หลักสูตร

จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร 135 หน่วยกิต

3.1.1 โครงสร้างหลักสูตร

<u>หลักสูตรทางวิชาการ</u>

จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร		135 หน่วยกิต
ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป		**30 หน่วยกิต**
กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ	9	หน่วยกิต
กลุ่มวิชาบังคับ	15	หน่วยกิต
กลุ่มวิชาเลือก	6	หน่วยกิต
ข. หมวดวิชาเฉพาะ		**96 หน่วยกิต**
กลุ่มวิชาแกน	36	หน่วยกิต
กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-บังคับ	30	หน่วยกิต
กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-เลือก	15	หน่วยกิต
กลุ่มวิชาโท	15	หน่วยกิต
ค. หมวดวิชาเลือกเสรี		**9 หน่วยกิต**

3.1.2 รายวิชา

หลักเกณฑ์การกำหนดรหัสของวิชาในหมวดวิชาเฉพาะของสาขาวิชาการสื่อสารตรา มีดังนี้

1. กำหนดรหัสไว้ 5 ตัว 2 ตัวแรกเป็นตัวอักษร และ 3 ตัวหลังเป็นตัวเลข เช่น สต.201
2. อักษร 2 ตัวแรก หมายถึง สาขาวิชา เช่น สต. หมายถึง สาขาวิชาการสื่อสารตรา
3. ตัวเลข 3 ตัวหลัง หมายถึงเลขกำกับรายวิชาโดยเลขตัวแรกหมายถึงชั้นปีของนักศึกษาและตัวเลขสองหลักหลังหมายถึงเลขกำกับรายวิชา
4. กลุ่มวิชาเลือกเสรี กำหนดรหัสไว้ 5 ตัว ตัวเลข 3 ตัวหลังหมายถึงเลขกำกับรายวิชา

3.1.3 รายวิชาในหลักสูตร

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต

<u>กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ</u> (9 หน่วยกิต)		หน่วยกิต (บรรยาย–ปฏิบัติ–ศึกษาด้วยตนเอง)
อก.011	ภาษาอังกฤษเชิงปฏิบัติ	3 (2 – 2 – 6)
EN 011	English in Action	
อก.012	ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	3 (2 – 2 – 6)
EN 012	English for Daily Life	
อก.013	ภาษาอังกฤษเพื่อการถ่ายทอดความคิด	3 (2 – 2 – 6)
EN 013	English for Expressing Ideas	

<u>กลุ่มวิชาบังคับ</u> (15 หน่วยกิต) หน่วยกิต (บรรยาย–ปฏิบัติ–ศึกษาด้วยตนเอง)

ศท.111	คุณค่าแห่งบัณฑิต	3 (3 – 0 – 6)
GE 111	Value of Graduates	
ศท.112	เทคโนโลยีสารสนเทศกับโลกอนาคต	3 (3 – 0 – 6)
GE 112	Information Technology and the Future World	
ศท.113	ภาษาไทยเพื่อการสร้างสรรค์	3 (3 – 0 – 6)
GE 113	Thai Language for Creativity	
ศท.114	พลเมืองไทย พลเมืองโลก	3 (3 – 0 – 6)
GE 114	Thai Citizens, Global Citizens	
ศท.115	สุนทรียภาพแห่งชีวิต	3 (3 – 0 – 6)
GE 115	The Art of Life	

<u>กลุ่มวิชาเลือก</u> (6 หน่วยกิต) หน่วยกิต (บรรยาย–ปฏิบัติ–ศึกษาด้วยตนเอง)

ศท.116	ทักษะความเป็นผู้นำ	3 (3 – 0 – 6)
GE 116	Leadership Skills	
ศท. 117	คณิตศาสตร์ในชีวิตประจำวัน	3 (3 – 0 – 6)
GE 117	Mathematics for Daily Life	
ศท. 118	ชีวิตและสุขภาพ	3 (3 – 0 – 6)
GE 118	Life and Health	
ศท.119	ภูมิปัญญาไทยและเศรษฐกิจสร้างสรรค์	3 (3 – 0 – 6)
GE 119	Thai Wisdom and Creative Economy	

ข.หมวดวิชาเฉพาะ 96 หน่วยกิต

<u>กลุ่มวิชาแกน</u> (36 หน่วยกิต) หน่วยกิต (บรรยาย–ปฏิบัติ–ศึกษาด้วยตนเอง)

อก.303	ภาษาอังกฤษสำหรับวิชาชีพนิเทศศาสตร์	3 (3 – 0 – 6)
EN 303	English for Communication Arts Profession	
นศ.001	การสื่อสาร: แนวคิดทฤษฎีและการปฏิบัติ	3 (3 – 0 – 6)
CA 001	Communication: Theories and Practices	
นศ.002	กฎหมายและจริยธรรมสื่อ	3 (3 – 0 – 6)
CA 002	Media Law and Ethics	
นศ.003	ศิลปะแห่งการพูด	3 (3 – 0 – 6)
CA 003	Art of Speaking	
นศ.004	การถ่ายภาพดิจิทัล	3 (2 – 2 – 6)
CA 004	Digital Photography	
นศ.005	ศิลปะแห่งการเล่าเรื่อง	3 (3 – 0 – 6)

CA 005	Art of Storytelling	
นศ.006	การสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัล	3 (3 – 0 – 6)
CA 006	Marketing Communications in Digital Age	
นศ.007	การรู้เท่าทันสื่อและข้อมูลข่าวสาร	3 (3 – 0 – 6)
CA 007	Media and Information Literacy	
นศ.008	แนวโน้มเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร	3 (3 – 0 – 6)
CA 008	Trends in Communication Technology	
นศ.009	สื่อและธุรกิจบันเทิง	3 (3 – 0 – 6)
CA 009	Media and Entertainment Business	

เลือกเรียน 2 วิชาที่ตรงกับสาขาวิชาเอกและวิชาโทของตนเอง (6 หน่วยกิต)

นศ.111	การประชาสัมพันธ์เบื้องต้น	3 (3 – 0 – 6)
CA 111	Introduction to Public Relations	
นศ.112	วารสารศาสตร์เบื้องต้น	3 (3 – 0 – 6)
CA 112	Introduction to Journalism	
นศ.113	การโฆษณาเบื้องต้น	3 (3 – 0 – 6)
CA 113	Introduction to Advertising	
นศ.114	ศิลปะการแสดงเบื้องต้น	3 (3 – 0 – 6)
CA 114	Introduction to Performing Arts	
นศ.115	วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์เบื้องต้น	3 (3 – 0 – 6)
CA 115	Introduction to Broadcasting	
นศ.116	ภาพยนตร์เบื้องต้น	3 (3 – 0 – 6)
CA 116	Introduction to Film	
นศ.117	การสร้างตราและการสื่อสารตรา	3 (3 – 0 – 6)
CA 117	Branding and Brand Communications	

<u>กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-บังคับ</u> (30 หน่วยกิต) หน่วยกิต(บรรยาย–ปฏิบัติ–ศึกษาด้วยตนเอง)

สต.201	การบริหารตราเชิงกลยุทธ์	3 (3 – 0 – 6)
BD 201	Strategic Brand Management	
สต.202	ความคิดสร้างสรรค์และการเล่าเรื่องตรา	3 (3 – 0 – 6)
BD 202	Creativity and Brand Storytelling	
สต.203	การทำความเข้าใจมนุษย์เชิงลึกและการประยุกต์ใช้กับตรา	3 (3 – 0 – 6)
BD 203	Human Insight and Brand Implications	
สต.204	กลยุทธ์ช่องทางการสื่อสารและสัมผัสแห่งตรา	3 (3 – 0 – 6)
BD 204	Brand Channels and Sense Strategy	

สต.301	การวิจัยการสื่อสารตรา	3 (3 – 0 – 6)
BD 301	Brand Communications Research	
สต.302	การออกแบบเอกลักษณ์ตรา	3 (2 – 3 – 6)
BD 302	Brand Identity Design	
สต.303	การสร้างและการสื่อสารตรางค์การ	3 (3 – 0 – 6)
BD 303	Corporate Branding and Brand Communications	
สต.401	การวางแผนการรณรงค์เพื่อการสื่อสารตรา	3 (3 – 0 – 6)
BD 401	Brand Communications Campaign Planning	
สต.402	การฝึกงานด้านการสื่อสารตรา	3 (0 – 36 – 0)
BD 402	Brand Communications Professional Internship	
สต.403	การเริ่มต้นธุรกิจและการสร้างตรา	3 (0 – 9 – 5)
BD 403	Business Startup and Branding	
สต.404	สัมมนาการสร้างและสื่อสารตรา	3 (3 – 0 – 6)
BD 404	Seminar in Branding and Brand Communications	

<u>กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-เลือก</u> (15 หน่วยกิต) หน่วยกิต(บรรยาย–ปฏิบัติ–ศึกษาด้วยตนเอง)

นักศึกษาต้องเรียน 3 วิชาที่หลักสูตรกำหนด และให้เลือกเรียน 2 วิชาจาก 4 วิชา

สต.311	การจัดการคุณค่าตรา	3 (3 – 0 – 6)
BD 311	Brand Equity Management	
สต.312	ทักษะการเจรจาต่อรองและการนำเสนองาน	3 (3 – 0 – 6)
BD 312	Negotiation and Presentation Skills	
สต.321	การสร้างสรรค์เนื้อหาและการผลิตสื่อดิจิทัล	3 (2 – 3 – 6)
BD 321	Digital Content Creation and Media Production	
สต.411	การสื่อสารตราระดับโลก	3 (3 – 0 – 6)
BD 411	Global Brand Communications	
สต.412	การสร้างตราดิจิทัล	3 (3 – 0 – 6)
BD 412	Digital Branding	
สต.421	การสร้างประสบการณ์ร่วมและความผูกพันกับตรา	3 (3 – 0 – 6)
BD 421	Brand Experience and Engagement	
สต.422	การสร้างตราบุคคล	3 (3 – 0 – 6)
BD 422	Personal Branding	

<u>กลุ่มวิชาโท</u> (15 หน่วยกิต)

นักศึกษาสามารถเลือกเรียนได้จาก

1) กลุ่มวิชาที่สาขาอื่นของคณะฯ อนุมัติให้เป็นวิชาโท

2) กลุ่มวิชาที่สาขาของคณะอื่น อนุมัติให้เป็นวิชาโท

3) กลุ่มวิชาที่สาขาการสื่อสารตรากำหนดให้เป็นวิชาโท (ยกเว้นนักศึกษาที่เรียนวิชาเอกการสื่อสารตรา)

ผู้รับผิดชอบกลุ่มวิชาโท

ผู่ช่วยศาสตราจารย์เสริมยศ ธรรมรักษ์

- นศ.ม. (การโฆษณา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยลัย, 2543
- นศ.บ. (การโฆษณา) เกียรตินิยมอันดับ 1 มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2537

วิชาโทการสื่อสารตรา (สำหรับนักศึกษาที่ไม่ได้เรียนสาขาวิชาการสื่อสารตรา) นักศึกษาจะต้องเลือกเรียน 5 รายวิชาตามที่สาขาวิชาการสื่อสารตรากำหนดให้ดังนี้

		หน่วยกิต(บรรยาย–ปฏิบัติ–ศึกษาด้วยตนเอง)
สต.201	การบริหารตราเชิงกลยุทธ์	3 (3 – 0 – 6)
BD 201	Strategic Brand Management	
สต.204	กลยุทธ์ช่องทางการสื่อสารและสัมผัสแห่งตรา	3 (3 – 0 – 6)
BD 204	Brand Channels and Sense Strategy	
สต.311	การจัดการคุณค่าตรา	3 (3 – 0 – 6)
BD 311	Brand Equity Management	
สต.312	ทักษะการเจรจาต่อรองและการนำเสนองาน	3 (3 – 0 – 6)
BD 312	Negotiation and Presentation Skills	
สต.411	การสื่อสารตราระดับโลก	3 (3 – 0 – 6)
BD 411	Global Brand Communications	
สต.412	การสร้างตราดิจิทัล	3 (3 – 0 – 6)
BD 412	Digital Branding	
สต.422	การสร้างตราบุคคล	3 (3 – 0 – 6)
BD 422	Personal Branding	

หมายเหตุ ทุกรายวิชาที่เป็น 3 (3-0-6) แบ่งเป็นการบรรยาย 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ โดยมีการฝึกปฏิบัติร่วมกันระหว่าง

นักศึกษาและอาจารย์ผู้สอนและการศึกษาด้วยตนเองของนักศึกษา 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

ค. หมวดวิชาเลือกเสรี 9 หน่วยกิต

นักศึกษาจะต้องเลือกเรียนรายวิชาอื่นที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ไม่น้อยกว่า 9 หน่วยกิตหรือเลือกเรียนในรายวิชาดังต่อไปนี้

		หน่วยกิต (บรรยาย–ปฏิบัติ–ศึกษาด้วยตนเอง)

สต.551	การออกแบบธุรกิจและการสร้างตรา	3 (3 – 0 – 6)
BD 551	Business Design and Branding	
สต.552	การสร้างตราธุรกิจบันเทิง	3 (3 – 0 – 6)
BD 552	Entertainment Business Branding	
สต.553	การสร้างตราระดับหรู	3 (3 – 0 – 6)
BD 553	Luxury Branding	
สต.554	การสร้างตราแฟชั่น	3 (3 – 0 – 6)
BD 554	Fashion Branding	
สต.555	ศาสตร์แห่งการจับจ่ายและการสื่อสาร	3 (3 – 0 – 6)
BD 555	Buyology and Communication	
สต.556	การสร้างตราธุรกิจท่องเที่ยว	3 (3 – 0 – 6)
BD 556	Tourism Branding	
สต.557	การสร้างตราในธุรกิจการบริการต้อนรับ	3 (3 – 0 – 6)
BD 557	Hospitality Branding	
สต.558	การสร้างตราและออกแบบธุรกิจอาหาร	3 (3 – 0 – 6)
BD 558	Food Business Design and Branding	
สต.559	การสร้างตราธุรกิจกีฬา	3 (3 – 0 – 6)
BD 559	Sport Branding	
สต.560	การสร้างตราสำหรับธุรกิจเพื่อสังคม	3 (3 – 0 – 6)
BD 560	Branding for Social Enterprise	
สต.561	การสร้างตราอย่างยั่งยืน	3 (3 – 0 – 6)
BD 561	Sustainable Branding	
สต.562	ฮวงจุ้ยกับการสร้างตรา	3 (3 – 0 – 6)
BD 562	Feng Shui and Branding	
สต.563	การศึกษาดูงานด้านการสร้างตรา	3 (3 – 0 – 6)
BD 563	Branding Field Trip	
สต.564	การฝึกปฏิบัติการด้านการสร้างตรา	3 (3 – 0 – 6)
BD 564	Branding Workshop	
สต.565	การศึกษาประเด็นเฉพาะด้านการสร้างตรา	3 (3 – 0 – 6)
BD 565	Selected Topics in Branding	
นศ.551	การค้นคว้าอิสระ	3(0 – 0 – 12)
CA 551	Independent Study	
นศ.552	การสื่อสารมวลชนระหว่างประเทศ	3 (3 – 0 – 6)
CA 552	International Mass Communication	
นศ.553	การสื่อสารเพื่อการพัฒนา	3 (3 – 0 – 6)

CA 553 Development Communication

นศ.554 การบริการวิชาการแก่สังคม 3 (0 – 6 – 6)

CA 554 Integrated Academic Social Responsibility

นศ.555 การจัดโครงการเพื่อการมีส่วนร่วมกับสังคม 3 (0 – 6 – 6)

CA 555 Social Engagement Project

นศ.556 การจัดการเทศกาลดนตรี 3 (3 – 0 – 6)

CA 556 Music Festival Management

นศ.557 การปฏิบัติการเทศกาลดนตรี 3 (0 – 6 – 6)

CA 557 Music Festival Workshop

นศ.558 วิทยาการทหาร 3 (3 – 0 – 6)

CA 558 Military Science

นศ.559 การพัฒนาความมั่นคงแห่งชาติ 3 (3 – 0 – 6)

CA 559 National Security Development

คำอธิบายรายวิชา

ก.หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (30 หน่วยกิต)

<u>กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ</u> (9 หน่วยกิต)

อก.011 ภาษาอังกฤษเชิงปฏิบัติ 3 (2 – 2 – 6)

EN 011 English in Action

เรียนรู้ภาษาอังกฤษผ่านการทำกิจกรรมหลากหลายรูปแบบที่ฝึกฝนทักษะด้านการอ่านจับใจความ การเขียนย่อความ การเขียนถ่ายทอดความคิดแบบอิสระ และการใช้คำศัพท์และไวยากรณ์พื้นฐาน พร้อมทั้งการฝึกฝนทักษะด้านการฟัง การพูดและการออกเสียงโดยใช้โปรแกรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยตนเองในห้องปฏิบัติการทางภาษา

อก.012 ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน 3 (2 – 2 – 6)

EN 012 English for Daily Life

พัฒนาความรู้ด้านคำศัพท์และไวยากรณ์ที่สามารถนำไปใช้ได้จริง ฝึกฝนทักษะด้านการอ่านและเขียนแสดงความคิดเห็นโต้ตอบต่อเรื่องที่อ่านอย่างมีเหตุผล พร้อมทั้งฝึกฝนทักษะด้านการฟัง การออกเสียงและการพูดโต้ตอบเรื่องทั่วไปในชีวิตประจำวันโดยใช้โปรแกรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยตนเองในห้องปฏิบัติการทางภาษา

อก.013 ภาษาอังกฤษเพื่อการถ่ายทอดความคิด 3 (2 – 2 – 6)

EN 013 English for Expressing Ideas

ฝึกฝนทักษะด้านการอ่านและเขียนเรียงความสั้นเพื่อแสดงความคิดเห็นอย่างมีเหตุผลต่อเรื่องที่อยู่ในความสนใจในปัจจุบัน เรียนรู้หลักการและฝึกทักษะด้านการนำเสนอ รวมทั้งทำกิจกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้านการฟังและการพูดเพื่อติดต่อสื่อสารในสังคมโดยใช้โปรแกรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยตนเองในห้องปฏิบัติการทางภาษา

<u>กลุ่มวิชาบังคับ</u> (15 หน่วยกิต)

ศท.111 คุณค่าแห่งบัณฑิต 3 (3 – 0 – 6)

GE 111 Value of Graduates

ศึกษาวิธีการพัฒนาคุณภาพชีวิตของการเป็นบัณฑิตที่มีคุณธรรม จริยธรรม และบุคลิกภาพ ตามปรัชญาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการดำเนินชีวิต การรู้จักตนเองความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล สังคม สิ่งแวดล้อม ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก

ศท.112 เทคโนโลยีสารสนเทศกับโลกอนาคต 3 (3 – 0 – 6)

GE 112 Information Technology and the Future World

ศึกษาเกี่ยวกับบทบาท ความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศผสมผสานกับหลักการทางคณิตศาสตร์และสถิติ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการศึกษาและการพัฒนาคุณภาพชีวิตในสังคมสมัยใหม่ ตลอดจนศึกษาผลกระทบของเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อการดำเนินชีวิต

ศท.113 ภาษาไทยเพื่อการสร้างสรรค์ 3 (3 – 0 – 6)

GE 113 Thai Language for Creativity

ศึกษาภาษาไทย พลวัตในการใช้ภาษาเพื่อสื่อสารได้ถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์ต่างๆ ในชีวิตประจำวันและสังคม มุ่งเน้นทักษะการฟังและการดู การพูด การอ่าน การเขียน การตั้งคำถาม ที่พัฒนาทักษะด้านการคิดวิเคราะห์อย่างมีวิจารณญาณและสร้างสรรค์ ตลอดจนประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินชีวิตอย่างมีประสิทธิผล

ศท.114 พลเมืองไทย พลเมืองโลก 3 (3 – 0 – 6)

GE 114 Thai Citizens, Global Citizens

ศึกษาความหมายและลักษณะที่ดีของการเป็นพลเมืองไทยและพลเมืองโลก เพื่อพัฒนาให้นักศึกษามีทักษะในการอยู่ร่วมกับผู้อื่นที่มีความแตกต่างกันทางเชื้อชาติ ความเชื่อ ภาษาและวัฒนธรรม การศึกษาจะเน้นเรื่องความเสมอภาค ความสามัคคี ความรับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่น ในวิถีชีวิตแบบสังคมประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข และให้มีความตระหนักในการเป็นสมาชิกสังคมที่มีจิตกุศล ตลอดจนมีจิตอาสาเพื่อพัฒนาสังคม

ศท.115 สุนทรียภาพแห่งชีวิต 3 (3 – 0 – 6)

GE 115 The Art of Life

ศึกษาวิธีการพัฒนาสุนทรียภาพแห่งชีวิต พัฒนาทัศนคติเชิงบวก และสัมพันธภาพระหว่างบุคคลและกลุ่มคน ศึกษาด้านศิลปะ ดนตรี วรรณกรรม การศึกษาประกอบด้วยการบรรยาย กรณีศึกษา การศึกษาดูงาน และการฝึกปฏิบัติจริง

<u>กลุ่มวิชาเลือก</u> (6 หน่วยกิต)

ศท.116 ทักษะความเป็นผู้นำ 3 (3 – 0 – 6)

GE 116 Leadership Skills

ศึกษาความสำคัญของการมีภาวะผู้นำในแง่มุมขององค์ประกอบ คุณลักษณะ ความสามารถ กระบวนการคิดศักยภาพ ที่ส่งเสริมให้เกิดความสำเร็จในการเป็นผู้นำระดับต่างๆ การตระหนักถึงอุดมคติแห่งการเป็นผู้นำที่ดี มีจิตสาธารณะ และสามารถจัดการกับปัญหาโดยใช้หลักธรรมาภิบาล รวมถึงการพัฒนาทักษะ ประสบการณ์ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้กับสถานการณ์ในทางสร้างสรรค์ ตลอดจนสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นในฐานะที่เป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี

ศท. 117 คณิตศาสตร์ในชีวิตประจำวัน 3 (3 – 0 – 6)

GE 117 Mathematics for Daily Life

ศึกษาพัฒนาการทางคณิตศาสตร์ ความหมายของตัวเลข และสัญลักษณ์ที่พบในชีวิตประจำวัน คณิตศาสตร์กับศิลปะและความงาม คณิตศาสตร์สันทนาการ และการนำคณิตศาสตร์ไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิต อาทิ การคำนวณดัชนีมวลกาย การคิดค่าสาธารณูปโภค การคำนวณภาษีเงินได้ การวางแผนเงินออมและการคำนวณดอกเบี้ยเงินฝาก เงินกู้จากสถาบันการเงินต่างๆ เป็นต้น

ศท. 118 ชีวิตและสุขภาพ 3 (3 – 0 – 6)

GE 118 Life and Health

ความรู้ความเข้าใจเชิงบูรณาการเกี่ยวกับวงจรชีวิต พฤติกรรม การดูแลสุขภาพของตนเอง อาหารและยา การออกกำลังกาย การส่งเสริมสุขภาพจิต การประกันชีวิตและสุขภาพ การป้องกันตัวจากอุบัติภัย และโรคอุบัติใหม่ รวมทั้งเรื่องของสิทธิมนุษยชน

ศท.119 ภูมิปัญญาไทยและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 3 (3 – 0 – 6)

GE 119 Thai Wisdom and Creative Economy

ศึกษาภูมิปัญญาไทยที่เกี่ยวกับมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับธรรมชาติ มนุษย์กับสิ่งเหนือธรรมชาติและองค์ความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อปลุกจิตสำนึกความเป็นไทย และการดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างมีความสุข ตลอดจนสามารถนำความรู้ด้านภูมิปัญญาไทยมาสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ โดยประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการทางการตลาด เพื่อประโยชน์ของบุคคล กลุ่มชน และประเทศชาติ

ข. หมวดวิชาเฉพาะ (96 หน่วยกิต)

<u>กลุ่มวิชาแกน</u> (36 หน่วยกิต)

อก.303 ภาษาอังกฤษสำหรับวิชาชีพนิเทศศาสตร์ 3 (3 – 0 – 6)

EN 303 English for Communication Arts Profession

เรียนรู้และฝึกการใช้ภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพนิเทศศาสตร์ การฟังและการอ่านจับประเด็นความเข้าใจเนื้อหาในสื่อมวลชนประเภทต่างๆ การรับโจทย์ การสื่อสารด้วยวาจาในการเจรจากับลูกค้า การเล่าเรื่อง รวมถึงการนำเสนองาน เรียนรู้การใช้ภาษาอังกฤษในสื่อมวลชนและสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างเหมาะสม

นศ.001 การสื่อสาร: แนวคิดทฤษฎีและการปฏิบัติ 3 (3 – 0 – 6)

CA 001 Communication: Theories and Practices

ศึกษาแนวคิดทฤษฎีทางการสื่อสาร กระบวนการ แบบจำลอง และองค์ประกอบของการสื่อสาร การโน้มน้าวใจ พัฒนาการ บทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารในบริบทต่างๆ การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารองค์กร การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม การสื่อสารมวลชน ฯลฯ

นศ.002 กฎหมายและจริยธรรมสื่อ 3 (3 – 0 – 6)

CA 002 Media Law and Ethics

ศึกษาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมาย ศึกษาเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น ขอบเขตของการใช้สิทธิและความรับผิดชอบทางกฎหมายของสื่อมวลชน รวมทั้งการปูพื้นฐานสำหรับศึกษาประเด็นของกฎหมายพิเศษอื่นที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน กฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายเกี่ยวกับสื่อดิจิทัล กฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา ฯลฯ รวมทั้งจริยธรรมของนักสื่อสารมวลชน

นศ.003 ศิลปะแห่งการพูด 3 (3 – 0 – 6)

CA 003 Art of Speaking

ศึกษาหลักเกณฑ์และรูปแบบการพูดประเภทต่างๆ การเตรียมข้อมูล การนำเสนอความคิดผ่านการพูดและการใช้สื่อประกอบ การฝึกฝนการพูดตามวัตถุประสงค์และโอกาสที่แตกต่างกัน เพื่อให้สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันและการประกอบอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นศ.004 การถ่ายภาพดิจิทัล 3 (2 – 2 – 6)

CA 004 Digital Photography

ศึกษาทฤษฎีและปฏิบัติการถ่ายภาพ ส่วนประกอบต่างๆ ของกล้องดิจิทัลสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยว เลนส์ อุปกรณ์เสริม การตั้งค่าแสง ระบบบันทึกภาพ ความละเอียด และการบันทึกไฟล์ การจัดองค์ประกอบภาพให้เกิดความงดงามและตกแต่งภาพในโปรแกรมที่ทันสมัย เพื่อนำไปประยุกต์ใช้กับการถ่ายภาพในแต่ละประเภทได้เหมาะสม

นศ.005 ศิลปะแห่งการเล่าเรื่อง 3 (3 – 0 – 6)

CA 005 Art of Storytelling

ศึกษารูปแบบการเล่าเรื่องที่ปรากฏในสื่อประเภทต่างๆ การเล่าเรื่องผ่านถ้อยคำ ภาพและเสียง คุณลักษณะที่ควรมีของเรื่องเล่า เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อสื่อสารความหมายและความรู้สึกได้อย่างมีประสิทธิภาพ การใช้จินตนาการและประสบการณ์รอบตัวในการสร้างสรรค์เรื่องเล่า รวมถึงทักษะการฟัง การมองหาประเด็น การเลือกสรรเนื้อหา การคิด

วิเคราะห์ และการสรุปใจความที่ส่งเสริมการเล่าเรื่องอย่างมีศิลปะ

นศ.006 การสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัล 3 (3 – 0 – 6)

CA 006 Marketing Communication in Digital Age

ศึกษาความหมายของการตลาด หลักการตลาดสมัยใหม่ ความสัมพันธ์ระหว่างการตลาดกับการสื่อสารการตลาด แนวโน้มของการสื่อสารการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค องค์ประกอบของการสื่อสารการตลาด เครื่องมือการสื่อสารการตลาดต่างๆที่ครอบคลุมทั้งมิติออฟไลน์และมิติออนไลน์พร้อมกรณีศึกษา

นศ.007 การรู้เท่าทันสื่อและข้อมูลข่าวสาร 3 (3 – 0 – 6)

CA 007 Media and Information Literacy

ศึกษาคุณลักษณะและธรรมชาติของสื่อแต่ละประเภท บทบาท หน้าที่ จริยธรรมตลอดจนความรับผิดชอบของสื่อต่อสังคม ผลกระทบต่อผู้รับสาร อิทธิพลของสื่อต่อการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม โดยเน้นการทำความเข้าใจ วิเคราะห์ ตีความ วิพากษ์ และตั้งคำถามตามหลักทฤษฎี และแนวความคิดทางด้านการสื่อสารเพื่อให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อ

นศ.008 แนวโน้มเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร 3 (3 – 0 – 6)

CA 008 Trends in Communication Technology

ศึกษาถึงรูปแบบและแนวโน้มเทคโนโลยีทางด้านการสื่อสารยุคดิจิทัลตั้งแต่ปัจจุบันไปจนถึงอนาคต นวัตกรรมทางด้านอุปกรณ์อัจฉริยะ (Smart Devices) รูปแบบต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ระบบการแพร่ภาพและกระจายเสียงที่เน้นความคมชัดสูง ระบบอินเทอร์เน็ต สื่อใหม่ และสื่อหลอมรวมไปจนถึงวิดีโอ 360 องศา และเทคโนโลยีภาพเสมือนจริง (Virtual Reality) สามารถนำเทคโนโลยีการสื่อสารดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ในการทำงานด้านสื่อในทุกรูปแบบได้

นศ.009 สื่อและธุรกิจบันเทิง 3 (3 – 0 – 6)

CA 009 Media and Entertainment Business

ศึกษาคุณลักษณะ และคุณสมบัติของสื่อทั้งออนไลน์และออฟไลน์ประเภทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับแวดวงอุตสาหกรรมธุรกิจบันเทิงและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์หลากหลายแขนง ทั้งการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมพิเศษ ฯลฯ มีการเชื่อมโยงแนวคิดด้านการตลาด การสื่อสารการตลาด การประเมินสถานการณ์ การวิเคราะห์สื่อ และกลุ่มเป้าหมาย การวิเคราะห์บริบท การวางแผนกลยุทธ์ การประเมินความคุ้มค่า ตลอดจนการบริหารงานธุรกิจบันเทิง

นศ.111 การประชาสัมพันธ์เบื้องต้น 3 (3 – 0 – 6)

CA 111 Introduction to Public Relations

ศึกษาความหมาย ความสำคัญ กระบวนการดำเนินงาน และเครื่องมือสื่อสารเพื่องานประชาสัมพันธ์ การวางแผนการประชาสัมพันธ์ การสร้างภาพลักษณ์และรักษาความสัมพันธ์กับสาธารณชนกลุ่มต่างๆ บทบาทหน้าที่ของการประชาสัมพันธ์ในภาครัฐและภาคธุรกิจ บทบาทหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในระดับบริหารและระดับปฏิบัติการ คุณสมบัติ และจรรยาบรรณ ตลอดจนแนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์สมัยใหม่

นศ.112 วารสารศาสตร์เบื้องต้น 3 (3 – 0 – 6)

CA 112 Introduction to Journalism

ศึกษาวิวัฒนาการ แนวคิด และปรัชญาพื้นฐานทางวารสารศาสตร์ กระบวนการวารสารศาสตร์ในบริบทของการหลอมรวมสื่อ บทบาท หน้าที่ สิทธิและเสรีภาพ ความรับผิดชอบ คุณสมบัติ และจรรยาบรรณของนักวารสารศาสตร์ ตลอดจนการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในงานวารสารศาสตร์ รวมทั้งศึกษาถึงอิทธิพลของงานวารสารศาสตร์ที่มีต่อสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง

นศ.113 การโฆษณาเบื้องต้น 3 (3 – 0 – 6)

CA 113 Introduction to Advertising

ศึกษาความหมาย ประเภท บทบาท หน้าที่ แนวคิดและหลักพื้นฐานของกระบวนการการโฆษณาในระบบตลาด รูปแบบในการดำเนินธุรกิจการโฆษณา หลักการวางแผนการรณรงค์โฆษณา ผลกระทบของการโฆษณาต่อสังคม ตลอดจนการโฆษณาข้ามชาติ

นศ.114 ศิลปะการแสดงเบื้องต้น 3 (3 – 0 – 6)

CA 114 Introduction to Performing Arts

ศึกษาประวัติและวิวัฒนาการของการแสดง การนำศิลปะการแสดงมาใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสาร ทฤษฎีและความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับโครงสร้าง องค์ประกอบ และรูปแบบต่างๆ ของการแสดง ลักษณะและความแตกต่างของการแสดงสดและการแสดงผ่านสื่อมวลชนแต่ละประเภท รวมถึงศึกษาความสัมพันธ์ของการแสดงกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ตลอดจนจรรยาบรรณในวิชาชีพศิลปะการแสดง

นศ.115 วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์เบื้องต้น 3 (3 – 0 – 6)

CA 115 Introduction to Broadcasting

ศึกษาถึงโครงสร้าง สถานภาพและคุณลักษณะของสื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ รูปแบบของรายการรวมไปถึงองค์ประกอบของรายการแต่ละประเภท การก้าวผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ในยุคอนาล็อกสู่ยุคดิจิทัล โดยสะท้อนผ่านมิติทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยีและวัฒนธรรม

นศ.116 ภาพยนตร์เบื้องต้น 3 (3 – 0 – 6)

CA 116 Introduction to Film

ศึกษาคุณค่า บทบาท หน้าที่ของสื่อภาพยนตร์ ความสัมพันธ์ของภาพยนตร์กับมิติด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี และวัฒนธรรม ความเข้าใจเบื้องต้นของการศึกษาภาพยนตร์ด้านการผลิตภาพยนตร์ ด้านธุรกิจภาพยนตร์และสื่อจอ ด้านการแสดงภาพยนตร์ ด้านภาพยนตร์ศึกษาและการผลิตภาพยนตร์ทางเลือก

นศ.117 การสร้างตราและการสื่อสารตรา 3 (3 – 0 – 6)

CA 117 Branding and Brand Communications

ศึกษาความหมาย ประเภท คุณลักษณะที่ดีของตรา องค์ประกอบของตรา บทบาทและความสำคัญของการสร้างและสื่อสารตรา ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับตรา เข้าใจความแตกต่างระหว่างตรา ผลิตภัณฑ์และเครื่องหมายการค้า ปัจจัยและกระบวนการที่ทำให้ตราประสบความสำเร็จ รวมถึงกระบวนการสร้างตรา

<u>กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-บังคับ</u> (30 หน่วยกิต)

สต.201 การบริหารตราเชิงกลยุทธ์ 3 (3 – 0 – 6)

BD 201 Strategic Brand Management

ศึกษาหลักการและแนวคิดของกลยุทธ์การสร้างตราแบบองค์รวม หลักการบริหารตราในมิติของเจ้าของแบรนด์ เข้าใจองค์ประกอบของกลยุทธ์การสร้างตรา ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดวิสัยทัศน์ของตรา แก่นแท้ของตรา การกำหนดตำแหน่งตรา คุณค่าตรา คำมั่นสัญญาของตรา บุคลิกภาพตรา คุณลักษณะของตรา เอกลักษณ์และภาพลักษณ์ของตรา และผู้เรียนสามารถวางแผนกลยุทธ์การสร้างตราได้จากกรณีศึกษาที่มอบหมาย

สต.202 ความคิดสร้างสรรค์และการเล่าเรื่องตรา 3 (3 – 0 – 6)

BD 202 Creativity and Brand Storytelling

ศึกษาความหมาย ธรรมชาติ และที่มาของความคิดสร้างสรรค์ พร้อมทั้งฝึกฝนเทคนิคและวิธีการคิดแบบต่างๆ เพื่อนำไปสร้างแนวคิดและวางแผนกลยุทธ์ให้กับตรา นอกจากนี้ผู้เรียนจะได้ศึกษาวิธีการเล่าเรื่องของตราผ่านรูปภาพและเนื้อหาสารให้มีรูปแบบที่แปลกใหม่และน่าสนใจ ผ่านการเรียนการสอนในรูปแบบการปฏิบัติทั้งแบบกลุ่มและรายบุคคล

สต.203 การทำความเข้าใจมนุษย์เชิงลึกและการประยุกต์ใช้กับตรา 3 (3 – 0 – 6)

BD 203 Human Insight and Brand Implications

ศึกษาและทำความเข้าใจเชิงลึกความเป็นมนุษย์ด้วยความรู้หลากหลายศาสตร์ทั้งการทำงานของสมอง จิตวิทยาและพฤติกรรมศาสตร์ ค้นหาความต้องการที่แท้จริง ความเชื่อ ค่านิยม แรงจูงใจ กระบวนการเรียนรู้ และตัดสินใจเพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำผลการทำความเข้าใจเชิงลึกไปกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารตราในสังคมยุคดิจิทัลได้อย่างยั่งยืน

สต.204 กลยุทธ์ช่องทางการสื่อสารและสัมผัสแห่งตรา 3 (3 – 0 – 6)

BD 204 Brand Channels and Sense Strategy

ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและรูปแบบของเครื่องมือหรือช่องทางการสื่อสารตราต่างๆ เพื่อสร้างจุดสัมผัสตรา ให้สอดคล้องกับบุคลิกภาพและเอกลักษณ์ของตรา ทำความเข้าใจเส้นทางการเดินทางของลูกค้าเป้าหมาย และสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 (รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส) ได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดความประทับใจและความภักดีต่อตรา

สต.301 การวิจัยการสื่อสารตรา 3 (3 – 0 – 6)

BD 301 Brand Communications Research

ศึกษาถึงบทบาทความสำคัญ รูปแบบ ประเภทของการวิจัยเพื่อการสื่อสารตรา รวมถึงเรียนรู้และเข้าใจถึงระเบียบวิธีการวิจัย วิธีการวิเคราะห์ สรุปผลและการจัดทำโครงการวิจัยการสื่อสารตราทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ไม่ว่าจะเป็นการวิจัยผู้บริโภค การวิจัยเพื่อตรวจสอบสุขภาพตรา การวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์การ ผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ จากนั้นจึงดำเนินการวิจัยภาคสนามและการนำเสนอผลการวิจัยเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

สต.302 การออกแบบเอกลักษณ์ตรา 3 (2 – 3 – 6)

BD 302 Brand Identity Design

ศึกษากระบวนการออกแบบและบทบาทของการออกแบบตราที่มีต่อการสร้างเอกลักษณ์ให้กับตรา ครอบคลุมถึงการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์เพื่อการออกแบบ การคิดเชิงกลยุทธ์ การออกแบบ การสร้างจุดสัมผัสตรา การจัดการสื่อสารเอกลักษณ์ รวมทั้งมีการฝึกปฏิบัติการออกแบบกราฟิก องค์ประกอบส่วนต่างๆ ของเอกลักษณ์ตราโดยการใช้คอมพิวเตอร์ เช่น การตั้งชื่อ ออกแบบตราสัญลักษณ์ คำขวัญ รูปภาพ และการจัดทำคู่มือเอกลักษณ์ตรา

สต.303 การสร้างและการสื่อสารตราองค์การ 3 (3 – 0 – 6)

BD 303 Corporate Branding and Brand Communications

ศึกษาความหมาย ความสำคัญ รูปแบบและกระบวนการสื่อสารเพื่อการสร้างตราองค์การ กลยุทธ์การสื่อสารทั้งภายในและภายนอกเพื่อสร้างและรักษาชื่อเสียงขององค์การ การกำหนดจุดยืนตราที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ธุรกิจขององค์การ การสร้างตราภายใน การสร้างตราโดยกลยุทธ์การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม การสร้างตราผ่านพนักงาน การสร้างตราผ่านผู้บริหารและกรณีศึกษาของตราองค์การที่มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ตราทั้งตราองค์การของไทยและต่างประเทศ

สต.401 การวางแผนการรณรงค์เพื่อการสื่อสารตรา 3 (3 – 0 – 6)

BD 401 Brand Communications Campaign Planning

พื้นความรู้และเงื่อนไข : สอบผ่านกลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-บังคับไม่น้อยกว่า 9 วิชา

ศึกษากระบวนการวางแผนการสื่อสารตราตั้งแต่การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิจัยข้อมูลผู้บริโภคเชิงลึก การพัฒนาแนวคิดหลักที่จะนำไปสู่การสื่อสารตราผ่านช่องทางต่างๆ โดยให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากกรณีศึกษาจริงและการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลและสังคมเครือข่าย ตลอดจนการนำเสนออย่างมืออาชีพกับเจ้าของแบรนด์หรือผู้สอน

สต.402 การฝึกงานด้านการสื่อสารตรา 3 (0 – 36 – 0)

BD 402 Brand Communications Professional Internship

พื้นความรู้และเงื่อนไข : สอบผ่านกลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-บังคับไม่น้อยกว่า 9 วิชา และระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม ไม่ต่ำกว่า 2.50

ศึกษาประสบการณ์จริงด้านวิชาชีพด้วยการฝึกงานในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารตราและสามารถนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้จากการฝึกงานมาถ่ายทอดผ่านการวิเคราะห์ อภิปรายกับแนวคิด ทฤษฎีที่เรียนมา และจัดทำรายงานการฝึกงานภายใต้การควบคุมและประเมินผลของผู้สอนและตัวแทนของหน่วยงานที่ผู้เรียนฝึกงาน

สต.403 การเริ่มต้นธุรกิจและการสร้างตรา 3 (0 – 9 – 5)

BD 403 Business Startup and Branding

พื้นความรู้และเงื่อนไข : สอบผ่านวิชาเฉพาะด้าน-บังคับและวิชาเฉพาะด้าน-เลือกไม่น้อยกว่า 9 วิชา

ศึกษา วิเคราะห์และทำความเข้าใจธุรกิจด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความต้องการลูกค้า ค้นหาโอกาสในการเริ่มต้นธุรกิจ ออกแบบกลยุทธ์การสร้างตราเพื่อเพิ่มมูลค่าให้ธุรกิจและนำไปสู่ความเป็นไปได้จริงในการเริ่มต้นธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ โดยนำเสนอในรูปแบบของโครงการการสร้างตรา ทั้งนี้ การศึกษาจะต้องอยู่ภายใต้การควบคุมและการประเมินผลของผู้สอนและ/หรือกรรมการภายนอก

สต.404 สัมมนาการสร้างและสื่อสารตรา 3 (3 – 0 – 6)

BD 404 Seminar in Branding and Brand Communications

พื้นความรู้และเงื่อนไข : สอบผ่านกลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-บังคับไม่น้อยกว่า 9 วิชา

ศึกษาถึงบทบาท ความสำคัญของการสัมมนา วิเคราะห์สภาพปัญหา ค้นคว้าแนวคิด ประเด็นต่างๆ ที่อยู่ในความสนใจด้านการสร้างและสื่อสารตรา เพื่อนำมาจัดการสัมมนาในประเด็นต่างๆ สามารถเชิญวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิมาร่วมแลกเปลี่ยนความรู้ มุมมองและประสบการณ์และให้ผู้เรียนอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน ระหว่างผู้เรียนด้วยกันเอง

<u>กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-เลือก</u> (15 หน่วยกิต)

สต.311 การจัดการคุณค่าตรา 3 (3 – 0 – 6)

BD 311 Brand Equity Management

ศึกษาความหมาย ความสำคัญของการจัดการคุณค่าตรา ทฤษฎีคุณค่าตราในมิติลูกค้า ปัจจัยหรือองค์ประกอบต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อการสร้างคุณค่าตรา แนวทางการวัดคุณค่าตรา วิธีการบริหารจัดการตราและการสื่อสารตราเพื่อสร้างคุณค่าตราอย่างยั่งยืน

สต.312 ทักษะการเจรจาต่อรองและการนำเสนองาน 3 (3 – 0 – 6)

BD 312 Negotiation and Presentation Skills

ศึกษาความหมาย ความสำคัญ คุณลักษณะ ธรรมชาติและหลักการพื้นฐานของการเจรจาต่อรองและการนำเสนองานในหลายรูปแบบ การฝึกทักษะด้านการฟัง การใช้วิธีการสื่อสารสมัยใหม่ การใช้ภาพหรืองานกราฟิกเพื่อย่นย่อข้อมูลประกอบการนำเสนอ ฝึกปฏิบัติการนำเสนองานกับกลุ่มเป้าหมายในสถานการณ์ต่างๆ การเสนองานภายใต้ข้อจำกัดของเวลา สถานที่ การขายความคิดหรือกลยุทธ์ด้วยการใช้ศิลปะการโน้มน้าวใจเพื่อสร้างความได้เปรียบในการนำเสนอและการเจรจาต่อรอง

สต.321 การสร้างสรรค์เนื้อหาและการผลิตสื่อดิจิทัล 3 (2 – 3 – 6)

BD 321 Digital Content Creation and Media Production

ศึกษาหลักการสร้างสรรค์เนื้อหาและผลิตสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการสื่อสารตรา เรียนรู้เกี่ยวกับการสื่อความหมายทางด้านภาพผ่านมุมกล้อง การกำหนดองค์ประกอบศิลป์ การควบคุมการตัดต่อลำดับภาพ และการผสมเสียงโดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับเอกลักษณ์และบุคลิกภาพของตรา และฝึกปฏิบัติจริงในการผลิตสื่อภาพและเสียงที่สามารถนำไปใช้ในช่องทางการสื่อสารทั้งออฟไลน์และออนไลน์

สต.411 การสื่อสารตราระดับโลก 3 (3 – 0 – 6)

BD 411 Global Brand Communications

ศึกษาการสร้างตราและการสื่อสารการตลาดระดับโลก ตลอดจนปัจจัยแวดล้อมต่างๆที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตรา การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม การสร้างเนื้อหาและการเล่าเรื่องที่มีความเป็นสากล โดยศึกษาจากกรณีศึกษาของตราระดับโลก และนำมาประยุกต์ใช้กับการสร้างตราสินค้าไทยในต่างประเทศ

สต.412 การสร้างตราดิจิทัล 3 (3 – 0 – 6)

BD 412 Digital Branding

ศึกษาคุณลักษณะและพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล รูปแบบและการทำงานของสื่อประเภทเสียค่าโฆษณา สื่อที่ตราเป็นเจ้าของ และสื่อที่มีการพูดถึงหรือบอกต่อเกี่ยวกับตราโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย รวมไปถึงหลักการและกลยุทธ์การตลาดแบบมุ่งเน้นเนื้อหาผ่านกระบวนการฝึกฝนทั้งด้านการผลิตเนื้อหาเพื่อการสื่อสารตราและการผลิตสื่อดิจิทัลให้มีความสอดคล้องกับบุคลิกภาพและเอกลักษณ์ของตรา

สต.421 การสร้างประสบการณ์ร่วมและความผูกพันกับตรา 3 (3 – 0 – 6)

BD 421 Brand Experience and Engagement

ศึกษาหลักการ กลยุทธ์ของการสร้างประสบการณ์ร่วมและความผูกพันกับตรา การเลือกและประยุกต์ใช้เครื่องมือการสื่อสารตราที่ใช้สร้างประสบการณ์ร่วมกับตราที่ทำให้ลูกค้าเกิดการซื้อซ้ำ ภักดีต่อตรา และเกิดความผูกพันทางอารมณ์ระหว่างตรากับลูกค้าที่แข็งแกร่ง นอกจากนี้ยังศึกษาระดับ กระบวนการ กลยุทธ์การเพิ่มระดับความผูกพันระหว่างตรากับลูกค้าทั้งในสื่อออฟไลน์และออนไลน์

สต.422 การสร้างตราบุคคล 3 (3 – 0 – 6)

BD 422 Personal Branding

เรียนรู้และปฏิบัติเกี่ยวกับกระบวนการการค้นหาตัวตน เพื่อนำมาสร้างเป็นอัตลักษณ์ของตนเอง และสามารถนำอัตลักษณ์ดังกล่าวมาพัฒนาเป็นแนวคิดและกลยุทธ์เพื่อสื่อสารไปยังผู้บริโภคผ่านช่องทางการสื่อสารตราบุคคลต่างๆ ทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

<u>กลุ่มวิชาโท</u> (15 หน่วยกิต)

สต.201 การบริหารตราเชิงกลยุทธ์ 3 (3 – 0 – 6)

BD 201 Strategic Brand Management

ศึกษาหลักการและแนวคิดของกลยุทธ์การสร้างตราแบบองค์รวม หลักการบริหารตราในมิติของเจ้าของแบรนด์ เข้าใจองค์ประกอบของกลยุทธ์การสร้างตรา ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดวิสัยทัศน์ของตรา แก่นแท้ของตรา การกำหนดตำแหน่งตรา คุณค่าตรา คำมั่นสัญญาของตรา บุคลิกภาพตรา คุณลักษณะของตรา เอกลักษณ์และภาพลักษณ์ของตรา และผู้เรียนสามารถวางแผนกลยุทธ์การสร้างตราได้จากกรณีศึกษาที่มอบหมาย

สต.204 กลยุทธ์ช่องทางการสื่อสารและสัมผัสแห่งตรา 3 (3 – 0 – 6)

BD 204 Brand Channels and Sense Strategy

ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและรูปแบบของเครื่องมือหรือช่องทางการสื่อสารตราต่างๆ เพื่อสร้างจุดสัมผัสตราให้สอดคล้องกับบุคลิกภาพและเอกลักษณ์ของตรา ทำความเข้าใจเส้นทางการเดินทางของลูกค้าเป้าหมาย และสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายผ่านประสาทสัมผัสทั้ง5 (รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส) ได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดความประทับใจและความภักดีต่อตรา

สต.311 การจัดการคุณค่าตรา 3 (3 – 0 – 6)

BD 311 Brand Equity Management

ศึกษาความหมาย ความสำคัญของการจัดการคุณค่าตรา ทฤษฎีคุณค่าตราในมิติลูกค้า ปัจจัยหรือองค์ประกอบต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อการสร้างคุณค่าตรา แนวทางการวัดคุณค่าตรา วิธีการบริหารจัดการตราและการสื่อสารตราเพื่อสร้างคุณค่าตราอย่างยั่งยืน

สต.312 ทักษะการนำเสนองานและการเจรจาต่อรอง 3 (3 – 0 – 6)

BD 312 Negotiation and Presentation Skills

ศึกษาความหมาย ความสำคัญ คุณลักษณะ ธรรมชาติและหลักการพื้นฐานของการเจรจาต่อรองและการนำเสนองานในหลายรูปแบบ การฝึกทักษะด้านการฟัง การใช้วิธีการสื่อสารสมัยใหม่ การใช้ภาพหรืองานกราฟิกเพื่อย่นย่อข้อมูลประกอบการนำเสนอ ฝึกปฏิบัติการนำเสนองานกับกลุ่มเป้าหมายในสถานการณ์ต่างๆ การเสนองานภายใต้ข้อจำกัดของเวลา สถานที่ การขายความคิดหรือกลยุทธ์ด้วยการใช้ศิลปะการโน้มน้าวใจเพื่อสร้างความได้เปรียบในการนำเสนอและการเจรจาต่อรอง

สต.411 การสื่อสารตราระดับโลก 3 (3 – 0 – 6)

BD 411 Global Brand Communications

ศึกษาการสร้างตราและการสื่อสารการตลาดระดับโลก ตลอดจนปัจจัยแวดล้อมต่างๆที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตรา การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม การสร้างเนื้อหาและการเล่าเรื่องที่มีความเป็นสากล โดยศึกษาจากกรณีศึกษาของตราระดับโลก และนำมาประยุกต์ใช้กับการสร้างตราสินค้าไทยในต่างประเทศ

สต.412 การสร้างตราดิจิทัล 3 (3 – 0 – 6)

BD 412 Digital Branding

ศึกษาคุณลักษณะและพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล รูปแบบและการทำงานของสื่อประเภทเสียค่าโฆษณา สื่อที่ตราเป็นเจ้าของ และสื่อที่มีการพูดถึงหรือบอกต่อเกี่ยวกับตราโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย รวมไปถึงหลักการและกลยุทธ์การตลาดแบบมุ่งเน้นเนื้อหาผ่านกระบวนการฝึกฝนทั้งด้านการผลิตเนื้อหาเพื่อการสื่อสารตราและการผลิตสื่อดิจิทัลให้มีความสอดคล้องกับบุคลิกภาพและเอกลักษณ์ของตรา

สต.422 การสร้างตราบุคคล 3 (3 – 0 – 6)

BD 422 Personal Branding

เรียนรู้และปฏิบัติเกี่ยวกับกระบวนการการค้นหาตัวตน เพื่อนำมาสร้างเป็นอัตลักษณ์ของตนเอง และสามารถนำอัตลักษณ์ดังกล่าวมาพัฒนาเป็นแนวคิดและกลยุทธ์เพื่อสื่อสารไปยังผู้บริโภคผ่านช่องทางการสื่อสารตราบุคคลต่างๆ ทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ค. หมวดวิชาเลือกเสรี (9 หน่วยกิต)

สต.551 การออกแบบธุรกิจและการสร้างตรา 3 (3 – 0 – 6)

BD 551 Business Design and Branding

ศึกษาหลักการ กรอบความคิด พฤติกรรมและแรงจูงใจของความเป็นผู้ประกอบการ การเสริมสร้างแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ การนำความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมมาปรับใช้ในการสร้างและออกแบบธุรกิจ การประเมินโอกาสและความเสี่ยง การทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงบริบทแวดล้อมและพลวัตทางธุรกิจต่างๆ เงื่อนไขทางธุรกิจ โครงสร้างของธุรกิจ ศึกษาความต้องการของผู้บริโภค เพื่อนำไปสู่การเขียนแผนธุรกิจทั้งมิติด้านการขาย การตลาด การเงิน การบัญชี การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และขยายผลไปสู่การสร้างตราของธุรกิจให้เกิดคุณค่า

สต.552 การสร้างตราธุรกิจบันเทิง 3 (3 – 0 – 6)

BD 552 Entertainment Business Branding

ศึกษาขอบเขต ประเภทของธุรกิจบันเทิง คุณลักษณะ ธรรมชาติและบริบทแวดล้อมของธุรกิจบันเทิง กลยุทธ์การสร้างตราธุรกิจบันเทิงในรูปแบบต่างๆ อาทิ เพลง ละคร การแสดง ภาพยนตร์ การกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารตราธุรกิจบันเทิงและการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

สต.553 การสร้างตราระดับหรู 3 (3 – 0 – 6)

BD 553 Luxury Branding

ศึกษาแนวคิด ทิศทางการเติบโตของตลาดตราระดับหรูทั้งในและต่างประเทศ โดยการทำความเข้าใจคุณลักษณะตราหรู ความคาดหวัง พฤติกรรมของลูกค้า และตัวชี้วัดความสำเร็จของตราระดับหรูเพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์การบริหารจัดการ การสร้างและบริหารประสบการณ์และการสื่อสารตราระดับหรูเพื่อให้ลูกค้าเกิดความภักดีในตรา

สต.554 การสร้างตราแฟชั่น 3 (3 – 0 – 6)

BD 554 Fashion Branding

ศึกษาความหมาย ประเภทหรือขอบเขตของธุรกิจแฟชั่น ความแตกต่างระหว่างการสร้างตราสินค้าทั่วไปกับการสร้างตราสินค้าแฟชั่น แนวโน้มของธุรกิจแฟชั่น พฤติกรรมการบริโภคสินค้าแฟชั่น กระบวนการของการสร้างตราสินค้าแฟชั่น กลยุทธ์การตลาดและการสร้างตราสินค้าแฟชั่น องค์ประกอบและปัจจัยที่ส่งเสริมคุณค่าตราสินค้าแฟชั่น กรณีศึกษาของตราสินค้าแฟชั่นต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ

สต.555 ศาสตร์แห่งการจับจ่ายและการสื่อสาร 3 (3 – 0 – 6)

BD 555 Buyology and Communication

ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี จากมุมมองของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับโลกของการจับจ่าย ได้แก่ เจ้าของแบรนด์ ผู้ผลิต นักธุรกิจ นักการตลาด ผู้ค้าปลีก และ ผู้บริโภค โดยศึกษาผ่านกรณีศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจของมนุษย์ การทำความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยและเหตุผลในการตัดสินใจในการซื้อของผู้บริโภคในบริบทที่แตกต่างกันเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร

สต.556 การสร้างตราธุรกิจท่องเที่ยว 3 (3 – 0 – 6)

BD 556 Tourism Branding

ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการออกแบบกลยุทธ์ตราสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โรงแรม และสายการบิน รวมถึงธุรกิจอื่นๆที่อยู่ภายใต้ธุรกิจท่องเที่ยว รวมถึงกระบวนการการสื่อสารตราแบบบูรณาการ การบริหารประสบการณ์ลูกค้าและการสร้างคุณค่าให้กับตราของธุรกิจท่องเที่ยว โดยศึกษาจากกรณีศึกษาธุรกิจท่องเที่ยว

สต.557 การสร้างตราในธุรกิจการบริการต้อนรับ 3 (3 – 0 – 6)

BD 557 Hospitality Branding

ศึกษาขอบเขตของธุรกิจการบริการ ความสำคัญของการสร้างตราในธุรกิจการบริการ มุ่งเน้นการสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ การออกแบบ การสร้างและการบริหารประสบการณ์ การบริหารจัดการแบรนด์ การรักษาคำมั่นสัญญาให้ได้ในทุกช่องทางการสื่อสารตรา โดยเรียนรู้จากกรณีศึกษาและ/หรือการศึกษาดูงาน

สต.558 การสร้างตราและออกแบบธุรกิจอาหาร 3 (3 – 0 – 6)

BD 558 Food Business Design and Branding

ศึกษาและทำความเข้าใจธุรกิจอาหารโดยครอบคลุมถึงร้านอาหาร องค์ประกอบที่ต้องให้ความสำคัญสำหรับการสร้างตราธุรกิจอาหาร การวิเคราะห์บริบทแวดล้อมของธุรกิจอาหารเพื่อนำไปออกแบบกลยุทธ์การสร้างตราธุรกิจอาหาร การกำหนดตำแหน่งและเอกลักษณ์ของตราในธุรกิจอาหาร การกำหนดเครื่องมือการสื่อสารตราเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สร้างความจงรักภักดีในตราและนำไปสู่การบอกต่อทั้งในโลกออฟไลน์และออนไลน์

สต.559 การสร้างตราธุรกิจกีฬา 3 (3 – 0 – 6)

BD 559 Sport Branding

ศึกษาและเข้าใจบริบทและลักษณะเฉพาะของธุรกิจกีฬา การวางแผนกลยุทธ์ตราสโมสรกีฬาและนักกีฬา การบริหารชื่อเสียงและความภักดีของแฟนคลับ ตลอดจนกลยุทธ์และการสื่อสารของตราที่เป็นผู้สนับสนุนด้านกีฬา

สต.560 การสร้างตราสำหรับธุรกิจเพื่อสังคม 3 (3 – 0 – 6)

BD 560 Branding for Social Enterprise

เรียนรู้การสร้างตราที่มีเป้าหมายชัดเจนในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาสังคม ชุมชน หรือสิ่งแวดล้อม โดยใช้รูปแบบการทำธุรกิจที่มีความยั่งยืน การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเป็นตัวผลักดันไปสู่การแก้ไขปัญหาของสังคมโดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาวะ สังคมและสิ่งแวดล้อมในระยะยาว และมีเป้าหมายในการคืนผลประโยชน์จากการทำกิจการนั้นให้แก่สังคมและชุมชนมากกว่าสัดส่วนที่นำมาปันผลให้กับเจ้าของกิจการและผู้ถือหุ้น

สต.561 การสร้างตราอย่างยั่งยืน 3 (3 – 0 – 6)

BD 561 Sustainable Branding

ศึกษาการสร้างและพัฒนาตราอย่างยั่งยืนที่สามารถตอบรับกับความต้องการของโลกในปัจจุบัน วางแผนการสร้างตรามุ่งปกป้องทรัพยากรไว้สำหรับคนรุ่นต่อไปในอนาคต การสร้างตราที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยผ่านขั้นตอนการสร้างตราตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยมุ่งเน้นการรู้จักประมาณตน การมีเหตุมีผล และการมีภูมิคุ้มกันภายใต้องค์ความรู้ที่ดีและการบริหารอย่างมีธรรมาภิบาล

สต.562 ฮวงจุ้ยกับการสร้างตรา 3 (3 – 0 – 6)

BD 562 Feng Shui and Branding

ศึกษาเกี่ยวกับความหมาย ความสำคัญ คุณลักษณะ หลักการของศาสตร์ฮวงจุ้ย บทบาทของฮวงจุ้ยกับการทำธุรกิจและการสร้างตรา ฮวงจุ้ยกับการออกแบบเอกลักษณ์ตรา โลโก้ นามบัตร การเลือกตำแหน่งอาคารสำนักงาน การตกแต่งสำนักงาน รวมถึงองค์ประกอบอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการสร้างตรา

สต.563 การศึกษาดูงานด้านการสร้างตรา 3 (3 – 0 – 6)

BD 563 Branding Field Trip

ศึกษาและเรียนรู้เกี่ยวกับการสร้างตราสินค้าหรือบริการจากหน่วยงาน องค์การหรือสถานที่จริงทั้งในประเทศ และ/หรือต่างประเทศ เพื่อนำมาวิเคราะห์ ถอดบทเรียน อภิปรายและนำเสนอผลการศึกษาจากการศึกษาดูงานเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน

สต.564 การฝึกปฏิบัติการด้านการสร้างตรา 3 (3 – 0 – 6)

BD 564 Branding Workshop

ศึกษาและฝึกปฏิบัติการจริงเกี่ยวกับการสร้างตราโดยใช้กรณีศึกษาจริงหรือกรณีสมมติที่มีขอบเขตครอบคลุมถึงการรับข้อมูลจากเจ้าของตราสินค้าหรือบริการ การวิเคราะห์ปัญหาของตรา การกำหนดกลยุทธ์การสร้างตรา การวางแผนจุดสัมผัสตรา ผ่านกระบวนการระดมสมองและทำงานเป็นทีมและนำเสนอผลลัพธ์จากการฝึกปฏิบัติการ

สต.565 การศึกษาประเด็นเฉพาะด้านการสร้างตรา 3 (3 – 0 – 6)

BD 565 Selected Topics in Branding

ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี หรือประเด็นเฉพาะที่อยู่ในความสนใจปัจจุบัน รวมถึงแนวโน้มอนาคตในขอบเขตที่เกี่ยวข้องกับการสร้างตรา โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนได้เข้าใจลึกซึ้งในเรื่องเฉพาะดังกล่าว

นศ.551 การค้นคว้าอิสระ 3 (0 – 0 – 12)

CA 551 Independent Study

ศึกษาค้นคว้าอย่างละเอียด หรือวิจัยในหัวข้อ ประเด็นหรือปัญหาทางนิเทศศาสตร์ที่นักศึกษาให้ความสนใจเป็นพิเศษ โดยจัดทำรายงานภายใต้การควบคุมของอาจารย์ที่ปรึกษา

นศ.552 การสื่อสารมวลชนระหว่างประเทศ 3 (3 – 0 – 6)

CA 552 International Mass Communication

ศึกษาระบบการสื่อสารมวลชนของประเทศต่างๆ และการสื่อสารมวลชนระหว่างชาติเปรียบเทียบความเหมือนและความแตกต่างโดยเน้นทางด้านวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ วิเคราะห์โครงสร้างของระบบในแต่ละประเทศที่มีความสัมพันธ์ต่อสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง

นศ.553 การสื่อสารเพื่อการพัฒนา 3 (3 – 0 – 6)

CA 553 Development Communication

ศึกษาบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารที่มีต่อการพัฒนาบุคคล ชุมชน สังคมและประเทศชาติ ปัญหา อุปสรรคในการสื่อสารเพื่อพัฒนาและแนวทางแก้ไข ศึกษาและวิเคราะห์นโยบายการสื่อสารแห่งชาติกับการพัฒนาบุคคล ชุมชน สังคม เศรษฐกิจ และการเมือง รวมทั้งค้นหาแนวทางการนำการสื่อสารไปใช้พัฒนาประเทศได้อย่างมีประสิทธิผล

นศ.554 การบริการวิชาการแก่สังคม 3 (0 – 6 – 6)

CA 554 Integrated Academic Social Responsibility

ศึกษา เรียนรู้การจัดโครงการบริการวิชาการแก่ชุมชนและสังคมในรูปแบบต่างๆ เช่น การให้คำปรึกษา การอบรม การจัดประชุม การจัดเวทีเสวนา และการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่มีการบูรณาการเชิงสหวิทยาการร่วมกับการเรียนการสอน การวิจัย และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

นศ.555 การจัดโครงการเพื่อการมีส่วนร่วมกับสังคม 3 (0 – 6 – 6)

CA 555 Social Engagement Project

ฝึกปฏิบัติการจัดโครงการเพื่อการมีส่วนร่วมต่อสังคม การประสานสัมพันธ์กับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนากระบวนการมีส่วนร่วม เรียนรู้ ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมสร้างสรรค์คุณประโยชน์ในด้านต่างๆ ที่ตอบสนองต่อความต้องการและสอดคล้องกับบริบทขององค์การภาครัฐและเอกชน องค์การอิสระ องค์การสาธารณะชุมชน องค์การวิชาชีพ และสังคมโดยกว้างอย่างเป็นรูปธรรม

นศ.556 การจัดการเทศกาลดนตรี 3 (3 – 0 – 6)

CA 556 Music Festival Management

ศึกษาเนื้อหา แนวความคิด ปรัชญา รูปแบบของงานเทศกาลดนตรี ที่มีความแตกต่างตามประเภทดนตรี การพัฒนางานเทศกาลดนตรีสู่สากล ธุรกิจบันเทิงที่เกี่ยวข้องกับเทศการดนตรี ศึกษาถึงวิธีการคิดสร้างสรรค์ตลอดจนศึกษากระบวนการผลิตทุกขั้นตอน เพื่อนำมาใช้ปฏิบัติจริง ได้อย่างถูกต้องเข้าใจ

นศ.557 การปฏิบัติการเทศกาลดนตรี 3 (0 – 6 – 6)

CA 557 Music Festival Workshop

ฝึกปฏิบัติการการจัดเทศกาลดนตรีในรูปแบบต่าง ๆ การคิดสร้างสรรค์ การออกแบบ การเตรียมการ การบริหารงบประมาณ การผลิตสื่อ การตลาด การประชาสัมพันธ์ การดำเนินการตามแผนงาน ตลอดจนกระบวนการจัดเทศกาลดนตรีทุกขั้นตอน

นศ.558 วิทยาการทหาร 3 (3 – 0 – 6)

CA 558 Military Science

ศึกษาให้เกิดความรู้ความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างทหารกับพลเรือนในการป้องกันประเทศ รวมทั้งมีความรู้ความเข้าใจอย่างกว้างขวางเกี่ยวกับวิทยาการทหาร สามารถค้นหาข้อเท็จจริง ทำความเข้าใจ ตลอดจนสามารถประเมินข้อมูล แนวคิด และ หลักฐานใหม่ ๆ จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย โดยนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการแก้ไขปัญหาต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นและเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์

นศ.559 การพัฒนาความมั่นคงแห่งชาติ 3 (3 – 0 – 6)

CA 559 National Security Development

ศึกษาให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องความรู้ทั่วไปทางทหาร ความมั่นคงปลอดภัยแห่งชาติ และยุทธศาสตร์ รวมทั้งให้มองเห็นถึงความจำเป็นของความร่วมมือ และการประสานการปฏิบัติระหว่างพลเรือนและทหาร อันจะก่อให้เกิดความมั่นคงปลอดภัยแห่งชาติ