



M.COM.ARTS

MASTER OF COMMUNICATION ARTS
(STRATEGIC COMMUNICATIONS)

2020 ENTRANTS

(THAI PROGRAM)

SATURDAY CLASS

COURSES DESCRIPTIONS

FOR GRADUATE STUDENT

หมวดวิชาเสริมพื้นฐาน

พฐ. 111 การเขียนเชิงวิชาการ

PL 111 Academic Writing

ศึกษาหลักการและขั้นตอนการเขียนเชิงวิชาการเพื่อเตรียมความพร้อมในการผลิตผลงานวิชาการในระดับบัณฑิตศึกษา เช่น รายงานทางวิชาการ การเขียนบทความวิชาการ การเขียนโครงการวิจัย การเขียนบทความวิจัย และวิทยานิพนธ์ โดยมุ่งฝึกฝนพัฒนาด้านหลักการเขียนย่อหน้า รูปแบบของการเขียนเพื่อการบรรยาย การเขียนเพื่ออธิบาย การเขียนเพื่ออธิบายเชื่อมโยงเหตุผล การเขียนสรุปขั้นตอนหรือกระบวนการ การเขียนเพื่อเปรียบเทียบ การเขียนเพื่อนิยามหรือให้ความหมาย การเขียนเพื่อแสดงความคิดเห็น และการเขียนเพื่อสรุปแนวความคิดหรือประเด็น

พฐ. 112 การวิเคราะห์และการแปลข้อมูลวิจัย

PL 112 Data Analysis and Interpretation

ศึกษาถึงการดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ การพิจารณาลักษณะของข้อมูล การจัดชั้นหรือแยกประเภทของข้อมูล การสังเขป การหาข้อสรุปลักษณะต่างๆ ของข้อมูล และศึกษาวิธีการแปลข้อมูลด้วยการพิจารณาหาข้อสรุปที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล และตัวเลขหรือข้อสรุปด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปที่สามารถช่วยสนับสนุนหรือปฏิเสธสมมุติฐานการวิจัย รวมถึงการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต โดยการวางแผนการวิเคราะห์และการแปลข้อมูลวิจัยไปพร้อมกับการเก็บรวบรวมและการนำเสนอข้อมูลวิจัย

พฐ. 113 การประยุกต์ใช้ภาษาอังกฤษสำหรับการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

PL 113 English Application in Strategic Communications

ศึกษาหลักการ และแนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียนภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ขององค์กร โดยมุ่งเน้นการฝึกปฏิบัติด้านการสื่อความหมายผ่านบทสนทนาภาษาอังกฤษในสถานการณ์จริงเป็นสำคัญ รวมทั้งการประยุกต์ใช้ภาษาอังกฤษเพื่อสื่อสารข้อมูลและแสดงความคิดเห็นเชิงกลยุทธ์ต่อประเด็นทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อมอย่างถูกต้องตามวัตถุประสงค์ เหมาะสมกับกาลเทศะ และสอดคล้องกับวัฒนธรรม อันจะส่งผลต่อความสำเร็จและเอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์กรและสังคม

พฐ. 114 ความรู้เบื้องต้นการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

PL 114 Introduction to Strategic Communications

ศึกษากระบวนการโดยรวมของการสื่อสาร ซึ่งรวมถึงบทบาทหน้าที่ หลักการเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร และปัจจัยที่มีผลกระทบต่อประสิทธิผลของการสื่อสารซึ่งเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ นักศึกษาต้องเรียนรู้และเข้าใจทฤษฎีตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทักษะเบื้องต้นและกระบวนการการสื่อสารในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะอิทธิพลที่เกิดขึ้นของการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารมวลชน ความรับผิดชอบของสื่อมวลชนต่อสังคม

หมวดวิชาบังคับ

นศ. 671 ทฤษฎีการสื่อสาร

TCA 671 Communications Theories

ศึกษาแนวความคิดพื้นฐาน และข้อตกลงเบื้องต้นของทฤษฎีการสื่อสารและปรัชญาด้านนิเทศศาสตร์ วิวัฒนาการของทฤษฎีการสื่อสารกลุ่มต่าง ๆ เช่น กลุ่มทฤษฎีกระแสหลักอันประกอบด้วย กลุ่มทฤษฎีผลกระทบของสื่อ และ กลุ่มทฤษฎีผลกระทบอันจำกัดของสื่อ รวมถึงกลุ่มทฤษฎีแนววิพากษ์ และ กลุ่มทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษา

นศ. 672 การวิจัยการสื่อสารขั้นสูง

TCA 672 Advanced Communication Research

ศึกษาแนวความคิดและขั้นตอนการวิจัยด้านการสื่อสารทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ได้แก่ การกำหนดประเด็นปัญหาวิจัย การทบทวนแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนารอบแนวความคิดการวิจัย การออกแบบการเลือกตัวอย่างหรือผู้ให้ข้อมูล การออกแบบเครื่องมือวิจัยและการรวบรวมข้อมูล รวมทั้งการออกแบบการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติการ

นศ. 673 การวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ขั้นสูง

TCA 673 Advanced Strategic Communication Planning

ศึกษาแนวความคิดและหลักการที่เกี่ยวกับความสำคัญ ประโยชน์ กระบวนการการวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ ตั้งแต่การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์สถานการณ์ การกำหนดวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย กลยุทธ์และกลวิธีการสื่อสาร การดำเนินงาน การประเมินผล ตลอดจนฝึกการวางแผนการสื่อสารประเภทต่างๆ ตามสถานการณ์ปัจจุบัน

นศ. 674 การสัมมนาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

TCA 674 Strategic Communications Seminar

ศึกษาด้วยวิธีการถกแถลงและการศึกษาดูงานต่างประเทศ เพื่อให้เกิดแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการสื่อสารที่เป็นปัจจุบัน หรือที่อยู่นอกเหนือหลักสูตร เช่น กรณีศึกษาทางด้านคุณธรรมและจริยธรรมทางการสื่อสาร

หมวดวิชาเฉพาะสาขา

กลุ่มสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์

นศ. 675 แนวทางเชิงกลยุทธ์ในงานประชาสัมพันธ์

TCA 675 Strategic Approach to Public Relations

ศึกษาแนวความคิดและกระบวนการเชิงกลยุทธ์ของวิธีการประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารการสร้างภาพลักษณ์ที่สะท้อนคุณค่าการเป็นองค์กรแห่งความไว้วางใจและความเป็นผู้นำที่เต็มไปด้วยขวัญและกำลังใจ ดึงดูดผู้มีความสามารถเข้ามาร่วมงานกับองค์กรได้ ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมทางสังคม และความสนใจของกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง อันมีผลกระทบต่อทางเลือกใช้วิธีการสื่อสารการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม

นศ. 676 ความรับผิดชอบต่อสังคม

TCA 676 Corporate Social Responsibility

ศึกษาความเป็นมาหลักการและแนวความคิดพื้นฐานของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมบนพื้นฐานการอยู่ร่วมกันในสังคมด้วยการให้ที่องค์กรควรยึดถือปฏิบัติ เพื่อนำไปวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารในอันที่จะสะท้อนคุณธรรมจริยธรรมขององค์กรที่ดี

นศ. 677 การจัดการความสัมพันธ์

TCA 677 Relationship Management

ศึกษาแนวความคิดและหลักการด้านสื่อสารที่จะนำไปสู่กระบวนการ และการบริหารการสานสายสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มบุคคลระดับต่างๆ ในสังคม โดยอาศัยเครื่องมือการสื่อสาร และ ทักษะการสื่อสารแบบต่างๆ ทั้งนี้ ให้คำนึงถึงจริยธรรมในการสร้างความสัมพันธ์โดยเน้นกรณีศึกษา

นศ. 678 การจัดการประเด็นและการสื่อสารในภาวะวิกฤต

TCA 678 Issue Management and Crisis Communication

ศึกษากลยุทธ์และกลวิธีของการบริหารประเด็น และการสื่อสารในภาวะวิกฤต ตามวิสัยทัศน์ พันธกิจ และนโยบายขององค์กร เพื่อกอบกู้ความเชื่อมั่นและความไว้วางใจของผู้เกี่ยวข้องและประชาชนทั่วไป รวมถึงศึกษาแนวความคิดการบริหารการเปลี่ยนแปลง โดยเน้นการวิเคราะห์ผลกระทบของความเปลี่ยนแปลงในมิติต่างๆ เพื่อนำข้อมูลมาวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเน้นกรณีศึกษา

กลุ่มสาขาวิชาการโฆษณา

นศ. 679 แนวทางเชิงกลยุทธ์ในการโฆษณา

TCA 679 Strategic Approach to Advertising

ศึกษาแนวความคิดและกระบวนการเชิงกลยุทธ์เกี่ยวกับวิธีการตัดสินใจและการดำเนินงานการโฆษณา ร่วมกับการสื่อสารการตลาดรูปแบบอื่นที่ผสมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย งบประมาณ การสร้างสรรค์สาระ การเลือกใช้ช่องทางการเผยแพร่ อันประกอบกันเป็นแผนการรณรงค์โฆษณาที่แยกคาย ในบริบทของการท้าทายต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน

นศ. 680 กลยุทธ์การใช้เนื้อหาสาระอย่างสร้างสรรค์

TCA 680 Creative Content Strategy

ศึกษาการวางแผนและควบคุมการสร้างสรรค์สาระโฆษณา และการส่งผ่านสาระในรูปแบบภาษาเขียน ภาพ และเสียง ที่มีปรากฏในสื่อโฆษณาที่มีลักษณะผสมผสานระหว่างสื่อดิจิทัลและสื่อดั้งเดิม เพื่อดึงดูดความสนใจ สร้างการยอมรับ และรักษากลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายไว้ ด้วยการเผยแพร่โฆษณาที่มีคุณค่าและตรงประเด็นอย่างสม่ำเสมอ

นศ. 681 การโฆษณาแบบปฏิสัมพันธ์

TCA 681 Interactive Advertising

ศึกษากลยุทธ์และกลวิธีในการทำการโฆษณาผ่านสื่อที่สามารถเร่งรัดการตอบสนองของผู้บริโภคที่มีต่อสาระ เช่น การโต้ตอบ การแบ่งปันสาระ การทำซ้ำและตัดแปลงเนื้อหา และการตอบสนองต่อสื่อโฆษณา ด้วยการตัดสินใจซื้อและการสนับสนุนผลิตภัณฑ์

นศ. 682 การตลาดเพื่อสังคม

TCA 682 Societal Marketing

ศึกษาแนวความคิดที่นักโฆษณาควรรำพึงถึงผลประโยชน์ขององค์กรและสังคมในระยะยาว ที่สืบเนื่องมาจากการดำเนินธุรกิจพื้นฐานของตน ด้วยการพัฒนากลยุทธ์การโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ หรือไม่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์โดยตรง

กลุ่มสาขาวิชาการสื่อสารตรา

นศ. 683 แนวทางเชิงกลยุทธ์การสื่อสารตรา

TCA 683 Strategic Approach to Brand Communication

ศึกษาแนวความคิดและกระบวนการเชิงกลยุทธ์ของการสร้างและสื่อสารตราโดยคำนึงถึงการผนึกกำลังการใช้องค์ประกอบของตราและกลวิธีการสื่อสารการตลาดด้วยวิถีเฉพาะของตราอย่างเหมาะสม ทั้งนี้เพื่อให้ตรามีตัวตนและภาพลักษณ์ที่ทรงคุณค่าแก่บุคคลทั่วไป

นศ. 684 การจัดการช่องทางการสื่อสารเพื่อการยอมรับ

TCA 684 Embracing Communication Channel Management

ศึกษาแนวความคิดการจัดการช่องทางการสื่อสารตราในยุคของการส่งสาระผ่านสื่อที่หลากหลายพร้อมกันอย่างไร รวดต่อ เช่น สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อโซเชียล สื่อประสบการณ์ สื่อสะท้อนบรรยากาศ สื่อดั้งเดิม มีผลให้ภูมิทัศน์ของการเปิดรับสาระของผู้รับสารตราได้เปลี่ยนแปลงไป เป็นการยอมรับสาระด้วยการพึ่งพาอุปกรณ์เคลื่อนที่ เพื่อการเข้าถึงสาระของตราอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

นศ. 685 การฟื้นฟูคุณค่าตรา

TCA 685 Brand Rejuvenation

ศึกษากลยุทธ์การปรับตัวของตราในมิติของกาลเวลาที่เปลี่ยนแปลงอย่างไม่หยุดนิ่ง เพื่อให้คงสภาพคุณค่าของตราอย่างมีเสถียรภาพ รวมทั้งกลยุทธ์การฟื้นฟูตราให้กลับมามีชีวิตชีวาอีกครั้ง โดยอาจดำเนินการปรับเปลี่ยนตำแหน่งตรา คุณค่าตรา เอกลักษณ์ตรา เป็นต้น

นศ. 686 การสร้างตราทางภูมิศาสตร์

TCA 686 Branding of Geography

ศึกษาแนวความคิด และกลยุทธ์การสร้างตราบนพื้นฐานการใช้ขอบเขตทางภูมิศาสตร์เป็นหลัก เพื่อแสดงถึงแหล่งกำเนิดต้นตอที่มีลักษณะเฉพาะ ซึ่งมีผลมาจากการสังมคุณค่าในด้านชื่อเสียง ภูมิปัญญา ทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรมของพื้นที่นั้นๆ ทำให้ผู้บริโภคประเมินคุณค่าตราของผลิตภัณฑ์ บริการ ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม และสถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทาง เป็นต้น

หมวดวิชาเลือก

นักศึกษาสามารถเลือกเรียนวิชาตามความสนใจ แบ่งเป็น 4 กลุ่มวิชาดังนี้ โดยต้องสอบผ่านหมวดวิชาบังคับ และหมวดวิชาเฉพาะสาขาอย่างน้อย 18 หน่วยกิต

นศ. 687 การรณรงค์การสื่อสารทางการเมือง

TCA 687 Political Communication Campaign

ศึกษาแนวความคิดและหลักการจัดการแผนการรณรงค์การสื่อสารทางการเมือง เพื่อกำหนดวาระการสร้างประชาคมติหรือการออกเสียงสนับสนุนประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเมืองการปกครอง โดยครอบคลุมการสร้างสาระและการคานาขาย แนวโน้มของผู้รับสาร ทั้งนี้การสื่อสารทางการเมืองอาจเกี่ยวข้องกับการสื่อสารจากรัฐสู่ประชาชน หรือจากประชาชนสู่รัฐ การทำสงครามข่าวสารระหว่างฝ่ายสนับสนุนและฝ่ายต่อต้าน การเผยแพร่แนวความคิดของพรรคการเมือง ซึ่งขึ้นอยู่กับโครงสร้างบริบท และจริยธรรมทางการเมือง

นศ. 688 การสื่อสารเนื้อหาสาระทางวิทยาศาสตร์

TCA 688 Natural Science Communication

ศึกษาแนวความคิดและกระบวนการการสื่อสารที่มีเนื้อหาสาระทางวิทยาศาสตร์ไปสู่สาธารณะอย่างได้ผล ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกระจายเสียง การใช้อินโฟกราฟิก การประชาสัมพันธ์ การจัดนิทรรศการและเทศกาล การสอดแทรกสาระทางวิทยาศาสตร์ในสื่อบันเทิง และอื่นๆ ในประเด็นที่เป็นที่สนใจในปัจจุบัน เช่น การเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศโลก โรควัวดีใหม่ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีใหม่ๆ เป็นต้น การสื่อสารลักษณะนี้มักเผชิญกับความท้าทายในการนำเสนอสาระที่ยากให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ

นศ. 689 การสื่อสารสุขภาพ

TCA 689 Health Communication

ศึกษาแนวความคิดและทฤษฎีประยุกต์เพื่อการสื่อสารสุขภาพ ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสุขภาพ การบริหารนโยบายการสื่อสารที่มุ่งส่งเสริมความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมเชิงบวกต่อเรื่องสุขภาพ การสร้างและส่งสาระ รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ เพื่อให้ผู้รับสารได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง สม่าเสมอ น่าเชื่อถือ และเกิดความตระหนักถึงประเด็นการเสริมสร้างสุขภาพทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ

นศ. 690 การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

TCA 690 Intercultural Communication

ศึกษาความหลากหลายของสังคมในยุคโลกไร้พรมแดนที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกัน และมีกาลไพลของข้อมูลข่าวสารอย่างท่วมท้น โดยเน้นถึงรูปแบบปัญหาการสื่อสารที่อาจเกิดขึ้นจากความแตกต่างทางวัฒนธรรม ทั้งในระดับบุคคล ระดับองค์การ และระดับสังคม

นศ. 691 การรู้เท่าทันข้อมูลข่าวสาร และจริยธรรม

TCA 691 Information Literacy and Ethics

ศึกษาความสำคัญ องค์ประกอบ ขั้นตอน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันข้อมูลข่าวสาร ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อ สังคม และจริยธรรม การชักจูงใจ การสร้างความหมาย การประเมินคุณค่าของเนื้อหาสาระในสื่อ รวมถึงหลักการ เทคนิคและความสามารถในการวิพากษ์สื่อเพื่อนำมาสู่ความเข้าใจในการสร้างสาระ

นศ. 692 การจัดการการสื่อสารธุรกิจบันเทิง

TCA 692 Communication Management in Entertainment Business

ศึกษาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่ส่งเสริมธุรกิจบันเทิง เช่น ละคร คอนเสิร์ต สวนสนุก กีฬา แฟชั่นโชว์ เป็นต้น การบริหารจัดการ การจัดสรรทรัพยากร การทำการตลาด การบริหารความนิยม การประเมินความคุ้มค่าในการลงทุน กลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจ รวมถึงการวางแผนรณรงค์ที่สามารถสร้างความสัมพันธ์กับผู้ชมอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มยอดขายในธุรกิจ

นศ. 693 โครงการบูรณาการระหว่างศาสตร์เชิงสร้างสรรค์

TCA 693 Creative Interdisciplinary Project

การสร้างสรรค์โครงการที่เกิดจากการนำองค์ความรู้จากหลากหลายสาขามาใช้ร่วมกันอย่างเป็นระบบโดยมีการกำหนดโจทย์ที่เป็นประเด็นหรือปัญหาที่เกี่ยวข้องกับชุมชน องค์กรหรือประเทศ โดยมีเป้าหมายจัดทำโครงการบูรณาการที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชน องค์กรหรือประเทศ โดยเรียนรู้ถึงกระบวนการในการจัดทำโครงการ ตั้งแต่การจัดเตรียมการวิเคราะห์ ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง การกำหนดวัตถุประสงค์และทิศทางการวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ การจัดสรรทรัพยากรและงบประมาณ การประเมินความสำเร็จด้วยการใช้ตัวชี้วัดที่เป็นรูปธรรม อีกทั้งให้ผู้เรียนจากสาขาต่าง ๆ ที่สนใจได้ทำโครงการร่วมกันและสามารถแลกเปลี่ยนความคิดจากสาขาที่ตนเองมีพื้นฐานจากการศึกษานั้นนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์โครงการให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ภายใต้การให้คำปรึกษาของอาจารย์ที่ปรึกษา

แผน ก แบบ ก 2 (ศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์)

นศ. 700 วิทยานิพนธ์

TCA 700 Thesis

ศึกษาโดยเน้นการวิจัยและการพัฒนาในหัวข้อที่เกี่ยวกับการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ เพื่อจัดทำรายงานและนำเสนอในรูปแบบของวิทยานิพนธ์สำหรับการศึกษาในระดับปริญญาโท

แผน ข (ศึกษารายวิชาและการค้นคว้าอิสระ)

นศ. 701 การค้นคว้าอิสระ

TCA 701 Independent Study

การพัฒนาวิจัยที่มีคุณภาพดีในสาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่นักศึกษาสนใจ และมีประโยชน์ต่อวิชาการหรือวิชาชีพในสาขานิติศาสตร์ โดยส่งเสริมให้นักศึกษาเผยแพร่วิจัยในระดับชาติหรือนานาชาติ

