้ สื่อเพื่อขับเคลื่อนสังคม				✓	✓	✓	✓	✓

หมายเหตุ : ระบุสัญลักษณ์ ✓ ใน Domain of Learning ที่สอดคล้องกับ PLOs ของหลักสูตร

R = Remembering

U = Understanding

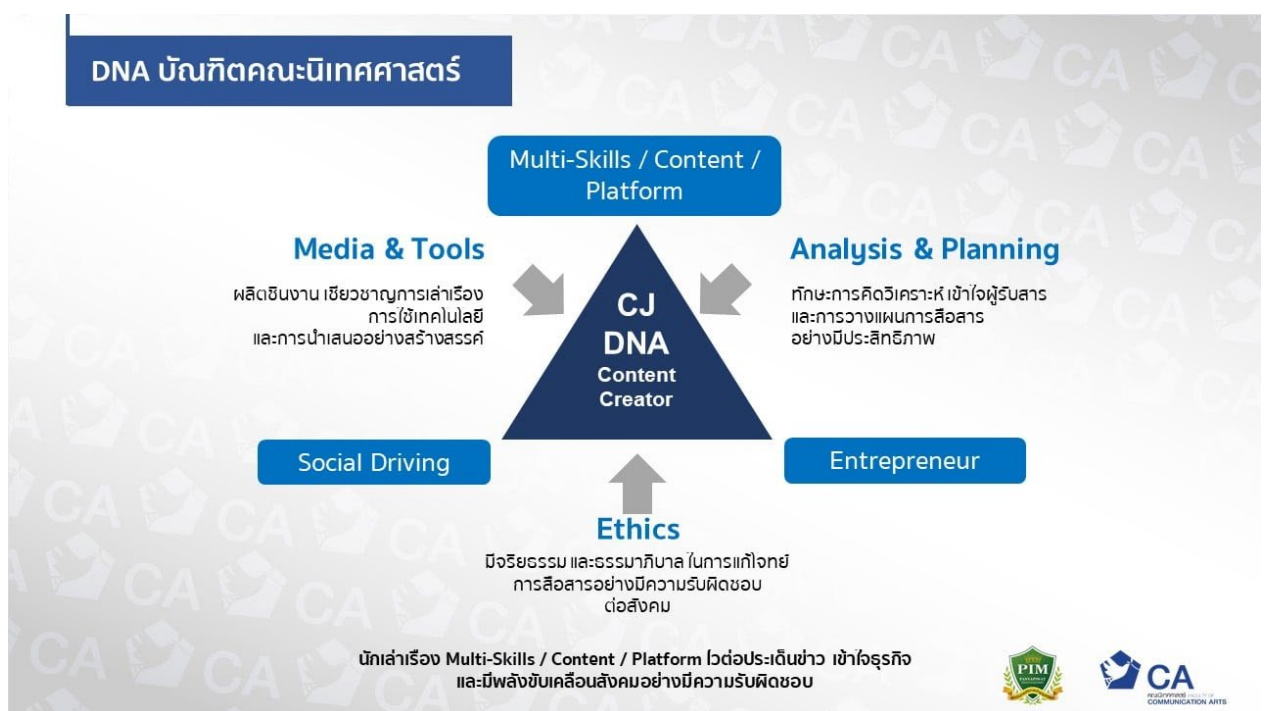
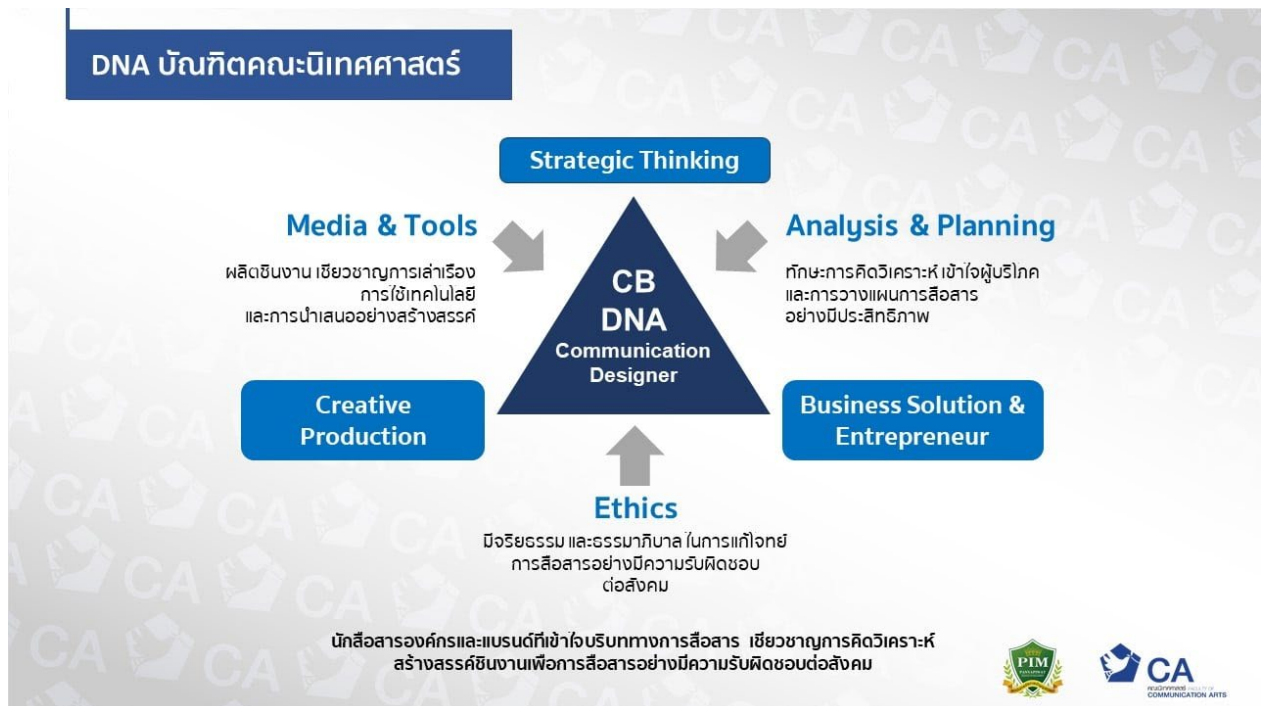
Ap = Applying

An = Analyzing

E = Evaluating

C = Creating

ดังนั้น หลักสูตรจึงสามารถสกัด DNA ของทั้งสองวิชาเอกรออกมาได้ดังนี้



ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) กับมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) วิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์		มาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565			
		ด้าน ความรู้	ด้าน ทักษะ	ด้าน จริยธรรม	ด้านลักษณะ บุคคล
PLO1	ผลิตงานด้านนิเทศศาสตร์โดยประยุกต์องค์ความรู้และทักษะด้านการสื่อสารบนพื้นฐานจริยธรรมวิชาชีพ	✓	✓	✓	
PLO2	เลือกใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารและเทคโนโลยีดิจิทัลที่สอดคล้องกับบริบทของการสื่อสาร	✓	✓		✓
PLO3	นำเสนองานด้านนิเทศศาสตร์ผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย	✓	✓		
PLO4	วางแผนและออกแบบการสื่อสารผ่านการวิเคราะห์ผู้รับสารเพื่อตอบโจทย์กลยุทธ์ขององค์กร	✓	✓		✓
PLO5	แสดงออกถึงความสามารถในการปรับตัวและจัดการการสื่อสารภายใต้บริบทที่เปลี่ยนแปลง	✓	✓		✓

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนต์และสื่อดิจิทัล		มาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565			
		ด้าน ความรู้	ด้าน ทักษะ	ด้าน จริยธรรม	ด้านลักษณะ บุคคล
PLO1	ผลิตงานด้านนิเทศศาสตร์โดยประยุกต์องค์ความรู้และทักษะด้านการสื่อสารบนพื้นฐานจริยธรรมวิชาชีพ	✓	✓	✓	
PLO2	เลือกใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารและเทคโนโลยีดิจิทัลที่สอดคล้องกับบริบทของการสื่อสาร	✓	✓		✓
PLO3	นำเสนองานด้านนิเทศศาสตร์ผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย	✓	✓		
PLO4	ใช้ทักษะรอบด้านเพื่อผลิตและเผยแพร่เนื้อหาหลากหลายรูปแบบผ่านช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม	✓	✓		
PLO5	เป็นผู้ที่มีความไวต่อคุณค่าข่าว และใช้สื่อเพื่อขับเคลื่อนสังคม	✓	✓	✓	✓

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ของหลักสูตร และผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)
 วิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)				
	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
1. มีความรู้รอบ สามารถคิดวิเคราะห์ และวางแผนงานนิเทศศาสตร์ได้อย่างสร้างสรรค์ โดยยึดหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ	√	√	√	√	√
2. มีทักษะที่หลากหลาย (Multi-skilled, Multi-platforms, Multi-contents) และเลือกใช้ได้อย่างเหมาะสมสำหรับการสื่อสารและการพัฒนาองค์กร	√	√	√	√	
3. มีความพร้อมเข้าสู่ตลาดแรงงานอย่างมีคุณภาพ พร้อมด้วยทัศนคติเชิงบวก มีภาวะผู้นำและทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต					√

วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนต์และสื่อดิจิทัล

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร	ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)				
	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
1. มีความรู้รอบ สามารถคิดวิเคราะห์ และวางแผนงานนิเทศศาสตร์ได้อย่างสร้างสรรค์ โดยยึดหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ	√	√	√	√	√
2. มีทักษะที่หลากหลาย (Multi-skilled, Multi-platforms, Multi-contents) และเลือกใช้ได้อย่างเหมาะสมสำหรับการสื่อสารและการพัฒนาองค์กร	√	√	√	√	
3. มีความพร้อมเข้าสู่ตลาดแรงงานอย่างมีคุณภาพ พร้อมด้วยทัศนคติเชิงบวก มีภาวะผู้นำและทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต					√

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs) กับผลลัพธ์การเรียนรู้ของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (GE LOs)

วิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของ หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (GE LOs)		ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)				
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
GE LO1	ประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อพัฒนาตามหลักสุขภาวะเพื่อสุขภาพกาย สุขภาพจิต สุขภาวะทางการเงิน หลักกฎหมายในชีวิตประจำวัน และรักษาสีสิ่งแวดล้อม					√
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: ตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการวิชาการ ครั้งที่ 2/2568 วันที่ 11 ก.พ. 2568

วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนต์และสื่อดิจิทัล

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของ หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (GE LOs)		ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)				
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
GE LO1	ประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อพัฒนาตามหลักสุขภาวะเพื่อสุขภาพกาย สุขภาพจิต สุขภาวะทางการเงิน หลักกฎหมายในชีวิตประจำวัน และรักษาสีสิ่งแวดล้อม					√
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: ตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการวิชาการ ครั้งที่ 2/2568 วันที่ 11 ก.พ. 2568

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

5) ลำดับที่ 6 และ 7 หมายถึง ตัวเลขระบุลำดับรายวิชา

01 หมายถึง รายวิชาลำดับที่ 1

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

51 หมายถึง รายวิชาลำดับที่ 51

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

รายวิชา

1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

อ้างอิงรายวิชาในเล่มหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ปรับปรุง พ.ศ. 2569 และ/หรือ ตามที่สภาสถาบันอนุมัติ

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	การเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship)	3(3-0-6)	-

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	วิชาบังคับก่อน
1701161	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 1 (Work-based Learning in Communication Arts 1)	3(0-40-0)	ได้รับอนุมัติจาก คณะกรรมการการ ฝึกปฏิบัติงาน คณะนิเทศศาสตร์
1701262	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 2 (Work-based Learning in Communication Arts 2)	3(0-40-0)	ได้รับอนุมัติจาก คณะกรรมการการ ฝึกปฏิบัติงาน คณะนิเทศศาสตร์
1701263	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 3 (Work-based Learning in Communication Arts 3)	3(0-40-0)	ได้รับอนุมัติจาก คณะกรรมการการ ฝึกปฏิบัติงาน คณะนิเทศศาสตร์
1701364	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 4 (Work-based Learning in Communication Arts 4)	3(0-40-0)	ได้รับอนุมัติจาก คณะกรรมการการ ฝึกปฏิบัติงาน คณะนิเทศศาสตร์
1701465	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 5 (Work-based Learning in Communication Arts 5)	3(0-40-0)	ได้รับอนุมัติจาก คณะกรรมการการ ฝึกปฏิบัติงาน คณะนิเทศศาสตร์
1701466	การเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ 6 (Work-based Learning in Communication Arts 6)	3(0-40-0)	ได้รับอนุมัติจาก คณะกรรมการการ ฝึกปฏิบัติงาน คณะนิเทศศาสตร์
1701467	โครงการนวัตกรรมนิเทศศาสตร์ (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)	

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	การสื่อสารเพื่อความยั่งยืนองค์กรและแบรนด์ (Communication for Sustainability in Corporate and Brand)	3(3-0-6)	-
1712419	การบริหารการสื่อสารในภาวะวิกฤต (Communication Management in Crisis)	3(3-0-6)	-

2.2.2) วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนต์และสื่อดิจิทัล

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	วิชาบังคับก่อน
1722111	ความรู้พื้นฐานวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนต์และสื่อดิจิทัล (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	การรายงานและบรรณาธิการข่าว (Journalism Reporting and Editing)	3(2-2-5)	1722213
1722216	กราฟิก และแอนิเมชันในงานวารสารศาสตร์ (Graphic and Animation for Journalism)	3(2-2-5)	1701115
1722317	การผลิตเนื้อหาเพื่อการตลาดดิจิทัล (Digital Content Creation for Digital Marketing)	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

2.3) กลุ่มวิชาเลือก เลือกเรียนจำนวน 12 หน่วยกิต โดยเลือกรายวิชาตามกลุ่มวิชาเอกที่นักศึกษาเรียนหรือรายวิชาที่ได้รับการอนุมัติจากคณบดี ดังนี้

2.3.1) วิชาเอกการสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์

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	การสร้างแบรนด์องค์กรในอุตสาหกรรมบริการ (Corporate Branding in Hospitality Industry)	3(3-0-6)	-
1713317	การจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders Relationship Management)	3(3-0-6)	-
1713318	การออกแบบสื่อดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์ (Digital Media Design for Corporate and Brand)	3(2-2-5)	1701115
1713319	การจัดการข้อมูลด้วยปัญญาประดิษฐ์ (AI for Data Management)	3(2-2-5)	-

2.3.2) วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนต์และสื่อดิจิทัล

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	วิชาบังคับก่อน
1723211	การพัฒนาเว็บไซต์และสื่ออินเทอร์แอคทีฟ (Website and Interactive Media Development)	3(2-2-5)	-
1723212	ทักษะการนำเสนอและการเป็นพิธีกร (Presentation and Hosting Skills)	3(3-0-6)	
1723213	การจัดการอินฟลูเอนเซอร์และแฟนคลับ (Influencer and Fan Club Management)	3(3-0-6)	
1723214	การรณรงค์การสื่อสารเชิงกลยุทธ์สำหรับอุตสาหกรรมบันเทิง (Strategic Communication Campaign for Entertainment Industry)	3(3-0-6)	
1723315	วารสารศาสตร์และการรายงานข่าวเชิงข้อมูล (Data Journalism)	3(3-0-6)	-

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	วิชาบังคับก่อน
1723316	การผลิตเนื้อหาและการสร้างรายได้ (Content Production and Revenue Generation)	3(2-2-5)	-
1723317	สื่อเพื่อการขับเคลื่อนสังคม (Media for Social Driving)	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	การออกแบบเนื้อหาเพื่อการสืบค้น (Content Design for Search Engine Optimization)	3(2-2-5)	-
1705307	เครื่องมือการวิเคราะห์ข้อมูลและการติดตามความคิดเห็นใน สื่อสังคมออนไลน์ (Data Analytics and Social Listening Tools for Insights)	3(2-2-5)	-
1705408	การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้และอินเทอร์เฟซในงาน นิเทศศาสตร์ (User Experience and Interface Design in Communication Arts)	3(2-2-5)	-
1705409	การสื่อสารสำหรับผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ (Communication for Startup)	3(2-0-7)	1701321

ทั้งนี้ ในรายวิชาทุกวิชาของสถาบันที่มีวิชาบังคับก่อน คณบดีสามารถอนุมัติให้นักศึกษาลงทะเบียน
ในรายวิชานั้นได้ โดยสอดคล้องกับศักยภาพของผู้เรียนและมาตรฐานการจัดการศึกษา

6. คำอธิบายรายวิชา

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

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 บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ และอุดมการณ์ในวิชาชีพนิเทศศาสตร์ 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, responsibilities and media ideology, 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.

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 และผลกระทบของสื่อมวลชนและข่าวลวงที่มีต่อบุคคล 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 of mass media and fake news 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.

1701115	ออกแบบกราฟิกดิจิทัล (Digital Graphic Design) วิชาบังคับก่อน : ไม่มี (Prerequisite Course: None) หลักการ และทฤษฎีการออกแบบด้วยโปรแกรมกราฟิกเพื่องานนิเทศศาสตร์ เพื่อให้มีความรู้ทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติทางการออกแบบสร้างสรรค์และใช้เทคโนโลยีในการออกแบบอย่างมีคุณภาพผ่านการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิก 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.	3(2-2-5)
1701116	กฎหมาย และจริยธรรมการสื่อสาร (Communication Laws and Ethics) วิชาบังคับก่อน : ไม่มี (Prerequisite Course: None) ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับประเด็นสำคัญทางกฎหมายและจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของสื่อ และสื่อดิจิทัล การพัฒนาของระบบทุนนิยมไทย ปัญหาการพัฒนาเศรษฐกิจของไทย ปัญหาสังคม การแก้ไขและพัฒนาสังคม ภายใต้หลักจริยธรรมและหน้าที่ความเป็นพลเมือง Theories and concepts of significant issues in media law and ethics related to media operations and digital media, evolution of Thai capitalism, challenges in Thailand's economic development, social problems, social resolution and advancement grounded in ethics and duties of citizenship.	3(3-0-6)
1701217	ภาษาอังกฤษเพื่องานนิเทศศาสตร์ (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	3(3-0-6)

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.

1701218 เทคนิคการถ่ายภาพเคลื่อนไหวและตัดต่อ 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 คิววิเคราะห์ 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.

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

หลักการ และแนวคิดในการวิจัยเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในวิชาชีพนิเทศศาสตร์ ความหมาย ประเภท แนวคิดพื้นฐานและประโยชน์ของการวิจัยนิเทศศาสตร์ การเลือกใช้ประเภทการวิจัยให้สอดคล้องกับ ลักษณะข้อมูลที่ต้องการ ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย การกำหนดปัญหาคำถามวิจัย 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.

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

หลักการ แนวคิดในการเป็นผู้ประกอบการด้านนิเทศศาสตร์ การวางแผนธุรกิจที่บูรณาการความรู้ ด้านนิเทศศาสตร์และสื่อสารมวลชน แผนโครงการดำเนินการทางธุรกิจการเงินและงบประมาณ การวิเคราะห์ ช่องทางการตลาด การวางกลยุทธ์ การหาแหล่งสนับสนุนการลงทุน เขียนแผนธุรกิจ ผลิตเนื้อหา และนำเสนอ เนื้อหาและสื่อโดยเลือกใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารและสารสนเทศ เทคโนโลยีดิจิทัล ที่สอดคล้องกับบริบทของ ธุรกิจ

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 ทักษะ ในการทำงาน บนพื้นฐานจรรยาบรรณวิชาชีพและมีความรับผิดชอบต่องานมีระยะเวลาฝึกปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 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 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.

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 ผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องและเหมาะสมกับองค์กร ผสมผสานหลายทักษะด้านนิเทศศาสตร์ในการผลิตเนื้อหาที่ตอบโจทย์องค์กร บนพื้นฐานจรรยาบรรณวิชาชีพและมีความรับผิดชอบ ต่อสังคม มีระยะฝึกปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ภายใต้การดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาทางด้านการฝึกปฏิบัติการและพนักงานพี่เลี้ยงในสถานประกอบการ มีการจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานและนำเสนอด้วย วาจาเมื่อสิ้นสุดการฝึกงาน

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 โดยสาขาวิชาเอก การสื่อสารดิจิทัลเพื่อองค์กรและแบรนด์ นักศึกษาวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย/ผู้รับสาร เชิงลึก เพื่อวางแผนและออกแบบ การสื่อสาร ประยุกต์ใช้ทักษะและเครื่องมือแบบผสมผสานในการทำงานด้านสื่อสารองค์กร/สื่อสารการตลาด/การ สื่อสารแบรนด์/ดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง ผลิตชิ้นงานตามที่ได้รับมอบหมาย เสนอแนวความคิดใหม่ในการสร้างสรรค์ ผลงานหรือพัฒนากระบวนการทำงานที่เหมาะสมกับองค์กร สาขาวิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนต์และสื่อ ดิจิทัล นักศึกษาเข้าใจรูปแบบการดำเนินงานขององค์กร/องค์กรสื่อ ลักษณะเนื้อหาขององค์กร กลุ่มเป้าหมาย/ผู้รับ สาร จับประเด็นเนื้อหาในการทำงาน/ทำข่าว เขียนข่าว/เขียนเนื้อหา ผลิตภัณฑ์ ผสมผสานหลายทักษะด้านนิเทศ ศาสตร์ในการเลือกใช้เทคโนโลยีในการผลิตเนื้อหาหลายรูปแบบ เผยแพร่หลายช่องทาง เสนอแนวความคิดใหม่ในการ สร้างสรรค์ผลงานหรือพัฒนากระบวนการทำงานที่เหมาะสมกับองค์กรบนพื้นฐานจรรยาบรรณวิชาชีพและมีความ รับผิดชอบต่อสังคม มีระยะฝึกปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ภายใต้การดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาทางด้าน

การฝึกปฏิบัติการและพนักงานที่เลี้ยงในสถานประกอบการ 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 ผสมผสานทักษะและผลิตสื่อจับประเด็น/เขียนข่าวประชาสัมพันธ์/ออกแบบกราฟิก/ถ่ายภาพ/ตัดต่อเสนอแนวความคิดใหม่ในการสร้างสรรค์ผลงานหรือพัฒนากระบวนการทำงานที่เหมาะสมกับองค์กร สร้างสรรค์เนื้อหา/ผลงาน หรือนวัตกรรมด้านการสื่อสารหลายรูปแบบ พัฒนาทักษะเฉพาะทางของตนเองบนพื้นฐานจรรยาบรรณวิชาชีพและมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีระยะฝึกปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ภายใต้การดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาทางด้านการฝึกปฏิบัติการและพนักงานที่เลี้ยงในสถานประกอบการ 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

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 ผสมผสานทักษะและผลิตสื่อจับประเด็น/เขียนข่าวประชาสัมพันธ์/ออกแบบกราฟิก/ถ่ายภาพ/ตัดต่อเสนอแนวความคิดใหม่ในการสร้างสรรค์ผลงานหรือพัฒนากระบวนการทำงานที่เหมาะสมกับองค์กร สร้างสรรค์เนื้อหา/ผลงาน หรือนวัตกรรมด้านการสื่อสารหลายรูปแบบ พัฒนาทักษะเฉพาะทางของตนเองบนพื้นฐานจรรยาบรรณวิชาชีพและมีความรับผิดชอบต่อสังคม วิเคราะห์สถานการณ์ของสถานประกอบการเพื่อวางแผนและออกแบบงานด้านนิเทศศาสตร์ มีระยะฝึกปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ภายใต้การดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาทางการฝึกปฏิบัติการและพนักงานพี่เลี้ยงในสถานประกอบการ 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. Analyzing organizational context for communication planning and design. 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.

1701467 โครงการนวัตกรรมนิเทศศาสตร์ 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 เพื่อสร้างสรรค์โครงการนวัตกรรมที่ตอบโจทย์วิชาชีพตามเป้าหมายเฉพาะบุคคลของนักศึกษา 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 ที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก 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.

1712112	การเขียนเพื่อการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ (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.	3(3-0-6)
1712213	การวิเคราะห์การตลาดและการเข้าใจผู้บริโภคเชิงลึก (Marketing Analysis and Consumer Insights) วิชาบังคับก่อน : ไม่มี (Prerequisite Course: None) หลักการวิเคราะห์ทางการตลาด การแสวงหาข้อมูลด้านการตลาดด้วยวิธีพื้นฐาน การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจ เช่น คู่แข่ง โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจ การแบ่งกลุ่มผู้บริโภค กระบวนการวิเคราะห์ผู้บริโภคในเชิงจิตวิทยาการบริโภคสื่อ ด้วยเครื่องมือหรือโปรแกรมสำหรับการสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลทิศทางแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค 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 data collection and analysis tools or software, consumer behavior trend, and domestic and international businesses for effective communication planning.	3(3-0-6)
1712214	การสื่อสารการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Communications) วิชาบังคับก่อน : ไม่มี (Prerequisite Course: None) หลักการ องค์ประกอบ ประเภท การวางแผนกลยุทธ์และรูปแบบการใช้สื่อดิจิทัลในการสื่อสารการตลาดให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรและแบรนด์ เทคนิคการคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล กระบวนการออกแบบ การสร้างสรรค์เนื้อหา การสร้างภาพประกอบ การนำเสนอ การเล่าเรื่องราว และเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล รวมถึงการจัดสรรงบประมาณเพื่อการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลใน	3(2-2-5)

ประเภทต่าง ๆ อย่างเหมาะสม การสื่อสารผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลทางความคิด การสื่อสารให้เกิดการกระจายต่อเป็นวงกว้าง 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 การบริหารความสัมพันธ์ภายในองค์กร 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.

1712317	การวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ (Strategic Communication Planning) วิชาบังคับก่อน : ไม่มี (Prerequisite Course: None)	3(3-0-6)
หลักการ แนวคิด ทฤษฎี การวางแผนกระบวนการในการสื่อสารเชิงกลยุทธ์สำหรับองค์กร ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพทางการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมาย การเลือกใช้สื่อและช่องทางการสื่อสาร การวิเคราะห์และการประเมินสถานการณ์เพื่อกำหนดกลยุทธ์ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสาร การกำหนดวิสัยทัศน์ขององค์กร ตำแหน่งขององค์กร คุณค่าขององค์กร ค่านิยมสัญญาขององค์กร บุคลิกภาพ คุณลักษณะเอกลักษณ์ และภาพลักษณ์ขององค์กร Principles, concepts, theories, and processes of strategic communication for 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	การสื่อสารเพื่อความยั่งยืนขององค์กรและแบรนด์ (Communication for Corporate and Brand Sustainability) วิชาบังคับก่อน : ไม่มี (Prerequisite Course: None)	3(3-0-6)
แนวคิด หลักการด้านการสร้างความยั่งยืนขององค์กรและแบรนด์ผ่านการสื่อสาร กระบวนการสร้างแบรนด์อย่างยั่งยืนผ่านการสื่อสารตราสินค้า องค์ประกอบและลักษณะเฉพาะตัวของแบรนด์ การสร้างความผูกพันและคุณค่าของแบรนด์ กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ที่ส่งผลต่อผู้มีส่วนได้เสีย ลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น ชุมชน และสังคม การกำหนดค่านิยมสัญญา และเรื่องราวของแบรนด์ การเข้าใจเศรษฐกิจ เพื่อพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน การใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดอย่างบูรณาการ ธรรมชาติขององค์กรธุรกิจ โดยเน้นการศึกษาจากกรณีศึกษาของแบรนด์ที่มีความยั่งยืน Concepts and principles of sustainable brand building through communication processes. Brand elements, characteristics, engagement, value. Brand strategies impacting stakeholders: customers, employees, shareholders, community, society. Defining brand promises, narratives. Economics for sustainable development. Integrated marketing communication tools. Corporate governance by sustainable brand case studies.		
1712419	การบริหารการสื่อสารในภาวะวิกฤต (Communication Management in Crisis) วิชาบังคับก่อน : ไม่มี (Prerequisite Course: None)	3(3-0-6)
แนวคิด หลักการบริหารจัดการการความเสี่ยงองค์กร บริหารอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ และชื่อเสียงขององค์กรและแบรนด์ การบริหารการเปลี่ยนแปลง การบริหารจัดการประเด็น การจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตทั้งก่อน และหลัง ประเพณีของภาวะวิกฤต กระบวนการวางแผนการแก้ไขภาวะวิกฤต กลยุทธ์และเทคนิคในการใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหา การประเมินกระแสประชาคม การกำหนดวาระข่าวสาร การฟื้นฟู		

ภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร 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.

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 การผสมผสานเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการเผยแพร่ผลิตสื่อสร้างสรรค์และงานข่าว การบริหารจัดการงานสื่อ จริยธรรมและบทบาทของสื่อสร้างสรรค์และวารสารศาสตร์ต่อสังคม กระบวนการทำงานสื่อที่สอดคล้องกับสภาพองค์กรที่มีการผลิตสื่อหลากหลายช่องทาง ในแง่การจัดการองค์กร การผลิต การออกแบบ ลักษณะของเนื้อหา การตลาด รูปแบบทางธุรกิจ การผสมผสานในแง่ของเนื้อหา 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 in 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)
 (Media Storytelling)
 วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
 (Prerequisite Course: None)

แนวคิดของอุตสาหกรรมสื่อสร้างสรรค์ กระบวนการสร้างสรรค์ และเทคนิคในการสร้างสื่อประเภทต่าง ๆ ความหมายการเล่าเรื่อง ศิลปะในการเล่าเรื่อง การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย กระบวนการคิดโครงเรื่อง สร้างตัวละคร และการใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง ฝึกปฏิบัติในการออกแบบและสร้างสรรค์การเล่าเรื่องบนสื่อรูปแบบต่าง ๆ

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

1722215 การรายงานและบรรณาธิการข่าว 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 การบริหารจัดการกองบรรณาธิการสื่อคอนเวอร์เจนซ์ ประกอบด้วยสื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ และสื่อเสียง ตั้งแต่โครงสร้างองค์กรสื่อ การจัดการกองบรรณาธิการ การบรรณาธิการข่าว และการบริหารจัดการเนื้อหาเพื่อการผลิตเผยแพร่เนื้อหาแบบข้ามสื่อ การหารายได้จากเนื้อหา การใช้ปัญญาประดิษฐ์ จริยธรรมและจรรยาบรรณในการผลิตรายการข่าวและการบริหารจัดการกองบรรณาธิการ

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 แอนิเมชัน ภาพสองมิติ และสามมิติ ในการนำเสนอทางวารสารศาสตร์ 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.

1722317 การผลิตเนื้อหาเพื่อการตลาดดิจิทัล 3(2-2-5)

(Content Creation for Digital Marketing)

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

(Prerequisite Course: None)

แนวคิด หลักการสร้างสรรคเนื้อหาเพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อดิจิทัล การวิเคราะห์ผู้รับสารเชิงลึก การออกแบบ การสร้างภาพประกอบ การนำเสนอ จัดการเนื้อหาสำหรับสื่อดิจิทัล การทำการตลาด งบประมาณ และหารายได้ผ่านสื่อดิจิทัลในประเภทต่าง 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 การทำแผนผังเรื่องราว ใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบในการออกแบบ และผลิตเนื้อหาข้ามสื่อ 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. Story mapping. 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.

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 การทดลองพัฒนาด้านแบบนวัตกรรมสื่อดิจิทัลและสื่อทางเลือก รวมถึงการใช้อยูประดิษฐ์เป็นผู้ช่วยในการสร้างสรรค์

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 และเทคนิคการสร้างสรรคเนื้อหา การกำหนดและพัฒนาเนื้อหาการสื่อสารองค์กรและแบรนด์ เข้าใจพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ของผู้บริโภค การศึกษาคู่แข่งในด้านเนื้อหา การสื่อสาร 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.

1713212 กลยุทธ์และการจัดการโครงการกิจกรรมพิเศษ

3(3-0-6)

(Event Strategy and Management)

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

(Prerequisite Course: None)

หลักการ กระบวนการในการจัดกิจกรรมพิเศษ การจัดแถลงข่าว การจัดนิทรรศการ การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อมวลชนสัมพันธ์ ชุมชนสัมพันธ์ สื่อมวลชนสัมพันธ์ การเปิดตัวสินค้าและบริการใหม่ โดยเน้นการเรียนรู้กลยุทธ์การบริหารจัดการโครงการกิจกรรมพิเศษ และการฝึกปฏิบัติในรูปแบบของโครงการ (Project-based Learning) เพื่อให้เข้าใจทั้งกระบวนการทำงาน การวางแผน กลยุทธ์ทางการตลาด การบริหารโครงการงบประมาณ 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.

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

การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด แนวโน้มด้านการออกแบบ และแนวโน้มผู้บริโภค เพื่อวางแผนกลยุทธ์การออกแบบแบรนด์ โดยเน้นที่ใช้เครื่องมือและโปรแกรมกราฟิกในการออกแบบอัตลักษณ์ และองค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่ คู่มืออัตลักษณ์องค์กร โลโก้ ฉลาก บรรจุภัณฑ์ ไปจนถึงสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ หลากรูปแบบ 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 การสร้างแบรนด์องค์กรในอุตสาหกรรมบริการ 3(3-0-6)
(Corporate Branding in Hospitality Industry)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)

ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และความรู้ด้านการสร้างแบรนด์องค์กรในอุตสาหกรรมบริการ ทั้งธุรกิจโรงแรม สายการบิน อุตสาหกรรมท่องเที่ยว และธุรกิจบริการอื่น ๆ กระบวนการสื่อสารแบรนด์องค์กร การบริหารความสัมพันธ์ ตลอดจนการบริหารประสบการณ์ของลูกค้า รวมถึงการถ่ายทอดความเป็นแบรนด์ผ่านทางสื่อช่องทางต่าง 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.

1713317 การจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย 3(3-0-6)

(Stakeholders Relationship Management)

วิชาบังคับก่อน: ไม่มี

(Prerequisite Course: None)

หลักการ แนวคิด และกลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียภายในและภายนอกองค์กร 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 การเลือกใช้อุปกรณ์ประกอบการออกแบบต่างๆ 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 การจัดการข้อมูลด้วยปัญญาประดิษฐ์ 3(2-2-5)

(AI for Data Management)

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

(Prerequisite Course: None)

ศึกษาการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการจัดการและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสำหรับองค์กรและแบรนด์ บทบาทของปัญญาประดิษฐ์ในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร เรียนรู้การใช้เครื่องมือและเทคนิคต่าง ๆ ของปัญญาประดิษฐ์ ในการประมวลผลข้อมูล เพื่อช่วยให้องค์กรสามารถตัดสินใจ ปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้า และเสริมสร้างการวางตำแหน่งแบรนด์ในตลาดที่มีการแข่งขันสูง และจริยธรรมในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการสื่อสาร

Study the use of artificial intelligence technology in data management and analysis to develop effective communication strategies for organizations and brands. The role of artificial intelligence in shaping communication strategies. Learn to use various AI tools and techniques in data processing to help organizations make 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) วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์และสื่อดิจิทัล

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

ฝึกปฏิบัติพัฒนาเว็บไซต์โดยใช้โปรแกรมสร้างเว็บไซต์ในการผลิต ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาประสบการณ์ผู้ใช้งานเว็บไซต์ เทคนิคการสืบค้น การตลาดเชิงลึก การหารายได้บนเว็บไซต์ การใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ในการพัฒนาเนื้อหาและกิจกรรมในการสร้างสื่อสร้างสรรค์และงานด้านวารสารศาสตร์

Practicing website development, using website development tools. 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
(Presentation and Hosting Skills)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None) | 3(3-0-6) |
|---------|--|----------|

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.

1723213	การจัดการอินฟลูเอนเซอร์และแฟนคลับ (Influencer and Fan club Management) วิชาบังคับก่อน : ไม่มี (Prerequisite Course: None)	3(3-0-6)
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 (Strategic Communication Campaign for Entertainment Industry) วิชาบังคับก่อน : ไม่มี (Prerequisite Course: None)	3(3-0-6)
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.		

- 1723315** **วารสารศาสตร์และการรายงานข่าวเชิงข้อมูล** **3(3-0-6)**
(Data Journalism)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)
 หลักการ แนวคิดในการรายงานข่าวเชิงลึกด้วยฐานข้อมูล การใช้อินเทอร์เน็ตในการแสวงหาข้อมูลเปิดจากฐานข้อมูล การแกะรอยข้อมูล วิเคราะห์ สังเคราะห์ จากหลากหลายแหล่งที่มา ได้แก่ บุคคล เอกสาร ทางราชการ 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 Driving)
วิชาบังคับก่อน : ไม่มี
(Prerequisite Course: None)
 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการขับเคลื่อนสังคม การรณรงค์ทางสังคม กระบวนการพฤติกรรมร่วม กระบวนการเชิงนโยบายภาคประชาชนเพื่อเคลื่อนไหวทางสังคม บทบาทของการเคลื่อนไหวทางสังคม การขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงสู่ระดับนโยบายสังคม บริบททางสังคมและวัฒนธรรม ปัญหาสังคมร่วมสมัย กรณีสึกษา 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.

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 เน้นกรณีศึกษาและโครงการ

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)

ฝึกปฏิบัติในรูปแบบโครงการรายงานข่าวเชิงสืบสวน 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 แผนโครงการดำเนินการทางธุรกิจการเงินและงบประมาณ การวิเคราะห์ช่องทางการตลาด การวางแผนกลยุทธ์ การหาแหล่งสนับสนุนการลงทุน โดยใช้การเรียนรู้การสอนแบบห้องทดลองสื่อ 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.

3) หมวดวิชาเลือกเสรี

- 1705301 การสื่อสารแบรนด์ผ่านจุดติดต่อ 3(3-0-6)
(Brand Touch Point Communication)
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 ศึกษาบทบาทของแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งและสื่อดิจิทัลในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการบริโภคเนื้อหา 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.

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 รวมถึงศึกษาผลกระทบของสื่อที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมของสังคมที่มีต่อผู้สูงอายุ 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)

บทบาทของสื่อในอุตสาหกรรมสุขภาพะ ทั้งในด้านการสื่อสารสุขภาพ การตลาดเพื่อสุขภาพะ และการเผยแพร่ข้อมูลทางการแพทย์ วิเคราะห์อิทธิพลของสื่อต่อพฤติกรรมสุขภาพะของประชาชน การใช้สื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดียในการให้ความรู้และสร้างความตระหนักรู้ด้านสุขภาพะ ศึกษาการสื่อสารขององค์กรด้านสุขภาพะ โรงพยาบาล และธุรกิจสุขภาพะ ตลอดจนแนวโน้มเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีผลต่ออุตสาหกรรมสุขภาพะ พร้อมทั้งพิจารณาประเด็นทางจริยธรรมและความรับผิดชอบของสื่อในการนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพะอย่างถูกต้องและน่าเชื่อถือ

Role of media in the wellness industry. Health communication, wellness marketing, and the dissemination of medical and well-being information. Analyzing the influence of media 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.

1705305	การพูดในที่สาธารณะ (Public Speaking) วิชาบังคับก่อน : ไม่มี (Prerequisite Course: None) หลักการ แนวคิด และกลยุทธ์ในการสื่อสารด้วยการพูดในที่สาธารณะ และการนำเสนออย่างมีประสิทธิภาพ หลักการโน้มน้าวชักจูงใจ ผักผ่อนทักษะการสื่อสารที่จำเป็น การวางแผนและกำหนดเป้าหมายการนำเสนอ การวิเคราะห์กลุ่มผู้ฟัง การเตรียมข้อมูล และบทพูด การเลือกใช้ภาษาที่เหมาะสมกับผู้รับสาร และการเตรียมสื่อและเทคนิคพิเศษที่เหมาะสมสอดคล้องกับบริบทในการสื่อสาร การจัดการคำถามที่อาจเกิดขึ้นจากกลุ่มผู้ฟัง 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.	3(3-0-6)
1705306	การออกแบบเนื้อหาเพื่อการสืบค้น (Content Design for Search Engine 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.	3(2-2-5)
1705307	เครื่องมือการวิเคราะห์ข้อมูลและการติดตามความคิดเห็นในสื่อสังคมออนไลน์ (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	3(2-2-5)

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 การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้และอินเทอร์เฟซในงานนิเทศศาสตร์ 3(2-2-5)
(User Experience and Interface Design in Communication Arts)

วิชาบังคับก่อน : ไม่มี

(Prerequisite Course: None)

หลักการ แนวคิด และวิธีการออกแบบอินเทอร์เฟซผู้ใช้และสร้างประสบการณ์สำหรับผู้ใช้ผ่านสื่อดิจิทัล เช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน เกมและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการงานด้านนิเทศศาสตร์ ฝึกออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้และอินเทอร์เฟซ

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 การสื่อสารสำหรับผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ 3(2-0-7)
(Communication for Startup)

วิชาบังคับก่อน : 1701321

(Prerequisite Course: 1701321)

การสื่อสารสำหรับธุรกิจสตาร์ทอัพ (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.