

คณะวิทยาการสื่อสาร

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569

ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ภาษาไทย	ชื่อเต็ม	นิเทศศาสตรบัณฑิต
	ชื่อย่อ	นศ.บ.
ภาษาอังกฤษ	ชื่อเต็ม	Bachelor of Communication Arts
	ชื่อย่อ	B.Com.Arts.

ปรัชญาของหลักสูตร

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตมุ่งเน้นการผลิตบัณฑิตผ่านกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่ยึดหลักพัฒนาการนิยม (Progressivism) โดยให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้ เน้นการพัฒนาทักษะผ่านการปฏิบัติ การคิดอย่างมีวิจารณญาณ และการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้อย่างยั่งยืน บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจะเป็นนักสื่อสารที่มีความรู้ ทักษะทางวิชาชีพ จริยธรรม และจิตสำนึกต่อสังคม สามารถบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัล เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ และการใช้ข้อมูลในการสื่อสารได้อย่างเหมาะสมกับบริบทของการเปลี่ยนแปลงในโลกสมัยใหม่ และพร้อมต่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

- PLOs 1 ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ เพื่อผลิตสื่อและเพื่อการสื่อสารการตลาดได้ตามวัตถุประสงค์
- PLOs 2 ใช้เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อผลิตสื่อและสื่อสารการตลาดได้ตรงตามวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมาย
- PLOs 3 วิเคราะห์และประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลสำหรับการใช้ในการสื่อสาร
- PLOs 4 แสดงออกถึงความกระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้ที่ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง
- PLOs 5 ปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงจรรยาบรรณทางวิชาชีพและความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน รวมถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น
- PLOs 6 ปฏิบัติงานด้านการสื่อสารหรือการสื่อสารการตลาดในสถานประกอบการได้สำเร็จลุล่วงตามที่ได้รับมอบหมาย (แผนสหกิจศึกษา)

ผลลัพธ์การเรียนรู้เฉพาะวิชาเอก (Major Learning Outcomes - MLOs)

วิชาเอกการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล

- MLOs 1 วางแผนกระบวนการผลิตสื่อดิจิทัลได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย และช่องทางการสื่อสาร
- MLOs 2 ผลิตและนำเสนอสื่อในช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย โดยคำนึงถึงบริบทและธรรมชาติแต่ละช่องทางการสื่อสาร

วิชาเอกการสื่อสารการตลาดเพื่อการประกอบการ

- MLOs 3 จัดการและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้ในการสื่อสารการตลาด
- MLOs 4 วางแผนกลยุทธ์ด้านการสื่อสารการตลาดได้ตรงตามเป้าหมายของธุรกิจ

โครงสร้างหลักสูตร

จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร		126	หน่วยกิต
1. หมวดรายวิชาศึกษาทั่วไป		24	หน่วยกิต
รายวิชาบังคับ	ไม่น้อยกว่า	18	หน่วยกิต
GE 1 ภาษาและการสื่อสาร		4	หน่วยกิต
GE 2 การพัฒนาความคิด		4	หน่วยกิต
การคิดเชิงตรรกะและตัวเลข		(2	หน่วยกิต)
การคิดเชิงระบบ		(2	หน่วยกิต)
GE 3 การคิดแบบผู้ประกอบการ		2	หน่วยกิต
GE 4 การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล		2	หน่วยกิต
GE 5 สุขภาวะองค์รวม		2	หน่วยกิต
GE 6 จิตสาธารณะและการพัฒนาที่ยั่งยืน		2	หน่วยกิต
GE 7 การปรับตัวให้เข้ากับพลวัตของโลก		2	หน่วยกิต
GE 8 รายวิชาเลือก	ไม่น้อยกว่า	6	หน่วยกิต
2. หมวดวิชาเฉพาะ		96	หน่วยกิต
2.1 กลุ่มวิชาพื้นฐานเอก		51	หน่วยกิต
2.2 กลุ่มวิชาเอก		45	หน่วยกิต
- วิชาเอกการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล			
- บังคับ		33	หน่วยกิต
- เลือก		12	หน่วยกิต
- วิชาเอกการสื่อสารการตลาดเพื่อการประกอบการ			
- บังคับ		33	หน่วยกิต
- เลือก		12	หน่วยกิต
3. หมวดวิชาเลือกเสรี		6	หน่วยกิต

แผนการศึกษาตลอดหลักสูตร

วิชาเอกการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล

ชั้นปีที่ 1

ภาคการศึกษาที่ 1

จำนวนหน่วยกิต
(ทฤษฎี - ปฏิบัติ - ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาศึกษาทั่วไป (บังคับ)

GE1 ภาษาและการสื่อสาร

417-100G1 ภาษาอังกฤษฟัง-พูด 2((2)-0-4)
English Listening and Speaking

GE2A การพัฒนาความคิด - การคิดเชิงตรรกะและตัวเลข

117-201G2A การใช้ทรัพยากรสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจในการลงทุน 2((2)-0-4)
Information Use for Investment Decisions

GE4 การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

870-101G4 การสื่อสารในยุคดิจิทัลอย่างพลเมืองต้นรู้ 2((2)-0-4)
Active Citizen Communication in Digital Age

GE5 สุขภาวะแบบองค์รวม

711-103G5 สมดุลแห่งชีวิต 2((2)-0-4)
Life Balance

GE6 จิตสาธารณะและการพัฒนาที่ยั่งยืน

117-106G6 ความเป็นพลเมืองและจิตสาธารณะ 2((2)-0-4)
Citizenship and Public Consciousness

GE7 การปรับตัวให้เข้ากับพลวัตของโลก

724-105G7 การบริโภคสีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน 2((2)-0-4)
Green Consumption for Sustainable Development

วิชาศึกษาทั่วไป: บังคับเลือก

GE8 วิชาเลือกด้านภาษา

117-111G8 การพัฒนาทักษะทางภาษาไทยระดับมหาวิทยาลัย 2((2)-0-4)
Development of Thai Language Skills for University Students

วิชาศึกษาทั่วไป: เลือก

GE8 วิชาเลือกตามอิสระ 1 วิชา 2((2)-0-4)

วิชาพื้นฐานเอก

870-102 วาณิชเทศและทักษะการนำเสนออย่างสร้างสรรค์ 3((3)-0-6)
Speech Communication and Creative Presentation Skills

รวม

19

ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต

(ทฤษฎี - ปฏิบัติ - ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาศึกษาทั่วไป: บังคับ

GE1 ภาษาและการสื่อสาร

417-101G1	ภาษาอังกฤษอ่าน-เขียน	2((2)-0-4)
	English Reading and Writing	

GE2B การพัฒนาความคิด (การคิดเชิงระบบ)

117-101G2B	การคิดและการตัดสินใจ	2((2)-0-4)
	Thinking and Decision Making	

GE3 การคิดแบบผู้ประกอบการ

763-101G3	คิดสตาร์ทอัพ	2((2)-0-4)
	Entrepreneurial	

วิชาศึกษาทั่วไป: เลือก

2((2)-0-4)

GE8 วิชาเลือกตามอิสระ 1 วิชา

วิชาพื้นฐานเอก

870-103	การใช้เหตุผลและตรวจสอบข้อเท็จจริงทางการสื่อสารดิจิทัล	3((3)-0-6)
	Reasoning and Evidence in Digital Communication	

870-104	การถ่ายภาพเพื่อการสื่อสาร	3((1)-4-4)
	Photography for Communication	

วิชาเอกบังคับ

870-110	การสร้างสคริปต์วิดีโอและการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์	3((1)-4-4)
	Video Creation and AI Application	

วิชาเลือกเสรี		3
---------------	--	---

รวม 20

ชั้นปีที่ 2

ภาคการศึกษาที่ 1

จำนวนหน่วยกิต

(ทฤษฎี - ปฏิบัติ – ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาพื้นฐานเอก

870-200	ทฤษฎีการสื่อสารร่วมสมัย Contemporary Communication Theory	3((3)-0-6)
870-201	ปัญญาประดิษฐ์ในสื่อและการสื่อสารการตลาด AI in Media and Marketing Communication	3((3)-0-6)

วิชาเอกบังคับ

870-210	การออกแบบกราฟิกสำหรับสื่อดิจิทัล Graphic Design for Digital Media	3((1)-4-4)
870-211	การสร้างสรรค์คอนเทนต์ดิจิทัล Digital Content Creation	3((1)-4-4)
870-212	การผลิตสื่อดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์ Digital Media Production with Artificial Intelligence	3((1)-4-4)

วิชาเอกเลือก		3
---------------------	--	----------

รวม 18

ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต

(ทฤษฎี - ปฏิบัติ – ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาพื้นฐานเอก

870-202	การเล่าเรื่องสร้างสรรค์ในสื่อและการสื่อสารการตลาด Creative Storytelling in Media and Marketing Communication	3((3)-0-6)
870-203	ภาษาอังกฤษสำหรับนิเทศศาสตร์ English for Communication Arts	3((3)-0-6)
870-204	จริยธรรมและการกำกับดูแลวิชาชีพนิเทศศาสตร์ Ethics and Regulations in Communication Arts Profession	3((3)-0-6)

วิชาเอกบังคับ

870-213	การสร้างรายได้ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล Monetization on Digital Platforms	3((1)-4-4)
870-214	การวิเคราะห์สื่อและกลุ่มเป้าหมายในยุคดิจิทัล Digital Media and Target Audience Analysis	3((1)-4-4)

วิชาเอกเลือก		3
---------------------	--	----------

วิชาเลือกเสรี		3
----------------------	--	----------

รวม 21

ชั้นปีที่ 3

ภาคการศึกษาที่ 1

จำนวนหน่วยกิต

(ทฤษฎี - ปฏิบัติ – ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาพื้นฐานเอก

870-300	เตรียมสหกิจ 1*	2((0)-4-2)
---------	----------------	------------

Preparation for Cooperative Education I

* ลงทะเบียนเรียนแบบไม่นับหน่วยกิต และต้องได้รับสัญลักษณ์ “S”

870-301	หลักวิจัยทางนิเทศศาสตร์	3((3)-0-6)
---------	-------------------------	------------

Principle of Communication Arts Research

870-302	ชุดวิชาอัตลักษณ์ชายแดนใต้ การสื่อสารพหุวัฒนธรรม และการสื่อสารเพื่อสันติภาพ	6((3)-6-9)
---------	--	------------

Module : Deep South Identity, Multicultural and Peace Communication Module

วิชาเอกบังคับ

870-310	การสร้างสรรค์สื่อภาพยนตร์	3((1)-4-4)
---------	---------------------------	------------

Filmmaking

870-311	การสื่อสารภาคพลเมืองและการเคลื่อนไหวทางสังคม	3((3)-0-6)
---------	--	------------

Citizen Communication and Social Movement

วิชาเอกเลือก

3

รวม

18

ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต

(ทฤษฎี - ปฏิบัติ – ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาพื้นฐานเอก

870-303	การสร้างแบรนด์เชิงกลยุทธ์และการสื่อสารแบรนด์	3((3)-0-6)
---------	--	------------

Strategic Branding and Brand Communication

870-304	การเขียนเพื่อการสื่อสารดิจิทัล	3((3)-0-6)
---------	--------------------------------	------------

Writing for Digital Communication

870-305	ปฏิบัติการวิจัยทางนิเทศศาสตร์	3((3)-0-6)
---------	-------------------------------	------------

Practice of Communication Arts Research

วิชาเอกบังคับ

870-312	การเล่าเรื่องเชิงสร้างสรรค์ด้วยสื่อความเป็นจริงเสริม	3((1)-4-4)
---------	--	------------

Creative Storytelling with Augmented Reality

870-313	การสร้างสรรค์สื่อสำหรับองค์กรธุรกิจท้องถิ่น	3((1)-4-4)
---------	---	------------

Media Creation for Local Businesses

วิชาเอกเลือก

3

รวม

18

ชั้นปีที่ 4

ภาคการศึกษาที่ 1

จำนวนหน่วยกิต
(ทฤษฎี - ปฏิบัติ – ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาพื้นฐานเอก

870-400	เตรียมสหกิจ 2*	2((0)-4-2)
---------	----------------	------------

Preparation for Cooperative Education II

* ลงทะเบียนเรียนแบบไม่นับหน่วยกิต และต้องได้รับสัญลักษณ์ “S”

870-401	สัมมนาประเด็นนิเทศศาสตร์	3((3)-0-6)
---------	--------------------------	------------

Seminar of Issues in Communication Arts

วิชาเอกบังคับ

870-410	ฝึกปฏิบัติการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล	3((1)-4-4)
---------	------------------------------------	------------

Practice of Digital Media Creation

รวม	6
-----	---

ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต
(ทฤษฎี - ปฏิบัติ – ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาพื้นฐานเอก

870-402	สหกิจศึกษา *	6(0-36-0)
---------	--------------	-----------

Cooperative Education

รวม	6
-----	---

* นักศึกษาจะต้อง

1. ผ่านการเรียนวิชาเตรียมสหกิจศึกษา 1 และ 2
2. ผ่านรายวิชาครบถ้วนตามที่หลักสูตรกำหนด
3. มีผลการเรียนเฉลี่ยสะสม ณ ชั้นปีที่ 3 ภาคการเรียนที่ 2 ไม่ต่ำกว่า 2.00

หมายเหตุ นักศึกษาที่มีผลการเรียนภาษาอังกฤษต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ให้เข้าร่วมกิจกรรมที่จัดโดยคณะหรือมหาวิทยาลัย

วิชาเอกการสื่อสารการตลาดเพื่อการประกอบการ

ชั้นปีที่ 1

ภาคการศึกษาที่ 1

จำนวนหน่วยกิต
(ทฤษฎี - ปฏิบัติ – ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาศึกษาทั่วไป (บังคับ)

GE1 ภาษาและการสื่อสาร

417-100G1 ภาษาอังกฤษฟัง-พูด 2((2)-0-4)
English Listening and Speaking

GE2A การพัฒนาความคิด - การคิดเชิงตรรกะและตัวเลข

117-201G2A การใช้ทรัพยากรสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจในการลงทุน 2((2)-0-4)
Information Use for Investment Decisions

GE4 การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

870-101G4 การสื่อสารในยุคดิจิทัลอย่างพลเมืองตื่นรู้ 2((2)-0-4)
Active Citizen Communication in Digital Age

GE5 สุขภาวะแบบองค์รวม

711-103G5 สมดุลแห่งชีวิต 2((2)-0-4)
Life Balance

GE6 จิตสาธารณะและการพัฒนาที่ยั่งยืน

117-106G6 ความเป็นพลเมืองและจิตสาธารณะ 2((2)-0-4)
Citizenship and Public Consciousness

GE7 การปรับตัวให้เข้ากับพลวัตของโลก

724-105G7 การบริโภคสีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน 2((2)-0-4)
Green Consumption for Sustainable Development

วิชาศึกษาทั่วไป: บังคับเลือก

GE8 วิชาเลือกด้านภาษา

117-111G8 การพัฒนาทักษะทางภาษาไทยระดับมหาวิทยาลัย 2((2)-0-4)
Development of Thai Language Skills for University Students

วิชาศึกษาทั่วไป: เลือก

GE8 วิชาเลือกตามอิสระ 1 วิชา 2((2)-0-4)

วิชาพื้นฐานเอก

870-102 วาณิชเทศและทักษะการนำเสนออย่างสร้างสรรค์ 3((3)-0-6)
Speech Communication and Creative Presentation Skills

รวม

19

ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต
(ทฤษฎี - ปฏิบัติ – ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาศึกษาทั่วไป: บังคับ

GE1 ภาษาและการสื่อสาร

417-101G1 ภาษาอังกฤษอ่าน-เขียน 2((2)-0-4)

English Reading and Writing

GE2B การพัฒนาความคิด (การคิดเชิงระบบ)

117-101G2B การคิดและการตัดสินใจ 2((2)-0-4)

Thinking and Decision Making

GE3 การคิดแบบผู้ประกอบการ

763-101G3 คิดสตาร์ทอัพ 2((2)-0-4)

Entrepreneurial

วิชาศึกษาทั่วไป: เลือก

2((2)-0-4)

GE8 วิชาเลือกตามอิสระ 1 วิชา

วิชาพื้นฐานเอก

870-103 การใช้เหตุผลและตรวจสอบข้อเท็จจริงทางการสื่อสารดิจิทัล 3((3)-0-6)

Reasoning and Evidence in Digital Communication

870-104 การถ่ายภาพเพื่อการสื่อสาร 3((1)-4-4)

Photography for Communication

วิชาเอกบังคับ

870-111 การสื่อสารการตลาดและการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ 3((3)-0-6)

Marketing Communication and Artificial Intelligence

วิชาเลือกเสรี

3

รวม

20

ชั้นปีที่ 2

ภาคการศึกษาที่ 1

จำนวนหน่วยกิต

(ทฤษฎี - ปฏิบัติ – ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาพื้นฐานเอก

870-200	ทฤษฎีการสื่อสารร่วมสมัย Contemporary Communication Theory	3((3)-0-6)
870-201	ปัญญาประดิษฐ์ในสื่อและการสื่อสารการตลาด AI in Media and Marketing Communication	3((3)-0-6)

วิชาเอกบังคับ

870-215	การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลเพื่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ Digital Media Design for Advertising and Public Relations	3((1)-4-4)
870-216	พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล Consumer Behavior in Digital Age	3((3)-0-6)
870-217	การผลิตสื่อเพื่อเพิ่มมูลค่าตราสินค้า Media Production for Enhancing Brand Value	3((1)-4-4)

วิชาเอกเลือก		3
รวม		18

ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต

(ทฤษฎี - ปฏิบัติ – ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาพื้นฐานเอก

870-202	การเล่าเรื่องสร้างสรรค์ในสื่อและการสื่อสารการตลาด Creative Storytelling in Media and Marketing Communication	3((3)-0-6)
870-203	ภาษาอังกฤษสำหรับนิเทศศาสตร์ English for Communication Arts	3((3)-0-6)
870-204	จริยธรรมและการกำกับดูแลวิชาชีพนิเทศศาสตร์ Ethics and Regulations in Communication Arts Profession	3((3)-0-6)

วิชาเอกบังคับ

870-218	การประกอบการทางสังคมอย่างสร้างสรรค์ Creative Social Entrepreneurship	3((3)-0-6)
870-219	การตลาดเชิงเนื้อหา Content Marketing	3((3)-0-6)

วิชาเอกเลือก		3
วิชาเลือกเสรี		3
รวม		21

ชั้นปีที่ 3

ภาคการศึกษาที่ 1

จำนวนหน่วยกิต
(ทฤษฎี - ปฏิบัติ – ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาพื้นฐานเอก

870-300	เตรียมสหกิจ 1* Preparation for Cooperative Education I * ลงทะเบียนเรียนแบบไม่นับหน่วยกิต และต้องได้รับสัญลักษณ์ “S”	2((0)-4-2)
870-301	หลักวิจัยทางนิเทศศาสตร์ Principle of Communication Arts Research	3((3)-0-6)
870-302	ชุดวิชาอัตลักษณ์ชายแดนใต้ การสื่อสารพหุวัฒนธรรม และการสื่อสารเพื่อสันติภาพ Module : Deep South Identity, Multicultural and Peace Communication Module	6((3)-6-9)

วิชาเอกบังคับ

870-314	การสื่อสารการตลาดสตาร์ทอัพเพื่อเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ Startup Marketing Communication for Business Value	3((3)-0-6)
870-315	การจัดการสื่อใหม่เพื่อการสื่อสารการตลาด New Media Management for Marketing Communication	3((3)-0-6)

วิชาเอกเลือก

3

รวม

18

ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต
(ทฤษฎี - ปฏิบัติ – ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาพื้นฐานเอก

870-303	การสร้างแบรนด์เชิงกลยุทธ์และการสื่อสารแบรนด์ Strategic Branding and Brand Communication	3((3)-0-6)
870-304	การเขียนเพื่อการสื่อสารดิจิทัล Writing for Digital Communication	3((3)-0-6)
870-305	ปฏิบัติการวิจัยทางนิเทศศาสตร์ Practice of Communication Arts Research	3((3)-0-6)

วิชาเอกบังคับ

870-316	การวิเคราะห์ข้อมูลดิจิทัลเพื่อการสื่อสารการตลาด Digital Data Analysis for Marketing Communication	3((1)-4-4)
870-317	การนำเสนองานแบบมืออาชีพเพื่อการตลาด Professional Pitching	3((3)-0-6)

วิชาเอกเลือก

3

รวม

18

ชั้นปีที่ 4

ภาคการศึกษาที่ 1

จำนวนหน่วยกิต

(ทฤษฎี - ปฏิบัติ - ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาพื้นฐานเอก

870-400 เตรียมสหกิจ 2* 2((0)-4-2)

Preparation for Cooperative Education II

* ลงทะเบียนเรียนแบบไม่นับหน่วยกิต และต้องได้รับสัญลักษณ์ “S”

870-401 สัมมนาประเด็นนิเทศศาสตร์ 3((3)-0-6)

Seminar of Issues in Communication Arts

วิชาเอกบังคับ

870-411 ฝึกปฏิบัติการสื่อสารการตลาด 3((1)-4-4)

Practice of Marketing Communication

รวม

6

ภาคการศึกษาที่ 2

จำนวนหน่วยกิต

(ทฤษฎี - ปฏิบัติ - ศึกษาด้วยตนเอง)

วิชาพื้นฐานเอก

870-402 สหกิจศึกษา * 6(0-36-0)

Cooperative Education

รวม

6

* นักศึกษาจะต้อง

1. ผ่านการเรียนวิชาเตรียมสหกิจศึกษา 1 และ 2
2. ผ่านรายวิชาครบถ้วนตามที่หลักสูตรกำหนด
3. มีผลการเรียนเฉลี่ยสะสม ณ ชั้นปีที่ 3 ภาคการเรียนที่ 2 ไม่น้อยกว่า 2.00

หมายเหตุ นักศึกษาที่มีผลการเรียนภาษาอังกฤษต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ให้เข้าร่วมกิจกรรมที่จัดโดยคณะหรือมหาวิทยาลัย

คำอธิบายรายวิชา

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต

ก. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต

GE 1 ภาษาและการสื่อสาร

417-100G1	ภาษาอังกฤษฟัง-พูด	2((2)-0-4)
	English Listening and Speaking	
	การฟังเพื่อจับใจความสำคัญและรายละเอียดของเรื่อง การสนทนาภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน การพูดเล่าเรื่องภายใต้สถานการณ์ที่กำหนด	
	Practice of listening for main ideas and details; English conversation in daily life; storytelling in context	
417-101G1	ภาษาอังกฤษอ่าน-เขียน	2((2)-0-4)
	English Reading and Writing	
	การฝึกจับใจความสำคัญและรายละเอียดของสิ่งที่อ่าน การฝึกสรุปความจากสิ่งที่อ่าน การใช้คำศัพท์และไวยากรณ์ในการอ่านและการเขียนภาษาอังกฤษ	
	Practice of finding the main idea and details of a text; making a summary of a text; vocabulary and grammar in reading and writing English texts	

GE 2 การพัฒนาความคิด

การคิดเชิงตรรกะและตัวเลข

117-201G2A	การใช้ทรัพยากรสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจในการลงทุน	2((2)-0-4)
	Information Use for Investment Decisions	
	ความสำคัญ การวิเคราะห์ และการใช้สารสนเทศเพื่อการตัดสินใจในการลงทุน ผลตอบแทน ความเสี่ยง หลักการพื้นฐานในการลงทุนแต่ละประเภท และการวางแผนการเงินจากสารสนเทศอย่างเป็นระบบ	
	Importance, analysis and use of information for investment decisions; returns, risks, and fundamental principles in various types of investment; systematic financial planning	
746-101G2A	การคิดเชิงตรรกะอย่างชาญฉลาด (สำหรับสายศิลปศาสตร์)	2((2)-0-4)
	Smart Logical Thinking	
	หลักการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์เบื้องต้น ความรู้ทางคณิตศาสตร์ในการแก้โจทย์ปัญหาในชีวิตประจำวัน ความรู้ทางคณิตศาสตร์เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต	
	Basic principles of mathematical problem solving; mathematical knowledge for solving everyday problems; mathematical knowledge for improving the quality of life	

746-102G2A	คณิต คิด คิด (สำหรับสายวิทยาศาสตร์) Think Thought Math สมการเชิงเส้นกับปัญหาในชีวิตประจำวัน อัตราส่วนกับปัญหาในชีวิตประจำวัน อัตราส่วนและร้อยละกับปัญหาในชีวิตประจำวัน เลขยกกำลังกับปัญหาในชีวิตประจำวัน Linear equations, progressive rates, ratios and percentages, and exponential numbers in the context of everyday life	2((2)-0-4)
การคิดเชิงระบบ		
117-101G2B	การคิดและการตัดสินใจ Thinking and Decision Making หลักการและกระบวนการคิดของมนุษย์ การคิดเชิงสร้างสรรค์ การวิเคราะห์ข้อมูลและข่าวสาร ตรรกศาสตร์และการใช้เหตุผล กระบวนการตัดสินใจ กระบวนการแสวงหาความรู้ การประยุกต์ใช้ทักษะการคิดเพื่อเข้าใจการเปลี่ยนแปลงของระบบสังคมและสิ่งแวดล้อม และแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน Principles and processes of thinking; creative thinking; data and information analysis; logic and reasoning; decision making process, search of knowledge; application of thinking skills to understanding changes in social and environmental systems as well as to solving everyday life problems	2((2)-0-4)
437-101G2B	คิดอย่างเฉลียว เข้าใจอย่างฉลาด Smart Thought, Clever Understanding การคิดอย่างมีเหตุผล การคิดเชิงมนโทัศน์ การวิเคราะห์ข้อความคิด การประเมินสถานการณ์และการเปลี่ยนแปลงโลกทัศน์ของคนในสังคม การประยุกต์การคิดอย่างมีเหตุผลในชีวิตประจำวัน Rational thinking; conceptual thinking; analysis of opposing viewpoints; assessment of the situations and changes of people's worldview; application of rational thinking in daily life	2((2)-0-4)
117-102G2B	การพัฒนาระบบคิด Thinking Systems Development หลักการและกระบวนการคิดประเภทต่างๆ เครื่องมือการคิดวิเคราะห์ การประยุกต์หลักการคิดเชิงระบบ การวิเคราะห์เชิงเหตุผลและเลือกใช้เครื่องมือการคิดวิเคราะห์เพื่อแก้ปัญหาหรือนำมาใช้ในการทำงานได้อย่างเหมาะสม Principles and types of thinking processes; analytical thinking tools; systems thinking application; reasoning analysis; selection of appropriate analytical thinking tools for effective problem-solving or application in professional contexts	2((2)-0-4)

GE 3 การคิดแบบผู้ประกอบการ

117-202G3	คิดประกอบการ	2((2)-0-4)
Entrepreneurial Thinking		
การคิดแบบผู้ประกอบการ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม การวางแผนการประกอบการ การวางแผนการเงินและการลงทุน การกำหนดตัวแบบธุรกิจที่สมดุลและยั่งยืน		
Entrepreneurial mindset; analysis of the environment associated with changes in economy and society; entrepreneurial process planning; financial and investment planning; determining balanced and sustainable business models		

763-101G3	คิดแบบสตาร์ทอัพ	2((2)-0-4)
Think Like Start-up		
แนวความคิดการประกอบการเบื้องต้น การคิดเชิงนวัตกรรม เครื่องมือเบื้องต้นในการพัฒนาธุรกิจ วิธีคิดการทำธุรกิจแบบ start-up วิธีการเริ่มธุรกิจใหม่ บุคลิกภาพของผู้ประกอบการ ทักษะการเขียนแผนธุรกิจเบื้องต้น ทักษะวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเบื้องต้นของธุรกิจ ทักษะการตลาดเบื้องต้น การวางแผนการดำเนินงานธุรกิจเบื้องต้น ทักษะการนำเสนอแบบบอกเล่าเรื่อง โครงการงานการพัฒนาธุรกิจขั้นต้น		
Basic concepts of entrepreneurship; innovative thinking; basic tools for business development, ways of doing business in a start-up; methods of starting a business; entrepreneurial personalities; basic business plan writing skills; basic business ecosystem analysis skills; basic marketing skills; basic business planning; storytelling presentation skills; prototype development project		

GE 4 การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

117-203G4	เทคโนโลยีและสารสนเทศในสังคมดิจิทัล	2((2)-0-4)
Technology and Information in Digital Society		
การเลือกใช้เครื่องมือ การใช้เทคโนโลยีประเมินสารสนเทศและเลือกใช้สารสนเทศในชีวิตประจำวันและการทำงานได้อย่างถูกต้อง ถูกกฎหมายและจริยธรรม (ทางเทคโนโลยีสารสนเทศ)		
Tool selection; use of technology for information assessment; using information in daily life and at work in a proper, legal, and ethical manner		
870-101G4	การสื่อสารในยุคดิจิทัลอย่างพลเมืองตื่นรู้	2((2)-0-4)
Active Citizen Communication in Digital Age		
สังคมและการสื่อสารในยุคดิจิทัล การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในชีวิตประจำวันและผลกระทบ ความปลอดภัยทางไซเบอร์ ความผิดปกติของข้อมูลข่าวสาร การตรวจสอบข้อเท็จจริง การผลิตสื่อผ่านแอปพลิเคชัน จริยธรรมและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง		
Society and communication in digital era; information technology utilization in daily life and its impacts; cyber safety; information disorder; fact-checking; media creation through mobile applications; ethics and laws		

117-204G4	ปัญญาประดิษฐ์พื้นฐานและการใช้โปรแกรมประยุกต์อย่างง่าย 2((2)-0-4) Basic Artificial Intelligence and Simple Application Usage สารสนเทศและเทคโนโลยีสารสนเทศ แนวคิด องค์ประกอบและประเภทของปัญญาประดิษฐ์ ประโยชน์และการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในชีวิตประจำวัน กฎหมายและจริยธรรมด้านการใช้ปัญญาประดิษฐ์ การฝึกปฏิบัติโดยใช้โปรแกรมประยุกต์อย่างง่าย Information and communication technology; concepts, components, and types of Artificial Intelligence; benefits and application of Artificial Intelligence in daily life; laws and ethics regarding the use of Artificial Intelligence; practical training through simple application usage
723-201G4	ปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์สำหรับผู้เริ่มต้น 2((2)-0-4) Generative AI for Beginner ปัญญาประดิษฐ์และปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์ เทคโนโลยีพื้นฐานในการสร้างปัญญาประดิษฐ์ ประเภทของปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์ การใช้ปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์เป็นตัวอย่างในการสร้างงาน โครงการขนาดเล็กด้วยปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์ จริยธรรมและความเสี่ยงในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ Artificial Intelligence (AI) and Generative Artificial Intelligence; Basics Technology for Creating Artificial Intelligence; Type of Generative AI; Using Generative AI to Enhance Creative Workflows; Mini Project with Generative AI; Ethical and Risks of Artificial Intelligence
GE 5 สุขภาวะองค์กรรวม (SDG 3)	
711-103G5	สมดุลแห่งชีวิต 2((2)-0-4) Life Balance ความหมายของชีวิตและสภาพจิตใจพื้นฐาน การรักษาสมดุลของชีวิต การรักษาสมดุลของเวลา การออกกำลังกาย การรับประทานอาหาร และดูแลจิตใจเพื่อสุขภาพชีวิตที่ดี The meaning of life and basic mental states; maintaining life balance, time management, exercise, dietary habits, and caring for one's mental well-being for a healthy life
993-101G5	ศาสตร์ชะลอวัยและจัดการความเครียดด้วยภูมิปัญญาพื้นบ้าน 2((2)-0-4) Anti-Aging and Stress Management with Folk Wisdom Medicine แนวคิดของศาสตร์การชะลอวัย และการจัดการความเครียดตามแบบภูมิปัญญาพื้นบ้าน หลักการและการฝึกปฏิบัติการนวดหน้าเพื่อชะลอวัย การนวดคลายเครียดด้วยตนเอง การบำบัดทางศาสตร์พลังงานเรกิ (Reiki) และกายบริหารชีกง The concept of anti-aging science and stress management according to folk wisdom; principles and practice of anti-aging facial massage; self-massage for stress relief; Reiki energy healing; Qigong exercises

117-103G5	สุนทรียศาสตร์เพื่อสุขภาวะองค์รวม Aesthetics for Holistic Well-being สุนทรียศาสตร์ของการดำรงชีวิต การรู้จักตนเอง การจัดการความเครียด การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม และการปรับตัวเพื่อการอยู่ร่วมกันท่ามกลางความแตกต่างหลากหลาย Aesthetics of living; self-awareness; stress management; holistic health care; adaptation amid diversity	2((2)-0-4)
264-101G5	การพัฒนาศักยภาพแห่งตน Human Potential Development หลักการและแนวคิดการรู้จักตนเองตามหลักปรัชญา ศาสนาและจิตวิทยา การวิเคราะห์ตนเองเพื่อค้นพบศักยภาพแห่งตน การวิเคราะห์ต้นทุนชีวิต การตั้งเป้าหมายชีวิตที่มีความหมาย การจัดการความเครียด ศาสตร์แห่งกายและจิตเพื่อการดูแลและพัฒนาศักยภาพแห่งตน การเปลี่ยนแปลงทางบวก การปรับตัว การวางแผนดูแลสุขภาพแบบองค์รวมที่เหมาะสมกับบริบทของตนเอง Principles and concepts of self-awareness according to philosophy; religion and psychology; self-analysis for the discovery of individual potential; analysis of life assets; meaningful life goals; stress management; body and mind for self-care and personal improvement; positive change; adjustment; holistic health planning in accordance with one's own context	2((2)-0-4)
GE 6 จิตสาธารณะและการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDG 1 2 4 5 10)		
117-104G6	นวัตกรรมสังคมและประโยชน์เพื่อนมนุษย์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน Social Innovation and Human Benefits for Sustainable Development ความหมาย หลักการ แนวคิดความสำคัญ ของนวัตกรรมสังคมในการเรียนรู้ปรากฏการณ์ทางสังคม การประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านนวัตกรรมสังคมสู่การขับเคลื่อนและสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อประโยชน์ของเพื่อนมนุษย์อย่างยั่งยืน Meaning, principles, concepts, and importance of social innovation in learning social phenomena; application of social innovation knowledge to driving and creating activities for the sustainable benefit of humanity	2((2)-0-4)
117-105G6	การพัฒนาที่ยั่งยืนกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง Sustainable Development and Sufficient Economy Philosophy ความหมาย หลักการ แนวคิดและความสำคัญของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน โมเดลเศรษฐกิจบีจีจี ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงตามศาสตร์พระราชา การวิเคราะห์และประยุกต์ใช้หลักการและแนวคิดในพื้นที่ ระดับบุคคล องค์กรธุรกิจ หรือชุมชนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน Meaning, principles, concepts and importance of sustainable development goals; Bio-Circular-Green Economy Model; King Bhumibol's the philosophy of sufficiency economy; analyzing and applying principles and concepts at the personal, organizational, or community levels for sustainable development	2((2)-0-4)

117-106G6	ความเป็นพลเมืองและจิตสาธารณะ Citizenship and Public Consciousness แนวคิด หลักการ คุณสมบัติและความสำคัญของความเป็นพลเมืองเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้หลักการประชาธิปไตยในระดับชุมชน สังคมโลกและสังคมออนไลน์ (สังคมเสมือน) การเคารพกฎหมาย ความรับผิดชอบต่อสังคม ความเท่าเทียมทางสังคม นำเพื่ประโยชน์กับผู้อื่นโดยใช้หลักการพัฒนาที่ยั่งยืน Concepts, principles, qualifications and importance of citizenship for sustainable development under democratic principles at the community level; global and online society (virtual society) ; law-abidingness; social responsibility; social equality; serving others through the principles of sustainable development	2((2)-0-4)
196-101G6	ความเป็นพลเมือง Citizenship แนวคิด หลักการ คุณสมบัติและความสำคัญของความเป็นพลเมืองภายใต้หลักการประชาธิปไตยในระดับชุมชน สังคมโลกและสังคมออนไลน์ (สังคมเสมือน) การเคารพกฎหมาย ความรับผิดชอบต่อสังคม Concepts, principles, characteristics, and significance of citizenship in a democratic community, global and virtual society; law-abidingness; social responsibility	2((2)-0-4)
GE 7 การปรับตัวให้เข้ากับพลวัตของโลก (SDG 6 7 13 14 15)		
117-107G7	พลวัตของสภาพแวดล้อมกับการใช้ประโยชน์ตามพื้นฐานทรัพยากรธรรมชาติ Environmental Dynamics and Natural Resource base Utilization ระบบนิเวศวิทยานบนบกและความหลากหลายทางชีวภาพ การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมและผลกระทบ แนวทางการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานวิทยาศาสตร์ นวัตกรรมเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อการรักษารัษธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คุณธรรมและจริยธรรมในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ Terrestrial ecosystems and biodiversity; environmental changes and their impact; a science-based approach to sustainable use of natural resources and environmental protection; modern technology innovations in natural and environmental conservation; morals and ethics in the use of natural resources	2((2)-0-4)
117-108G7	ท่องโลกสิ่งแวดล้อม Oren World Exploration สภาวะแวดล้อมรอบตัวเราทั้ง 4 มิติ (ทรัพยากร เทคโนโลยี มลพิษ และเศรษฐกิจสังคม) สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อม ปัญหาและผลกระทบกับการเปลี่ยนแปลงพลวัตของโลกในมิติต่าง ๆ เมืองสิ่งแวดล้อมยั่งยืน การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ วิถีพหุวัฒนธรรมของชุมชน พลวัตสีเขียว เทคนิคและเครื่องมือการประเมินคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม การจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน การสร้างความตระหนักรู้ต่อพลวัตการเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อม แผนที่เดินดิน Four dimensions of the environment around us: resources, technology, pollution and socio-economics; environmental change situations; problems and impact of changes in global dynamics	2((2)-0-4)

across various dimensions; environmentally sustainable city; sustainable tourism; geographical indications; multicultural way of life in the community; green dynamics; techniques and tools for environmental assessment; environmental management for sustainable development; raising awareness of the dynamics of environmental change; geo-social mapping

724-104G7

เกาะติดกระแสวิทยาศาสตร์สมัยใหม่

2((2)-0-4)

Current Issues in Modern Science

สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมโลกที่เกี่ยวข้องกับวิทยาศาสตร์สมัยใหม่ สถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับพลวัตของโลกที่มีผลกระทบต่อมนุษย์ สิ่งมีชีวิต สังคม และสิ่งแวดล้อมในระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค และระดับโลก การปรับตัวในการเอาตัวรอดในภาวะภัยพิบัติทางธรรมชาติ ความตระหนักรู้และการปลูกจิตสำนึกให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมโลก ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรม พลังงาน และสิ่งแวดล้อม การรู้เท่าทันในประเด็นการเปลี่ยนแปลงของสังคมและโลกผ่านกระแสวิทยาศาสตร์สมัยใหม่ การจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมโดยใช้วิทยาศาสตร์สมัยใหม่เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเองและส่วนรวมที่ดีขึ้นสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

Situations of global environmental change related to current science; current issues on global dynamics impacting humans, living organisms, society, and the environment at local, regional, and international levels; adaptation to survive natural disasters; promoting awareness and cultivating consciousness in alignment with global environmental changes in science, technology, innovation, energy, and the environment; literacy of social and global change issues through modern science; management of environmental problems using modern science to enhance the quality of life for oneself and the public towards sustainable development

724-105G7

การบริโภคสีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

2((2)-0-4)

Green Consumptions for Sustainable Development

สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงทางสิ่งแวดล้อมในบริบท 4 มิติ (ทรัพยากรธรรมชาติ เทคโนโลยี มลพิษ และเศรษฐกิจ) การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การพัฒนาที่ยั่งยืน ความตระหนักรู้และจิตสำนึกเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมโลก การตั้งรับและการปรับตัวให้รู้เท่าทันกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงพลวัตของโลก การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลก สถานการณ์พลังงานและน้ำ ทรัพยากรทางทะเลและบนบก กรณีศึกษาปัญหาสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น เพื่อลดผลกระทบต่อตนเอง ชุมชน ภูมิภาค และระดับโลก การสร้างความสมดุลแห่งชีวิตสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนบนพื้นฐานของคุณภาพชีวิตที่ดี

Situations of environmental change across four dimensions: natural resources, technology, pollution and socio-economics; choosing environmentally friendly products; sustainable development; awareness and consciousness in dealing with global environment changes; readiness and adaptation to stay informed about global dynamics changes; global climate change; energy and water situations; marine and terrestrial resources; case studies of local environmental issues for mitigating impacts on individuals, communities, regions, and the global scale; creating a balanced life for sustainable development based on a good quality of life

724-106G7	นวัตกรรมลดโลกร้อนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน Fighting Climate Change with Innovation for SDGs สภาพแวดล้อมรอบตัวเรา สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงพลวัตของโลกและผลกระทบ นวัตกรรมสีเขียว เทคโนโลยีและนวัตกรรมลดโลกร้อน การพัฒนาที่ยั่งยืน การเลือกใช้และออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัสดุเหลือทิ้ง พลังงานสะอาดและการจัดการ ระเบียบข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง การตระหนักรู้ และเข้าใจการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อม The environment around us; situations of global dynamics change and their impact; green innovation; technology and innovations for mitigating global warming; sustainable development; choosing and designing environmentally friendly products; creating added-value products from waste materials; clean energy and its management; related laws and regulations; awareness and understanding of environmental changes	2((2)-0-4)
GE 8 รายวิชาเลือก บังคับเลือกด้านภาษา		
411-102G8	ภาษาไทย gen Z gen ed Thai gen Z gen Ed ทักษะการใช้ภาษาและการสื่อสาร ฟัง พูด อ่าน และเขียน และการนำภาษาไปใช้ประโยชน์ตามบริบทของการสื่อสารต่างวัฒนธรรม Language and communication skills: listening, speaking, reading and writing; applying language skills in the context of intercultural communication	2((2)-0-4)
412-103G8	แฮปปี้ ไชนีส Happy Chinese การฝึกทักษะด้านการเขียนตัวอักษรจีน และการสนทนาพื้นฐานผ่านทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียนควบคู่ไปกับการเสริมสร้างพฤติกรรมที่เหมาะสมในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม Practice of writing Chinese characters; practice of communication in daily life through listening, speaking, reading, and writing; appropriate behavior in intercultural communication	2((2)-0-4)
413-104G8	ภาษามลายูสู่อาเซียน Malay Language to ASEAN การพัฒนาทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียนภาษามลายูในระดับพื้นฐาน การอ่านออกเสียง การสะกดคำ การเขียนอักษรรูมี ศัพท์และสำนวนภาษามลายูที่ใช้ในชีวิตประจำวัน การเรียนรู้สังคมและวัฒนธรรมมลายู Basic listening, speaking, reading and writing skills in Malay; Rumi pronunciation, spelling, and script; vocabulary and expressions for daily life topics; Malay social and cultural learning	2((2)-0-4)

415-105G8	นิฮงโกะเประเประ Nihongo Pera Pera การพัฒนาทักษะทั้ง 4 ด้านคือการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียนภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้น การเรียนรู้สังคมและ วัฒนธรรมญี่ปุ่น Basic listening, speaking, reading and writing skills in Japanese; Japanese social and cultural learning	2((2)-0-4)
416-106G8	อันนยองฮาเซโย เปิดประตูเกาหลี Annyeonghaseyyo - Hello Korea การศึกษาทักษะทั้ง 4 ด้านคือ การฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน การฝึกออกเสียง การฝึกสร้างประโยคพื้นฐาน การฝึกสนทนาภาษาเกาหลีที่ใช้ในชีวิตประจำวัน และการเรียนรู้ด้านสังคมและวัฒนธรรมของชาวเกาหลีที่ใช้เพื่อการสื่อสาร Practice of listening, speaking, reading, and writing skills; practice of pronunciation; writing simple sentences; daily life conversations in Korean; Korean social and cultural learning for communication	2((2)-0-4)
417-107G8	อังกฤษพร้อมบวก English Plus+ ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ ฟัง พูด อ่าน เขียน คำศัพท์และไวยากรณ์ในการสนทนา การอ่าน และการเขียนในบริบทต่าง ๆ ที่ซับซ้อนขึ้น Effective use of English skills in communication; vocabulary and grammar in listening, speaking, reading, and writing in context	2((2)-0-4)
418-108G8	บงซูร์ ลา ฟร็องซ์ Bonjour la France การสื่อสารภาษาฝรั่งเศสระดับพื้นฐานในหัวข้อที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน และเรียนรู้วัฒนธรรมของผู้ใช้ภาษาฝรั่งเศส Communication in basic French on daily life topics and learning the culture of French speakers	2((2)-0-4)
419-109G8	กู๊ดเทิน ทาค Guten Tag การสื่อสารภาษาเยอรมันระดับพื้นฐานในหัวข้อที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน และเรียนรู้วัฒนธรรมของผู้ใช้ภาษาเยอรมัน Communication in basic German on daily life topics and learning the culture of German speakers	2((2)-0-4)
117-111G8	การพัฒนาทักษะภาษาไทยระดับมหาวิทยาลัย Development of Thai Language Skills for University Student การพัฒนาสมรรถภาพทางภาษาเพื่อการสื่อสารในทักษะ 4 ด้าน ได้แก่ ทักษะการฟัง-ดูอย่างมีวิจารณญาณและสุนทรียภาพ ทักษะการพูดในที่สาธารณะ ทักษะการอ่านเพื่อจับใจความ สรุปความ แปลความ ตีความ และขยายความ ทักษะการเขียนความเรียงและการใช้ภาษา ภายใต้การบูรณาการ	2((2)-0-4)

ความรู้ปรีบทเชิงวัฒนธรรม

Enhancement of language proficiency across the four communication skills: critical and aesthetic listening and viewing, speaking in public, reading for comprehension, conclusion, translation, interpretation and explanation, and writing compositions; Thai language usage with integration of knowledge of culture

117-112G8

ไฮยา ไฮยา

2((2)-0-4)

Hayya Hayya

การพัฒนาทักษะทั้ง 4 ด้าน คือ การฟัง การพูด การอ่าน และการเขียนภาษาอาหรับเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน การอ่านออกเสียงภาษาอาหรับ การเรียนรู้สังคมและวัฒนธรรมอาหรับ

Practice of listening, speaking, reading, and writing skills in Arabic for everyday communication; practice of Arabic pronunciation; Arab social and cultural learning

เลือกอื่นๆ

117-113G8

อินไซด์เอาท์ ฉันทะเราเธอ

2((2)-0-4)

Living Life from the Inside Out

การดูแลสุขภาพกายและจิตใจ คุณค่าของชีวิตและความเป็นมนุษย์ การรู้จักตนเองและผู้อื่น การมีทัศนคติที่ดี การสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคม การสร้างความสอดคล้องระหว่างตัวตนภายในกับการกระทำ และปฏิสัมพันธ์กับโลกภายนอก การเข้าใจความแตกต่าง การอยู่ร่วมกันบนพื้นฐานทางจริยธรรม ทักษะวัฒนธรรม การจัดการความขัดแย้งและการไม่ใช้ความรุนแรงเพื่อการอยู่ร่วมกันในสังคม

Taking care of physical and mental well-being; value of life and humanity; self-awareness and understanding others; cultivating a positive mindset; building social resilience; creating alignment between one's inner self and actions, and interactions in the external world; embracing cultural diversity, coexisting on the basis of ethics; cultural competency; conflict management and non-violence for social coexistence

117-114G8

สุขภาพกายและจิต

2((2)-0-4)

Healthy Body and Mind

สุขภาพองค์รวม แนวคิดและทฤษฎีพื้นฐาน การประเมินสุขภาพกายและจิต ความเครียดและการจัดการความเครียด การดูแลจิตใจตนเอง การบริหารจัดการอารมณ์ ทุนจิตวิทยาเชิงบวกและการพัฒนาการวางแผนดูแลสุขภาพกายและจิตตามบริบทของผู้เรียน

Core concepts and theories of holistic health; physical and mental health assessment; stress management; psychological self-care; emotional management; positive psychological capital development; holistic self-care planning in personal contexts

117-115G8	ชีวิตที่ดี Happy Life การเข้าใจอารมณ์และความเครียด การวิเคราะห์สภาพอารมณ์และจัดการอารมณ์ได้อย่างเหมาะสม ความสมบูรณ์ทั้งทางร่างกาย จิตใจ และสังคม การมีสติและความรู้สึกตัว การวางแผนและจัดการตนเอง เพื่อการมีชีวิตที่เป็นสุข ความสุขของชีวิต การรู้เท่าทันตนเองและสังคม การเข้าใจยอมรับและเคารพ ความแตกต่างหลากหลาย การปรับตัวในการใช้ชีวิตในสังคมที่มีความหลากหลาย Understanding emotions and stress; analyzing emotional states with effective management; physical, mental, and social integrity; mindfulness and consciousness; planning and self-management for a happy life; happiness in life; self-awareness; social literacy; understanding and respecting diversity; adaptation to social diversity	2((2)-0-4)
117-116G8	ธรรมชาติบำบัดเพื่อการพัฒนาสุขภาพ Natural Therapy for Improving Well-being การเข้าใจอารมณ์และความเครียด การวิเคราะห์สภาพอารมณ์และจัดการอารมณ์ได้อย่างเหมาะสม การใช้หลักและวิถีทางธรรมชาติเพื่อส่งเสริมสุขภาพและรักษาโรค การดูแลร่างกายและจิตใจตามแนวทางธรรมชาติบำบัด การดำรงชีวิตอย่างสมดุลกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม Understanding emotions and stress; analyzing emotional states with effective management; applying natural principles and approaches to enhance well-being and healing; caring for body and mind through natural therapy; living in balance with nature and the environment	2((2)-0-4)
117-117G8	ความสัมพันธ์ระหว่างชีวิตกับความตาย Relationship between Life and Death ความสัมพันธ์ระหว่างชีวิตกับความตาย ความสำคัญของการเตรียมตัวตายอย่างมีคุณภาพ การเข้าใจคุณค่าและความหมายแห่งชีวิต อารมณ์ ความเครียดและการจัดการความเครียด การวางแผนการดูแลสุขภาพกายและจิตของตนเอง Relationship between life and death; importance of preparing for a good death; value and meaning of life; emotions; stress and its management; planning for taking care of one's physical and mental health	2((2)-0-4)
125-131G8	ทุนวัฒนธรรมสร้างสรรค์ Creative Cultural Capital ความหมายของทุนวัฒนธรรม แนวคิดทุนวัฒนธรรม ทุนวัฒนธรรมของผู้ประกอบการ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับทุนวัฒนธรรม ทุนวัฒนธรรมกับความยั่งยืน Meaning of cultural capital; cultural capital concepts; cultural capital for entrepreneurs; applying technology to cultural capital; cultural capital for sustainability	2((2)-0-4)

125-162G8	หัตถกรรมสร้างสรรค์ Creative Craft การคิดและการใช้ทักษะพื้นฐานเกี่ยวกับหัตถกรรมท้องถิ่น การผลิตผลงานสร้างสรรค์จากงานภูมิปัญญาอย่างง่ายที่นำไปสู่ภูมิปัญญาที่ยั่งยืนของท้องถิ่น Thinking and using basic skills for creating local handicrafts; producing creative works from basic wisdom that leads to sustainable local wisdom	2((2)-0-4)
125-163G8	มหัศจรรย์ภูมิปัญญา Miracle of Wisdom ความหมายของภูมิปัญญา คุณลักษณะของภูมิปัญญา ประเภทของภูมิปัญญา หลักการและแนวคิดของภูมิปัญญา การตระหนักรู้ถึงคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการดำเนินชีวิต Meaning, characteristics, and types of wisdom; principles and concepts of wisdom; awareness of the value of local wisdom; application of local wisdom in daily life	2((2)-0-4)
196-161G8	การเป็นพลเมืองของชุมชนโลกกับการพัฒนาที่ยั่งยืน Glocal Citizen and SDGs Awareness การตระหนักรู้ต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในมิติทางสังคม ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ความเป็นพลเมืองโลก และการรับรู้ต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมของโลก SDGs awareness in social context; collaboration for sustainable development; global citizenship and awareness of global social changes	2((2)-0-4)
437-161G8	ผู้นำแห่งอนาคตกับความรับผิดชอบต่อสังคม Leadership for Future and Social Responsibility แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน หลักการของผู้นำแห่งอนาคต บทบาทของปัจเจกบุคคลในสังคมประชาธิปไตย การรู้จักตนเอง การมีวินัย การอยู่ร่วมกันอันดีและความรับผิดชอบต่อสังคม การทำงานจิตอาสาในการขับเคลื่อนชุมชน วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม Concepts of sustainable development; principles of future leaders; the role of individuals in a democratic society; self-awareness; discipline; peaceful coexistence and social responsibility; voluntary community work; culture and the environment	2((2)-0-4)
418-172G8	ตะลุยยุโรป Europe Discovery ความรู้พื้นฐานของทวีปยุโรป ด้านสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ การเมือง และสิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั่วไปและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติของทวีปยุโรป Introduction to Europe: society, culture, economy, politics, and environment; changes in Europe's overall environment and its natural surroundings	2((2)-0-4)

400-173G8	โลกเปลี่ยน คนปรับ World Changing and Dynamic of Smart People แนวคิดและหลักการที่เกี่ยวข้องกับวิถีโลก การพัฒนาคนรุ่นใหม่ การจัดการบนพื้นฐานการพัฒนาที่ยั่งยืน การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม Concepts and principles of global ways of living; developing the next generation; sustainable development management; natural resource and environmental conservation	2((2)-0-4)
747-121G8	ข้อเท็จจริงเชิงตัวเลข Facts and Figures การตั้งคำถามและการระบุปัญหาจากสถานการณ์ปัจจุบัน การสืบค้นและการรวบรวมข้อมูล การจัดการกับข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเบื้องต้น การสรุปผลและการนำเสนอข้อมูล Formulating questions and identifying issues from current situations; searching and gathering data; managing data; analyzing data using basic statistics; summarizing findings and presenting data	2((2)-0-4)
746-132G8	ปั้นผู้ประกอบการออนไลน์ Build an Online Entrepreneurship แนวคิดของผู้ประกอบการ วิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) การออกแบบโมเดลธุรกิจด้วยหลักการ Business Model Canvas การร่างแผนธุรกิจด้วยหลักการ Lean Canvas การนำเข้าสินค้า การจัดทำบัญชีสำหรับผู้ประกอบการ การคำนวณภาษีสำหรับผู้ประกอบการ การขายสินค้าออนไลน์ การวิเคราะห์และวางแผนการเพื่อพัฒนาธุรกิจ Entrepreneurial mindset; startups; Business Model Canvas; Lean Canvas; importing goods; accounting for entrepreneurs; tax calculation for entrepreneurs; selling products online; analysis and planning for business development	2((2)-0-4)
724-153G8	ธรรมชาติบำบัด Natural Therapy หลักการธรรมชาติบำบัด ป่าบำบัด เสียงบำบัด โยคะ สมุนไพรในชีวิตประจำวัน ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ Principles of natural therapy, forest therapy, sound therapy, yoga, herbs in daily life, and natural products	2((2)-0-4)
871-131G8	การจัดการธุรกิจดิจิทัลสมัยใหม่ Modern Digital Business Management รูปแบบธุรกิจและการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ การจัดการธุรกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคยุคสมัยใหม่ การตลาดบนสื่อโซเชียลมีเดีย แพลตฟอร์มและเครื่องมือในการทำธุรกิจออนไลน์ ปฏิบัติการทดลองสร้างรูปแบบธุรกิจดิจิทัล การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ กฎหมายที่ควรรู้ในการทำธุรกิจดิจิทัล Business models and modern business management; digital technology-based business management; สุขภาวะองค์กรร่วม	2((2)-0-4)

; modern consumer behavior patterns; social media marketing; online business platforms and tools, practice of creating a digital business model; customer relationship management; digital business laws and regulations

870-142G8	คอนเทนต์ครีเอเตอร์ และ อินฟลูเอนเซอร์ Content Creator and Influencer ความหมาย แนวคิดของคอนเทนต์ ครีเอเตอร์ และ อินฟลูเอนเซอร์ การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันของการสื่อสารยุคใหม่ การสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการสร้างสรรค์เนื้อหา เทคนิคการเล่าเรื่องเบื้องต้น เทคนิคพื้นฐานการผลิตสื่อผ่านแพลตฟอร์มที่หลากหลาย ช่องทางในการสื่อสารออนไลน์ กฎหมายและจริยธรรมในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล Definition and concepts of content creators and influencers; analysis of current new media communication trends; communicating with target groups; application of digital technology to content creation; basic storytelling techniques; basic media production techniques through various platforms; online media channels; laws and ethics in digital technology utilization	2((2)-0-4)
993-151G8	การจัดการความเครียด Stress Management แนวคิดและทฤษฎีความเครียด ปัจจัยสาเหตุ ผลกระทบของความเครียดและปัญหาสุขภาพที่เกิดจากความเครียด การประเมินความเครียด การประเมินทักษะการจัดการความเครียด แนวคิดการจัดการความเครียด เทคนิคการผ่อนคลายความเครียด วิธีการจัดการความเครียด หลักศาสนากับการจัดการความเครียด การประยุกต์ใช้วิธีการจัดการความเครียดในสถานการณ์ต่าง ๆ Concepts and theories of stress; factors related to stress; impact of stress and stress-related health problems; stress screening; assessment of stress management skills; stress management concepts, stress relief techniques; stress management strategies; religion and stress management; application of stress management in various situations	2((2)-0-4)
269-121G8	รู้จัก รู้เท่าทัน Values of the Wise and Deliberation ความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ผลกระทบต่อวิถีชีวิต เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เทคนิคการคิดขั้นสูง กระบวนการคิดทางวิทยาศาสตร์ แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาที่เกิดจากผลกระทบของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี Advancement in science and technology; impact of science and technology on the way of life, economy, society and environment; higher-order thinking techniques; scientific thinking processes; guidelines for preventing and solving problems arising from the impact of science and technology	2((2)-0-4)

437-150G8	ความรัก Love แนวคิด ทฤษฎี เรื่องความรัก ความรักในรูปแบบต่างๆ พฤติกรรมด้านร่างกายและจิตใจที่แสดงออกถึง การมีความรักอย่างมีคุณภาพ ศรัทธาในความรัก ประเด็นปัญหาความผิดหวังและความรุนแรงอัน เกี่ยวข้องกับ ความรู้สึกรักมนุษย์ การสร้างอัตลักษณ์ การปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ ให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป Concepts and theories of love; types of love; physical and mental behaviors that express friendly love; faith and love; issues of disappointment and violence related to human feelings; identity formation; adjusting identities to evolving contexts	2((2)-0-4)
-----------	---	------------

หมวดวิชาเฉพาะ

ข. หมวดวิชาเฉพาะ

1) กลุ่มวิชาพื้นฐานเอก

870-102	วาทนิเทศและทักษะการนำเสนออย่างสร้างสรรค์ Speech Communication and Creative Presentation Skills หลักการ ความสำคัญ องค์ประกอบและประเภทของการพูด การเตรียมการพูด ฝึกปฏิบัติการพูดในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ การพูดในที่ประชุม การพูดเล่าเรื่อง การเป็น พิธีกร การดำเนินรายการ การสัมภาษณ์ การอภิปราย และการโต้แย้ง ทักษะการ นำเสนอด้วยวิธีการที่สร้างสรรค์ การใช้สื่อและเทคโนโลยีประกอบการนำเสนออย่าง เหมาะสม เพื่อการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ Principles; importance; components and types of speaking; preparation for speaking; practice in various forms of speaking, including public speaking, storytelling, being a master of ceremonies (MC), hosting, interviewing, discussing, and debating; presentation skills using creative methods; appropriate use of media and technology to support presentations to achieve effective communication ผู้เรียนสามารถ - อธิบายความสำคัญและประเภทของการพูดได้อย่างถูกต้อง (PLO2) - วางแผนการพูดและการนำเสนอเนื้อหาอย่างมีระบบและสร้างสรรค์ (PLO2) - ฝึกปฏิบัติการพูดในรูปแบบต่าง ๆ ได้ (PLO2) - ใช้สื่อและเทคโนโลยีประกอบการนำเสนอเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการ สื่อสาร (PLO2) Students are able to - explain the importance and types of speaking (PLO2) - plan for speaking and content presentations (PLO2) - practice various forms of speaking (PLO2) - utilize media and technology to enhance the effectiveness of communication during presentations (PLO2)	3((3)-0-6)
---------	--	------------

870-103

การใช้เหตุผลและตรวจสอบข้อเท็จจริงทางการสื่อสารดิจิทัล

3((3)-0-6)

Reasoning and Evidence in Digital Communication

หลักการแสดงเหตุผลแบบอุปนัยและนิรนัย องค์ประกอบของการอ้างเหตุผล กระบวนการคิดวิเคราะห์ การคิดเชิงวิพากษ์ การใช้เหตุผลรูปแบบต่าง ๆ และข้อบกพร่องในการอ้างเหตุผลในงานสื่อสาร จริยธรรมในการอ้างเหตุผล แนวทางการแสวงหาและตรวจสอบข้อเท็จจริงเชิงประจักษ์ในสื่อ วิธีการทางวารสารศาสตร์ในการรวบรวม ตรวจสอบ พิสูจน์และวิเคราะห์ข้อมูล ความรู้เท่าทันข่าวสารและสื่อ

Principles of inductive and deductive reasoning; components of reasoning; processes of analytical thinking and critical thinking; forms of reasoning and fallacy in communication; ethics in reasoning; approaches to empirical fact-finding and fact-checking in media; journalistic methods in collecting, examining, verifying and analyzing of information; information and media literacies

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายหลักการ องค์ประกอบ รูปแบบ และข้อบกพร่องของการอ้างเหตุผลต่าง ๆ ได้ (PLO3)

2. แสวงหาข้อเท็จจริงเชิงประจักษ์ สามารถตรวจสอบ พิสูจน์ และวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับใช้ในงานด้านวารสารศาสตร์และการสื่อสาร (PLO3)

3. ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการประเมินข้อมูลและตรวจสอบข้อเท็จจริงในงานด้านการสื่อสารได้ (PLO4)

4. ประเมิน วิเคราะห์ วิจัย การอ้างเหตุผลที่ปรากฏในงานด้านวารสารศาสตร์และการสื่อสารต่าง ๆ โดยคำนึงถึงจริยธรรมและจรรยาบรรณการสื่อสาร (MLO3)

Students are able to

1. explain the principles, components, forms, and fallacies of argumentation (PLO3)

2. identify empirical evidence by examining, verifying, and analyzing data or information in journalistic work and communication (PLO3)

3. utilize information technology to evaluate and examine the accuracy of data and information in communication (PLO4)

4. evaluate, analyze and criticize arguments in various forms of journalistic and communication work, by taking into account communication ethics and codes of conduct (MLO3)

870-104

การถ่ายภาพเพื่อการสื่อสาร

3((1)-4-4)

Photography for Communication

หลักการถ่ายภาพเพื่อการสื่อสาร องค์ประกอบศิลป์ แสง สี มุมมอง และการจัดวางภาพ การถ่ายทอดอารมณ์และความหมายผ่านภาพถ่ายในบริบทต่าง ๆ เช่น ข่าว สื่อสารองค์กร และสื่อสร้างสรรค์ การวิเคราะห์ วิจัย และประเมินคุณค่าทางการสื่อสารของ

ภาพถ่าย และจริยธรรมในการใช้ภาพถ่าย

Principles of photography for communication; visual composition, lighting, color, and perspective based on principles; emotional and message expression through photographs in various contexts such as journalism, corporate communication, and creative media; analysis, critique, and evaluation of visual communication; ethics in photographic practices

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายหลักการถ่ายภาพและองค์ประกอบศิลป์เพื่อการสื่อสารได้ (PLO1)
2. สร้างสรรค์ภาพถ่ายที่ถ่ายทอดอารมณ์และสารได้ (MLO2)
3. เลือกใช้แสง สี และมุมกล้องเพื่อจัดองค์ประกอบภาพให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร (MLO2)
4. วิเคราะห์และวิจารณ์คุณค่าทางสื่อสารของภาพถ่ายในบริบทต่าง ๆ ได้ (MLO2)
5. แสดงเจตคติที่ดีและยึดหลักจริยธรรมในการใช้ภาพถ่ายเพื่อการสื่อสาร (PLO5)

Students are able to

1. explain the principles of photography and visual composition for communication (PLO1)
2. create photographs that convey emotions and messages (MLO2)
3. select lighting, color, and camera angles to compose images aligned with communication objectives (MLO2)
4. analyze and critique the communicative value of photographs in various contexts (MLO2)
5. demonstrate a positive attitude and ethical practice in the use of photography for communication (PLO5)

870-200

ทฤษฎีการสื่อสารร่วมสมัย

3((3)-0-6)

Contemporary Communication Theory

แนวคิด กระบวนทัศน์ และพัฒนาการของทฤษฎีการสื่อสารร่วมสมัย บริบททางสังคม การเมือง วัฒนธรรม และเทคโนโลยีที่มีผลต่อการก่อรูปทฤษฎี สำนึกคิดด้านสื่อสารร่วมสมัย ทฤษฎีวิพากษ์ เศรษฐศาสตร์การเมืองภายใต้ระบบนิเวศวิทยาสื่อ ข้อท้าทายทางทฤษฎี ข้อจำกัดทางทฤษฎี ข้อการประยุกต์ใช้ทฤษฎีเพื่อการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ทางการสื่อสารร่วมสมัย

Concepts; paradigms; and development of contemporary communication theories; social, political, cultural, and technological contexts; shaping of theoretical formations; schools of thought in contemporary communication studies; critical theory; political economy within the media ecology framework; conceptual debates; limitations of existing theories; the application in analyzing contemporary

communication phenomena

ผู้เรียนสามารถ

- 1.อธิบายแนวคิด หลักการ ทฤษฎีการสื่อสารร่วมสมัยได้ (PLO2)
- 2.ตั้งประเด็นปัญหา และอธิบายข้อท้าทายของทฤษฎีการสื่อสารได้ (PLO2)
3. เสนอทางออกภายใต้ข้อจำกัดและข้อท้าทายของทฤษฎีการสื่อสารได้อย่าง

เหมาะสม (PLO2)

Students are able to

1. explain the concepts, principles, and theories of contemporary communication (PLO2)
2. identify issues and explain the challenges of communication theories (PLO2)
3. propose appropriate solutions within the limitations and challenges of communication theories (PLO2)

870-201

ปัญญาประดิษฐ์ในสื่อและการสื่อสารการตลาด

3((3)-0-6)

AI in Media and Marketing Communication

พื้นฐานของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ การประยุกต์ใช้ AI ในงานด้านนิเทศศาสตร์ เทคโนโลยี AI สำหรับการสร้างและปรับแต่งเนื้อหา การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค แชนบอตและระบบการตลาดอัตโนมัติ ผลกระทบของปัญญาประดิษฐ์ต่ออุตสาหกรรมสื่อและการตลาดดิจิทัล ประเด็นด้านจริยธรรมในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในงานนิเทศศาสตร์

Fundamentals of artificial intelligence (AI) technology; applications of AI in communication-related fields; AI technologies for generating and tailoring digital content, audience targeting, and consumer behavior analysis; chatbots and automated marketing systems; impacts of artificial intelligence on the media and digital marketing industries; ethical considerations in the use of AI in communication arts profession

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายพื้นฐานของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์และการประยุกต์ใช้ในงานสื่อและการตลาด (PLO1)
2. ใช้เครื่องมือ AI เพื่อการสร้างเนื้อหา การปรับแต่งเนื้อหา การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (PLO4)
3. ประเมินผลกระทบทางจริยธรรมและสังคมจากการใช้ AI ในงานนิเทศศาสตร์ (PLO5)

Students are able to

1. explain the fundamentals of AI technologies and its applications in media and marketing (PLO1)
2. utilize AI tools for content creation, content optimization, audience targeting, and consumer behavior analysis (PLO4)

3. evaluate the ethical and social impacts of using AI in communication studies (PLO5)

870-202

การเล่าเรื่องสร้างสรรค์ในสื่อและการสื่อสารการตลาด

3((3)-0-6)

Creative Storytelling in Media and Marketing Communication

หลักการและทฤษฎีการเล่าเรื่อง แนวทางการพัฒนาการเล่าอย่างสร้างสรรค์ การประยุกต์ใช้หลักการเล่าเรื่องบนแพลตฟอร์มสื่อที่หลากหลาย บทบาทเชิงกลยุทธ์ของเรื่องเล่าในการสื่อสารการตลาด และการสร้างแบรนด์ การวิเคราะห์โครงสร้างเรื่อง การสร้างตัวละคร และการสร้างความผูกพันทางอารมณ์ การพัฒนาเรื่องเล่าสำหรับแบรนด์และองค์กร เทคนิคการเล่าเรื่องข้ามสื่อและการเล่าเรื่องดิจิทัล การบูรณาการองค์ประกอบภาพ เสียง และปฏิสัมพันธ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและประสบการณ์ของผู้รับสาร ประเด็นทางจริยธรรมในการเล่าเรื่อง การฝึกปฏิบัติการสร้างสรรค์เรื่องเล่าเพื่องานสื่อและการสื่อสารการตลาด

Principles and theories of storytelling; approaches to creative narrative development; application of storytelling principles across various media platforms; strategic role of storytelling in marketing communication and branding; analysis of narrative structure, character development, and emotional engagement; narrative development for brands and organizations; techniques for cross-media storytelling and digital storytelling; integration of visual, audio, and interactive elements to enhance communication effectiveness and audience experiences; ethical considerations in storytelling; practical exercises in creative storytelling for media and marketing communication

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายหลักการ ทฤษฎี และเทคนิคที่สำคัญของการเล่าเรื่องสำหรับงานสื่อและการตลาด (PLO2)
2. วิเคราะห์โครงสร้างเรื่อง การสร้างตัวละคร และกลยุทธ์การสร้างความผูกพันทางอารมณ์ในแพลตฟอร์มสื่อที่หลากหลาย (PLO2)
3. ออกแบบการเล่าเรื่องอย่างสร้างสรรค์เพื่อการสื่อสารการตลาดและการสร้างแบรนด์ (PLO2)
4. พัฒนาเนื้อหาเล่าเรื่องแบบมีมิติเดียวที่ผสมผสานองค์ประกอบภาพ เสียง และการปฏิสัมพันธ์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย (PLO5)

Students are able to

1. explain the key principles, theories, and techniques of storytelling for media and marketing (PLO2)
2. analyze narrative structure, character development, and strategies for building emotional engagement across diverse media platforms (PLO 2)
3. design creative storytelling for marketing communication and brand building (PLO 2)

4. develop multimedia storytelling content that integrates visual, audio, and interactive elements to engage target audiences (PLO 5)

870-203

ภาษาอังกฤษสำหรับนิเทศศาสตร์

3((3)-0-6)

English for Communication Arts

คำศัพท์และสำนวนที่ใช้ในวงการนิเทศศาสตร์ การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษในวิชาชีพนิเทศศาสตร์ การนำเสนอสำหรับบริบททางวิชาการและวิชาชีพ การประยุกต์ใช้ภาษาอังกฤษในสถานการณ์จำลองการทำงานด้านนิเทศศาสตร์ การใช้ภาษาอังกฤษในงานสร้างสรรค์คอนเทนต์ดิจิทัลและการสื่อสารการตลาด การเสริมสร้างความคล่องแคล่วในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร

Vocabulary and expressions in the field of communication arts; development of English skills for communication arts professions; presentations in academic and professional contexts; application of English in communication arts-related work situations; use of English in digital content creation and marketing communication; enhancement of English fluency for communication

ผู้เรียนสามารถ

1. ใช้คำศัพท์และสำนวนภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้องกับวงการนิเทศศาสตร์ได้ (PLO4)

2. นำเสนอข้อมูลและความคิดเป็นภาษาอังกฤษได้ในบริบททางวิชาการและการทำงานด้านนิเทศศาสตร์ (PLO4)

3. ใช้ภาษาอังกฤษในการสร้างสรรค์คอนเทนต์ดิจิทัลและการสื่อสารการตลาดได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ (PLO4)

Students are able to

1. use English terminology and expressions related to the field of communication (PLO4)

2. present information and ideas for academic and professional communication contexts in English (PLO4)

3. utilize English in creating digital content and marketing communication appropriately for different situations (PLO4)

870-204

จริยธรรมและการกำกับดูแลวิชาชีพนิเทศศาสตร์

3((3)-0-6)

Ethics and Regulations in Communication Arts Profession

หลักจริยธรรม จรรยาบรรณ และกฎหมายในวิชาชีพการสื่อสารยุคใหม่ ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และโซเชียลมีเดียต่อการตัดสินใจทางจริยธรรม เสรีภาพในการแสดงออกบนแพลตฟอร์มดิจิทัลและสื่อแบบดั้งเดิม กรณีศึกษาด้านจริยธรรมและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

Ethical principles, code of conduct, and laws in modern communication professions; impacts of digital transformation, Artificial Intelligence (AI), and social

media on ethical decision-making; freedom of expression on digital and traditional platforms; case studies in ethical and relevant laws

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายหลักจริยธรรม จรรยาบรรณ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพการสื่อสารในยุคใหม่ได้ (PLO5)
2. วิเคราะห์ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ และโซเชียลมีเดียต่อการตัดสินใจทางจริยธรรมในบริบทของการสื่อสาร (PLO5)
3. ประเมินประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเสรีภาพในการแสดงออกบนแพลตฟอร์มดิจิทัลและสื่อแบบดั้งเดิม โดยอ้างอิงจากกรณีศึกษาด้านจริยธรรมและกฎหมาย (PLO5)

Students are able to

1. explain the principles of ethics, professional codes of conduct, and laws related to the communication profession in the modern era (PLO5)
2. analyze the impact of digital transformation, AI, and social media on ethical decision-making in the context of communication (PLO5)
3. evaluate issues related to freedom of expression on digital platforms and traditional media, with reference to ethical and legal case studies (PLO5)

870-300

เตรียมสหกิจ 1*

2((0)-4-2)

Preparation for Cooperative Education I

* ไม่นับ

แนวคิด หลักการ และความสำคัญของสหกิจศึกษา หลักเกณฑ์และขั้นตอนการปฏิบัติสหกิจศึกษา ทักษะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติสหกิจศึกษา ได้แก่ การเขียนจดหมายสมัครงาน การเขียนประวัติย่อ (Resume) การสัมภาษณ์งาน การพัฒนานุคลิกภาพ ทักษะการสื่อสารระหว่างบุคคล จริยธรรมและวินัยในการทำงาน การแก้ไขปัญหาเบื้องต้นในที่ทำงาน และการเตรียมความพร้อมด้านจิตใจและทักษะวิชาชีพ เพื่อให้สามารถปรับตัวและปฏิบัติงานได้ในสถานประกอบการ

หน่วยกิต

Concepts, principles and importance of cooperative education; criteria and procedures of cooperative education; essential skills for cooperative education practice, including writing a job application letter, preparing a resume, job interviewing, personality development, interpersonal communication skills, work ethics and discipline, basic problem-solving in the workplace, and preparation in terms of mindset and professional skills to adapt and perform in a real work environment

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายหลักการ ความสำคัญ และกระบวนการของสหกิจศึกษาได้อย่างถูกต้อง (PLO6)
2. จัดเตรียมเอกสารสมัครงาน เช่น ประวัติย่อ (Resume) และจดหมายสมัครงานได้ (PLO6)

3. วิเคราะห์และประยุกต์ใช้ทักษะการสื่อสารระหว่างบุคคล และการทำงานเป็นทีมในบริบทวิชาชีพได้ (PLO4)

4. พัฒนาทักษะการแก้ไขปัญหาเบื้องต้น และการปรับตัว ในสภาพแวดล้อมการทำงานได้ (PLO6)

Students are able to

1. explain the principles, importance, and processes of cooperative education correctly (PLO6)

2. prepare job application documents, such as a resume and cover letter (PLO6)

3. analyze and apply interpersonal communication skills and teamwork in a professional context (PLO4)

4. develop basic problem-solving and adaptability skills in the workplace environment (PLO6)

870-301

หลักวิจัยทางนิเทศศาสตร์

3((3)-0-6)

Principle of Communication Arts Research

แนวคิด หลักการและกระบวนการวิจัยด้านการสื่อสาร การวิจัยเชิงปริมาณ เชิงคุณภาพ และแบบผสมผสาน การกำหนดโจทย์การวิจัยและการออกแบบการศึกษา ระยะแบบวิธีวิจัย เครื่องมือการวิจัย จริยธรรมการวิจัย เทคโนโลยีและเครื่องมือดิจิทัลเพื่อการวิจัย

Concept, principle, and process of research in communication field; qualitative, quantitative and mixed-method research approaches; research questions formulation and research studies design; research methodologies; research instruments; ethics, technology and digital tools for research

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายแนวคิด หลักการ กระบวนการวิจัย และประเภทของการวิจัยด้านการสื่อสารได้ (PLO3)

2. ตั้งประเด็นปัญหาการวิจัยในขอบเขตด้านการสื่อสาร การเลือกวิธีการศึกษาระเบียบวิธีวิจัยได้อย่างเหมาะสม และคำนึงถึงกรอบจริยธรรมการวิจัย (PLO3)

3. สร้างเครื่องมือการวิจัย และใช้เทคโนโลยีมาใช้ในการกระบวนการวิจัยได้ (PLO3)

Students are able to

1. explain the concepts, principle, process, and types of research used in the field of communication (PLO3)

2. formulate research questions within the scope of communication, select appropriate research approaches and methodologies by considering ethical research frameworks (PLO3)

3. develop research instruments and apply technology and digital tools in the research process (PLO3)

870-302

ชุดวิชาอัตลักษณ์ชายแดนใต้ การสื่อสารพหุวัฒนธรรม และการสื่อสารเพื่อสันติภาพ

6((3)-6-9)

Module : Deep South Identity, Multicultural and Peace Communication

ภูมิหลัง โครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรมและอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในจังหวัดชายแดนภาคใต้ พลวัตของความขัดแย้งในจังหวัดชายแดนภาคใต้ แนวคิดเรื่องความรุนแรง ความขัดแย้ง หลักการวิเคราะห์ความขัดแย้ง แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสันติภาพและสันติวิธี บทบาทภาคประชาสังคมในการสนับสนุนและผลักดันสันติภาพ การเพิ่มอำนาจ กระบวนการเปลี่ยนผ่าน ความขัดแย้งและสร้างสันติภาพ สันติสนทนา บทบาทและความสำคัญของการสื่อสารในการสร้างสันติภาพและคลี่คลายความขัดแย้งหลากหลายระดับ หลักการ วิถีปฏิบัติ และจริยธรรมสำหรับสื่อมวลชนในสถานการณ์ความขัดแย้ง การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม การมีส่วนร่วมอย่างครอบคลุม แรงยึดเหนี่ยวทางสังคม กลุ่มเปราะบาง กรณีศึกษาเฉพาะและฝึกปฏิบัติการสื่อสารสันติภาพ และการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

Background; socio-economic structure, political, cultural and ethnic identities of Deep South provinces; dynamics of conflict in the Deep South Thailand; conceptual framework of violence, conflict, principle of conflict analysis; concepts and theories of peace and non-violence; roles of civil society to support peace and peace constituencies; empowerment; conflict transformation and peace building; peace dialogue; roles and significance of communication in multi-tracks peace building and conflict resolution; principle, practices and ethics of journalism in conflict related situations; intercultural communication; inclusive communication; social cohesion; marginalized groups; independent and case studies

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายแนวคิด อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม วารสารศาสตร์สันติภาพ และการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมได้ (PLO2)
2. ใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ความขัดแย้งเข้ากับเครื่องมือด้านการสื่อสารได้ (PLO5)
3. นำเสนอทางออกจากความขัดแย้งโดยใช้เครื่องมือด้านการสื่อสารได้ (PLO4)

Students are able to

1. explain the concepts of cultural identity, peace journalism, and intercultural communication (PLO2)
2. utilize conflict analysis tools in conjunction with communication tools (PLO5)

3. propose solutions to conflict using communication tools (PLO4)

870-303

การสร้างแบรนด์เชิงกลยุทธ์และการสื่อสารแบรนด์

3((3)-0-6)

Strategic Branding and Brand Communication

หลักการ แนวคิด ความสำคัญของตราสินค้าและการสื่อสารตราสินค้า การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดเพื่อสร้างตราสินค้าเชิงกลยุทธ์ องค์ประกอบตราสินค้า บุคลิกภาพ และเอกลักษณ์ตราสินค้า จุดสัมผัสตราสินค้า เรื่องเล่าในตราสินค้า เครื่องมือการสื่อสารตราสินค้า การออกแบบการสื่อสารตราสินค้า กระบวนการวางแผนเพื่อการสื่อสารตราสินค้า

Principles, concepts, and significance of branding and brand communication; analyzing market situation to develop a strategic brand; brand elements, personality, and identity; brand touchpoints and storytelling; brand communication tools; designing brand communication; planning process for brand communication

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายหลักการ แนวคิด และความสำคัญของตราสินค้าและการสื่อสารตราสินค้าได้อย่างถูกต้องและชัดเจน (PLO 4)
2. วิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดเพื่อสร้างตราสินค้าเชิงกลยุทธ์ (PLO 4)
3. จำแนกและอธิบายองค์ประกอบของแบรนด์ บุคลิกภาพแบรนด์ และเอกลักษณ์แบรนด์ได้ (PLO 4)
4. วิเคราะห์และประเมินจุดสัมผัสตราสินค้าที่มีผลต่อประสบการณ์ของผู้บริโภค (PLO 4)
5. ออกแบบเรื่องเล่าแบรนด์ที่มีความน่าสนใจและเชื่อมโยงกับกลุ่มเป้าหมาย (PLO 4)
6. เลือกใช้เครื่องมือและช่องทางการสื่อสารแบรนด์ ได้อย่างเหมาะสมตามกลยุทธ์แบรนด์ (PLO 4)
7. วางแผนกลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์แบบบูรณาการโดยอิงจากกระบวนการวิเคราะห์และออกแบบที่เป็นระบบ (PLO 4)

Students are able to

1. explain the principles, concepts, and significance of branding and brand communication (PLO 4)
2. analyze the market situation to develop a strategic brand (PLO 4)
3. identify and explain brand elements, brand personality, and brand identity (PLO 4)
4. analyze and evaluate brand touchpoints that influence consumer experience (PLO 4)
5. create compelling brand storytelling that resonates with the target audience (PLO 4)
6. select and apply appropriate brand communication tools and channels in

alignment with brand strategy (PLO 4)

7. develop an integrated brand communication plan based on systematic analysis and design process (PLO 4)

870-304

การเขียนเพื่อการสื่อสารดิจิทัล

3((3)-0-6)

Writing for Digital Communication

หลักการและเทคนิคการเขียนเนื้อหาดิจิทัลทั้งในเชิงข้อมูล ข่าวสาร และการสื่อสารการตลาด การเขียนเพื่อแจ้งข้อมูลในรูปแบบที่ถูกต้อง ชัดเจน และน่าเชื่อถือ การเขียนเพื่อส่งเสริมการขายและสร้างแบรนด์ที่ดึงดูด การสร้างเนื้อหาที่เหมาะสมกับแพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ การเลือกใช้ภาษา น้ำเสียง และกลยุทธ์การเขียนที่สอดคล้องกับเป้าหมายในการสื่อสาร การปรับแต่งข้อความให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เทคนิคการเขียนเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและตอบโต้ภัยการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

Principles and techniques of digital content writing for informative, news, and marketing communication purposes; writing clear, accurate, and credible informational content; persuasive and engaging writing for sales promotion and branding; content creation tailored to various digital platforms; selection of language, tone, and writing strategies aligned with communication objectives; message customization for targeted audiences; creative writing techniques to enhance audience engagement and effectively achieve communication goals

ผู้เรียนสามารถ

1. เขียนเนื้อหาดิจิทัลในเชิงข้อมูลและข่าวสารในรูปแบบที่ถูกต้อง ชัดเจน และน่าเชื่อถือ (PLO2)

2. เขียนเนื้อหาการตลาดที่ดึงดูดใจ โดยเหมาะสมกับแพลตฟอร์มดิจิทัลและกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด (PLO2)

3. ใช้เทคนิคการเขียนเชิงสร้างสรรค์และกลยุทธ์การใช้ภาษาที่เหมาะสมเพื่อเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของผู้รับสารและบรรลุเป้าหมายการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ (PLO2)

Students are able to

1. write an accurate, clear and credible digital content in an informative and news-based (PLO2)

2. write a compelling marketing content tailored to digital platforms and defined target audiences (PLO2)

3. utilize creative writing techniques and appropriate language strategies to enhance audience engagement and effectively achieve communication goals (PLO2)

870-305	ปฏิบัติการวิจัยทางนิเทศศาสตร์ Practice of Communication Arts Research	3((3)-0-6)
	การวางแผนการวิจัยด้านการสื่อสาร ปฏิบัติการวิจัย การเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การอภิปรายผลการวิจัย การเขียนรายงานผลการวิจัยและบทความวิจัย การนำเสนอผลการวิจัยสู่สาธารณะ Communication research planning; research practices; data collection; quantitative and qualitative data analysis; research result discussion; writing research report and research article; research presentation ผู้เรียนสามารถ 1. วางแผนและดำเนินกระบวนการวิจัยการสื่อสารได้ครบถ้วน (PLO3) 2. วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอคำตอบที่น่าเชื่อถือและสนับสนุนองค์ความรู้ด้านการสื่อสาร (PLO3) 3. เขียนรายงานผลการวิจัยและบทความวิจัยเพื่อนำเสนอต่อสาธารณะได้ (PLO4) Students are able to 1.plan and conduct a complete communication research process (PLO3) 2 . analyze and synthesize research data, and present credible research findings and discussion that contribute to the body of knowledge in communication (PLO3) 3.write research reports and research articles for public presentation (PLO4)	
870-400	เตรียมสหกิจ 2* Preparation for Cooperative Education II	2((0)-4-2)
	การเตรียมความพร้อมในการปฏิบัติสหกิจศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ ฝึกฝนการทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่มีความหลากหลาย จรรยาบรรณทางวิชาชีพ แนวทางการจัดทำและนำเสนอโครงการ การรายงานผลการปฏิบัติงาน และการประเมินผลการปฏิบัติงาน Preparation for cooperative education in communication arts; training to work collaboratively with others in diverse environments; professional ethics; guidelines for developing and presenting project proposals; reporting on work performance and evaluating work outcomes ผู้เรียนสามารถ 1. อธิบายขั้นตอน กระบวนการ และความคาดหวังของการปฏิบัติสหกิจศึกษาได้อย่างถูกต้อง (PLO6) 2. วิเคราะห์และแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในสถานปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม (PLO4) 3. นำเสนอโครงการและเขียนรายงานสหกิจศึกษาได้อย่างถูกต้อง (PLO6) Students are able to	* ไม่นับ หน่วยกิต

1. explain the steps, processes, and expectations of cooperative education correctly (PLO6)
2. analyze and identify the solution to solve problems that may arise in the workplace (PLO4)
3. present a project and write a cooperative education report accurately (PLO6)

870-401

สัมมนาประเด็นนิเทศศาสตร์

3((3)-0-6)

Seminar on Issues in Communication Arts

ประเด็นร่วมสมัยที่สำคัญในสาขานิเทศศาสตร์ ทั้งในแง่ของทฤษฎีและการประยุกต์ใช้จริง การอภิปราย วิพากษ์วิจารณ์ และการนำเสนอประเด็นสำคัญด้านนิเทศศาสตร์จากมุมมองต่าง ๆ พร้อมทั้งวิเคราะห์กรณีศึกษา และการจัดสัมมนาสู่สาธารณะ

Contemporary issues in the field of communication, both in terms of theory and practical application; discussion, critique, and presentation of significant communication topics from various perspectives; case study analysis; and organizing public seminars

ผู้เรียนสามารถ

1. อภิปรายแนวคิด ทฤษฎี และประเด็นร่วมสมัยที่สำคัญในสาขานิเทศศาสตร์ได้ (PLO1)
2. วิพากษ์แนวคิดหรือกรณีศึกษาด้านนิเทศศาสตร์จากหลากหลายมุมมองได้อย่างเป็นระบบ (PLO2)
3. ใช้ข้อมูลและเครื่องมือสื่อสารเพื่อการนำเสนอความคิดเห็นเชิงวิเคราะห์เกี่ยวกับประเด็นร่วมสมัยในวงการนิเทศศาสตร์ (PLO3)
4. ติดตามประเด็นร่วมสมัยและปรับใช้เพื่อการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (PLO4)
5. จัดกิจกรรมอภิปรายหรือสัมมนาเกี่ยวกับประเด็นร่วมสมัยในนิเทศศาสตร์เพื่อสื่อสารต่อสาธารณะอย่างมีจรรยาบรรณและรับผิดชอบต่อสังคม (PLO5)

Students are able to

1. discuss the key concepts, theories, and contemporary issues in communication arts (PLO1)
2. evaluate and critique communication concepts or case studies from multiple perspectives in a systematic manner (PLO2)
3. utilize data and communication tools to present analytical viewpoints on contemporary issues in the field of communication (PLO3)
4. monitor and adapt to contemporary issues for continuous learning (PLO4)
5. organize discussions or seminars on contemporary communication issues

to engage the public with ethical awareness and social responsibility (PLO5)

870-402

สหกิจศึกษา

6((0)-36-0)

Cooperative Education

การปฏิบัติงานด้านนิเทศศาสตร์ในสถานประกอบการจริง ภายใต้การดูแลและแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา และพี่เลี้ยงในสถานประกอบการ การจัดทำรายงานสหกิจศึกษา และการนำเสนอผลสำเร็จของโครงการสหกิจศึกษา

Practice in communication arts within a real workplace, under the supervision and guidance of a cooperative education advisor and an industry mentor; preparation of a cooperative education report; and presentation of the outcomes of the cooperative education projects

ผู้เรียนสามารถ

1. พัฒนาทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเองและการปรับตัวให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงในสถานประกอบการ (PLO4)

2. ปฏิบัติงานตามจรรยาบรรณวิชาชีพและมีความรับผิดชอบต่อสังคม (PLO5)

3. ใช้ความรู้และทักษะทางนิเทศศาสตร์ในการปฏิบัติงานจริงจนบรรลุเป้าหมาย (PLO6)

4. วางแผนและดำเนินกระบวนการผลิตสื่อดิจิทัลได้ในสถานประกอบการ (MLO1)

5. ผลิตและนำเสนอสื่อผ่านช่องทางต่างๆ ได้อย่างสร้างสรรค์และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (MLO2)

6. จัดการและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้ในการสื่อสารการตลาด (MLO3)

7. วางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่สอดคล้องกับเป้าหมายของโครงการสหกิจศึกษา (MLO4)

Students are able to

1. develop self-directed learning skills and adapt to changes in the workplace (PLO4)

2. perform duties in accordance with professional ethics and social responsibility (PLO5)

3. utilize communication arts knowledge and skills to successfully complete assigned tasks in the workplace (PLO6)

4. Plan and implement digital media production processes in a professional setting (MLO1)

5. produce and present media creatively across various channels appropriate to target audiences (MLO2)

6. manage and analyze data to support marketing communication in the

cooperative education project (MLO3)

7. plan marketing communication strategies aligned with the objectives of the cooperative education project (MLO4)

2) กลุ่มวิชาเอก

2.1) วิชาเอกการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล

2.1.1) วิชาเอกบังคับ

870-110 การสร้างสรรค์วิดีโอและการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ 3((1)-4-4)

Video Creation and AI Application

กระบวนการผลิตวิดีโอพื้นฐาน ได้แก่ การวางแผนการผลิต เทคนิคการถ่ายทำ การตัดต่อ การเลือกใช้อุปกรณ์ การใช้เครื่องมือสมัยใหม่เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพในการผลิตวิดีโอ หลักการและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในกระบวนการผลิตวิดีโอในการสร้างเนื้อหาวิดีโอในรูปแบบต่าง ๆ การฝึกปฏิบัติการผลิตวิดีโอด้วย AI เพื่อสร้างสรรค์เนื้อหาในรูปแบบต่าง ๆ ผ่านโครงการปฏิบัติการในการผลิตวิดีโอ

Basic video production process including production planning, shooting techniques, editing, equipment selection; utilization of modern tools to enhance video production efficiency, principles and application of Artificial Intelligence (AI) technology in video production; creation of various video content formats; hands-on practice in AI-based video production; creative content development through video production projects

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายกระบวนการและเทคนิคพื้นฐานในการผลิตวิดีโอ (PLO1)
2. ใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์และความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตวิดีโอ (PLO4)
3. สร้างสรรค์เนื้อหาวิดีโอรูปแบบต่าง ๆ ด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (PLO5)
4. วางแผนและดำเนินโครงการผลิตวิดีโอ โดยบูรณาการการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (MLO1)

Students are able to:

1. explain the processes and fundamental techniques in video production (PLO1)
2. utilize tools and Artificial Intelligence technologies and creativity in video production (PLO4)
3. creatively produce various forms of video content by applying Artificial Intelligence technologies (PLO5)
4. plan and implement video production projects, integrating Artificial Intelligence applications (MLO1)

870-210	การออกแบบกราฟิกสำหรับสื่อดิจิทัล Graphic Design for Digital Media หลักการพื้นฐานและการจัดองค์ประกอบศิลป์ การเลือกใช้สีและตัวอักษรในการออกแบบ เทคนิคการออกแบบกราฟิกสำหรับสื่อดิจิทัลในรูปแบบต่าง ๆ การใช้ซอฟต์แวร์และเครื่องมือออกแบบกราฟิก แนวโน้มและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบกราฟิก ฝึกปฏิบัติผ่านโครงการออกแบบกราฟิกสำหรับสื่อดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์ Fundamental principles and visual composition in graphic design; selection of colors and typography in design; techniques for creating graphics for various forms of digital media; use of graphic design software and tools; exploration of emerging trends and technologies in graphic design; and hands-on graphic design projects for digital media with a creative approach ผู้เรียนสามารถ 1. อธิบายหลักการพื้นฐานและองค์ประกอบศิลป์ที่สำคัญในการออกแบบกราฟิกสำหรับสื่อดิจิทัล (PLO1) 2. ใช้เทคนิคและเครื่องมือดิจิทัลในการออกแบบกราฟิกสำหรับสื่อดิจิทัลได้อย่างสร้างสรรค์ (PLO4) 3. สร้างสรรค์งานออกแบบกราฟิกที่ตอบสนองต่อแนวโน้มและเทคโนโลยีใหม่ในการออกแบบสื่อดิจิทัล (PLO5) 4. วางแผนและดำเนินโครงการออกแบบกราฟิกสำหรับสื่อดิจิทัลได้ (MLO2) Students are able to: 1. explain fundamental principles and key visual composition elements in graphic design for digital media (PLO1) 2. utilize techniques and digital tools to creatively design graphics for digital media (PLO4) 3. create graphic design works that respond to emerging trends and new technologies in digital media design (PLO5) 4. plan and implement graphic design projects for digital media (MLO2)	3((1)-4-4)
870-211	การสร้างสรรค์คอนเทนต์ดิจิทัล Digital Content Creation แนวคิดและกระบวนการสร้างคอนเทนต์ดิจิทัล การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ หลักการเล่าเรื่องและการออกแบบคอนเทนต์ที่เหมาะสมกับแพลตฟอร์มดิจิทัล การใช้ภาพ กราฟิก และการผลิตวิดีโอคอนเทนต์ เทคนิคการใช้กลยุทธ์การตลาดคอนเทนต์และการโปรโมท การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์และเครื่องมือดิจิทัลในการสร้างคอนเทนต์ การจัดการลิขสิทธิ์และพิจารณาด้านจริยธรรมในคอนเทนต์ดิจิทัล ฝึกปฏิบัติผ่านโครงการสร้างสรรค์คอนเทนต์ดิจิทัล	3((1)-4-4)

Concepts and processes of digital content creation; analysis of target audiences and online consumer behavior; storytelling principles and content design for digital platforms; use of images, graphics, and video content production; strategies for content marketing and promotion; application of Artificial Intelligence and digital tools in content creation; management of copyright and ethical considerations in digital content; and hands-on digital content creation projects

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายแนวคิดและกระบวนการสร้างคอนเทนต์ดิจิทัลที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย (PLO1)
2. ออกแบบและผลิตคอนเทนต์ดิจิทัลที่มีความคิดสร้างสรรค์และเหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์มดิจิทัล (PLO5)
3. ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์และเครื่องมือดิจิทัลเพื่อการสร้างคอนเทนต์ (PLO5)
4. วางแผนและดำเนินโครงการสร้างคอนเทนต์ดิจิทัลโดยคำนึงถึงการบริหารลิขสิทธิ์และจริยธรรม (MLO2)

Students are able to:

1. explain the concepts and processes of digital content creation that address target audiences (PLO1)
2. design and produce creative digital content appropriate for various digital platforms (PLO5)
3. utilize Artificial Intelligence and digital tools to enhance the efficiency of content creation (PLO5)
4. plan and implement digital content creation projects with consideration of copyright management and ethical practices (MLO2)

870-212

การผลิตสื่อดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์

3((1)-4-4)

Digital Media Production with Artificial Intelligence

หลักการและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในกระบวนการผลิตสื่อดิจิทัล การใช้เครื่องมือและแพลตฟอร์ม AI ในการสร้างสรรค์เนื้อหาในรูปแบบภาพ วิดีโอ ข้อความ และกราฟิก การวิเคราะห์ข้อมูลผู้ชมและกลุ่มเป้าหมายด้วย AI เพื่อสนับสนุนการวางแผนและพัฒนาสื่อ แอนิเมชันและเทคโนโลยี AI ที่กำลังเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมสื่อ การพิจารณาจริยธรรมและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการใช้ AI ในการผลิตสื่อ การฝึกปฏิบัติผ่านโครงการผลิตสื่อดิจิทัลด้วย AI

Principles and applications of Artificial Intelligence (AI) in digital media production; use of AI tools and platforms to create visual, video, textual, and graphic content; analysis of audience and target group data using AI to support media planning and development; emerging trends and AI technologies transforming the

media industry; considerations of ethics and legal aspects in AI-based media production; and practical project-based production of digital media using AI

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายหลักการและการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการผลิตสื่อดิจิทัล (PLO1)
2. ใช้เครื่องมือและแพลตฟอร์ม AI เพื่อสร้างเนื้อหาสื่อดิจิทัลในหลากหลายรูปแบบ (PLO1)
3. วิเคราะห์ข้อมูลผู้ชมและกลุ่มเป้าหมายเพื่อปรับใช้ในการวางแผนผลิตสื่อดิจิทัล (PLO5)
4. ประเมินและปฏิบัติตามข้อกำหนดและจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้ AI ในการผลิตสื่อดิจิทัล (MLO2)

Students are able to:

1. explain the principles and applications of Artificial Intelligence technologies in digital media production (PLO1)
2. utilize AI tools and platforms to produce various forms of digital media content (PLO1)
3. analyze audience and target group data to inform digital media production planning (PLO5)
4. evaluate and comply with legal and ethical considerations in AI-based digital media production (MLO2)

870-213

การสร้างรายได้ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล

3((1)-4-4)

Monetization on Digital Platforms

กระบวนการและกลยุทธ์ในการสร้างรายได้จากแพลตฟอร์มดิจิทัล วิเคราะห์รูปแบบธุรกิจดิจิทัลและโมเดลรายได้ การวิเคราะห์ผู้ชมและวางแผนคอนเทนต์ การสร้างแบรนด์ส่วนบุคคล การใช้เครื่องมือดิจิทัลและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เพื่อสนับสนุนการสร้างรายได้ การจัดการลิขสิทธิ์ การพิจารณาจริยธรรมและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง การพัฒนาความยั่งยืนในอาชีพด้านคอนเทนต์ดิจิทัล ศึกษากรณีตัวอย่าง และฝึกปฏิบัติผ่านโครงการเพื่อพัฒนาอาชีพและธุรกิจจริง

Processes and strategies for generating income from digital platforms; analysis of digital business models and revenue streams; audience analysis and content planning; personal branding development; application of digital tools and artificial intelligence to support monetization; management of copyright, ethical, and legal considerations; building sustainability in digital content careers; case studies; and practical projects to develop professional and business opportunities

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายกระบวนการและกลยุทธ์ในการสร้างรายได้จากแพลตฟอร์มดิจิทัล (MLO2)

2. วิเคราะห์รูปแบบธุรกิจดิจิทัล โมเดลรายได้ และวางแผนคอนเทนต์เพื่อสร้างรายได้ (MLO2)

3. ใช้เครื่องมือดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างรายได้ (MLO2)

4. ประเมินและจัดการประเด็นด้านลิขสิทธิ์ จริยธรรม และกฎหมายในการสร้างรายได้จากคอนเทนต์ดิจิทัล (MLO2)

Students are able to:

1. explain processes and strategies for generating income from digital platforms (MLO2)

2. analyze digital business models, revenue streams, and plan content to generate income (MLO2)

3. utilize digital tools and Artificial Intelligence tools to enhance monetization efficiency (MLO2)

4. evaluate and manage copyright, ethical, and legal issues in digital content monetization (MLO2)

870-214

การวิเคราะห์สื่อและกลุ่มเป้าหมายในยุคดิจิทัล

3((1)-4-4)

Digital Media and Target Audience Analysis

พฤติกรรมผู้บริโภคสื่อดิจิทัล แนวคิดและทฤษฎีการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การแบ่งกลุ่มผู้ชมและการสร้างเพอร์โซนา การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกและการเก็บข้อมูลจากแพลตฟอร์มดิจิทัลโดยใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) การใช้เครื่องมือ Google Analytics, Meta Business Suite, YouTube Analytics เพื่อการวิเคราะห์สถิติ การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและการมีส่วนร่วม การตีความข้อมูลเพื่อพัฒนาคอนเทนต์ การจัดทำรายงานการวิเคราะห์ การพิจารณากฎหมายข้อมูลส่วนบุคคล ฝึกปฏิบัติและศึกษากรณีตัวอย่างการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

Digital media consumer behavior; concepts and theories of target audience analysis; audience segmentation and persona creation; in-depth data analysis and data collection from digital platforms using big data and Artificial Intelligence (AI); utilization of tools such as Google Analytics, Meta Business Suite, and YouTube Analytics for statistical analysis; content and engagement analysis; interpretation of data for content development; reporting and presentation of analysis results; understanding personal data protection laws; and hands-on practice and case studies in target audience analysis

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายในสื่อดิจิทัล (PLO4)

2. ใช้เครื่องมือดิจิทัลและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกของกลุ่มเป้าหมาย (PLO4)

3. วิเคราะห์และตีความข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาคอนเทนต์สื่อดิจิทัล (PLO4)

4. จัดทำรายงานการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย โดยคำนึงถึงกฎหมายข้อมูลส่วนบุคคลและจริยธรรม (MLO1)

Students are able to:

1. explain concepts and theories related to target audience analysis in digital media (PLO4)

2. utilize digital tools and Artificial Intelligence technologies to conduct in-depth target audience analysis (PLO4)

3. analyze and interpret data to inform the development of digital media content (PLO4)

4. prepare target audience analysis reports with consideration of personal data protection laws and ethical standards (MLO1)

870-310

การสร้างสรรค์สื่อภาพยนตร์

3((1)-4-4)

Filmmaking

แนวคิดและประวัติศาสตร์ภาพยนตร์ ประเภทของภาพยนตร์ กระบวนการเขียนบทภาพยนตร์ การวางแผนและกระบวนการผลิตภาพยนตร์ การจัดทำทีมงาน การกำกับภาพยนตร์และการกำกับการแสดง เทคนิคการถ่ายภาพยนตร์ การใช้มุมกล้อง แสง เสียง การออกแบบงานสร้าง การเลือกใช้เครื่องแต่งกายและศิลปะการแต่งหน้า การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในกระบวนการผลิต การตัดต่อ การใส่เสียงและดนตรีประกอบ เทคนิคพิเศษ การเรียนรู้เกี่ยวกับเทศกาลภาพยนตร์ การพิจารณาจริยธรรม และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ ฝึกปฏิบัติผ่านโครงการผลิตภาพยนตร์จริง

Concepts and history of film; film genres; screenplay writing process; film production process and team organization; directing and acting direction; cinematography techniques, camera angles, lighting, and sound; production design, costume selection, and makeup artistry; application of digital technologies in film production; editing, sound design, and musical scoring; special effects; exploration of film festivals; ethical and legal considerations in filmmaking; and hands-on film production projects

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายแนวคิด ประวัติศาสตร์ และกระบวนการผลิตภาพยนตร์ (PLO1)

2. ใช้เทคนิคการถ่ายทำ การกำกับ และเทคโนโลยีดิจิทัลในการผลิตภาพยนตร์ (PLO5)

3. ออกแบบองค์ประกอบงานสร้าง และสร้างสรรค์ภาพยนตร์ที่ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมาย (PLO5)

4. วางแผนและดำเนินกระบวนการผลิตภาพยนตร์อย่างเป็นระบบ (MLO1)

5. ประเมินและจัดทำโครงการผลิตภาพยนตร์ โดยคำนึงถึงจริยธรรมและ

กฎหมายที่เกี่ยวข้อง (MLO2)

Students are able to

1. explain the concepts, history, and production processes of filmmaking

(PLO1)

2. utilize cinematography, directing techniques, and digital technologies in film production (PLO5)

3. design production elements and create films that effectively engage target audiences (PLO5)

4. plan and manage the film production process systematically (MLO1)

5. evaluate and implement film production projects with consideration of ethical and legal standards (MLO2)

870-311

การสื่อสารภาคพลเมืองและการเคลื่อนไหวทางสังคม

3((3)-0-6)

Citizen Communication and Social Movement

ศึกษาประชาธิปไตยและการมีส่วนร่วมของประชาชน สิทธิเสรีภาพในการสื่อสาร ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคม การสื่อสารภาคประชาชนและการสื่อสารเพื่อสร้างอำนาจพลเมือง บทบาทของสื่อทางเลือกและสื่อพลเมือง การใช้สื่อดิจิทัลในการขับเคลื่อนประเด็นทางสังคม การเคลื่อนไหวทางสังคมในบริบทโลกและไทย การออกแบบการสื่อสารออนไลน์และการสร้างแคมเปญเพื่อการเปลี่ยนแปลง การจัดการข้อมูลเพื่อสร้างผลกระทบสาธารณะ การสร้างเนื้อหาสื่อที่ขับเคลื่อนประเด็นสังคม การวิเคราะห์กรณีศึกษา การพิจารณาจริยธรรม กฎหมาย และความรับผิดชอบทางการสื่อสารเพื่อสังคม ฝึกปฏิบัติออกแบบการสื่อสารเพื่อการเคลื่อนไหวทางสังคม

Study of democracy and civic participation; freedom of expression and communication rights; theories of communication for social change; citizen and empowerment communication; the role of alternative media and citizen media; application of digital media in driving social change; global and Thai contexts of social movements; online communication and campaign design for social movements; data management for public impact; creation of content that drives social issues; case study analysis; ethical and legal responsibilities in communication for social change; and hands-on design of communication strategies for social movements

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารภาคพลเมืองและการเคลื่อนไหวทางสังคม (PLO1)

2. วิเคราะห์และใช้สื่อดิจิทัลและสื่อพลเมืองในการขับเคลื่อนประเด็นทางสังคม (PLO5)

3. ออกแบบและจัดการแคมเปญการสื่อสารเพื่อการเคลื่อนไหวทางสังคม (PLO5)

4. ประเมินผลกระทบและความรับผิดชอบทางจริยธรรมและกฎหมายในการสื่อสารเพื่อสังคม (MLO1)

Students are able to:

1. explain concepts and theories of citizen communication and social movements (PLO1)
2. analyze and apply digital and citizen media to drive social issues (PLO5)
3. design and manage communication campaigns to drive the social movements (PLO5)
4. evaluate impacts and ethical and legal responsibilities in communication for social change (MLO1)

870-312

การเล่าเรื่องเชิงสร้างสรรค์ด้วยสื่อความเป็นจริงเสริม

3((1)-4-4)

Creative Storytelling with Augmented Reality

แนวคิดและหลักการทำงานของเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม (Augmented Reality: AR) การใช้เทคโนโลยี AR เพื่อการสร้างสรรค์ การเล่าเรื่อง การออกแบบการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ชม การเลือกใช้เครื่องมือและซอฟต์แวร์สำหรับการพัฒนาเนื้อหาความเป็นจริงเสริม การผสมผสานเทคโนโลยีเข้ากับเทคนิคการเล่าเรื่องในรูปแบบใหม่ ๆ การฝึกปฏิบัติผ่านโครงการสร้างสรรค์สื่อด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม

Concepts and working principles of Augmented Reality (AR) technology; application of AR in creative storytelling; designing interactive experiences for audiences; selecting tools and software for AR content development; integrating AR technology with innovative storytelling techniques; and hands-on practice through creative AR media projects

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายแนวคิด หลักการทำงาน และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมในการเล่าเรื่อง (PLO1)
2. ออกแบบการเล่าเรื่องเชิงสร้างสรรค์ที่ผสมผสานเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมและการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ชม (PLO4)
3. ใช้เครื่องมือและซอฟต์แวร์ในการพัฒนาเนื้อหาความเป็นจริงเสริมอย่างสร้างสรรค์ (PLO4)
4. วางแผนและดำเนินโครงการสร้างสรรค์สื่อด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม (MLO2)

Students are able to:

1. explain the concepts, working principles, and applications of Augmented Reality technology in storytelling (PLO1)
2. design creative storytelling that integrates Augmented Reality technology and interactive audience experiences (PLO4)
3. utilize tools and software to creatively develop Augmented Reality

content (PLO4)

4. plan and implement creative media projects using Augmented Reality technology (MLO2)

870-313

การสร้างสรรค์สื่อสำหรับองค์กรธุรกิจท้องถิ่น

3((1)-4-4)

Media Creation for Local Businesses

หลักการของการสร้างสรรค์สื่อสำหรับองค์กรธุรกิจท้องถิ่น ความสำคัญของแบรนด์และอัตลักษณ์องค์กร การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและพฤติกรรมผู้บริโภค กลยุทธ์การสร้างเนื้อหาสื่อที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจท้องถิ่น การใช้โซเชียลมีเดียและแพลตฟอร์มดิจิทัลในการส่งเสริมการตลาด การสร้างเอกลักษณ์ทางธุรกิจ การผลิตวิดีโอและเนื้อหาวิดีโอเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม และการใช้สื่อและโฆษณาเพื่อเพิ่มการรับรู้แบรนด์

Principles for media creation for local businesses; importance of branding and organizational identity; analysis of target audiences and consumer behavior; strategies for content creation tailored to local businesses; use of social media and digital platforms for marketing promotion; building business identity; production of video and multimedia content for audience engagement; and utilization of media and advertising to enhance brand awareness

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายหลักการและแนวทางการสร้างสรรค์สื่อสำหรับองค์กรธุรกิจท้องถิ่น (PLO1)

2. วิเคราะห์กลยุทธ์การสร้างสื่อและเนื้อหาดิจิทัลที่เหมาะสมกับธุรกิจท้องถิ่น (PLO5)

3. ผลิตสื่อวิดีโอและเนื้อหาวิดีโอเพื่อส่งเสริมการตลาดและสร้างการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย (PLO5)

4. วางแผนและพัฒนาโครงการสร้างสรรค์สื่อสำหรับองค์กรธุรกิจท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ (MLO1)

5. ประเมินการใช้กลยุทธ์การใช้สื่อและโฆษณาเพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์ (MLO2)

Students are able to:

1. explain the principles and approaches of media creation for local businesses (PLO1)

2. analyze the strategies for creating media and digital content suitable for local businesses (PLO5)

3. produce video and multimedia content to promote marketing and enhance audience engagement (PLO5)

4. plan and develop systematic media creation projects for local businesses (MLO1)

5. evaluate and implement media and advertising strategies to build brand

awareness (MLO2)

870-410

ฝึกปฏิบัติการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล

3((1)-4-4)

Practice of Digital Media Creation

ฝึกปฏิบัติการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล ผ่านการออกแบบและดำเนินโครงการด้านการผลิตสื่อดิจิทัลจริง ศึกษาและลงมือปฏิบัติอย่างละเอียด ตั้งแต่กระบวนการวางแผน วิเคราะห์ ออกแบบ พัฒนาและนำเสนอผลงานสู่สาธารณะ ภายใต้การให้คำปรึกษาและแนะนำจากอาจารย์ผู้สอนและที่ปรึกษา มุ่งเน้นการบูรณาการความรู้ ทักษะ และเจตคติที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล และการประเมินคุณภาพผลงานอย่างมีจริยธรรมและความรับผิดชอบ

Practice digital media creation through the design and implementation of real digital media production projects; in-depth study and hands-on practice covering planning, analysis, design, development, and public presentation of works under the guidance of instructors and project advisors; emphasis on integrating knowledge, skills, and attitudes related to digital media creation and evaluating the quality of outputs with ethical and responsible considerations.

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายและสามารถใช้ความรู้ด้านการออกแบบและการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลอย่างมีหลักการ (PLO1)

2. บูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลและเครื่องมือที่เหมาะสมในการผลิตสื่อดิจิทัล (PLO2)

3. วิเคราะห์และออกแบบสื่อดิจิทัลที่ตอบสนองต่อเป้าหมายและกลุ่มเป้าหมาย (PLO3)

4. ใช้กระบวนการผลิตสื่อดิจิทัลได้ (PLO4)

5. ประเมินคุณภาพและความเหมาะสมของสื่อดิจิทัลในบริบทที่หลากหลาย (PLO5)

6. ปฏิบัติงานด้านการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลอย่างมีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม (PLO6)

7. วางแผนและบริหารจัดการโครงการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลได้อย่างเป็นระบบ (MLO1)

8. สร้างและนำเสนอผลงานสื่อดิจิทัลที่มีคุณภาพต่อสาธารณะ (MLO2)

Students are able to

1. explain and utilize knowledge of design and the creation of digital media according to its principles (PLO1)

2. integrate appropriate digital technologies and tools in digital media production (PLO2)

3. analyze and design digital media that responds to objectives and target audiences (PLO3)

4. implement the digital media production process (PLO4)
5. evaluate the quality and appropriateness of digital media in various contexts (PLO5)
6. perform digital media creation tasks ethically and comply with social responsibility (PLO6)
7. plan and manage digital media creation projects systematically (MLO1)
8. create and present high-quality digital media works to the public (MLO2)

2.1.2) วิชาเอกเลือก

870-220

ภาพยนตร์ศึกษา

3((3)-0-6)

Film Studies

ศึกษาความหมาย พัฒนาการ บทบาทและหน้าที่ของภาพยนตร์ ประวัติศาสตร์ ภาพยนตร์ ทฤษฎีภาพยนตร์ องค์ประกอบของภาพยนตร์ ประเภทและแนวภาพยนตร์ คุณค่าและสุนทรียะของภาพยนตร์ บทบาทของภาพยนตร์ในยุคดิจิทัล หลักการและกระบวนการวิจารณ์ภาพยนตร์ การสัมมนาและอภิปรายเชิงวิพากษ์เกี่ยวกับภาพยนตร์ ศึกษา

Study of the meaning, development, roles, and functions of film; history of cinema; film theories; elements of film; film genres; values and aesthetics of film; the role of film in the digital era; principles and processes of film criticism; and seminars and critical discussions in film studies

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายพัฒนาการ บทบาท และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ (PLO1)
2. วิเคราะห์องค์ประกอบ ประเภท และคุณค่าทางสุนทรียะของภาพยนตร์ (PLO1)
3. ประเมินและวิจารณ์ภาพยนตร์โดยใช้หลักการและกรอบแนวคิดที่เหมาะสม (MLO2)
4. นำเสนอผลการวิเคราะห์และข้อคิดเห็นเชิงวิพากษ์เกี่ยวกับภาพยนตร์ในการสัมมนา (MLO2)

Students are able to:

1. explain the development, roles, and theories related to film (PLO1)
2. analyze the elements, genres, and aesthetic values of film (PLO1)
3. evaluate and critique films using appropriate principles and conceptual frameworks (MLO2)
4. present analytical results and critical perspectives on film in seminar discussions (MLO2)

AI for Monetization

พื้นฐานเกี่ยวกับปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในงานด้านสื่อสารและนิเทศศาสตร์ การใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการสร้างเนื้อหาที่มีเดีย การตลาดและสร้างแบรนด์ด้วย AI การวิเคราะห์ข้อมูลและการเจาะกลุ่มเป้าหมายด้วย AI การสร้างรายได้จากแพลตฟอร์มออนไลน์ การออกแบบโมเดลธุรกิจใหม่ ๆ ที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ การพิจารณาจริยธรรมและความรับผิดชอบในการใช้ AI ศึกษากรณีตัวอย่าง และฝึกปฏิบัติการสร้างรายได้จากการใช้ AI

Fundamental understanding of Artificial Intelligence (AI) and related technologies; application of AI in communication and media fields; AI-based multimedia content creation; AI-driven marketing and brand building; data analysis and audience targeting using AI; generating income from online platforms; designing new business models enabled by AI technologies; ethical considerations and responsibilities in using AI; case studies; and practical training in AI-based monetization

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายแนวคิดพื้นฐานและการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในงานสื่อสารและนิเทศศาสตร์ (PLO1)
2. วิเคราะห์และออกแบบกลยุทธ์การสร้างรายได้จากแพลตฟอร์มดิจิทัลด้วยการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (PLO4)
3. ใช้ปัญญาประดิษฐ์สร้างเนื้อหาและดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสร้างรายได้ (PLO4)
4. วางแผนและดำเนินโครงการสร้างรายได้จากการใช้ปัญญาประดิษฐ์ โดยคำนึงถึงจริยธรรมและความรับผิดชอบ (MLO2)

Students are able to:

1. explain fundamental concepts and applications of AI in communication and media fields (PLO1)
2. analyze and design monetization strategies for digital platforms using AI (PLO4)
3. utilize AI to create content and perform marketing activities for monetization (PLO4)
4. plan and implement AI-based monetization projects with ethical considerations and responsibility (MLO2)

870-320

การผลิตภาพยนตร์ด้วยสมาร์ทโฟน

3((1)-4-4)

Smartphone Filmmaking

หลักการผลิตภาพยนตร์ด้วยสมาร์ทโฟน กระบวนการพัฒนาบทและการวางแผนการถ่ายทำ การออกแบบองค์ประกอบภาพ การใช้แสง เสียง และการเคลื่อนกล้อง เทคนิคการใช้แอปพลิเคชันสำหรับการถ่ายทำและการตัดต่อภาพยนตร์ การออกแบบการเล่าเรื่องและการกำกับภาพยนตร์ด้วยสมาร์ทโฟน การผลิตสื่อภาพยนตร์เพื่อการเผยแพร่บนแพลตฟอร์มดิจิทัล และการฝึกปฏิบัติการผลิตภาพยนตร์สั้นด้วยสมาร์ทโฟนอย่างมืออาชีพ

Principles of smartphone filmmaking; script development and production planning; composition, lighting, sound, and camera movement techniques; use of applications for filming and editing; storytelling and directing using smartphones; producing films for digital platforms; and hands-on practice in creating short films using smartphones

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายหลักการและกระบวนการผลิตภาพยนตร์ด้วยสมาร์ทโฟน (PLO1)
2. ใช้เทคนิคการถ่ายทำและตัดต่อภาพยนตร์ด้วยสมาร์ทโฟนได้ (PLO4)
3. ออกแบบการเล่าเรื่องและผลิตภาพยนตร์เพื่อการเผยแพร่บนแพลตฟอร์มดิจิทัล (PLO5)
4. วางแผนและจัดการกระบวนการผลิตภาพยนตร์สั้นด้วยสมาร์ทโฟนอย่างเป็นระบบ (MLO1)
5. สร้างและนำเสนอผลงานภาพยนตร์สั้นด้วยสมาร์ทโฟนที่มีคุณภาพ (MLO2)

Students are able to:

1. explain the principles and processes of smartphone filmmaking (PLO1)
2. utilize filming and editing techniques via smartphones (PLO4)
3. design storytelling and produce films for dissemination through digital platforms (PLO5)
4. plan and manage the short film production process using smartphones systematically (MLO1)
5. create and present high-quality short films produced using smartphones (MLO2)

870-321

การสื่อสารการแสดง

3((1)-4-4)

Communicative Performance

หลักการหลักการและทฤษฎีการสื่อสารการแสดง องค์ประกอบการแสดง เทคนิคการพัฒนาทักษะการแสดง การประยุกต์การแสดงในสื่อต่าง ๆ การเขียนบทและการกำกับการแสดง ฝึกปฏิบัติการสื่อสารการแสดงผ่านกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์และโครงการการแสดงจริง

Principles and theories of communicative performance; elements of

performance; techniques for developing acting skills; application of performance across various media; script writing and performance directing; and hands-on practice in communicative performance through creative activities and real-world performance projects

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายหลักการและทฤษฎีการสื่อสารการแสดงและองค์ประกอบการแสดง (MLO2)

2. พัฒนาทักษะการแสดงและการประยุกต์ใช้ในการสื่อสารในสื่อต่าง ๆ (MLO2)

3. ออกแบบและดำเนินโครงการสื่อสารการแสดงอย่างสร้างสรรค์ (MLO2)

Students are able to:

1. explain the principles and theories of communicative performance and performance elements (MLO2)

2. develop acting skills and apply them in communication across various media (MLO2)

3. design and implement creative communicative performance projects (MLO2)

870-322

ภาษาถิ่นเพื่อการสร้างสรรค์สื่อ

3((3)-0-6)

Local Languages for Media Creation

ศึกษาประเด็นท้องถิ่นนิยมและโลกาภิวัตน์ อัตลักษณ์และความเป็นลูกผสมทางวัฒนธรรม ภาษาถิ่นใต้ ภาษามลายูถิ่นปัตตานี และภาษาถิ่นอื่น ๆ ในบริบทของการสื่อสาร พลวัตของสื่อภาษาถิ่น บทบาทของภาษาถิ่นในงานสร้างสรรค์ร่วมสมัย และการใช้ภาษาถิ่นเพื่อพัฒนาชุมชน เน้นการฝึกปฏิบัติการใช้ภาษาถิ่นเพื่อพัฒนาชุมชนและผลิตสื่อสร้างสรรค์

Study of localism and globalization; cultural identity and hybridity; Southern Thai dialects, Pattani Malay, and other local languages in communication contexts; dynamics of local language media; roles of local languages in contemporary creative works; the application of local languages for community development, includes practical training in using local languages for community development and creative media production

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายบทบาทของภาษาถิ่นในกระบวนการสื่อสารและการสร้างสรรค์สื่อ (PLO4)

2. วิเคราะห์การใช้ภาษาถิ่นในการพัฒนางานสร้างสรรค์ร่วมสมัยและการพัฒนาชุมชน (PLO5)

3. ออกแบบและผลิตสื่อสร้างสรรค์โดยใช้ภาษาถิ่นเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์และพัฒนาชุมชน (MLO1)

Students are able to:

1. explain the roles of local languages in communication and creative media processes (PLO4)
2. analyze the use of local languages in contemporary creative works and community development (PLO5)
3. design and produce creative media using local languages to enhance cultural identity and support community development (MLO1)

870-323

วารสารศาสตร์ที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล

3((1)-4-4)

Data-Driven Journalism

เทคนิคการเก็บรวบรวมและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการรายงานข่าวโดยใช้หลักสถิติและคอมพิวเตอร์ หลักการสร้างภาพนำเสนอข้อมูลและออกแบบอินโฟกราฟิก การผสมผสานข้อมูลและเครื่องมือดิจิทัลในกระบวนการทำข่าว มาตรฐานจริยธรรมและการตรวจสอบข้อเท็จจริงในการทำข่าวเชิงข้อมูล ฝึกปฏิบัติการใช้ชุดข้อมูลจริงเพื่อเล่าเรื่อง กระบวนการทำงานร่วมกันเพื่อการเล่าเรื่องด้วยข้อมูล

Techniques of data collection and verification; methods of statistical and computational analysis for news; principles of data visualization and infographic design; integration of databases and digital tools into reporting workflows; ethical standards and fact-checking in data journalism; practice on storytelling projects using real-world datasets; collaborative practices for data-driven storytelling

ผู้เรียนจะสามารถ:

1. วิเคราะห์แหล่งข้อมูลเชิงสถิติและชุดข้อมูลขนาดใหญ่ เพื่อนำมาใช้สนับสนุนหัวข้อข่าวได้อย่างแม่นยำ (MLO1)
2. ออกแบบและสร้างภาพข้อมูล (data visualization) และอินโฟกราฟิก เพื่อสื่อสารประเด็นข่าวเชิงข้อมูลให้เข้าใจง่ายและน่าสนใจ (MLO1)
3. ใช้เครื่องมือและเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลในกระบวนการตรวจสอบข้อเท็จจริงและเชื่อมโยงข้อมูลเชิงลึกกับบริบทข่าว (MLO1)

Students are able to

1. analyze and evaluate the credibility of sources and datasets for journalistic purposes (MLO1)
2. design and produce ease to understand data visualizations and infographics to communicate news effectively (MLO1)
3. employ statistical tools and computational methods to derive trends and narratives from data adhere to ethical standards and fact-checking protocols in data-driven reporting (MLO1)

870-420	การเขียนและสร้างสรรค์เนื้อหาขนาดยาว	3((3)-0-6)
---------	-------------------------------------	------------

Long Form Content Writing and Creation

หลักการ แนวคิด และกระบวนการเขียนเนื้อหาขนาดยาวในหลากหลายบริบท ทั้งในสื่อดั้งเดิมและสื่อดิจิทัล การวางโครงเรื่อง การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูล การพัฒนาเนื้อหาเชิงเล่าเรื่อง การเขียนบทความสารคดี บทวิเคราะห์ สกู๊ป การประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์เนื้อหาออนไลน์ การนำเสนอประเด็นซับซ้อน การสร้างอิทธิพลต่อสาธารณะ และการออกแบบประสบการณ์การอ่าน ชม และฟัง ที่น่าสนใจและมีคุณภาพ

Principles, concepts, and processes of long-form content writing across various contexts, including traditional and digital media; story structure development; research and data analysis; narrative writing techniques; writing feature articles, analyses, and in-depth reports; application of long-form content creation in online platforms; presenting complex issues; influencing public audiences; and designing engaging and high-quality reading, viewing, and listening experiences

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายและวิเคราะห์กระบวนการเขียนและสร้างสรรค์เนื้อหาขนาดยาวในบริบทต่าง ๆ (PLO5)
2. ผลิตเนื้อหาขนาดยาวที่สามารถนำเสนอประเด็นซับซ้อนและสร้างอิทธิพลต่อสาธารณะได้ (PLO5)
3. ออกแบบประสบการณ์การอ่าน ชม ฟัง ของเนื้อหาขนาดยาวให้มีคุณภาพและสร้างความน่าสนใจ (MLO2)

Students are able to:

1. explain and analyze the processes of writing and creating long-form content across different contexts (PLO5)
2. produce long-form content that presents complex issues and influences public audiences (PLO5)
3. design high-quality and engaging reading, viewing, and listening experiences for long-form content (MLO2)

2.2) วิชาเอกการสื่อสารการตลาดเพื่อการประกอบการ

2.2.1) วิชาเอกบังคับ

870-111	การสื่อสารการตลาดและการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์	3((3)-0-6)
---------	---	------------

Marketing Communication and Artificial Intelligence

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด การจัดการและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อพัฒนาแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์เพื่อเสริมประสิทธิภาพการสื่อสาร การคำนึงถึงจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมในการออกแบบเนื้อหาและกลยุทธ์การสื่อสาร การส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต และการประเมินผลแผนการสื่อสารการตลาดเพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

Concepts and theories of marketing communication; managing and analyzing data for developing marketing communication strategies; applying digital technologies and Artificial Intelligence to enhance communication effectiveness; integrating ethics and social responsibility in designing content and communication strategies; promoting lifelong learning skills; and evaluating marketing communication plans for continuous improvement

ผู้เรียนสามารถ

1. ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการออกแบบสื่อและเนื้อหาสำหรับการสื่อสารการตลาด (PLO1)

2. จัดการและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจด้านกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด (MLO3)

3. แสวงหาและเรียนรู้แนวโน้มใหม่ ๆ ในการสื่อสารการตลาดและเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง (PLO4)

4. ออกแบบและนำเสนอแผนการสื่อสารการตลาดอย่างมีจริยธรรมและรับผิดชอบต่อสังคม (PLO5)

Students are able to

1. utilize digital technologies and Artificial Intelligence in designing media and content for marketing communication (PLO1)

2. manage and analyze data to support decision-making in marketing communication strategies (MLO3)

3. seek and learn new trends in marketing communication and technologies to continuously develop skills (PLO4)

4. design and present marketing communication plans with ethical consideration and social responsibility (PLO5)

870-215

การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลเพื่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

3((1)-4-4)

Digital Media Design for Advertising and Public Relations

หลักการคิดงานสร้างสรรค์สื่อเพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ การเขียนบทสรุปการสร้างสรรค์ การออกแบบกราฟิกเพื่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ การใช้ตัวอักษร ทฤษฎีสี องค์ประกอบศิลป์และสารสนเทศ การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ และโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อออกแบบกราฟิก เทคนิคที่จำเป็นในงานออกแบบ การสร้างกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

Principles of creative media development for advertising and public relations; writing a creative brief; graphic design for advertising and public relations; typography; color theory; art and information composition; the use of Artificial Intelligence technology and computer programs for graphic design; essential design techniques; and creating motion graphics for advertising and public relations

ผู้เรียนสามารถ

1. เลือกใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ และเครื่องมือ ออกแบบอย่างเหมาะสมในการสร้างสรรค์สื่อเพื่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ (PLO1)
2. แสวงหาและเรียนรู้แนวโน้ม เทคโนโลยี และเครื่องมือใหม่ ๆ เพื่อพัฒนา งานออกแบบสื่อดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง (PLO4)
3. ออกแบบและพัฒนาสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์อย่างมีจริยธรรมและ รับผิดชอบต่อสังคม (PLO5)
4. จัดการและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการออกแบบและพัฒนา สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ (MLO3)

Students are able to:

1. select and utilize appropriate digital technologies, Artificial Intelligence technology and design tools to create media for advertising and public relations (PLO1)
2. seek and learn new trends, technologies, and tools for continuous improvement of digital media design (PLO4)
3. design and develop advertising and public relations media with ethical considerations and social responsibility (PLO5)
4. manage and analyze data to support the design and development of advertising and public relations media (MLO3)

870-216

พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

3((3)-0-6)

Consumer Behavior in the Digital Age

พฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึก การตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ในยุคปัจจุบัน แนวโน้มและความต้องการ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค พฤติกรรมทางจิตวิทยา การตลาดดิจิทัล อิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์ การเปลี่ยนแปลง ในพฤติกรรมที่มาจากวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปในสังคมสมัยใหม่ การวิเคราะห์ พฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของตลาดในยุค ดิจิทัล

In-depth study of consumer behavior; decision-making processes in today's purchasing activities; trends and demands; factors influencing buying decisions; psychological behaviors; digital marketing; the influence of social media; changes in consumer purchasing behaviors caused by modern lifestyles; analyzing consumer behavior to meet the diverse needs of the digital market

ผู้เรียนสามารถ

1. แสวงหาและวิเคราะห์ข้อมูลใหม่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ในยุคดิจิทัล เพื่อการเรียนรู้และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง (PLO4)
2. ประเมินผลกระทบทางจริยธรรมและสังคมของกลยุทธ์การตลาด

ที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (PLO5)

3. วิเคราะห์แนวโน้มและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในตลาดยุคดิจิทัล เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด (MLO4)

Students are able to

1. seek and analyze new information about consumer behavior in the digital age for continuous learning and self-development (PLO4)

2. evaluate the ethical and social impacts of marketing strategies responding to consumer behavior (PLO5)

3. analyze trends and factors influencing consumer purchasing decisions in digital markets to plan for marketing communication strategy (MLO4)

870-217

การผลิตสื่อเพื่อเพิ่มมูลค่าตราสินค้า

3((1)-4-4)

Media Production for Enhancing Brand Value

แนวทางการผลิตสื่อเพื่อเพิ่มมูลค่าตราสินค้า กระบวนการผลิตชิ้นงานโฆษณา การถ่ายภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวเพื่อการโฆษณา การกำหนดเสียง ทิศทางแสง มุมกล้อง ขนาดภาพ การตัดต่อ การวางแผนก่อนและหลังการผลิตสื่อโฆษณาเพื่อสร้างตราสินค้า

Concepts of media production for enhancing brand value; the process of advertising production; still and motion photography for advertising; sound design; lighting direction; camera angles; image composition; editing; pre-production and post-production planning for advertising media to build a brand

ผู้เรียนสามารถ

1. เลือกใช้เทคโนโลยีและกระบวนการผลิตสื่อดิจิทัลเพื่อเพิ่มมูลค่าตราสินค้า (PLO1)

2. แสวงหาและประยุกต์ใช้ความรู้ใหม่ ๆ ในการพัฒนากระบวนการผลิตสื่อเพื่อสร้างตราสินค้าที่มีคุณค่าเพิ่มขึ้น (PLO4)

3. ออกแบบกระบวนการผลิตสื่อและเนื้อหาสื่อโดยคำนึงถึงจรรยาบรรณ ความรับผิดชอบต่อสังคม และความหลากหลายทางวัฒนธรรม (PLO5)

4. วางแผนและพัฒนา กลยุทธ์ การผลิตสื่อเพื่อเพิ่มมูลค่าตราสินค้าตามเป้าหมายทางการตลาด (MLO4)

Students are able to

1. select digital technologies and production processes to enhance brand value (PLO1)

2. seek and apply new knowledge to improve media production processes for enhanced brand value (PLO4)

3. design media production processes and content with ethical, social responsibility, and cultural diversity consideration (PLO5)

4. plan and develop media production strategies to enhance brand value

according to marketing objectives (MLO4)

870-218

การประกอบการทางสังคมเชิงสร้างสรรค์

3((3)-0-6)

Creative Social Entrepreneurship

แนวคิดพื้นฐานของการประกอบการทางสังคม รวมถึงทฤษฎี กระบวนการ และบทบาทของผู้ประกอบการทางสังคมในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก เรียนรู้แนวทางการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบแผนธุรกิจเพื่อสังคม โดยใช้แบบจำลองทางธุรกิจ (BMC) วิเคราะห์ความเป็นไปได้และผลกระทบทางสังคม ของโครงการ ตลอดจนศึกษาแนวทางการวัดผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) พิจารณาความท้าทายและแนวโน้มอนาคตของการประกอบการทางสังคม ผ่านกรณีศึกษาและการฝึกปฏิบัติจริง

Fundamental concepts of social entrepreneurship, including theories, processes, and the roles of social entrepreneurs in driving positive changes; exploration of creative thinking development and the design of social business plans using the Business Model Canvas (BMC); analysis of project feasibility and social impact, along with the study of methods for measuring Social Return on Investment (SROI); examination of challenges and future trends in social entrepreneurship through case studies and practical application

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายแนวคิด ทฤษฎี และบทบาทของผู้ประกอบการทางสังคม ในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกในสังคม โดยเชื่อมโยงกับความรู้ด้านอัตลักษณ์ท้องถิ่น วัฒนธรรม และบริบททางสังคม (PLO5)

2. วิเคราะห์ปัญหาทางสังคมและออกแบบแนวทางการประกอบการทางสังคมอย่างสร้างสรรค์ โดยใช้แบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas) และหลักการวางแผนการสื่อสารการตลาด (MLO4)

3. ใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัลในการผลิตและสื่อสารแนวคิดหรือแผนธุรกิจเพื่อสังคม (PLO4)

4. อธิบายการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากโครงการหรือกิจการเพื่อสังคม ด้วยแนวคิด SROI และพิจารณาผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย(PLO5)

Students are able to

1. explain fundamental concepts, theories, and the role of social entrepreneurs in driving positive social change, with an emphasis on local identity, culture, and social diversity (PLO5)

2. analyze social issues and design innovative social enterprise models using the Business Model Canvas (BMC) and strategic communication planning principles (MLO4)

3. utilize digital tools and technologies to produce and communicate social business ideas (PLO4)

4. explain the assessment of social impact and value creation of social enterprise projects using Social Return on Investment (SROI) and stakeholder analysis frameworks (PLO5)

870-219

การตลาดเชิงเนื้อหา

3((3)-0-6)

Content Marketing

แนวคิดและวิธีการสร้างสรรค์เนื้อหาที่มีคุณค่าเพื่อใช้ในการสื่อสารการตลาด หลักการของการตลาดเชิงเนื้อหา รูปแบบและองค์ประกอบ การวางแผนกลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและบรรลุวัตถุประสงค์ทางการสื่อสารการตลาด เทคนิคการสื่อสารในการดึงดูดความสนใจของลูกค้าและสร้างประสบการณ์ทางการสื่อสารการตลาดที่น่าสนใจ

Concepts and methods for creating valuable content for marketing communication; principles of content marketing, formats, and components; strategic content marketing planning to reach target audiences and achieve marketing communication objectives; communication techniques to attract customer attention and create engaging marketing communication experiences.

ผู้เรียนสามารถ

1. ใช้แหล่งความรู้และเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อวางแผนและสร้างเนื้อหาการตลาดเชิงเนื้อหา (PLO4)
2. สร้างเนื้อหาการตลาดเชิงเนื้อหาที่เคารพความหลากหลายทางวัฒนธรรมและสอดคล้องกับจรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่องสังคม (PLO5)
3. วิเคราะห์และจัดการข้อมูลเพื่อสนับสนุนการวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดเชิงเนื้อหา (MLO3)
4. ประเมินและปฏิบัติตามจรรยาบรรณและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเนื้อหาการตลาดเชิงเนื้อหา (PLO5)

Students are able to

1. utilize knowledge sources and digital technologies to plan and create content marketing (PLO4)
2. create content marketing materials that respect cultural diversity and align with professional ethics and social responsibility (PLO5)
3. analyze and manage data to plan content marketing strategies (MLO3)
4. evaluate and comply with ethics and relevant laws in creating content marketing materials (PLO5)

870-314

การสื่อสารการตลาดสำหรับเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

3((3)-0-6)

Startup Marketing Communication for Business Value

ความสำคัญของการสื่อสารการตลาดสำหรับการประกอบการเพื่อเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ บริบทและสถานการณ์ทางธุรกิจในยุคดิจิทัล แบบจำลองธุรกิจ การเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ ห่วงโซ่อุปทาน และแนวทางการเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจ การวางแผนและพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ ฝึกปฏิบัติในการจัดกิจกรรมทางการตลาดและการสื่อสารเพื่อเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

The importance of marketing communication for entrepreneurship to enhance business value; business contexts and situations in the digital era; business models; strategies for value creation and supply chain management; strategic selection for startups; planning and developing marketing communications to enhance business value; and practical training in organizing marketing and communication activities to enhance business value

ผู้เรียนสามารถ

1. ประเมินบริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่มีผลต่อการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของสตาร์ทอัพอย่างมีจริยธรรม (PLO5)
2. วิเคราะห์แนวโน้มและปัจจัยเชิงกลยุทธ์สำหรับการสร้างและเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจในสตาร์ทอัพ (MLO4)
3. ออกแบบแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดสำหรับสตาร์ทอัพเพื่อเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ (MLO4)

Students are able to

1. evaluate social and cultural contexts that influence ethical planning of startup marketing communication strategies (PLO5)
2. analyze trends and strategic factors for creating and enhancing business value in startups business (MLO4)
3. design marketing communication strategies for startups business to enhance business value (MLO4)

870-315

การจัดการสื่อใหม่เพื่อการสื่อสารการตลาด

3((3)-0-6)

New Media Management for Marketing Communication

แนวคิดและบทบาทของสื่อใหม่ในการสื่อสารการตลาด การจัดการสื่อออนไลน์ สื่อสังคม แพลตฟอร์มดิจิทัล และผู้ทรงอิทธิพล การออกแบบเนื้อหาเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค การวิเคราะห์ผลกระทบทางสังคม วัฒนธรรม และจริยธรรมของสื่อใหม่ในยุคดิจิทัล

Concepts and roles of new media in marketing communication; management of online media, social media, digital platforms, and influencers; content design to create consumer engagement, including analysis of social, cultural, and ethical impacts of new media in the digital era

ผู้เรียนสามารถ

1. วิเคราะห์บทบาทและผลกระทบของสื่อใหม่ต่อสังคม วัฒนธรรม และจริยธรรมในการสื่อสารการตลาด (PLO5)
2. จัดการและวิเคราะห์ข้อมูลจากสื่อใหม่เพื่อสนับสนุนการวางแผนกลยุทธ์ด้านการสื่อสารการตลาด (MLO3)
3. วางแผนและออกแบบกลยุทธ์การใช้สื่อใหม่เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคให้สอดคล้องกับเป้าหมายทางธุรกิจ (MLO4)
4. ประเมินและปฏิบัติตามจรรยาบรรณและข้อบังคับทางวิชาชีพในการใช้สื่อใหม่เพื่อการสื่อสารการตลาด (PLO5)

Students are able to

1. analyze the roles and impacts of new media on society, culture, and ethics in marketing communication (PLO5)
2. manage and analyze new media data to support marketing communication planning (MLO3)
3. plan and design new media strategies to create consumer engagement aligned with business goals (MLO4)
4. evaluate and comply with professional ethics and regulations in the use of new media for marketing communication (PLO5)

870-316

การวิเคราะห์ข้อมูลดิจิทัลเพื่อการสื่อสารการตลาด

3((1)-4-4)

Digital Data Analysis for Marketing Communication

แนวคิด หลักการ และกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการสื่อสารการตลาด โดยมุ่งเน้นการใช้ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพในการทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค แนวโน้มตลาด และประสิทธิภาพของ กลยุทธ์การสื่อสาร ศึกษาเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ คำนวณแนวโน้มตลาด ฝึกปฏิบัติการใช้เครื่องมือดิจิทัลและแพลตฟอร์มวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนาแผนการสื่อสารการตลาดเพื่อการเขียนรายงานทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม พร้อมทั้งวิเคราะห์กรณีศึกษาจากธุรกิจ

Concepts, principles, and processes of data analysis for marketing communication, with a focus on utilizing quantitative and qualitative data to understand consumer behavior; market trends, and the effectiveness of communication strategies; study statistical data analysis techniques and market trend forecasting; practice using digital tools and data analytics platforms to develop marketing communication plans for appropriate marketing report writing, along with analyzing business case studies

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายแนวคิด หลักการ และกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการสื่อสารการตลาด รวมถึงการพิจารณาด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อวิชาชีพ (PLO5)
2. ใช้ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

แนวโน้มตลาด และประสิทธิภาพของการสื่อสารการตลาด (MLO3)

3. ใช้เครื่องมือดิจิทัลและแพลตฟอร์มต่าง ๆ ในการจัดการ วิเคราะห์ และแสดงผลข้อมูลการสื่อสารการตลาดเพื่อประกอบการตัดสินใจ (MLO3)

4. พัฒนาแผนการสื่อสารการตลาดโดยอิงจากข้อมูลเชิงลึก และสามารถจัดทำรายงานการตลาดที่เหมาะสม (MLO3)

5. แสดงออกถึงการทำงานร่วมกับผู้อื่นอย่างมีความรับผิดชอบ ปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณ และเคารพสิทธิของผู้อื่นในการวิเคราะห์กรณีศึกษาทางธุรกิจ (PLO5)

Students are able to

1. explain key concepts, principles, and processes of data analysis for marketing communication, including ethical considerations and professional responsibility (PLO5)

2. implement both quantitative and qualitative data to analyze consumer behavior, market trends, and communication performance (MLO3)

3. utilize digital tools and platforms to manage, analyze, and visualize marketing communication data for decision-making (MLO3)

4. develop marketing communication plans based on data-driven insights and produce appropriate marketing reports (MLO3)

5. demonstrate responsible collaboration, adherence to professional ethics, and respect for others' rights in the analysis of real business case studies (PLO5)

870-317

การนำเสนองานแบบมืออาชีพเพื่อการตลาด

3((3)-0-6)

Professional Pitching

หลักการและทักษะในการนำเสนอ การนำเสนอไอเดีย เทคนิคการจัดเตรียมและนำเสนอเนื้อหาทั้งในรูปแบบการพูด การพินิจซึ่งสำหรับโครงการธุรกิจหรือไอเดียใหม่ ๆ การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการนำเสนอการควบคุมเวลาในการนำเสนอให้เหมาะสม การสร้างความสัมพันธ์กับผู้ฟัง และการตอบคำถามหรือข้อโต้แย้งที่อาจเกิดขึ้น ฝึกปฏิบัติการนำเสนอในสถานการณ์ต่าง ๆ

Principles and skills of professional presentation and pitching; techniques for preparing and delivering content through speaking and pitching for business projects or new ideas; use of presentation tools and technologies; time management for presentations; building rapport with audiences; responding to questions and objections; and practicing presentations in various scenarios

ผู้เรียนสามารถ

1. ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและเครื่องมือที่เหมาะสมในการออกแบบและนำเสนอสื่อเพื่อการนำเสนอ (PLO1)

2. ออกแบบและนำเสนอแผนการสื่อสารหรือแผนธุรกิจด้วยความรับผิดชอบและจริยธรรมต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (PLO5)

3. วิเคราะห์ข้อมูลและปัจจัยสำคัญเพื่อการนำเสนอเชิงกลยุทธ์สำหรับโครงการ

หรือแผนธุรกิจ (MLO3)

4. ออกแบบและพัฒนากลยุทธ์การนำเสนอที่ตอบสนองต่อเป้าหมายทางธุรกิจ และความต้องการของผู้ฟัง (MLO4)

Students are able to

1. utilize appropriate digital technologies and tools to design and deliver effective presentation media (PLO1)

2. design and present communication or business plans with responsibility and ethical consideration toward stakeholders (PLO5)

3. analyze data and key factors for strategic presentation of projects or business plans (MLO3)

4. design and develop presentation strategies that align with business goals and audience needs (MLO4)

870-411

ฝึกปฏิบัติการสื่อสารการตลาด

3((1)-4-4)

Practice in Marketing Communication

การฝึกปฏิบัติการสื่อสารการตลาดในบริบทจริง โดยบูรณาการความรู้ ทักษะ และเจตคติจากรายวิชาต่าง ๆ ในหลักสูตร เพื่อออกแบบ พัฒนา และดำเนิน โครงการสื่อสารการตลาดอย่างมืออาชีพ การวางแผนกลยุทธ์ การออกแบบเนื้อหาและสื่อ การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ การจัดการกระบวนการสื่อสาร การประเมินผล และการนำเสนอผลงานต่อสาธารณะ ภายใต้การนิเทศของอาจารย์ผู้สอน และการทำงานร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งนี้เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะวิชาชีพและความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการสื่อสารการตลาด

Practice of marketing communication in real-world contexts by integrating knowledge, skills, and attitudes acquired throughout the curriculum; designing, developing, and executing professional marketing communication projects, including strategic planning, content and media design, data-driven decision-making, communication process management, performance evaluation, and public presentation of outcomes; conducted under academic supervision and in collaboration with stakeholders; professional competencies and foster social responsibility in marketing communication practices

ผู้เรียนสามารถ

1. ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและเครื่องมือที่เหมาะสมในการวางแผนและดำเนินการสื่อสารการตลาด (PLO1)

2. ออกแบบเนื้อหาและกลยุทธ์การเล่าเรื่องสำหรับการสื่อสารการตลาดอย่างสร้างสรรค์ (PLO2)

3. วิเคราะห์และประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผนและพัฒนากลยุทธ์สื่อสารการตลาด (PLO3)

4. แสวงหาและเรียนรู้เทคโนโลยีและแนวทางใหม่ ๆ เพื่อพัฒนากระบวนการ

สื่อสารการตลาดอย่างต่อเนื่อง (PLO4)

5. ปฏิบัติงานการสื่อสารการตลาดอย่างมีจริยธรรม รับผิดชอบต่อสังคม และเคารพความหลากหลายทางวัฒนธรรม (PLO5)

6. ปฏิบัติงานในสถานการณ์จริงของการสื่อสารการตลาดและบรรลุตามเป้าหมายที่ได้รับมอบหมาย (PLO6)

7. วางแผนและพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ และตอบสนองเป้าหมายขององค์กร (MLO4)

8. จัดการและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจในกระบวนการสื่อสารการตลาด (MLO3)

Students are able to:

1. utilize digital technologies and appropriate tools to plan and implement marketing communication (PLO1)

2. design content and storytelling strategies for creative marketing communication (PLO2)

3. analyze and evaluate data credibility for planning and developing marketing communication strategies (PLO3)

4. seek and learn new technologies and approaches to continuously improve marketing communication processes (PLO4)

5. perform marketing communication ethically, with social responsibility and respect for cultural diversity (PLO5)

6. perform in real marketing communication settings to achieve assigned goals (PLO6)

7. plan and develop marketing communication strategies to enhance business value and meet organizational goals (MLO4)

8. manage and analyze strategic data to support decision-making in marketing communication processes (MLO3)

2.2.2) วิชาเอกเลือก

870-223

การตลาดออนไลน์

3((3)-0-6)

Online Marketing

ความหมายและแนวคิดของการตลาดออนไลน์ รวมถึงส่วนประสมทางการตลาดและกลยุทธ์การสื่อสารออนไลน์ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในกิจกรรมการตลาดออนไลน์ กฎหมาย จริยธรรม และจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการตลาดดิจิทัล ฝึกปฏิบัติงานการตลาดออนไลน์

Meaning and concepts of online marketing, including the marketing mix and online communication strategies; analyzing the marketing environment; consumer behavior; use of digital technology in online marketing activities; laws, ethics, and

codes of conduct related to digital marketing; practicing online marketing activities

ผู้เรียนสามารถ

1. เลือกและใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อออกแบบและจัดการกิจกรรมการตลาดออนไลน์ (PLO1)
2. วางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ให้สอดคล้องกับเป้าหมายทางธุรกิจ (MLO4)
3. ดำเนินกิจกรรมการตลาดออนไลน์โดยคำนึงถึงจรรยาบรรณและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง (MLO4)
4. ประเมินผลการสื่อสารการตลาดออนไลน์เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาแผนในอนาคต (MLO4)

Students are able to

1. select and use digital technologies to design and manage online marketing activities (PLO1)
2. plan online marketing communication strategies aligned with business goals (MLO4)
3. conduct online marketing activities with consideration of ethics and relevant laws (MLO4)
4. evaluate online marketing communication outcomes for future planning (MLO4)

870-224

การตลาดเชิงประสบการณ์

3((3)-0-6)

Experience Marketing

แนวคิดและทฤษฎีทางการตลาด กลยุทธ์ทางการตลาด องค์ประกอบที่สำคัญของการตลาด การตั้งเป้าหมายทางการตลาด การเลือกกลยุทธ์การตลาด สินค้าและบริการ การเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย การกำหนดราคา การใช้สื่อการตลาดทั้งแบบดั้งเดิมและดิจิทัล การสร้างประสบการณ์ทางการตลาด ฝึกปฏิบัติการตลาดและการตลาดเชิงประสบการณ์

Concepts and theories of marketing; marketing strategies; key components of marketing; setting marketing goals; selecting marketing strategies; products and services; selecting distribution channels; pricing strategies; using traditional and digital media for marketing; creating marketing experiences; and practicing marketing and experiential marketing activities

ผู้เรียนสามารถ

1. ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อที่เหมาะสมในการออกแบบประสบการณ์ทางการตลาด (PLO1)
2. แสวงหาและเรียนรู้แนวโน้มและเครื่องมือใหม่ ๆ ในการพัฒนาการตลาดเชิงประสบการณ์อย่างต่อเนื่อง (PLO4)
3. วางแผนและพัฒนากลยุทธ์การตลาดเชิงประสบการณ์เพื่อเพิ่มคุณค่าและ

สร้างความแตกต่างให้กับแบรนด์ (MLO4)

4. ออกแบบและจัดการกระบวนการตลาดเชิงประสบการณ์เพื่อสอดคล้องกับเป้าหมายทางธุรกิจ (MLO4)

Students are able to

1. utilize digital technologies and appropriate media to design marketing experiences (PLO1)

2. seek and learn new trends and tools for continuous improvement in experience marketing (PLO4)

3. plan and develop experience marketing strategies to enhance brand value and differentiation (MLO4)

4. design and manage experience marketing processes in alignment with business objectives (MLO4)

870-225

การสร้างแบรนด์บุคคล

3((3)-0-6)

Be Your Brand

ความหมายและหลักการสร้างแบรนด์บุคคล การกำหนดอัตลักษณ์ จุดขาย และคุณค่าที่แตกต่าง การออกแบบเนื้อหาและการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่นผ่านสื่อดิจิทัล เรียนรู้เทคนิคการสร้างภาพประทับใจแรกและกลยุทธ์การจัดการสื่อเพื่อส่งเสริมแบรนด์บุคคล

Meaning and principles of personal branding; identity definition, unique selling points, and distinctive value; content design and communication to create a standout image through digital media; learning techniques for making a strong first impression and media management strategies to enhance personal branding

ผู้เรียนสามารถ

1. วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์บุคคลที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (MLO3)

2. เลือกและใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อออกแบบและนำเสนอแบรนด์บุคคลผ่านสื่อออนไลน์ (PLO1)

3. พัฒนาและปรับปรุงเนื้อหาแบรนด์บุคคลอย่างต่อเนื่องผ่านการเรียนรู้และการใช้แหล่งความรู้ที่ทันสมัย (PLO4)

4. สร้างและสื่อสารแบรนด์บุคคลโดยคำนึงถึงจรรยาบรรณทางวิชาชีพและความรับผิดชอบต่อสังคม (PLO5)

Students are able to

1. analyze data to determine personal brand communication strategies suitable for target audiences (MLO3)

2. select and use digital technologies to design and present personal branding through online media (PLO1)

3. develop and refine personal brand content continuously through learning

and using up-to-date knowledge sources (PLO4)

4. create and communicate personal branding with consideration of professional ethics and social responsibility (PLO5)

870-324

การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์

3((3)-0-6)

Customer Relations Management

แนวคิดและความสำคัญของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ กลยุทธ์การสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ การวางแผนและกระบวนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีและข้อมูลเชิงลึก การใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อเพิ่มความภักดีของลูกค้า การบริหารและวิเคราะห์ฐานข้อมูลลูกค้า (CDM) การประเมินประสิทธิภาพของกลยุทธ์ลูกค้าสัมพันธ์โดยใช้ดัชนีวัดผลที่สำคัญ (KPIs)

Concepts and importance of customer relationship management; strategies for building and maintaining customer relationships through online and offline channels; planning and management processes of customer relationship management utilizing technology and data insights; application of integrated marketing communication tools to enhance customer loyalty; customer data management (CDM); evaluation of the effectiveness of customer relationship strategies using key performance indicators (KPIs)

ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายแนวคิด กลยุทธ์ และความสำคัญของการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าทั้งในช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ (PLO4)

2. เลือกและใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและเครื่องมือการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อวางแผนและบริหารลูกค้าสัมพันธ์ได้อย่างเหมาะสม (PLO1)

3. ใช้ข้อมูลเชิงลึกในการบริหารและวิเคราะห์ฐานข้อมูลลูกค้า (CDM) เพื่อพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่เพิ่มความภักดีของลูกค้า (MLO3)

4. ประเมินผลลัพธ์ของกลยุทธ์บริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยใช้ดัชนีชี้วัดผลสำคัญ (KPIs) (MLO3)

5. แสดงความรับผิดชอบต่อจรรยาบรรณทางวิชาชีพ เคารพสิทธิของผู้อื่น และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ในกระบวนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (PLO5)

Students are able to

1. explain the concepts, strategies, and importance of customer relationship management through both online and offline channels (PLO4)

2. select and apply appropriate digital technologies and analytical tools to plan and manage customer relationships effectively (PLO1)

3. utilize customer insights to manage and analyze customer database (CDM) to develop integrated marketing communication strategies that enhance customer

loyalty (MLO3)

4. evaluate the outcomes of customer relationship strategies using key performance indicators (KPIs) (MLO3)

5. demonstrate responsibility for professional ethics, respect the rights of others, and work collaboratively in the process of customer relationship management (PLO5)

870-325

แคมเปญสำหรับสื่อสารการตลาด

3((3)-0-6)

Campaign for Marketing Communication

การวางแผนและจัดการรณรงค์เพื่อการสื่อสารการตลาด การวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ การออกแบบโครงการรณรงค์ การจัดทำแผนกลยุทธ์และการบริหารจัดการแคมเปญ การออกแบบเนื้อหาและช่องทางการสื่อสาร การจัดกิจกรรมรณรงค์แก่ชุมชนและสังคม การประเมินผลและการจัดทำรายงานผลแคมเปญ รวมถึงการฝึกฝนทักษะการบริหารจัดการแคมเปญจากสถานการณ์จริง ปัญหา และกรณีศึกษา

Planning and managing marketing communication campaigns; situation analysis and assessment; campaign project design; strategic planning and campaign management; content and communication channel design; organizing community and social campaigns; campaign evaluation and reporting; and practicing campaign management skills through real-life scenarios, problems, and case studies

ผู้เรียนสามารถ

1. ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและเครื่องมือออนไลน์ในการออกแบบและจัดการแคมเปญสื่อสารการตลาด (PLO1)

2. แสวงหาและประยุกต์ใช้ความรู้และแนวทางใหม่ๆ เพื่อพัฒนาแนวคิดและบริหารจัดการแคมเปญสื่อสารการตลาดอย่างต่อเนื่อง (PLO4)

3. ออกแบบแคมเปญสื่อสารการตลาดอย่างมีจริยธรรม เคารพกฎหมาย และรับผิดชอบต่อสังคม (PLO5)

4. วางแผนและพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผ่านแคมเปญให้สอดคล้องกับเป้าหมายทางธุรกิจและความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (MLO4)

Students are able to:

1. utilize digital technologies and online tools to design and manage marketing communication campaigns (PLO1)

2. seek and apply new knowledge and approaches to continuously improve campaign concepts and management in marketing communication (PLO4)

3. design marketing communication campaigns with ethical considerations, legal compliance, and social responsibility (PLO5)

4. plan and develop marketing communication campaign strategies aligned with business goals and stakeholder needs (MLO4)

International Marketing Communication

แนวคิดและกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดระหว่างประเทศ การศึกษาพฤติกรรมและวัฒนธรรมของผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศ การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสื่อสารการตลาดระหว่างประเทศ เช่น เศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย ข้อตกลงทางการค้า และแนวโน้มเทคโนโลยีดิจิทัล บทบาทของแพลตฟอร์มออนไลน์ โซเชียลมีเดีย และเครื่องมือดิจิทัลในการสร้างแบรนด์ระดับโลก การออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารที่ปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละประเทศ ตลอดจนกรณีศึกษาและแนวปฏิบัติที่ทันสมัยในการขยายตลาดระหว่างประเทศ

Concepts and strategies of international marketing communication; studying consumer behavior and cultural differences in international markets; analyzing factors influencing international marketing communication, such as economic, political, legal, trade agreements, and digital technology trends; the role of online platforms, social media, and digital tools in global brand building; designing communication strategies tailored to the context of each country; as well as case studies and modern best practices for international market expansion

ผู้เรียนสามารถ

- 1.อธิบายแนวคิดและกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดระหว่างประเทศ รวมถึงบทบาทของการสื่อสารในการสร้างแบรนด์ระดับโลก (PLO4)
- 2.วิเคราะห์พฤติกรรมและวัฒนธรรมของผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศ เพื่อออกแบบข้อความและกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับบริบทท้องถิ่น (MLO3)
- 3.ประเมินปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการสื่อสารการตลาดระหว่างประเทศ เช่น เศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย และเทคโนโลยี (MLO3)
- 4.ออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดระหว่างประเทศที่สามารถปรับเปลี่ยนให้เข้ากับบริบทและลักษณะเฉพาะของแต่ละประเทศ (PLO5)
5. วิเคราะห์กรณีศึกษาและแนวปฏิบัติจริง ที่ประสบความสำเร็จในการสื่อสารการตลาดระหว่างประเทศ (MLO3)

Students are able to

- 1.explain key concepts and strategies of international marketing communication, including the role of communication in global brand building (PLO4)
2. analyze consumer behavior and cultural factors in different international markets to tailor effective messages and strategies (MLO3)
3. evaluate external factors affecting international marketing communication, including economic, political, legal, and technological trends (MLO3)
4. design adaptable international marketing communication strategies based on specific country contexts (PLO5)
5. analyze real-world case studies and best practices in successful

international marketing communication (MLO3)

870-327

การสื่อสารเพื่อการตลาดบริการ

3((3)-0-6)

Communication for Service Marketing

หลักการของตลาดบริการ ลักษณะเฉพาะของบริการที่แตกต่างจากสินค้าทั่วไป ส่วนประสมการตลาดบริการ กระบวนการและกลยุทธ์การตลาดบริการ คุณภาพบริการ ความสำคัญในการสร้างมูลค่าให้กับการตลาดบริการที่เชื่อมโยงกับลูกค้า การสื่อสารเพื่อการตลาดบริการ และการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการตลาดบริการ

Principles of service marketing; unique characteristics of services compared to goods; service marketing mix; service marketing processes and strategies; service quality; the importance of creating value in service marketing connected to customers; communication for service marketing; and the application of technology in service marketing

ผู้เรียนสามารถ

1. เลือกใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและเครื่องมือสื่อสารที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารการตลาดบริการ (PLO1)
2. แสวงหาและประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และแนวทางใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาการสื่อสารการตลาดบริการอย่างต่อเนื่อง (PLO4)
3. ออกแบบการสื่อสารการตลาดบริการอย่างมีจริยธรรม รับผิดชอบต่อสังคม และเคารพผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (PLO5)
4. วางแผนและพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดบริการให้สอดคล้องกับเป้าหมายทางธุรกิจและความต้องการของลูกค้า (MLO4)

Students are able to

1. select and utilize appropriate digital technologies and communication tools to enhance the effectiveness of service marketing communication (PLO1)
2. seek and apply new trends, technologies, and approaches for continuous improvement of service marketing communication (PLO4)
3. design service marketing communication with ethical considerations, social responsibility, and respect for stakeholders (PLO5)
4. plan and develop service marketing communication strategies aligned with business goals and customer needs (MLO4)

รายชื่ออาจารย์ประจำหลักสูตร

หลักสูตรนิเทศศาสตร

- ☒ ภาคปกติ ☐ ภาคสมทบ
☒ หลักสูตรปกติ ☐ หลักสูตรนานาชาติ ☐ หลักสูตรภาษาอังกฤษ
☐ หลักสูตรใหม่ พ.ศ. ☐ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569

ผู้ช่วยศาสตราจารย์

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุสุมา ภูใหญ่, Ph.D. (Information and Communication Science), Universite' Panthe' on- Assas Paris II, France, 2556
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วลักษณ์กมล จ่างกมล, Ph.D. (Peace Journalism), University of Queensland, Australia, 2556
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณีวรรณ บัวเนี่ยว, Ph.D. (Communication) Massey University, New Zealand, 2560
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัมเดย์ มูดอ, DBA (Doctor of Business Administration) Universiti Sains Malaysia, 2553
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จารีตา อรรถอนุชิต, นศ.ม. (นิเทศศาสตร์พัฒนาการ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กักรกาญจน์ ไกล่นุ่นนา, นศ.ม. (นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2549
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สากีเราะ แชนา เป็ญฮารูน, M.A. (Communication) Universiti Sains Malaysia, 2545
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวนาถ ทองสองยอด, นศ.ม. (นิเทศศาสตร์สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2555 (ลา
ศึกษาต่อระดับปริญญาเอก ณ มหาวิทยาลัยนเรศวร)
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษดี พ่วงรอด, ป.ร.ค. (การจัดการ), มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2558
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปวิษฐา ชนะการณ, ว.ม. (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2554
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมัชชา นิลปัทม์, ป.ร.ค. (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม), สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2564
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาทิตย์า สมโลก, ป.ร.ค. (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม), สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2562

อาจารย์

1. นายอับดุลรอณี สาแมง, วท.ม. (สื่อณฤมิต) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2561

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs) กลยุทธ์/วิธีการสอน และกลยุทธ์/วิธีการวัดและการประเมินผล
หลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs)	กลยุทธ์/วิธีการสอน	กลยุทธ์/วิธีการวัดและการประเมินผล
PLO1 ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เพื่อผลิตสื่อและสื่อสารการตลาดได้ตามวัตถุประสงค์	1. การบรรยาย+สาธิต 2. ฝึกปฏิบัติการใช้โปรแกรม 3. Project-based learning 4. เชิญวิทยากรด้านเทคโนโลยีสื่อสารและ AI	1. มอบหมายงานสร้างสรรค์สื่อด้วย AI และประเมินชิ้นงานด้วย Rubric ในรายวิชาบังคับ 870-201 AI in Media & Marketing Communication 2. นำเสนอผลงาน
PLO2 ใช้เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อผลิตสื่อและสื่อสารการตลาดได้ตรงตามวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมาย	1. สอนหลักการเล่าเรื่อง 2. กิจกรรมเล่าเรื่องในกลุ่ม 3. แสดงบทบาทสมมติ 4. วิเคราะห์ตัวอย่าง Storytelling 5. ฝึกสร้าง Storytelling Canvas 6. การอบรมเชิงปฏิบัติการโดยนักวิชาชีพ	1. มอบหมายงานสร้างสรรค์ Storytelling project ในรายวิชา 870-202 การเล่าเรื่องสร้างสรรค์ในสื่อและการสื่อสารการตลาด 2. ใช้ Rubric และ Peer Feedback ในการประเมิน
PLO3 วิเคราะห์และประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลสำหรับใช้ในการสื่อสาร	1. สอนหลักตรรกศาสตร์ 2. สอนการวิเคราะห์ข้อมูลและแหล่งข้อมูล 3. Case-based learning 4. Workshop fact-checking 5. ใช้โปรแกรมตรวจสอบข้อมูล	1. แบบทดสอบ 2. วิเคราะห์กรณีศึกษา 3. การนำเสนอรายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูล
PLO4 แสดงออกถึงความกระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้ที่ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง	1. Flipped Classroom 2. การเรียนรู้แบบสะท้อนคิด 3. Research-based 4. ส่งเสริมการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ และปัญญาประดิษฐ์เพื่อการเรียนรู้	1. แฟ้มสะสมงาน 2. รายงานการเรียนรู้รายบุคคล 3. การนำเสนอรายงานการสะท้อนคิดเพื่อประเมินตนเอง
PLO5 ปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงจรรยาบรรณทางวิชาชีพและความรับผิดชอบต่อสังคมชุมชน รวมถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น	1. อภิปรายประเด็นจริยธรรม 2. วิเคราะห์กรณีศึกษา 3. การเรียนรู้โดยใช้บทบาทสมมติ 4. การเรียนรู้โยการให้บริการสังคม Service-based learning การศึกษาดูงาน	1. การสะท้อนคิด 2. แบบสังเกตพฤติกรรม 3. Rubric ประเมินความตระหนักรู้ และการปฏิบัติตามจริยธรรมและจรรยาบรรณของวิชาชีพ จากการปฏิบัติสหกิจ
PLO6 ปฏิบัติงานด้านการสื่อสารหรือการสื่อสารการตลาดในสถานประกอบการได้ (แผนสหกิจศึกษา)	1. การปฏิบัติสหกิจศึกษา 2. ปฐมนิเทศก่อนการปฏิบัติสหกิจศึกษา 3. การให้คำปรึกษารายบุคคล 4. การนิเทศการปฏิบัติสหกิจศึกษา 5. การสะท้อนผลการเรียนรู้	1. รายงานผลฝึกงาน 2. การประเมินจากสถานประกอบการ 3. แบบประเมินตนเอง 4. ประเมินผลจากการนิเทศโดยอาจารย์ 5. ประเมินผลรายงานการปฏิบัติสหกิจศึกษาและโครงการ 6. ประเมินผลการนำเสนอรายงานการปฏิบัติ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (PLOs)	กลยุทธ์/วิธีการสอน	กลยุทธ์/วิธีการวัดและการประเมินผล
		สหกิจศึกษา และโครงงานด้วยวาจา
MLO1 วางแผนกระบวนการผลิตสื่อดิจิทัลได้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย และช่องทางการสื่อสาร	1. Project-based Learning 2. กรณีศึกษา 3. สอนการใช้เครื่องมือออกแบบสื่อ 4. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 5. Flipped Classroom 6. การสะท้อนผลการเรียนรู้ 7. การบรรยายโดยผู้เชี่ยวชาญ	1. การวางแผนโครงการ 2. การออกแบบ Content Plan 3. การประเมินด้วย Rubric 4. การนำเสนอผลงาน 5. แบบประเมินตนเอง
MLO2 ผลิตและนำเสนอสื่อในช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย โดยคำนึงถึงบริบทและธรรมชาติแต่ละช่องทางการสื่อสาร	1. สาธิตเทคนิคการผลิตสื่อ 2. ฝึกใช้เครื่องมือดิจิทัล 3. ออกแบบและผลิตชิ้นงานจริง 4. Project-based learning 5. การบรรยายโดยผู้เชี่ยวชาญ 6. การศึกษาดูงาน	1. การประเมินผลงานจริง (Portfolio) 2. การประเมินด้วย Rubric 3. การมีส่วนร่วมในกิจกรรม 4. การนำเสนอผลงานต่อกลุ่มเป้าหมาย
MLO3 จัดการและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้ในการสื่อสารการตลาด	1. การบรรยายและการอภิปรายครอบคลุมแนวคิดและ ทฤษฎีพื้นฐานที่เกี่ยวกับการจัดการและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้ในการสื่อสารการตลาด 2. ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูล 3. การใช้ซอฟต์แวร์วิเคราะห์ข้อมูล 4. วิเคราะห์กรณีศึกษา 5. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 6. การบรรยายโดยผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับ Data-driven communication marketing 7. ศึกษาดูงาน ปฏิบัติงานภาคสนาม	1. แบบฝึกวิเคราะห์ข้อมูล 2. การใช้เทคโนโลยีจริง 3. แบบทดสอบการใช้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจ 4. แบบฝึกหัด 5. แบบประเมินการฝึกปฏิบัติ 6. การมีส่วนร่วมในกิจกรรม 7. แบบรายงานผล 8. การนำเสนอ 9. แบบประเมิน โครงการงาน
MLO4 วางแผนกลยุทธ์ด้านการสื่อสารการตลาดได้ตรงตามเป้าหมายของธุรกิจ	1. วิเคราะห์แผนธุรกิจ 2. Workshop วางแผนกลยุทธ์ 3. จัดทำ Marketing Communication Plan 4. วิเคราะห์กรณีศึกษา 5. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียนการจำลองสถานการณ์ธุรกิจ 6. ศึกษาดูงาน 7. ปฏิบัติงานภาคสนาม	1. แบบฝึกหัด 2. การมีส่วนร่วมในชั้นเรียนและการอภิปรายกลุ่ม 3. แบบประเมินการฝึกปฏิบัติ 4. การมีส่วนร่วมในกิจกรรม 5. แบบรายงานผล 6. การวางแผนกลยุทธ์จริง 7. นำเสนอแผนกลยุทธ์ต่อผู้เชี่ยวชาญ 8. Rubric การวางแผนและการนำเสนอ