

คณะนิติศาสตร์  
หลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา วารสารศาสตร์ และการสร้างตราสร้างสรรค์  
ปีการศึกษา 2565

รายวิชาในหลักสูตร  
มุ่งเน้นการสื่อสารแบรนด์สร้างสรรค์

1. โครงสร้างหลักสูตร

จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร	135	หน่วยกิต
<b>ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป</b>	<b>30</b>	<b>หน่วยกิต</b>
กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ	9	หน่วยกิต
กลุ่มวิชาบูรณาการทักษะวิชาชีพ	21	หน่วยกิต
<b>ข. หมวดวิชาเฉพาะ</b>	<b>99</b>	<b>หน่วยกิต</b>
กลุ่มวิชาแกน	30	หน่วยกิต
กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-บังคับ	42	หน่วยกิต
กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-เลือก	27	หน่วยกิต
<b>ค. หมวดวิชาเลือกเสรี</b>	<b>6</b>	<b>หน่วยกิต</b>

2. รายวิชาในหลักสูตร

**ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต**

**กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ (9 หน่วยกิต)**

		หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
อก. 101	ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	3 (2 – 2 – 6)
EN 101	Everyday English	
อก. 102	ภาษาอังกฤษในบริบททางสังคม	3 (2 – 2 – 6)
EN 102	Social English	
อก. 103	ภาษาอังกฤษในบริบทสากล	3 (2 – 2 – 6)
EN 103	Global English	

**กลุ่มวิชาบูรณาการทักษะวิชาชีพ (21 หน่วยกิต)**

		หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
ศท. 101	ทักษะการคิดเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต	3 (3 – 0 – 6)
GE 101	Thinking Skills for Lifelong Learning	
ศท. 102	ความเป็นพลเมือง และการเปลี่ยนแปลงของสังคม	3 (3 – 0 – 6)
GE 102	Citizenship and Social Transformation	

ศท. 103	เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่ออนาคต	3 (3 – 0 – 6)
GE 103	Technology and Innovation for the Future	
ศท. 104	สุนทรียภาพกับสุขภาวะเพื่อชีวิต	3 (3 – 0 – 6)
GE 104	Aesthetics and Well-being for Life	
ศท. 105	พันธมิตรทางสังคมและประเด็นเกิดใหม่ของโลก	3 (3 – 0 – 6)
GE 105	Global Alliance and Emerging Issues	
ศท. 106	ความรู้ทางการเงินและการพัฒนาอย่างยั่งยืน	3 (3 – 0 – 6)
GE 106	Financial Literacy and Sustainable Development	
ศท. 107	จิตวิญญาณความเป็นผู้ประกอบการและทักษะการเป็นผู้นำ	3 (3 – 0 – 6)
GE 107	Entrepreneurial Spirit and Leadership Skills	

**ข. หมวดวิชาเฉพาะ 99 หน่วยกิต**

**กลุ่มวิชาแกน (30 หน่วยกิต)**

		หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)
นศ. 100	แนวคิดพื้นฐานด้านการสื่อสาร	3 (3 – 0 – 6)
CA 100	Conceptual Foundation for Communication	
นศ. 101	เส้นทางสู่แวดวงสื่อและการสื่อสาร	3 (3 – 0 – 6)
CA 101	Journey to Media and Communication	
นศ. 200	กฎหมาย จริยธรรม และความรับผิดชอบในการสื่อสาร	3 (3 – 0 – 6)
CA 200	Law, Ethics and Responsibility in Communication	
นศ. 300	ศิลปะแห่งการนำเสนอ	3 (3 – 0 – 6)
CA 300	Art of Pitching & Presentation	
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. 700	การรู้เท่าทันสื่อในยุคดิจิทัล	3 (3 – 0 – 6)
CA 700	Digital Literacy	

นศ. 008	แนวโน้มเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร	3 (3 – 0 – 6)
CA 008	Trends in Communication Technology	
นศ. 900	ศิลปะ รสนิยม และวัฒนธรรมร่วมสมัย	3 (3 – 0 – 6)
CA 900	Art, Taste and Contemporary Culture	

### **กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-บังคับ (42 หน่วยกิต)**

		หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษด้วยตนเอง)
นศ. 021	จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค	3 (3 – 0 – 6)
CA 021	Consumer Psychology & Behavior	
นศ. 022	ความคิดเชิงวิพากษ์และความคิดสร้างสรรค์	3 (3 – 0 – 6)
CA 022	Critical and Creative Thinking	
นศ. 023	การสื่อสารผ่านสื่อสังคม	3 (3 – 0 – 6)
CA 023	Social Media Communication	
นศ. 024	เทคโนโลยีทางการตลาด	3 (3 – 0 – 6)
CA 024	Marketing Technology	
นศ. 025	การฝึกปฏิบัติออกแบบกราฟิก	3 (2 – 2 – 6)
CA 025	Graphics Design Workshop	
นศ. 026	การฝึกปฏิบัติการผลิตสื่อดิจิทัล	3 (2 – 2 – 6)
CA 026	Digital Media Production Workshop	
นศ. 031	การวิจัยประยุกต์ และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์	3 (3 – 0 – 6)
CA 031	Applied research and Data Analysis for Strategic Decision Making	
นศ. 032	แบบจำลองธุรกิจ อีคอมเมิร์ซ และการตลาดเชิงกลยุทธ์	3 (3 – 0 – 6)
CA 032	Business Model, E-commerce and Strategic Marketing	
นศ. 033	การฝึกปฏิบัติสร้างความคิดเกี่ยวกับสิ่งใหม่และการบริหารแบบอไจล์	3 (3 – 0 – 6)
CA 033	Idea Generation Workshop and Agile Management	
นศ. 034	การสร้างแบรนด์องค์กร	3 (3 – 0 – 6)
CA 034	Corporate Branding	
นศ. 040	การสัมมนาประเด็นเฉพาะและการฝึกปฏิบัติ	3 (3 – 0 – 6)
CA 040	Special Topics Seminar and Workshop	
นศ. 201	ภาษาอังกฤษสำหรับการสื่อสารอย่างมืออาชีพ	3 (3 – 0 – 6)
CA 201	English for Professional Communication	

นศ. 041	โครงการสารนิพนธ์	6 (2 – 8 – 6)
CA 041	Degree Project	
	<b>หรือ</b>	
นศ. 042	การฝึกงานวิชาชีพ	6 (0 – 35 – 0)
CA 042	Professional Internship	

### **กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-เลือก (27 หน่วยกิต)**

หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

#### **● กลุ่มวิชาการสื่อสารแบรนด์สร้างสรรค์**

สบ. 021	การจัดการคุณค่าแบรนด์	3 (3 – 0 – 6)
BD 021	Brand Equity Management	
สบ. 022	การสร้างแบรนด์เชิงกลยุทธ์	3 (3 – 0 – 6)
BD 022	Strategic Branding	
สบ. 031	การสร้างเรื่องราวแบรนด์อย่างสร้างสรรค์	3 (3 – 0 – 6)
BD 031	Creative Brand Storytelling	
สบ. 032	การทำความเข้าใจมนุษย์เชิงลึกและการประยุกต์ใช้กับแบรนด์	3 (3 – 0 – 6)
BD 032	Human Insight and Brand Implications	
สบ. 033	การออกแบบเอกลักษณ์แบรนด์	3 (2 – 2 – 6)
BD 033	Brand Identity Design	
สบ. 034	ช่องทางการสื่อสารแบรนด์และสัมผัสแห่งแบรนด์	3 (3 – 0 – 6)
BD 034	Brand Channels and Sensory Branding	
สบ. 035	การสร้างแบรนด์บุคคล	3 (3 – 0 – 6)
BD 035	Personal Branding	
สบ. 036	การวางแผนรณรงค์การสื่อสารแบรนด์	3 (3 – 0 – 6)
BD 036	Brand Communications Campaign Planning	
สบ. 037	การสื่อสารแบรนด์ระดับโลก	3 (3 – 0 – 6)
BD 037	Global Brand Communications	

### **กลุ่มวิชาโท (สำหรับนักศึกษาที่ไม่ได้เรียนในหลักสูตรนิเทศศาสตร์)**

นักศึกษาสามารถเลือกเรียน 5 วิชา จากกลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-เลือก

### ค. หมวดวิชาเลือกเสรี (6 หน่วยกิต)

นักศึกษาจะต้องเลือกเรียนรายวิชาอื่นที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยกรุงเทพ หรือรายวิชาเลือกเสรีที่คณะนิเทศศาสตร์ หรือภาควิชาอื่นของคณะเปิดสอน ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต หรือเลือกเรียนในรายวิชาดังต่อไปนี้

		หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
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	
นศ. 561	การโฆษณาสำหรับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม	3 (3 – 0 – 6)
CA 561	Advertising for SMEs	
นศ. 562	แฟ้มผลงานสร้างสรรค์	3 (3 – 0 – 6)
CA 562	Creative Portfolio	
นศ. 563	การออกแบบเพื่อนำเสนอข้อมูล	3 (2 – 2 – 6)
CA 563	Information Graphic Design	
นศ. 564	การโฆษณาเพื่อการค้าสมัยใหม่	3 (3 – 0 – 6)
CA 564	Advertising for Modern Trade	

นศ. 565	การถ่ายภาพในสตูดิโอ	3 (2 – 2 – 6)
CA 565	Studio Photography	
นศ. 566	การสร้างภาพเคลื่อนไหวในงานโฆษณา	3 (2 – 2 – 6)
CA 566	Motion Graphics in Advertising	
นศ. 567	กิจกรรมพิเศษทางการตลาด	3 (3 – 0 – 6)
CA 567	Event Marketing	
นศ. 568	ทักษะทางภาษาสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพโฆษณา	3 (3 – 0 – 6)
CA 568	Language Skills for Advertising Practitioner	
นศ. 569	ศึกษาเชิงประสบการณ์ธุรกิจโฆษณาระหว่างประเทศ	3 (3 – 0 – 6)
CA 569	International Field Study in Advertising	
นศ. 570	การประชาสัมพันธ์เพื่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	3 (3 – 0 – 6)
CA 570	Public Relations for Small and Medium Business Enterprises	
นศ. 571	การประชาสัมพันธ์ทางการเมือง	3 (3 – 0 – 6)
CA 571	Political Public Relations	
นศ. 572	การประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมสร้างสรรค์	3 (3 – 0 – 6)
CA 572	Public Relations for Creative Industries	
นศ. 573	การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานราชการและองค์การสาธารณกุศล	3 (3 – 0 – 6)
CA 573	Public Relations in Governmental Institutions and Charitable Organizations	
นศ. 574	การสื่อสารเพื่อสุขภาพ	3 (3 – 0 – 6)
CA 574	Health Communication	
นศ. 575	การประชาสัมพันธ์และการเจรจาต่อรองประสานประโยชน์	3 (3 – 0 – 6)
CA 575	Public Relations and Lobbyist	
นศ. 576	การออกแบบธุรกิจและการสร้างแบรนด์	3 (3 – 0 – 6)
CA 576	Business Design and Branding	
นศ. 577	การสร้างแบรนด์ธุรกิจบันเทิง	3 (3 – 0 – 6)
CA 577	Entertainment Business Branding	
นศ. 578	การสร้างแบรนด์ระดับหรู	3 (3 – 0 – 6)
CA 578	Luxury Branding	
นศ. 579	การสร้างแบรนด์แฟชั่น	3 (3 – 0 – 6)
CA 579	Fashion Branding	

นศ. 580	ศาสตร์แห่งการจับจ่ายและการสื่อสาร	3 (3 – 0 – 6)
CA 580	Buyology and Communication	
นศ. 581	การสร้างแบรนด์ธุรกิจท่องเที่ยว	3 (3 – 0 – 6)
CA 581	Tourism Branding	
นศ. 582	การสร้างแบรนด์ในธุรกิจบริการต้อนรับ	3 (3 – 0 – 6)
CA 582	Hospitality Branding	
นศ. 583	การสร้างแบรนด์และออกแบบธุรกิจอาหาร	3 (3 – 0 – 6)
CA 583	Food Business Design and Branding	
นศ. 584	การสร้างแบรนด์ธุรกิจกีฬา	3 (3 – 0 – 6)
CA 584	Sport Branding	
นศ. 585	การสร้างแบรนด์สำหรับธุรกิจเพื่อสังคม	3 (3 – 0 – 6)
CA 585	Branding for Social Enterprise	
นศ. 586	การสร้างแบรนด์อย่างยั่งยืน	3 (3 – 0 – 6)
CA 586	Sustainable Branding	
นศ. 587	ฮวงจุ้ยกับการสร้างแบรนด์	3 (3 – 0 – 6)
CA 587	Feng Shui and Branding	
นศ. 588	การศึกษาดูงานด้านการสร้างแบรนด์	3 (3 – 0 – 6)
CA 588	Branding Field Trip	
นศ. 589	การฝึกปฏิบัติการด้านการสร้างแบรนด์	3 (3 – 0 – 6)
CA 589	Branding Workshop	
นศ. 590	การศึกษาประเด็นเฉพาะด้านการสร้างแบรนด์	3 (3 – 0 – 6)
CA 590	Selected Topics in Branding	

---

**หมายเหตุ :** ทุกรายวิชาที่เป็น 3 (3 – 0 – 6) แบ่งเป็นการบรรยาย 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ โดยมีการฝึกปฏิบัติร่วมกันระหว่างนักศึกษาและอาจารย์ผู้สอน และการศึกษาด้วยตนเองของนักศึกษา 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

### 3. คำอธิบายรายวิชา

#### ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (30 หน่วยกิต)

##### กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ (9 หน่วยกิต)

อก. 101	ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	3 (2 – 2 – 6)
EN 101	Everyday English	

ฝึกฝนการใช้โครงสร้างพื้นฐานและสำนวนภาษาอังกฤษที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ประกอบด้วย การพูดแนะนำตนเองและให้ข้อมูลส่วนตัว การบรรยายบุคลิกลักษณะ การพูดถึงเรื่องที่น่าสนใจ เรื่องที่เป็นความชอบและแรงผลักดันส่วนตัวของแต่ละคน รวมถึงการแสดงความคิดเห็นในเรื่องทั่วไป อีกทั้งพัฒนาทักษะการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียนด้วยวิธีเชิงบูรณาการ

Practice basic language structures and everyday expressions, including how to give informative self-introduction, describe personality, talk about interests and personal passions, as well as how to express opinions about general issues. Enhance language skills-speaking, listening, reading, and writing through integrated methods.

อก. 102	ภาษาอังกฤษในบริบททางสังคม	3 (2 – 2 – 6)
EN 102	Social English	

ฝึกฝนการพูดและการเขียนประโยคและสำนวนที่ใช้เป็นประจำ เพื่อการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การแลกเปลี่ยนข้อมูล การเปรียบเทียบ และการอธิบายความคิดเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ในบริบททางสังคมและธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการอภิปรายและการนำเสนอ ด้วยเทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์

Practice speaking and writing frequently used expressions for social interactions, exchanging information, making comparisons, and explaining ideas in social and business-related contexts, with emphasis on developing discussion and presentation skills along with digital skills and creativity.

อก. 103	ภาษาอังกฤษในบริบทสากล	3 (2 – 2 – 6)
EN 103	Global English	

ฝึกฝนการบรรยายประสบการณ์โดยระบุรายละเอียดสนับสนุน และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ การทำงาน และประเด็นปัญหาในระดับสากล โดยมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม และการสื่อสารในโลกดิจิทัล ซึ่งสำคัญต่อการเป็นพลเมืองโลก

Intensive practice in portraying detailed experiences and expressing opinions about living and working situations, and discussing global issues, with concentration on intercultural communication skills and digital communication skills, which are vital to becoming global citizens.

##### กลุ่มวิชาบูรณาการทักษะวิชาชีพ (21 หน่วยกิต)

ศท. 101	ทักษะการคิดเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต	3 (3 – 0 – 6)
GE 101	Thinking Skills for Lifelong Learning	

ศึกษาทฤษฎี หลักการของการคิด พัฒนาการคิดอย่างเป็นระบบ อาทิ การคิดเชิงวิพากษ์ การคิดสร้างสรรค์ การคิดวิเคราะห์ การคิดสังเคราะห์ การคิดแก้ปัญหา เป็นต้น รวมถึงการเชื่อมโยงความคิดและสามารถเลือกเครื่องมือความคิดที่เหมาะสมไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน การทำงานและการเรียนรู้ตลอดชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ



In this course, students will learn about theories and practical thinking tools such as critical thinking, creative and innovative thinking, analytical thinking, synthesis thinking and problem-solving thinking, including how to link and select appropriate thinking tools and effectively adapt to their daily life, professional undertakings and lifelong learning.

ศท. 102	ความเป็นพลเมือง และการเปลี่ยนแปลงของสังคม	3 (3 – 0 – 6)
GE 102	Citizenship and Social Transformation	

ศึกษาความหมาย คุณลักษณะ สิทธิ หน้าที่และเสรีภาพของความเป็นพลเมืองที่ดีในสังคมไทย สังคมโลกและสังคมอื่นที่มีในปัจจุบันและอนาคต เช่น สังคมดิจิทัล สังคมพหุวัฒนธรรม เป็นต้น เพื่อรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมต่างๆ รวมถึงเรียนรู้วิถีแห่งชีวิต สิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อสุขภาพ 4 มิติ คือ กาย ใจ สังคม และ ปัญญา เพื่อพร้อมปรับตัวอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างมีความสุขและไม่เบียดเบียนผู้อื่น

In this course, students will learn about definitions, attributes, rights, civic duties and freedom associated with citizenships and social transformation of Thailand and global communities in current times and in the future, such as digital society, multicultural society. To be able to live peacefully and happily with others, it is important to understand evolving changes and learn about 4 dimensions of the environments affecting health, namely, body, mind, society and wisdom.

ศท. 103	เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่ออนาคต	3 (3 – 0 – 6)
GE 103	Technology and Innovation for the Future	

ศึกษาบทบาท แนวคิด การรู้เท่าทัน รวมถึงการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านต่างๆ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตในสังคมสมัยใหม่ ผลกระทบที่มีต่อการดำเนินชีวิต สังคม และเศรษฐกิจ ตลอดจนจรรยาบรรณการใช้ประโยชน์และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาที่เกิดจากเทคโนโลยีและนวัตกรรม

In this course, students will learn about concepts and innovative technology and applications aiming to better a quality of life of people in a new society, including how technology and innovation affects our livelihood. The course also covers information on intellectual property protection as a result of technology and innovation.

ศท. 104	สุนทรียภาพกับสุขภาพเพื่อชีวิต	3 (3 – 0 – 6)
GE 104	Aesthetics and Well-being for Life	

เรียนรู้การใช้ชีวิตอย่างมีคุณค่าจากงานศิลปะและกิจกรรมนันทนาการ เปิดมุมมองใหม่ในเรื่องสุนทรียภาพที่เกี่ยวข้องกับชีวิตและสังคมจากงานศิลปะต่าง ๆ และกีฬา ที่มีผลต่อการดำรงอยู่ของชีวิต สังคมและวัฒนธรรม

In this course, students will explore relevant theories and concepts of aesthetics related to life and society and learn to cultivate positive outlook and attitude and understanding of different forms of taste and beauty, which will enhance their perception of diversity and enable them to appreciate art, music, literature, images, films and other forms of art. Students will also learn how to depict their imagination via communicative design using images, colors, calligraphy and other related tools to create value-added identity and characteristics to services, products and media.

ศท. 105	พันธมิตรทางสังคมและประเด็นเกิดใหม่ของโลก	3 (3 – 0 – 6)
GE 105	Global Alliance and Emerging Issues	

ศึกษาการพัฒนาความร่วมมือระดับนานาชาติทางเศรษฐกิจและการเมืองที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมในสังคมโลก เพื่อเข้าใจประเด็นสำคัญที่เกิดขึ้นใหม่ของประชาคมโลก

In this course, students will learn about international economic and political collaborations and developments affecting/constituting changes globally, in order to understand key global issues.

ศท. 106	ความรู้ทางการเงินและการพัฒนาอย่างยั่งยืน	3 (3 – 0 – 6)
GE 106	Financial Literacy and Sustainable Development	

ศึกษาการจัดการและตัดสินใจทางการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการจัดการเงินส่วนบุคคลและการลงทุน รวมทั้งการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการบูรณาการองค์ความรู้ที่สอดคล้องกับบริบทพื้นที่ ชุมชน และสังคมเป็นสำคัญ เพื่อให้เห็นถึงปัญหาและแนวทางการแก้ไขอย่างเป็นรูปธรรม

In this course, students will learn about management and effective financial decision making, including personal finance management and sustainable development and personal finance literacy, with special attention on integrated knowledge for local community and society, in order to highlight key issues and offer practical solutions.

ศท. 107	จิตวิญญาณความเป็นผู้ประกอบการและทักษะการเป็นผู้นำ	3 (3 – 0 – 6)
GE 107	Entrepreneurial Spirit and Leadership Skills	

ศึกษาและพัฒนาคุณลักษณะที่สำคัญในการสร้างจิตวิญญาณการเป็นผู้ประกอบการ โดยเน้นการคิดแบบเจ้าของ ประกอบด้วยการมีความคิดสร้างสรรค์ และการแสวงหาโอกาสในการเริ่มและดำเนินกิจการอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม มีภาวะผู้นำที่สามารถนำและทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ รอบรู้ และกล้าตัดสินใจทันต่อเหตุการณ์

In this course, students will study and develop important characteristics of entrepreneurial mindset, with an emphasis on a combination of creativity and entrepreneurship and explore entrepreneurial opportunities while learning about business best practice and ethics including leadership skills and qualities, effective leadership characteristics which will enable them to effectively work as a team and be able to make well-informed decision when required.

## ข. หมวดวิชาเฉพาะ (99 หน่วยกิต)

### กลุ่มวิชาแกน (30 หน่วยกิต)

นศ. 100	แนวคิดพื้นฐานด้านการสื่อสาร	3 (3 – 0 – 6)
CA 100	Conceptual Foundation for Communication	

ศึกษาแนวคิดทฤษฎีทางการสื่อสาร กระบวนการ แบบจำลอง และองค์ประกอบของการสื่อสาร พัฒนาการ บทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารในระดับต่าง ๆ

The course aims to introduce theories of communication, process, model and other elements of communication, development, roles, responsibility, and factors that have influenced over different levels of communication in organization.

นศ. 101	เส้นทางสู่แวดวงสื่อและการสื่อสาร	3 (3 – 0 – 6)
CA 101	Journey to Media and Communication	

ศึกษาเพื่อทำความเข้าใจถึงการทำงานในแวดวงของนิเทศศาสตร์มีอาชีพในปัจจุบันประกอบไปด้วยการประชาสัมพันธ์ดิจิทัล การโฆษณาดิจิทัล วารสารศาสตร์ดิจิทัล การสื่อสารแบรนด์ และการสร้างแบรนด์อินฟลูเอนเซอร์

The course aims to provide students with an understanding of the way in which the current communication professionals works whether in digital public relation, digital advertising, digital journalism, brand communication, and building brand influencers.

นศ. 200	กฎหมาย, จริยธรรม และ ความรับผิดชอบในการสื่อสาร	3 (3 – 0 – 6)
CA 200	Law, Ethics and Responsibility in Communication	

ศึกษาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมาย ศึกษาเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น ขอบเขตของการใช้สิทธิ และความรับผิดชอบต่อกฎหมายของสื่อมวลชน การปูพื้นฐานสำหรับศึกษาประเด็นของกฎหมายพิเศษอื่นที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน กฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค พรบ. คอมพิวเตอร์ พรบ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ทรัพย์สินทางปัญญา จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อของนักนิเทศศาสตร์

The course aims to provide students with an understanding of the fundamental law, freedom of speech, boundary of rights, and responsibility of media by the laws, consumer protection law, cyber law, personal protection act, intellectual property, ethics and responsibility of media professionals.

นศ. 300	ศิลปะแห่งการนำเสนอ	3 (3 – 0 – 6)
CA 300	Art of Pitching & Presentation	

ศึกษาศิลปะในการนำเสนอประเภทต่าง ๆ การเตรียมข้อมูล การนำเสนอความคิด การใช้เสียง การใช้สื่อประกอบการฝึกฝนการนำเสนอตามวัตถุประสงค์และโอกาสที่แตกต่างกัน เพื่อให้สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันและการประกอบอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ

The course aims to provide students with an understanding of the principles and different forms of presentation. Emphasis is on the preparation and the delivery of thoughts through the use of speeches. Upon completion, students will be able to prepare and deliver well-organized speeches in various occasions and be effective communicators in everyday life.

นศ. 004	การถ่ายภาพดิจิทัล	3 (2 – 2 – 6)
CA 004	Digital Photography	

ศึกษาทฤษฎีและปฏิบัติการถ่ายภาพ ส่วนประกอบต่าง ๆ ของกล้องดิจิทัลสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยว เลนส์ อุปกรณ์เสริม การตั้งค่าแสง ระบบบันทึกภาพ ความละเอียด และการบันทึกไฟล์ การจัดองค์ประกอบภาพให้เกิดความงามและตกแต่งภาพในโปรแกรมที่ทันสมัย เพื่อนำไปประยุกต์ใช้กับการถ่ายภาพในแต่ละประเภทได้เหมาะสม

The course aims to provide students with an understanding of the basic principles and application of digital photography. Topics include camera operation, shooting styles, image adjustments and corrections using image editing software, digital photo printing, aesthetic understanding, and applying them for different types of photography.

นศ. 005	ศิลปะแห่งการเล่าเรื่อง	3 (3 - 0 - 6)
CA 005	Art of Storytelling	

ศึกษารูปแบบการเล่าเรื่องที่ปรากฏในสื่อประเภทต่างๆ การเล่าเรื่องผ่านถ้อยคำ ภาพและเสียง คุณลักษณะที่ควรมีของเรื่องเล่า เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อสื่อสารความหมายและความรู้สึกได้อย่างมีประสิทธิภาพ การใช้จินตนาการและประสบการณ์รอบตัวในการสร้างสรรค์เรื่องเล่า รวมถึงทักษะการฟัง การมองหาประเด็น การเลือกสรรเนื้อหา การคิดวิเคราะห์ และการสรุปใจความที่ส่งเสริมการเล่าเรื่องอย่างมีศิลปะ

The course aims to examine various forms of storytelling in contemporary media through both verbal and non-verbal communications. Students learn the techniques of how to develop listening and seeing skills and how imagination and personal experiences can be utilized to create a unique and effective communication.

นศ. 006	การสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัล	3 (3 - 0 - 6)
CA 006	Marketing Communications in Digital Age	

ศึกษาความหมายของการตลาด หลักการตลาดสมัยใหม่ ความสัมพันธ์ระหว่างการตลาดกับการสื่อสารการตลาด แนวโน้มของการสื่อสารการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค องค์ประกอบของการสื่อสารการตลาด เครื่องมือการสื่อสารการตลาด ต่างๆที่ครอบคลุมทั้งมีติอออนไลน์และมีติออนไลน์พร้อมกรณีศึกษา

The course aims to provide students with an understanding of the meaning of marketing and marketing communication, the principles of modern marketing, relationships between marketing and marketing communication, trends of marketing communication strategy. The basic theories of human communication, mass communication, and new media and technology are explored.

นศ. 700	การรู้เท่าทันสื่อในยุคดิจิทัล	3 (3 - 0 - 6)
CA 700	Digital Literacy	

ศึกษา จริยธรรม ความรับผิดชอบผู้ใช้สื่อดิจิทัลต่อสังคม ผลกระทบต่อผู้ส่งสารและผู้รับสาร รอยเท้าดิจิทัล (Digital Footprint) ความปลอดภัยไซเบอร์ (Cyber Security) การกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ (Cyberbullying) การทำความเข้าใจและการรู้เท่าทันข่าวลวง (Fake News) วิเคราะห์ วิพากษ์ตามหลักการและแนวคิดทฤษฎีด้านการสื่อสาร

This course explores social media users' ethical consideration and social responsibility, their impact on society and audiences, digital footprint, cyber security, cyberbullying, media literacy, and awareness on fake news. Students will learn how to analyze and critique content using critical approaches and communication theories.

นศ. 008	แนวโน้มเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร	3 (3 - 0 - 6)
CA 008	Trends in Communication Technology	

ศึกษารูปแบบและแนวโน้มเทคโนโลยีทางการสื่อสารยุคดิจิทัลตั้งแต่ปัจจุบันไปจนถึงอนาคต นวัตกรรมทางด้านอุปกรณ์อัจฉริยะ (Smart Devices) รูปแบบต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ระบบการแพร่ภาพและกระจายเสียงที่เน้นความคมชัดสูง ระบบอินเทอร์เน็ต สื่อใหม่ สื่อหลอมรวมไปจนถึงวิดีโอ 360 องศา และเทคโนโลยีภาพเสมือนจริง (Virtual Reality) เทคโนโลยีทางการตลาด (Marketing Technology) และสามารถนำเทคโนโลยีดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ในการทำงานด้านสื่อในทุกรูปแบบได้

The course aims to introduce various platforms and the future trends of communication technology in digital age. Students will learn the background of new communication and information technology, and explore the way how technologies influence our everyday lives these days. Emphasis is on the rapid growth of smart devices and broadcasting technology, new media, convergent media as well as 360 video, and virtual reality (VR) technology.

นศ. 900	ศิลปะ รสนิยม และวัฒนธรรมร่วมสมัย	3 (3 - 0 - 6)
CA 900	Art, Taste and Contemporary Culture	

ศึกษาศิลปะหลากหลายรูปแบบและยุคสมัย และความเคลื่อนไหวของศิลปะในช่วงเวลาต่าง ๆ ทั้งในอดีตและปัจจุบัน รวมถึงแนวคิดของศิลปินคนสำคัญ ที่มีผลต่อรสนิยมของยุคสมัย อิทธิพลของศิลปะและศิลปิน ที่มีต่องานออกแบบ วิถีชีวิต แฟชั่น สินค้า วัฒนธรรมร่วมสมัย เพื่อสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการทำงานอย่างมีรสนิยม

The course aims to provide students with an understanding of arts in various styles and periods, and movement of arts in different periods from the past to the present, including the concepts of important artists that influence the taste of the public in different era, as well as the influence of artists and arts that have upon design, life styles, fashion, commodity, and contemporary culture in order to apply in each person work tastefully.

#### กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-บังคับ (42 หน่วยกิต)

นศ. 021	จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค	3 (3 - 0 - 6)
CA 021	Consumer Psychology & Behavior	

ศึกษาทำความเข้าใจแนวคิด ทฤษฎีทางจิตวิทยา สังคมวิทยาที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค พฤติกรรมผู้บริโภคประเภทต่าง ๆ และแนวทางการประยุกต์ใช้พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อการสื่อสาร

The course aims to provide students with an understanding of the concept, theory of psychology, sociology that relates to consumer behaviors, factors that influence the process of making decision of consumers, different types of consumers, and the way in which to apply the consumer behaviors for communication.

นศ. 022	ความคิดเชิงวิพากษ์และความคิดสร้างสรรค์	3 (3 - 0 - 6)
CA 022	Critical and Creative Thinking	

ศึกษาแนวคิดพื้นฐานในการสร้างสรรค์งาน เรียนรู้กระบวนการคิดงานอย่างสร้างสรรค์ผ่านการถ่ายทอดจากจินตนาการสู่งานให้สามารถสื่อสารได้อย่างเหมาะสม รวมถึงฝึกปฏิบัติการสร้างสรรค์ผลงานด้วยเทคนิควิธีการต่าง ๆ ที่แปลกใหม่เพื่อให้ได้งานที่แตกต่างและร่วมสมัย นำไปสู่การวิพากษ์วิจารณ์และนำเสนอผลงานที่สื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

The course aims to introduce the concept of creative works, the creative process from imagination to communicate to public appropriately, including the practicing the creative works with different techniques in order to create the unique and contemporary works which lead to criticism and presentation of the work effectively.

นศ. 023	การสื่อสารผ่านสื่อสังคม	3 (3 - 0 - 6)
CA 023	Social Media Communication	

ศึกษาคุณลักษณะของสื่อสังคมประเภทต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ ยูทูบ ฯลฯ ศึกษาถึงรูปแบบในการใช้งานให้เกิดประโยชน์ในเชิงการสื่อสารการตลาด การวิเคราะห์ข้อมูล พฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภค กลยุทธ์การเขียนที่เหมาะสมกับรูปแบบการนำเสนอ ตลอดจนการวางแผนการรณรงค์ผ่านสื่อสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ

The course examines the characteristics of different types of social media including facebook, Instagram, twitter, youtube, etc. and study the way in which to use them for marketing communication, data analysis, consumer behaviors, writing strategy that suitable for each type, including efficiently planning for social media campaign.

นศ. 024	เทคโนโลยีทางการตลาด	3 (3 - 0 - 6)
CA 024	Marketing Technology	

ศึกษาเทคโนโลยีที่สามารถใช้เพื่อส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาด เทคโนโลยีเพื่อการโฆษณาและการโปรโมท (Advertising & Promotion) เทคโนโลยีที่ช่วยในการสร้างคอนเทนต์และมอบประสบการณ์ดิจิทัล (Content & Experience) เทคโนโลยีที่เกี่ยวกับการสานสัมพันธ์กับบุคคล (Social & Relationships) เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการขาย (Sales และ E-commerce) เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการใช้และการวิเคราะห์ข้อมูล (Big Data) เทคโนโลยีมีประโยชน์กับการทำงานด้านการบริหาร (Management)

The course aims to introduce the technology that uses for marketing pro-motion, technology for advertising and promotion, technology that helps creating the digital content and experience, technology for social and relationship, technology involves sales and e-commerce, technology that relates to data analysis, technology that useful for management.

นศ. 025	การฝึกปฏิบัติออกแบบกราฟิก	3 (2 - 2 - 6)
CA 025	Graphics Design Workshop	

ศึกษาหลักการออกแบบกราฟิก ทฤษฎีสี องค์ประกอบภาพ รูปแบบและสไตล์ของการออกแบบกราฟิก และการฝึกปฏิบัติการประยุกต์ใช้หลักการออกแบบกราฟิกเพื่อการผลิตงานด้านนิเทศศาสตร์ เช่น งานออกแบบภาพประกอบสำหรับการสื่อสารในสื่อดิจิทัล การออกแบบตัวอักษร และงานอินโฟกราฟิก

The course aims to introduce the principle of graphic design, color theory, composition, form and style of graphic design, and the practice in graphic design to produce works for communication arts, including illustration de-sign for digital communication, typography, and infographic.

นศ. 026	การฝึกปฏิบัติการผลิตสื่อดิจิทัล	3 (2 - 2 - 6)
CA 026	Digital Media Production Workshop	

ศึกษาเทคนิคและวิธีการสื่อสารผ่านภาพเคลื่อนไหว การออกแบบภาพ การจัดแสง การจัดองค์ประกอบภาพ การใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ประกอบ ฝึกปฏิบัติการออกแบบภาพและการถ่ายทำสื่อด้านภาพเคลื่อนไหวอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการดำเนินการผลิตงานภาพเคลื่อนไหวเพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อดิจิทัล

The course aims to introduce techniques and the principle of visual communication through moving image, design image, lighting design, composition, how to use various tools and props, practice image design and creating the production artfully, including practicing the production for publishing through digital media.

นศ. 031	การวิจัยประยุกต์ และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์	3 (3 – 0 – 6)
CA 031	Applied research and Data Analysis for Strategic Decision Making	

เรียนรู้การนำผลการวิจัยมาประยุกต์ใช้อย่างสร้างสรรค์ ฝึกปฏิบัติการเก็บข้อมูล การสืบค้นข้อมูล การใช้ข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคเปิดรับสื่อดิจิทัลของผู้บริโภค ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อการตัดสินใจทางการวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์อย่างมีประสิทธิภาพ

The course aims to provide students with how to use the research results to apply creatively, collecting data, research for information, use different sources of consumer behaviors in opening up to digital media, trading behavior record for making decision to plan for strategic communication efficiently.

นศ. 032	แบบจำลองธุรกิจ อีคอมเมิร์ซ และการตลาดเชิงกลยุทธ์	3 (3 – 0 – 6)
CA 032	Business Model, E-commerce and Strategic Marketing	

ศึกษาองค์ประกอบของการสร้างแบบจำลองทางธุรกิจที่ประกอบไปด้วย รูปแบบธุรกิจที่ก่อให้เกิดผลกำไร (Profit Site) คุณค่าที่มอบให้กับลูกค้า (Customer Value) การกำหนดราคา (Pricing) ขอบเขต (Scope) แหล่งที่มาของรายได้ (Revenue Source) กิจกรรมเชื่อมโยง (Connected Activities) การนำไปใช้ (Implementation) ความสามารถ (Capabilities) ความยั่งยืน (Sustainability) และโครงสร้างต้นทุน (Cost Structure) เพื่อนำไปวางแผนการทำการตลาดแบบอีคอมเมิร์ซ และการตลาดเชิงกลยุทธ์

The course aims to introduce the elements of the business model, that generate profit, customer value, pricing, scope and revenue source, connected activities, implementation, capabilities, sustainability, cost structure to plan for e-commerce marketing and strategic marketing.

นศ. 033	การฝึกปฏิบัติสร้างความคิดเกี่ยวกับสิ่งใหม่และการบริหารแบบอไจล์	3 (3 – 0 – 6)
CA 033	Idea Generation Workshop and Agile Management	

การศึกษาระบวนการของวิธีคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) การคิดแก้ปัญหาที่สามารถนำไปสร้างสรรค์นวัตกรรม และการคิดเชิงธุรกิจ (Business Thinking) เพื่อให้เกิดนวัตกรรมสินค้าและบริการ และการปรับปรุงกระบวนการทำงานโดยใช้แนวคิดการบริหารงานแบบอไจล์ (Agile)

The course aims to provide students with an understanding of the process of design thinking, problem solving that can be used on creative innovation, and business thinking to creative product and service innovation, and the development of process by using the concept of Agile.

นศ. 034	การสร้างแบรนด์องค์กร	3 (3 – 0 – 6)
CA 034	Corporate Branding	

ศึกษาความหมาย ความสำคัญ รูปแบบ กระบวนการสื่อสารเพื่อการสร้างแบรนด์องค์กร กลยุทธ์ การสื่อสารทั้งภายในและภายนอกเพื่อสร้างภาพลักษณ์และรักษาชื่อเสียงขององค์กร การกำหนดจุดยืน แบรนด์ที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ธุรกิจ

ขององค์กร การสร้างแบรนด์ภายใน การสร้างแบรนด์โดยกลยุทธ์การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม การสร้างแบรนด์ผ่านบุคลากร รวมถึงการสร้างแบรนด์อย่างยั่งยืน

The course aims to examine the meaning, value, form, process of communication for branding of organization, strategy of communication both within and outside the organization to creative the right image and sustain their image, position and the brand that goes hand in hand with the organization's strategy, creating the brand within the organization, creative brand by strategy to be social responsible, individual branding and how to sustain the brand in the long run.

นศ. 040	การสัมมนาประเด็นเฉพาะและการฝึกปฏิบัติ	3 (3 - 0 - 6)
CA 040	Special Topics Seminar and Workshop	

ศึกษาถึงบทบาท ความสำคัญของการสัมมนา วิเคราะห์สภาพปัญหา ค้นคว้าแนวคิด ประเด็นต่าง ๆ ที่อยู่ในความสนใจ เพื่อนำมาจัดการสัมมนาในประเด็นต่าง ๆ สามารถเชิญวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิมาร่วมแลกเปลี่ยนความรู้ มุมมองและประสบการณ์และให้ผู้เรียนอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน ระหว่างผู้เรียนด้วยกันเอง

The course aims to examine the roles, value of seminars, analysis of the problems, researches, the concepts, various issues in the current interest to organize the seminar on various topics and be able to invite the speakers to exchange perspective and experience to the students, the exchange of ideas between the lecturers and the students, and among the students themselves.

นศ. 201	ภาษาอังกฤษสำหรับการสื่อสารอย่างมืออาชีพ	3 (3 - 0 - 6)
CA 201	English for Professional Communication	

เรียนรู้และฝึกการใช้ภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพนิติศาสตร์ การฟังและการอ่านจับประเด็นความเข้าใจ เนื้อหาในสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ การรับโจทย์ การสื่อสารด้วยวาจาในการเจรจากับลูกค้า การเล่าเรื่อง รวมถึงการนำเสนอ งาน เรียนรู้การใช้ภาษาอังกฤษในสื่อมวลชนและสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างเหมาะสม

The course aims to provide students with opportunities to practice English that relates to communication arts, critical listening and reading, under-standing the contents of various media, given the tasks, communication through conversation with customers, storytelling, including presentation, learning to use English in communication with media and social media appropriately.

นศ. 041	โครงการสารนิพนธ์	6 (2 - 8 - 6)
CA 041	Degree Project	

วิชาบังคับก่อน: มีหน่วยกิตสะสมไม่น้อยกว่า 90 หน่วยกิต และเรียนกลุ่มวิชาเฉพาะด้าน ไม่น้อยกว่า 27 หน่วยกิต (เรียนในภาคการศึกษาเดียวกันได้)

การนำทฤษฎีและหลักการที่เรียนมาเพื่อผลิตชิ้นงาน โดยการศึกษาค้นคว้า นำเสนอโครงการและผลิตชิ้นงานที่มีลักษณะริเริ่มสร้างสรรค์โดยจะอยู่ภายใต้การควบคุมและการประเมินผลของอาจารย์ผู้ควบคุมวิชา

Applying theory and concepts to produce works through research, project proposal and produce the creative works undersupervision and evaluation by the lecturers.



นศ. 042	การฝึกงานวิชาชีพ	6 (0 – 35 – 0)
CA 042	Professional Internship	

วิชาบังคับก่อน: มีหน่วยกิตสะสมไม่น้อยกว่า 90 หน่วยกิต และเรียนกลุ่มวิชาเฉพาะด้าน ไม่น้อยกว่า 27 หน่วยกิต

การฝึกงานของนักศึกษากับผู้ประกอบการตามสาขาวิชาเอกของนักศึกษา ในภาคเรียนสุดท้ายก่อนสำเร็จการศึกษา เพื่อให้ศึกษามีประสบการณ์ในงานวิชาชีพ โดยนักศึกษาจะต้องทำรายงานประกอบการฝึกงานและ/หรือศึกษาค้นคว้าเพื่อสร้างสรรค์โครงการสำเร็จการศึกษา ทั้งนี้จะอยู่ภายใต้การควบคุมและการประเมินผลของอาจารย์ร่วมกับหน่วยงานภายนอก

Internship for students with entrepreneurs in each major in the last semester before graduation, the students can gain professional experiences in which the students need to hand in the report and/or creative research graduation project that under supervision and evaluation of lecturers and private organizations.

### กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน-เลือก (27 หน่วยกิต)

- กลุ่มวิชาการสื่อสารแบรนด์สร้างสรรค์

สบ. 021	การจัดการคุณค่าแบรนด์	3 (3 – 0 – 6)
BD 021	Brand Equity Management	

ศึกษาความหมาย ความสำคัญ และหลักการจัดการคุณค่าแบรนด์ในมิติต่าง ๆ รวมถึงปัจจัยหรือองค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการบริหารจัดการคุณค่าแบรนด์ให้ประสบความสำเร็จ วิธีการบริหารจัดการแบรนด์ เพื่อสร้างคุณค่าแบรนด์อย่างยั่งยืน

This course provides students knowledge and understanding of brand equity management in many aspects. The class includes guidelines that will lead to the success of brand equity management. Also, students will learn the effective ways to build a strong and sustainable brand equity.

สบ. 022	การสร้างแบรนด์เชิงกลยุทธ์	3 (3 – 0 – 6)
BD 022	Strategic Branding	

ศึกษาหลักการและแนวคิดของกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ หลักการบริหารแบรนด์เชิงกลยุทธ์ในมิติของเจ้าของแบรนด์ เข้าใจองค์ประกอบของกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดวิสัยทัศน์ของแบรนด์ แก่นแท้ของแบรนด์ การกำหนดตำแหน่งแบรนด์ บุคลิกภาพแบรนด์ และสามารถวางแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ได้จากกรณีศึกษาที่มอบหมาย

This course will makes students understand the concepts and examples of brand essence, brand vision, brand positioning and brand personality. Students will be able to generate ideas to build their own brand in this course.

สบ. 031	การสร้างเรื่องราวแบรนด์อย่างสร้างสรรค์	3 (3 – 0 – 6)
BD 031	Creative Brand Storytelling	

ศึกษาความหมาย ธรรมชาติ และที่มาของความคิดสร้างสรรค์ พร้อมทั้งฝึกฝนเทคนิคและวิธีการคิดแบบต่าง ๆ เพื่อนำไปสร้างแนวคิดและการสร้างสรรค์เรื่องราวให้กับแบรนด์ นอกจากนี้ผู้เรียนจะได้ศึกษาวิธีการเล่าเรื่องของแบรนด์ด้วยรูปภาพและเนื้อหา ผ่านการเรียนการสอนในรูปแบบการปฏิบัติทั้งแบบกลุ่มและรายบุคคล

Students will spend the beginning of the course learning about the nature of creativity. Later on, individuals will practice their storytelling skills including creating a brand story and telling brand story through creative illustration and content.

สบ. 032	การทำความเข้าใจมนุษย์เชิงลึกและการประยุกต์ใช้กับแบรนด์	3 (3 – 0 – 6)
BD 032	Human Insight and Brand Implications	

ศึกษาและทำความเข้าใจเชิงลึกความเป็นมนุษย์ด้วยความรู้หลากหลายศาสตร์ทั้งการทำงานของสมอง จิตวิทยาและพฤติกรรมศาสตร์ ค้นหาความต้องการที่แท้จริง วิธีการค้นหาและทำความเข้าใจเชิงลึกกับผู้บริโภค และนำผลการทำความเข้าใจเชิงลึกไปกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์ทั้งในโลกออฟไลน์และออนไลน์

In this course, students will learn to understand human-centric topics such as: how the brain functions, psychology and behavioral science. Students will also learn how to search for consumer insight and understand their behavior. Furthermore, students will be able to apply this knowledge to create a desirable brand communication strategy on both online and offline platforms.

สบ. 033	การออกแบบเอกลักษณ์แบรนด์	3 (2 – 2 – 6)
BD 033	Brand Identity Design	

ศึกษาบทบาท ความสำคัญ และกระบวนการออกแบบเอกลักษณ์แบรนด์ ครอบคลุมถึงการรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ในการออกแบบ การออกแบบองค์ประกอบส่วนต่าง ๆ ของเอกลักษณ์แบรนด์โดยการใช้คอมพิวเตอร์ เช่น การตั้งชื่อ ออกแบบตราสัญลักษณ์ คำขวัญ รูปภาพ และการจัดทำคู่มือเอกลักษณ์แบรนด์ การนำงานออกแบบเอกลักษณ์แบรนด์ไปใช้งานจริง

Students will learn about the importance, role and process of brand identity design in this course. The course also allows students to design elements of brand identity design such as brand name, logo, slogan, brand signature and brand books.

สบ. 034	ช่องทางการสื่อสารแบรนด์และสัมผัสแห่งแบรนด์	3 (3 – 0 – 6)
BD 034	Brand Channels and Sensory Branding	

ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และรูปแบบของเครื่องมือหรือช่องทางการสื่อสารแบรนด์ต่าง ๆ เพื่อสร้างจุดสัมผัสแบรนด์ให้สอดคล้องกับบุคลิกภาพและเอกลักษณ์ของแบรนด์ ทำความเข้าใจเส้นทางการเดินทางของลูกค้าเป้าหมายโดยมุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience) รวมถึงการสร้างแบรนด์ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดความประทับใจและความภักดีต่อแบรนด์

In this course, students will learn about brand channels, consumer journey and brand touchpoints that create customer experiences. Students will also be able to create touchpoints that better represent brand personality and brand identity. Students will design touchpoints through the 5 senses in order to strengthen brand impression and loyalty.

สบ. 035	การสร้างแบรนด์บุคคล	3 (3 – 0 – 6)
BD 035	Personal Branding	

เรียนรู้และปฏิบัติเกี่ยวกับกระบวนการการค้นหาตัวตนเพื่อนำมาสร้างเป็นอัตลักษณ์ของตนเอง และสามารถนำอัตลักษณ์ดังกล่าวมาพัฒนาเป็นแนวคิดและกลยุทธ์เพื่อสื่อสารไปยังผู้บริโภคผ่านช่องทางการสื่อสารแบรนด์บุคคลต่าง ๆ ทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการค้นหาโอกาสในการใช้แบรนด์บุคคลเพื่อสร้างรายได้ให้กับตนเอง (Brand Monetization)

This course will encourage students to find their inner self and uniqueness, to build their own identities. Students will be able to develop their identities into concept and strategy, and communicate with people through brand channels both online and offline. Finally, students can seek opportunities to monetize their personal brand.

สบ. 036	การวางแผนรณรงค์การสื่อสารแบรนด์	3 (3 – 0 – 6)
BD 036	Brand Communications Campaign Planning	

ศึกษากระบวนการวางแผนการสื่อสารแบรนด์ตั้งแต่การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิจัยข้อมูลผู้บริโภคเชิงลึก การพัฒนาแนวคิดหลักที่จะนำไปสู่การสื่อสารแบรนด์ผ่านช่องทางต่าง ๆ โดยให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากกรณีศึกษาจริงและการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลและสังคมเครือข่าย ตลอดจนการนำเสนออย่างมืออาชีพกับเจ้าของแบรนด์หรือผู้สอน

This project-based course will allow students to run a brand communication campaign. Students will learn the process of campaign running, seeking consumer insight, learning campaign development and campaign assessment. Most importantly, students will learn from case studies and professionals in the brand industry.

สบ. 037	การสื่อสารแบรนด์ระดับโลก	3 (3 – 0 – 6)
BD 037	Global Brand Communications	

ศึกษาการสร้างแบรนด์และการสื่อสารการตลาดระดับโลก ตลอดจนปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของแบรนด์ การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม การสร้างเนื้อหาและการเล่าเรื่องที่มีความเป็นสากล โดยศึกษาจากกรณีศึกษาของแบรนด์ระดับโลก และนำมาประยุกต์ใช้กับการสร้างแบรนด์สินค้าไทยในต่างประเทศ

In this course, students will learn about brand and marketing on a global scale. Students will also study factors that affect brand success, cross cultural communication and how to effectively communicate brand at an international level. Case studies will be from around the world so that students can learn from many aspects and will be able to apply the cases into Thailand's situation.

#### ค. หมวดวิชาเลือกเสรี (6 หน่วยกิต)

นศ. 551	การค้นคว้าอิสระ	3 (0 – 0 – 12)
CA 551	Independent Study	

ศึกษาค้นคว้าอย่างละเอียด หรือวิจัยในหัวข้อ ประเด็นหรือปัญหาทางนิเทศศาสตร์ที่นักศึกษาให้ความสนใจเป็นพิเศษ โดยจัดทำรายงานภายใต้การควบคุมของอาจารย์ที่ปรึกษา

This is a course of individualized study under faculty supervision on the topic regarding communication or student's special interest.

นศ. 552	การสื่อสารมวลชนระหว่างประเทศ	3 (3 - 0 - 6)
CA 552	International Mass Communication	

ศึกษาระบบการสื่อสารมวลชนของประเทศต่างๆ และการสื่อสารมวลชนระหว่างชาติ เปรียบเทียบความเหมือนและความแตกต่างโดยเน้นทางด้านวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ วิเคราะห์โครงสร้างของระบบในแต่ละประเทศที่มีความสัมพันธ์ต่อสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง

The course aims to introduce Mass Communication system in national and international levels, compare the similarities and differences of broadcasting system of certain countries, as well as analyze the Mass Communication structure and its influence on the society, economics and politics of the country.

นศ. 553	การสื่อสารเพื่อการพัฒนา	3 (3 - 0 - 6)
CA 553	Development Communication	

ศึกษาบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารที่มีต่อการพัฒนาบุคคล ชุมชน สังคมและประเทศชาติ ปัญหา อุปสรรคในการสื่อสารเพื่อพัฒนาและแนวทางแก้ไข ศึกษาและวิเคราะห์นโยบายการสื่อสารแห่งชาติกับการพัฒนาบุคคล ชุมชน สังคม เศรษฐกิจ และการเมือง รวมทั้งค้นหาแนวทางการนำการสื่อสารไปใช้พัฒนาประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

The course introduces roles of communication in the development of personnel, community, society and nation, identifies difficulties and challenges of the communication for development, and explores national communication policy, as well as discusses the effective communication strategy to develop the country.

นศ. 554	การบริการวิชาการแก่สังคม	3 (0 - 6 - 6)
CA 554	Integrated Academic Social Responsibility	

ศึกษา เรียนรู้การจัดโครงการบริการวิชาการแก่ชุมชนและสังคมในรูปแบบต่างๆ เช่น การให้คำปรึกษา การอบรม การจัดประชุม การจัดเวทีเสวนา และการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่มีการบูรณาการเชิงสหวิทยาการร่วมกับการเรียนการสอน การวิจัย และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

In this course, students will learn how to organize several types of Academic Service projects for community, such as consulting session, workshop, meeting, seminar, and integrated activities.

นศ. 555	การจัดโครงการเพื่อการมีส่วนร่วมกับสังคม	3 (0 - 6 - 6)
CA 555	Social Engagement Project	

ฝึกปฏิบัติการจัดโครงการเพื่อการมีส่วนร่วมต่อสังคม การประสานสัมพันธ์กับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนากระบวนการมีส่วนร่วม เรียนรู้ ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมสร้างสรรคคุณประโยชน์ในด้านต่างๆ ที่ตอบสนองต่อความต้องการและสอดคล้องกับบริบทขององค์การภาครัฐและเอกชน องค์การอิสระ องค์การสาธารณชน องค์การวิชาชีพ และสังคมโดยกว้าง อย่างเป็นรูปธรรม

This is a practical course where students will be provided the opportunity to organize Social Engagement Project. They will understand the cooperation and relation among stakeholders and develop

the project that suit the need of the society, and comply with the context of governmental bodies, private associations, independent organization, community public organization and professional organization.

นศ. 556	การจัดการเทศกาลดนตรี	3 (3 – 0 – 6)
CA 556	Music Festival Management	

ศึกษาเนื้อหา แนวความคิด ปรัชญา รูปแบบของงานเทศกาลดนตรี ที่มีความแตกต่างตามประเภทดนตรี การพัฒนา งานเทศกาลดนตรีสู่สากล ธุรกิจบันเทิงที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลดนตรี ศึกษาถึงวิธีการคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนศึกษากระบวนการผลิตทุกขั้นตอน เพื่อนำมาใช้ปฏิบัติจริง ได้อย่างถูกต้องเข้าใจ

This course provides students concept and category of music festival. It also presents the diversity of music, the approaches to develop music festival to international level, music and entertainment business, and the complete production process for the future practice.

นศ. 557	การปฏิบัติการเทศกาลดนตรี	3 (0 – 6 – 6)
CA 557	Music Festival Workshop	

ฝึกปฏิบัติการการจัดการเทศกาลดนตรีในรูปแบบต่างๆ การคิดสร้างสรรค์ การออกแบบ การเตรียมการ การบริหาร งบประมาณ การผลิตสื่อ การตลาด การประชาสัมพันธ์ การดำเนินการตามแผนงาน ตลอดจนกระบวนการจัดการเทศกาลดนตรีทุก ขั้นตอน

This practical course provides students the opportunity to organize the actual music festival. The practice covers brainstorming process, design, preparation, budget management, media production, marketing, public relations, and running the real event.

นศ. 558	วิทยาการทหาร	3 (3 – 0 – 6)
CA 558	Military Science	

ศึกษาให้เกิดความรู้ความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างทหารกับพลเรือนในการป้องกันประเทศ รวมทั้งมีความรู้ความ เข้าใจอย่างกว้างขวางเกี่ยวกับวิทยาการทหาร สามารถค้นหาข้อเท็จจริง ทำความเข้าใจ ตลอดจนสามารถประเมินข้อมูล แนวคิด และหลักฐานใหม่ๆ จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย โดยนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการแก้ไขปัญหาต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์

This course aims to build a better understanding regarding the relationship between military and civilian in protecting the country. It also provides wide range of knowledge about military science, such as searching for evidence, investigating, analyzing data and creative problem solving.

นศ. 559	การพัฒนาความมั่นคงแห่งชาติ	3 (3 – 0 – 6)
CA 559	National Security Development	

ศึกษาให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องความรู้ทั่วไปทางทหาร ความมั่นคงปลอดภัยแห่งชาติและยุทธศาสตร์ รวมทั้ง ใ้มองเห็นถึงความจำเป็น ของความร่วมมือและการประสานการปฏิบัติระหว่างพลเรือนและทหาร อันจะก่อให้เกิดความมั่นคง ปลอดภัยแห่งชาติ

The course provides students concept and general knowledge regarding military service and national security. It highlights the importance of the cooperation and collaboration between civilians and military establishment which will lead to the greater national security.

นศ. 561	การโฆษณาสำหรับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม	3 (3 - 0 - 6)
CA 561	Advertising for SMEs	

ศึกษาแนวคิด ประเภท บทบาทและความสำคัญของการโฆษณาต่อการทำธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม พร้อมทั้งศึกษาถึงการพัฒนาแนวคิดและกลยุทธ์การโฆษณาเพื่อสร้างสรรค์และออกแบบงานโฆษณาที่จะช่วยสร้างคุณค่าตราสินค้าซึ่งครอบคลุมถึงการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดและตราสินค้า การแข่งขัน พฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการทำธุรกิจและการโฆษณา และศึกษาถึงการวางแผนกลยุทธ์และวิธีการสื่อสารโฆษณาเพื่อสนับสนุนการทำธุรกิจ ตลอดจนการสร้างสรรคช่องทางสื่อสารใหม่ ๆ ที่เหมาะสมกับธุรกิจและตราสินค้าเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

The course addresses concepts, features, roles and the importance of advertising for Small and Medium Business Enterprises (SMEs), and explores several kinds of advertising strategies for those businesses to compete in the market and to win their consumers.

นศ. 562	แฟ้มผลงานสร้างสรรค์	3 (3 - 0 - 6)
CA 562	Creative Portfolio	

ศึกษาแนวคิดและฝึกปฏิบัติเกี่ยวกับการสร้างแฟ้มสะสมผลงานส่วนบุคคล เทคนิคในการเตรียม การออกแบบและสร้างสรรค์แฟ้มสะสมผลงานให้มีความน่าสนใจ โดยการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการออกแบบ รวมไปถึงการประยุกต์นำวัสดุอื่น ๆ มาใช้สร้างสรรค์ให้เกิดความหลากหลาย โดยให้นักศึกษารวบรวมผลงานของตนเองมาสร้างแฟ้มสะสมผลงาน เพื่อนำไปใช้ประกอบการสมัครงานและศึกษาต่อในอนาคต

This is a practical course for creating students' own portfolio. Students will learn a variety of techniques to design and create the attractive portfolio by using computer programs and applying other creative materials.

นศ. 563	การออกแบบเพื่อการนำเสนอข้อมูล	3 (2 - 2 - 6)
CA 563	Information Graphic Design	

ศึกษาการวิเคราะห์ข้อมูล เรียนรู้การเรียงเรียงข้อมูลต่างๆ อย่างเป็นระบบผ่านการนำเสนอด้วยสัญลักษณ์ภาพ (Pictogram) แผนภาพและตัวอักษร รวมถึงฝึกปฏิบัติการออกแบบเพื่อนำเสนอข้อมูลให้สามารถสื่อสารข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพสำหรับนำไปใช้กับสื่อต่าง ๆ

In this course, students will be able to analyze data and sort all information needed, then present it with Pictogram, diagram and character set. Also, they will be trained to develop and apply those designs to several kinds of media.

นศ. 564	การโฆษณาเพื่อการค้าสมัยใหม่	3 (3 - 0 - 6)
CA 564	Advertising for Modern Trade	

ศึกษาความหมาย บทบาท ความสำคัญของช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านการค้าสมัยใหม่ที่มีผลจากการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ ข้อตกลงทางการค้า สังคมและวัฒนธรรม ทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ส่งผลต่อการวิเคราะห์ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จในการสื่อสารการตลาดเพื่อการวางแผนและการดำเนินงานโฆษณาเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของกลุ่มเป้าหมาย

In this course, student will explore concepts, roles and the importance of modern trade as a result of the change in economics, trade agreement, society and culture locally and internationally in order to plan the suitable advertising strategies.

นศ. 565	การถ่ายภาพในสตูดิโอ	3 (2 - 2 - 6)
CA 565	Studio Photography	

ศึกษาทฤษฎีและฝึกปฏิบัติการในสตูดิโอถ่ายภาพ โดยศึกษาแนวความคิด การจัดวางมุมภาพ การจัดแสงและฉาก อาทิ ภาพสินค้า ภาพอาหาร ภาพบุคคล ภาพแฟชั่น ด้วยกล้องดิจิทัลสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยว (DSLR) โดยใช้งานร่วมกับโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และ ไฟแฟลชอิเล็กทรอนิกส์แบบที่ใช้ในสตูดิโอได้อย่างถูกวิธี

In this practical course, students will be trained in photo studio situations. They will learn how to set the composition, light and setting for several kinds of photo shoots, how to use DSLR camera and studio flash, and how to apply with editing programs.

นศ. 566	การสร้างภาพเคลื่อนไหวในงานโฆษณา	3 (2 - 2 - 6)
CA 566	Motion Graphics in Advertising	

ศึกษาเชิงแนวคิดและการฝึกปฏิบัติขั้นพื้นฐานในการสร้างภาพเคลื่อนไหวด้วยคอมพิวเตอร์เพื่อนำไปใช้ในงานโฆษณาให้มีความน่าสนใจ โดยศึกษากระบวนการสร้างสรรค์งานด้วยคอมพิวเตอร์ อาทิ การวาดภาพ การสร้างหุ่น การสร้างสื่อประสม และสร้างภาพเคลื่อนไหวให้ตรงตามความมุ่งหมายของงานโฆษณา

This practical course provides students the basic knowledge of motion graphics such as drawing, modeling, multimedia and animation to make their advertising works more attractive.

นศ. 567	กิจกรรมพิเศษทางการตลาด	3 (3 - 0 - 6)
CA 567	Event Marketing	

ศึกษาแนวคิด ความสำคัญ รูปแบบ กระบวนการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อสนับสนุนการโฆษณา ทั้งแนวคิดและฝึกปฏิบัติ โดยครอบคลุมการวางแผน กระบวนการในการสร้างสรรค์ และดำเนินการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อสนับสนุนการโฆษณาให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ภายใต้งบประมาณและระยะเวลาที่กำหนด เพื่อสร้างประสบการณ์และสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายและผู้สนับสนุน (Sponsorship) อย่างมีประสิทธิภาพ

The course examines concepts, forms and process of organizing an effective special event for advertising. The learning topics include event planning, event organizing, customers' expectation, budget and time management.

นศ. 568	ทักษะทางภาษาสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพโฆษณา	3 (3 – 0 – 6)
CA 568	Language Skills for Advertising Practitioner	

ศึกษาและพัฒนาทักษะภาษาไทยและภาษาอังกฤษทั้งด้านการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียนที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพโฆษณา ศึกษาสำนวนภาษาและศัพท์เฉพาะทางที่ใช้ในวงการโฆษณา ตลอดจนศึกษาหลักการและฝึกฝนการนำเสนอแผนงานโฆษณาและการเขียนรายงานรูปแบบต่าง ๆ ของสายงานบริการลูกค้าและสายงานสร้างสรรค์ เพื่อสามารถสื่อสารกับลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในบริบทต่าง ๆ

In this course, students will develop their Thai and English language skills in all areas (speaking, listening, reading and writing), which are needed for being an efficient advertising practitioner. Throughout the course, they will learn literary style and technical term in advertising industry, and practice presenting and writing reports for Thai and non-Thai customers.

นศ. 569	ศึกษาเชิงประสบการณ์ธุรกิจโฆษณาระหว่างประเทศ	3 (3 – 0 – 6)
CA 569	International Field Study in Advertising	

ศึกษาและสร้างเสริมประสบการณ์ในวิชาชีพโฆษณาจากการอบรม สัมมนา และดูงานกับองค์กรวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับแวดวงโฆษณา ทั้งที่เป็นธุรกิจโฆษณาในประเทศและธุรกิจโฆษณาระดับข้ามชาติ ให้สามารถนำหลักการหรือทฤษฎีเกี่ยวกับการโฆษณาทั้งศาสตร์และศิลป์ในธุรกิจโฆษณามาประยุกต์ใช้ให้เกิดการเรียนรู้การทำงานตามกระแสการแข่งขันทางการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลก โดยผู้เรียนสามารถเลือกประเด็นหรือลักษณะหน้าที่ที่สนใจและทำการศึกษาเจาะลึกทำเป็นรายงานประกอบ

This course encourages students to broaden their experience in advertising area through workshops, seminars and field study at national/international advertising company. Students will be able to select the topic they are interested in for further research and writing a report.

นศ. 570	การประชาสัมพันธ์เพื่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	3 (3 – 0 – 6)
CA 570	Public Relations for Small and Medium Business Enterprises	

ศึกษาทฤษฎี และแนวคิด เกี่ยวกับบทบาทและวิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์สำหรับหน่วยงานธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การจัดรูปหน่วยงานประชาสัมพันธ์ การสร้างภาพลักษณ์และการจัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง

This course reviews concepts, roles and process of Public Relations (PR) for small and medium business enterprises, focusing on establishing PR team for the company, creating an company image, and organizing PR activities with stakeholders.

นศ. 571	การประชาสัมพันธ์ทางการเมือง	3 (3 – 0 – 6)
CA 571	Political Public Relations	

ศึกษาลักษณะ บทบาท และวิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อกิจกรรมทางการเมืองรูปแบบต่าง ๆ อาทิ การให้ความรู้ทางการเมือง การสร้างความมีส่วนร่วมทางการเมือง การทำประชาพิจารณ์ การจัดกิจกรรมรณรงค์ทางการเมือง กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ให้กับนักการเมืองและพรรคการเมือง



This course reflects concepts, roles and process of Public Relations (PR) for Political organizations and activities, including political education, political cooperation, public hearing, political campaign, and image and reputation strategy for politician and political party.

นศ. 572	การประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมสร้างสรรค์	3 (3 - 0 - 6)
CA 572	Public Relations for Creative Industries	

ศึกษาความหมาย ความสำคัญ ยุทธศาสตร์ และแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ภาพรวมของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในประเทศไทย คุณค่าและบทบาทของการประชาสัมพันธ์ในการขับเคลื่อนและสร้างโอกาสให้กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ รวมทั้งการนำกลยุทธ์และกลวิธีด้านการประชาสัมพันธ์มาพัฒนาทักษะและความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยให้มีความคิดสร้างสรรค์ และสามารถต่อยอดความได้เปรียบจากความหลากหลายและเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยไปสู่การสร้างนวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและก้าวทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก

The course reviews concepts and strategy of Public Relations (PR) for creative industries, especially in Thailand, seeing how PR process could drive and build up opportunity for business players. This course, moreover, includes PR strategies to enhance Thai business to show cultural uniqueness and innovation to compete and to be stand out in a global stage.

นศ. 573	การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานราชการและองค์การสาธารณกุศล	3 (3 - 0 - 6)
CA 573	Public Relations in Governmental Institutions and Charitable Organizations	

ศึกษาโครงสร้างและลักษณะการดำเนินงานของหน่วยงานราชการและองค์การสาธารณกุศล บทบาทหน้าที่ของการประชาสัมพันธ์ต่อการส่งเสริมวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์การ กลยุทธ์และเทคนิคในการประชาสัมพันธ์สำหรับองค์การดังกล่าว การประเมินผลความสำเร็จของกลยุทธ์ต่าง ๆ เช่น การขับเคลื่อนตามนโยบายของรัฐที่มุ่งสร้างความยั่งยืนแก่ประเทศชาติ การรณรงค์เพื่อแก้ไขปัญหาสังคม การสร้างการมีส่วนร่วมและการเข้าถึงประชาชน และการรณรงค์หาทุน และการสร้างเครือข่ายกับภาคเอกชนและภาคประชาชน เน้นกรณีศึกษาและการประยุกต์ใช้หลักการประชาสัมพันธ์สำหรับองค์การดังกล่าว

นศ. 574	การสื่อสารเพื่อสุขภาพ	3 (3 - 0 - 6)
CA 574	Health Communication	

ศึกษาการใช้กลยุทธ์การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารสุขภาพจากองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนไปยังบุคคลและสังคม เพื่อช่วยให้บุคคลและสังคมได้ตระหนักถึงประเด็นการเสริมสร้างสุขภาพทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ สถานการณ์สุขภาพในปัจจุบัน ภาวะเสี่ยงทางสุขภาพต่าง ๆ ได้รับข้อมูลสุขภาพที่ถูกต้อง สม่าเสมอ และน่าเชื่อถือ รวมถึงการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์และการใช้ข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพเพื่อส่งเสริมและแก้ไขปัญหาสุขภาพ

Since health is one of the main public concerns, the course aims to teach students the communication strategy in notifying health related issues from governmental and private bodies to public, and the importance of informing accurate data and information.

นศ. 575	การประชาสัมพันธ์และการเจรจาต่อรองประสานประโยชน์	3 (3 - 0 - 6)
CA 575	Public Relations and Lobbyist	

ศึกษาหลักการและแนวทางการสื่อสารในการต่อรอง จูงใจ โน้มน้าวใจ เพื่อสร้างอิทธิพลต่อการตัดสินใจของรัฐบาลหรือกลุ่มการเมืองเพื่อขับเคลื่อนให้เกิดนโยบายสาธารณะที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กร รวมทั้งการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่บุคคล นักการเมือง หรือกลุ่มองค์กรในสายตาของสาธารณชนผ่านสื่อรูปแบบต่าง ๆ ทั้งสื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้เกิดการยอมรับและสนับสนุนการทำงานของคุณหรือองค์กร ภายใต้การดำเนินงานที่ถูกต้องตามกฎหมาย และกรอบจรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์

The courses studies concepts and communication strategies for Public Relations and Lobbyist, especially to be influential on the decision of governmental bodies and political groups, and to create a good image and acknowledgment for personnel, politician and party through both offline and online channels.

นศ. 576	การออกแบบธุรกิจและการสร้างแบรนด์	3 (3 - 0 - 6)
CA 576	Business Design and Branding	

ศึกษาหลักการ ครอบคลุมความคิด พฤติกรรมและแรงจูงใจของความเป็นผู้ประกอบการ การเสริมสร้างแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ การนำความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมมาปรับใช้ในการสร้างและออกแบบธุรกิจ การประเมินโอกาสและความเสี่ยง การทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงบริบทแวดล้อมและพลวัตทางธุรกิจต่าง ๆ เงื่อนไขทางธุรกิจ โครงสร้างของธุรกิจ ศึกษาความต้องการของผู้บริโภค เพื่อนำไปสู่การเขียนแผนธุรกิจทั้งมิติด้านการขาย การตลาด การเงิน การบัญชี การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และขยายผลไปสู่การสร้างแบรนด์ของธุรกิจให้เกิดคุณค่า

The course explores concepts and features of business entrepreneur, including behavior, motivation, risk and opportunity assessment, business context and structure, conditions and challenges, and consumers' insights, in order to write an effective and well-rounded business plan which will lead to the start of the new brand and business success.

นศ. 577	การสร้างแบรนด์ธุรกิจบันเทิง	3 (3 - 0 - 6)
CA 577	Entertainment Business Branding	

ศึกษาขอบเขต ประเภทของธุรกิจบันเทิง คุณลักษณะ ธรรมชาติและบริบทแวดล้อมของธุรกิจบันเทิง กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ธุรกิจบันเทิงในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ เพลง ละคร การแสดง ภาพยนตร์ การกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารตราธุรกิจบันเทิงและการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

The course provides concepts and characteristics of entertainment business (music, television series, stage performance and film) to develop suitable brand strategies and effective communication.

นศ. 578	การสร้างแบรนด์ระดับหรู	3 (3 - 0 - 6)
CA 578	Luxury Branding	

ศึกษาแนวคิด ทิศทางการเติบโตของตลาดแบรนด์ระดับหรูทั้งในและต่างประเทศ โดยการทำทำความเข้าใจคุณลักษณะแบรนด์หรู ความคาดหวัง พฤติกรรมของลูกค้า และตัวชี้วัดความสำเร็จของแบรนด์ระดับหรูเพื่อนำมากำหนด กลยุทธ์การบริหารจัดการ การสร้างและบริหารประสบการณ์และการสื่อสารแบรนด์ระดับหรูเพื่อให้ลูกค้าเกิดความภักดีในแบรนด์

This course is designed to help students understand the concepts and trends of luxury branding locally and internationally. Students will learn the characteristics of being luxury brand, customers' expectation and behavior, and brand's key performance indicator (KPI) in order to determine the effective brand strategies, impressive customers' experience and build long-term brand loyalty.

นศ. 579	การสร้างแบรนด์แฟชั่น	3 (3 - 0 - 6)
CA 579	Fashion Branding	

ศึกษาความหมาย ประเภทหรือขอบเขตของธุรกิจแฟชั่น ความแตกต่างระหว่างการสร้างแบรนด์สินค้าทั่วไปกับการสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น แนวโน้มของธุรกิจแฟชั่น พฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าแฟชั่น กระบวนการของการสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น กลยุทธ์การตลาดและการสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น องค์ประกอบและปัจจัยที่ส่งเสริมคุณค่าแบรนด์สินค้าแฟชั่น กรณีศึกษาของแบรนด์สินค้าแฟชั่นต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ

In this course, students will be equipped with the concepts and knowledge of fashion business. They will learn the differences between general brand and fashion brand management, the trends of fashion industry, consumers' behavior, fashion branding process, marketing strategy, business challenges and local/international case studies.

นศ. 580	ศาสตร์แห่งการจับจ่ายและการสื่อสาร	3 (3 - 0 - 6)
CA 580	Buyology and Communication	

ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี จากมุมมองของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับโลกของการจับจ่าย ได้แก่ เจ้าของแบรนด์ ผู้ผลิต นักธุรกิจ นักการตลาด ผู้ค้าปลีก และผู้บริโภค โดยศึกษาผ่านกรณีศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจของมนุษย์ การทำความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยและเหตุผลในการตัดสินใจในการซื้อของผู้บริโภคในบริบทที่แตกต่างกัน เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร

The course explores concepts, theories and viewpoints of stakeholders in the world of shopping, such as brand owners, product developers, investors, marketers, retailers, and consumers. The real issues relating to consumer behaviors are applied to the classes as case studies in order to understand conditions and reasons of consumers' decision making and to develop effective communication strategies.

นศ. 581	การสร้างแบรนด์ธุรกิจท่องเที่ยว	3 (3 - 0 - 6)
CA 581	Tourism Branding	

ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการออกแบบกลยุทธ์แบรนด์สินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โรงแรม และสายการบิน รวมถึงธุรกิจอื่น ๆ ที่อยู่ภายใต้ธุรกิจท่องเที่ยว รวมถึงกระบวนการการสื่อสารแบรนด์แบบบูรณาการ การบริหารประสบการณ์ลูกค้าและการสร้างคุณค่าให้กับแบรนด์ของธุรกิจท่องเที่ยว โดยศึกษาจากกรณีศึกษาธุรกิจท่องเที่ยว

The course provides concepts, theories and basic knowledge of tourism branding. Communication strategies for brands in tourism industry will be discussed. Also, customers' experience management, brand value establishment and tourism related case studies will be reviewed.

นศ. 582	การสร้างแบรนด์ในธุรกิจการบริการต้อนรับ	3 (3 – 0 – 6)
CA 582	Hospitality Branding	

ศึกษาขอบเขตของธุรกิจการบริการ ความสำคัญของการสร้างแบรนด์ในธุรกิจการบริการ มุ่งเน้นการสร้างสรรคแนวคิดใหม่ การออกแบบ การสร้างและการบริหารประสบการณ์ การบริหารจัดการแบรนด์ การรักษาคำมั่นสัญญาให้ได้ในทุกช่องทางสื่อสารแบรนด์ โดยเรียนรู้จากกรณีศึกษาและ/หรือการศึกษาดูงาน

The course focuses on exploring and developing strategy for brands in hospitality industry, creating and managing customers' experience, brand management and brand promises. The learning from the real case studies and/or the filed trips are offered.

นศ. 583	การสร้างแบรนด์และออกแบบธุรกิจอาหาร	3 (3 – 0 – 6)
CA 583	Food Business Design and Branding	

ศึกษาและทำความเข้าใจธุรกิจอาหารโดยครอบคลุมถึงร้านอาหาร องค์กรประกอบที่ต้องให้ความสำคัญสำหรับการสร้างแบรนด์ธุรกิจอาหาร การวิเคราะห์บริบทแวดล้อมของธุรกิจอาหารเพื่อนำไปออกแบบกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ธุรกิจอาหาร การกำหนดตำแหน่งและเอกลักษณ์ของแบรนด์ในธุรกิจอาหาร การกำหนดเครื่องมือสื่อสารแบรนด์เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สร้างความจงรักภักดีในแบรนด์และนำไปสู่การบอกต่อทั้งในโลกออฟไลน์และออนไลน์

The course introduces students to the concepts, features and analysis of food business in order to create and determine brand strategies, positioning, unique selling points, and communication tools for brands in food industry.

นศ. 584	การสร้างแบรนด์ธุรกิจกีฬา	3 (3 – 0 – 6)
CA 584	Sport Branding	

ศึกษาและเข้าใจบริบทและลักษณะเฉพาะของธุรกิจกีฬา การวางแผนกลยุทธ์แบรนด์สโมสรกีฬาและนักกีฬา การบริหารชื่อเสียงและความภักดีของแฟนคลับ ตลอดจนกลยุทธ์และการสื่อสารของแบรนด์ที่เป็นผู้สนับสนุนด้านกีฬา

The course explores context and characteristics of sport business, focusing on brand strategies of certain sport clubs and sport players, reputation management, fans loyalty, and sponsorship.

นศ. 585	การสร้างแบรนด์สำหรับธุรกิจเพื่อสังคม	3 (3 – 0 – 6)
CA 585	Branding for Social Enterprise	

เรียนรู้การสร้างแบรนด์ที่มีเป้าหมายชัดเจนในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาสังคม ชุมชน หรือสิ่งแวดล้อม โดยใช้รูปแบบการทำธุรกิจที่มีความยั่งยืน การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเป็นตัวผลักดันไปสู่การแก้ไขปัญหาของสังคมโดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพ สังคมและสิ่งแวดล้อมในระยะยาว และมีเป้าหมายในการคืนผลประโยชน์จากการทำกิจการนั้นให้แก่สังคมและชุมชนมากกว่าสัดส่วนที่นำมาปันผลให้กับเจ้าของกิจการและผู้ถือหุ้น

In this course, students will learn more about the brands with the visions to solve social issues and/or become community or environmental-friendly brand.

นศ. 586	การสร้างแบรนด์อย่างยั่งยืน	3 (3 - 0 - 6)
CA 586	Sustainable Branding	

ศึกษาการสร้างและพัฒนาแบรนด์อย่างยั่งยืนที่สามารถตอบรับกับความต้องการของโลกในปัจจุบัน วางแผน การสร้างแบรนด์มุ่งปกป้องทรัพยากรไว้สำหรับคนรุ่นต่อไปในอนาคต การสร้างแบรนด์ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยผ่าน ขั้นตอนการสร้างแบรนด์ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยมุ่งเน้นการรู้จักประมาณตน การมีเหตุมีผล และการมีภูมิคุ้มกัน ภายใต้อัตนวิสัยทัศน์ที่ดีและการบริหารอย่างมีธรรมาภิบาล

In this course, students will study how to build and develop their brands sustainably. They will understand the concept of reserving to the next generations and social responsibility through the study of Sufficiency Economy Philosophy.

นศ. 587	ฮวงจุ้ยกับการสร้างแบรนด์	3 (3 - 0 - 6)
CA 587	Feng Shui and Branding	

ศึกษาเกี่ยวกับความหมาย ความสำคัญ คุณลักษณะ หลักการของศาสตร์ฮวงจุ้ย บทบาทของฮวงจุ้ยกับการทำธุรกิจ และการสร้างแบรนด์ ฮวงจุ้ยกับการออกแบบเอกลักษณ์ตรา โลโก้ นามบัตร การเลือกตำแหน่งอาคารสำนักงาน การตกแต่ง สำนักงาน รวมถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบรนด์

The course aims to review concepts, features and roles of Feng Shui towards the business and branding establishment. The course also explores the influences of Feng Shui on the design of brand's logo, business card, office building decoration and other brand related elements.

นศ. 588	การศึกษาดูงานด้านการสร้างแบรนด์	3 (3 - 0 - 6)
CA 588	Branding Field Trip	

ศึกษาและเรียนรู้เกี่ยวกับการสร้างแบรนด์สินค้าหรือบริการจากหน่วยงาน องค์กรหรือสถานที่จริงทั้งในประเทศ และ/หรือต่างประเทศ เพื่อนำมาวิเคราะห์ ถอดบทเรียน อภิปรายและนำเสนอผลการศึกษาจากการศึกษาดูงานเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน

Branding Field Trip is a chance for students to explore the branding process from the real organization workplace domestically and/or overseas. They afterwards will analyze, discuss and present what they learn from the field trip.

นศ. 589	การฝึกปฏิบัติการด้านการสร้างแบรนด์	3 (3 - 0 - 6)
CA 589	Branding Workshop	

ศึกษาและฝึกปฏิบัติการจริงเกี่ยวกับการสร้างตราโดยใช้กรณีศึกษาจริงหรือกรณีสมมติที่มีขอบเขตครอบคลุมถึงการ รับข้อมูลจากเจ้าของแบรนด์สินค้าหรือบริการ การวิเคราะห์ปัญหาของแบรนด์ การกำหนดกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ การวางแผนจุดสัมผัสแบรนด์ ผ่านกระบวนการระดมสมองและทำงานเป็นทีมและนำเสนอผลลัพธ์จากการฝึกปฏิบัติการ

This branding workshop provides students the opportunity to learn from the real case studies, the real brand owners and the real practice. Throughout the course, they will understand how to analyze brand's problems, create suitable brand strategies, plan the right brand touchpoints, and work with the team.

นศ. 590 การศึกษาประเด็นเฉพาะด้านการสร้างแบรนด์

3 (3 - 0 - 6)

CA 590 Selected Topics in Branding

ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี หรือประเด็นเฉพาะที่อยู่ในความสนใจปัจจุบัน รวมถึงแนวโน้มอนาคตในขอบเขตที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบรนด์ โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนได้เข้าใจลึกซึ้งในเรื่องเฉพาะดังกล่าว

This course aims to provide students concepts, theories and interesting branding issues, and keep them up to date on the current and upcoming branding trends.

---