



หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558)

Bachelor of Communication Arts Program
in
Strategic Communication
(Revised Curriculum, Year 2015)

คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา คณะนิเทศศาสตร์

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย : หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์
ภาษาอังกฤษ : Bachelor of Communication Arts Program
in Strategic Communication

2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ชื่อเต็ม (ไทย) : นิเทศศาสตรบัณฑิต (การสื่อสารเชิงกลยุทธ์)
ชื่อย่อ (ไทย) : นศ.บ. (การสื่อสารเชิงกลยุทธ์)
ชื่อเต็ม (อังกฤษ) : Bachelor of Communication Arts (Strategic Communication)
ชื่อย่อ (อังกฤษ) : B.Com.Arts (Strategic Communication)

3. วิชาเอก

1. การประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์
2. การโฆษณา
3. การสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม
4. การสร้างสรรค์และออกแบบสื่อ

4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

135 หน่วยกิต

5. รูปแบบของหลักสูตร

5.1 รูปแบบ

หลักสูตรระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี

5.2 ภาษาที่ใช้

จัดการเรียนการสอนเป็นภาษาไทย เอกสารและตำราในวิชาหลักเป็นตำราภาษาไทยและ
ภาษาอังกฤษ

5.3 การรับเข้าศึกษา

- รับนักศึกษาไทยและนักศึกษาต่างประเทศที่ใช้ภาษาไทยได้ดีทั้งการฟัง-พูด-อ่าน-เขียน

5.4 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น

เป็นหลักสูตรเฉพาะของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

5.5 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว

6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558

ปรับปรุงจากหลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2556

- ได้รับการพิจารณาเห็นชอบหลักสูตรจาก คณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรและมาตรฐานการศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ เมื่อวันที่ 13 มกราคม 2558
- ได้รับการพิจารณากลับกรองจากสภาวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ในการประชุมครั้งที่ 3/2558 เมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2558
- ได้รับอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตรจากสภามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ในการประชุมครั้งที่ 3/2558 (310) เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2558 เปิดสอนภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2558

7. ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐาน

หลักสูตรจะได้รับการเผยแพร่ว่าเป็นหลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐานตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 ในปีการศึกษา 2560

8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

1. นักโฆษณา
2. นักประชาสัมพันธ์
3. นักสื่อสารการตลาด
4. นักสื่อสารองค์กร
5. เจ้าหน้าที่สื่อสารเชิงกลยุทธ์
6. นักสร้างสรรค์และออกแบบสื่อ
7. ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว
8. ผู้ประกอบวิชาชีพอิสระ
9. นักวิชาการ

9. ชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง และคุณวุฒิการศึกษาของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลำดับ	ตำแหน่ง	ชื่อ-นามสกุล	คุณวุฒิ	คุณวุฒิ/สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจากสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
กลุ่มวิชาเอกการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์						
1	รองศาสตราจารย์ (นิเทศศาสตร์)	นางรุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ	Ph.D.	Communication	University of Kentucky, USA	2549
			นศ.ม.	การประชาสัมพันธ์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2529
			นศ.บ.	การหนังสือพิมพ์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2527
2	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (การประชาสัมพันธ์)	นางรัตนาวดี ศิริทองถาวร	นศ.ม.	นิเทศศาสตร์พัฒนาการ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2525
			ศษ.บ.	ศึกษาศาสตร์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2522
3	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (นิเทศศาสตร์)	นายพิชัย นิรมานสกุล	นศ.ม.	นิเทศศาสตร์พัฒนาการ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2539
			B.A.	Radio Broadcasting	Friends University, USA	2531
			นศ.บ.	การประชาสัมพันธ์	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	2528
กลุ่มวิชาเอกการโฆษณา						
1	อาจารย์	นางสาวภัทรา แดงเที่ยง	Ph.D.	Film, Media and Journalism	University of Stirling, U.K	2552
			M.A.	Mass Communication	University of Leicester, UK	2538
			ว.บ.	การโฆษณา	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	2535
2	อาจารย์	นางอัญชลี พิเชษฐพันธ์	นศ.ด.	นิเทศศาสตร์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2554
			นศ.ม.	การโฆษณา	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2541
			ศศ.บ.	การสื่อสารมวลชน	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2538

3	อาจารย์	นายदनัย หวังบุญชัย	นศ.ม.	การหนังสือพิมพ์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2535
			นศ.บ.	การประชาสัมพันธ์ (โฆษณา)	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2530
			นศ.บ.	วิทยุโทรทัศน์	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช	2529
กลุ่มวิชาเอกการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม						
1	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (นิเทศศาสตร์)	นางสาวบุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์	ปร.ด.	สื่อสารมวลชน	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	2554
			นศ.ม.	การสื่อสารมวลชน	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2547
			บธ.บ.	การตลาด	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2544
2	อาจารย์	นางสาวเบญจพร วุฒิพันธ์	Ph.D.	Public Communication	University of Technology Sydney, Australia	2553
			นศ.ม.	นิเทศศาสตร์พัฒนาการ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2541
			ศ.บ.	การสื่อสารมวลชน	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2536
3	อาจารย์	นางสาวศุภาภา เอี่ยมโอกาส	ปร.ด.	สื่อสารมวลชน	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	2557
			นศ.ม.	วาทวิทยา	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2542
			นศ.บ.	การประชาสัมพันธ์	มหาวิทยาลัยรังสิต	2538
กลุ่มวิชาเอกการสร้างสรรค์และออกแบบสื่อ						
1	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (การโฆษณา)	นายกมลฎ วรรณพิทยุต	M.F.A.	Illustration	Academy of Arts College, USA	2539
			นศ.บ.	การโฆษณา	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	2535
2	อาจารย์	นายนริศ พิเชษฐพันธ์	นศ.ม.	นิเทศศาสตร์การตลาด	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	2551
			ศ.บ.	การออกแบบนิเทศศิลป์	สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล	2535
3	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (การประชาสัมพันธ์)	นางสาวตระหนักจิต ยุตยรรยง	Ph.D.	Communication	University of Queensland, Australia	2553
			นศ.ม.	การสื่อสารมวลชน	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2542
			ว.บ.	การประชาสัมพันธ์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	2539

10. สถานที่จัดการเรียนการสอน

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

11. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

11.1. สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

พัฒนาการทางเศรษฐกิจและธุรกิจทั้งระดับชาติและระดับนานาชาติ ส่งผลให้องค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะทางเศรษฐกิจและสามารถพัฒนาต่อเนื่องได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเตรียมความพร้อมขององค์กรเพื่อรองรับการเปิดเสรีทางการค้าของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ.2558 นอกจากนี้ การเปิดกว้างด้านการลงทุนจากทุกภูมิภาคทั่วโลกยังส่งผลให้ภาคธุรกิจขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยมีบริษัทข้ามชาติเข้ามาลงทุนในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก

นอกจากนี้ การเติบโตของธุรกิจเพื่อตอบสนองต่อแนวทางการพัฒนาเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) กอปรกับแนวโน้มความต้องการของตลาดแรงงานที่ต้องการนักออกแบบที่มีความสร้างสรรค์ และผลิตสื่อที่มีศักยภาพในการถ่ายทอดความคิดและขยายขอบเขตของจินตนาการแก่ผู้รับสารได้เป็นอย่างดี สามารถนำไปสู่กรอบโจทย์เชิงกลยุทธ์สำหรับธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การสื่อสารเพื่อผลักดันภารกิจขององค์กรเป็นกลไกที่มีบทบาทอย่างสูงต่อการบรรลุเป้าหมายของหน่วยงานทุกประเภท โดยเฉพาะอย่างยิ่งการดำเนินงานขององค์กรในภาวะท้าทายที่ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจำเป็นต้องแข่งขันเพื่อความอยู่รอดและเพื่อสร้างโอกาสในการเติบโต ทำให้จำเป็นต้องอาศัยแนวทางการสื่อสารที่สามารถตอบสนองต่อความท้าทายเชิงกลยุทธ์ทั้งภายในและภายนอกอย่างจริงจังและต่อเนื่อง การสื่อสารเชิงกลยุทธ์เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ จึงเป็นแนวทางการสื่อสารเพื่อตอบโจทย์การแข่งขันและการพัฒนาขององค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน ด้วยเหตุนี้ ตลาดแรงงานจึงมีความต้องการนักสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักประชาสัมพันธ์ นักโฆษณา นักสื่อสารการตลาด รวมถึงนักสร้างสรรค์และออกแบบสื่อ ที่มีความรู้ ความเข้าใจในวิชาชีพ มีความคิดสร้างสรรค์ตลอดจนทักษะด้านการสื่อสารในเชิงกลยุทธ์ที่สามารถสนับสนุนภารกิจขององค์กรในภาวะท้าทายทางเศรษฐกิจและธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

11.2. สถานการณ์หรือการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม

จากการปรับเปลี่ยนของมิติทางเศรษฐกิจและธุรกิจ รวมถึงเทคโนโลยีที่เคลื่อนไหวอย่างรวดเร็วและมีลักษณะข้ามชาติมากยิ่งขึ้น มิติทางสังคมในทุก ๆ ด้านก็ถูกผลักดันให้ปรับตัวอย่างต่อเนื่องในทำนองเดียวกัน โดยเป็นองค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของประชาชนทุกกลุ่มและทุกระดับ ซึ่งถือได้ว่าเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือองค์กรเอกชน ทำให้หน่วยงานต่าง ๆ มีภารกิจใหม่ซึ่งไม่เพียงแต่อาศัยการสื่อสารเพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายขององค์กร

เพียงลำพัง แต่ยังคงจำเป็นต้องสื่อสารโดยคำนึงถึงการตอบโต้ภัยด้านความยั่งยืนของสังคม สิ่งแวดล้อม และมนุษยชาติตามแนวทางของข้อตกลงสากล ก่อให้เกิดเงื่อนไขใหม่ ๆ ทางสังคมและวัฒนธรรมที่ท้าทายต่อภารกิจขององค์กรเป็นอย่างยิ่ง

นอกจากนี้ การเติบโตของสื่อและช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ที่ก้าวหน้าด้วยเทคโนโลยีอันทันสมัย เปิดโอกาสสำหรับการขยายตัวของสื่อทั้งในแง่ปริมาณ ความหลากหลาย และความรวดเร็ว ควบคู่ไปกับพัฒนาการของสังคมอันก่อให้เกิดการร่วมมือกันทางสังคม วัฒนธรรมและการศึกษานานาชาติในระดับต่าง ๆ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อกลยุทธ์และวิธีการสื่อสารของหน่วยงาน ทุกประเภท

ปัจจัยต่าง ๆ ข้างต้นส่งผลให้องค์กรจำนวนมากมีความต้องการนักสื่อสาร ทั้ง นักประชาสัมพันธ์ นักโฆษณา นักสื่อสารการตลาด รวมถึงนักสร้างสรรค์และออกแบบสื่อ ที่มีความรู้และทักษะในการเป็นสื่อกลางระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ เพื่อช่วยให้องค์กรสามารถก้าวข้ามความแตกต่างทางสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสร้างสารและสื่อสารเพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจอันดี นำไปสู่การบรรลุเป้าหมายขององค์กรทั้งในเชิงธุรกิจและสังคมได้ ด้วยเหตุนี้ คณะนิเทศศาสตร์จึงมีความจำเป็น ที่จะต้องปรับปรุงหลักสูตรเพื่อตอบสนองต่อความต้องการขององค์กรในการสื่อสารเชิงกลยุทธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพ

12. ผลกระทบจาก ข้อ 11.1 และ 11.2 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

12.1. การพัฒนาหลักสูตร

หลักสูตรการสื่อสารเชิงกลยุทธ์พัฒนาขึ้นเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การศึกษา และเทคโนโลยีการสื่อสาร จึงมีเป้าหมายในการผลิตบัณฑิตให้เป็นผู้ที่มีความรู้ และทักษะความสามารถในการสื่อสารเชิงกลยุทธ์อย่างรอบด้าน มีความสามารถในการศึกษาค้นคว้า การวิเคราะห์และวิจัย เพื่อพัฒนางานสื่อสารให้สามารถตอบสนองต่อเป้าหมายขององค์กร ตลอดจนเป็นผู้มีจริยธรรมและจรรยาบรรณในวิชาชีพ เป็นบุคลากรที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการของตลาดงานทั้งภาคธุรกิจและภาครัฐ ทั้งนี้ เป็นการพัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัยและมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศ

12.2. ความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

หลักสูตรการสื่อสารเชิงกลยุทธ์มุ่งผลิตบัณฑิตที่มีลักษณะพึงประสงค์ตามอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย (Business Smart) ใฝ่รู้ พัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง และมีภาพลักษณ์ทางธุรกิจระดับสากล ซึ่งสอดคล้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และตอบสนองต่อการบรรลุวิสัยทัศน์การเป็นสถาบันชั้นนำด้านธุรกิจในเอเชีย การผลิตบัณฑิตของหลักสูตรนี้จึงมุ่งเน้นการพัฒนา

บุคลากรที่มีคุณภาพ มีทักษะความสามารถในการสื่อสารเชิงกลยุทธ์อย่างสร้างสรรค์ โดยเฉพาะด้านการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การสื่อสารการตลาด รวมทั้งการสร้างสรรค์และออกแบบสื่อ เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาธุรกิจ เศรษฐกิจ และอุตสาหกรรมของประเทศให้เจริญก้าวหน้า และมีศักยภาพในการแข่งขันกับต่างประเทศภายใต้สภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจระบบการค้าเสรี

13. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในคณะ/ภาควิชาอื่นของมหาวิทยาลัย (ถ้ามี)

13.1 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรที่เปิดสอนโดยคณะ/ภาควิชา/หลักสูตรอื่น

1) กลุ่มวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ได้แก่

- กลุ่มวิชาภาษา มนุษยศาสตร์ และพัฒนาคุณภาพชีวิตเปิดสอนโดยคณะมนุษยศาสตร์
- กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์เปิดสอนโดยคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

2) หมวดวิชาเฉพาะ ในกลุ่มวิชาแกนของคณะ ได้แก่

- กลุ่มวิชาด้านธุรกิจเปิดสอนโดยคณะบริหารธุรกิจ
- กลุ่มวิชาด้านเศรษฐศาสตร์เปิดสอนโดยคณะเศรษฐศาสตร์
- กลุ่มวิชาด้านภาษาเปิดสอนโดยคณะมนุษยศาสตร์
- กลุ่มวิชาด้านกฎหมายเปิดสอนโดยคณะนิติศาสตร์

3) หมวดวิชาเลือกเสรี

13.2 กลุ่มวิชา/รายวิชาในหลักสูตรที่เปิดสอนให้คณะ/ภาควิชา/หลักสูตรอื่น

1) รายวิชาในกลุ่มวิชาโท

วิชาโทนิเทศศาสตร์

- CX001 นิเทศศาสตร์เบื้องต้น
- CX002 การสื่อสารเพื่อการพัฒนา
- CX003 การโฆษณากับสังคม
- CX006 วารสารศาสตร์สากล
- CX007 การกระจายเสียงและแพร่ภาพนานาชาติ
- CX008 พื้นฐานการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

2) รายวิชาในหมวดวิชาเลือกเสรีของคณะ

- CA001 มนุษยสัมพันธ์
- CA002 ศิลปะการพูด
- CA003 ธุรกิจสื่อสารมวลชน
- CA004 สัมมนาการสื่อสารกับสังคม

- CA005 สื่อมวลชนและสิ่งแวดล้อมศึกษา
- CA006 การแปลสำหรับนิเทศศาสตร์
- CA007 การแปลบันเทิงคดีนิเทศศาสตร์
- CA008 พัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อ
- CA009 การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม
- CA010 คติชนอาเซียนสำหรับการสื่อสารเชิงธุรกิจ
- CA011 ศิลปวัฒนธรรมอาเซียนศึกษา

13.3. การบริหารจัดการ

13.3.1 แต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายวิชาการ มีหน้าที่ประสานงานกับอาจารย์ประจำวิชา ทุก
รายวิชา เพื่อดำเนินงานจัดการเรียนการสอน การวัดและประเมินผลการศึกษา ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่
กำหนด โดยสอดคล้องกับมาตรฐานผลการเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา

13.3.2 หัวหน้าหลักสูตร ของสาขาวิชาทำหน้าที่กำกับดูแลและพัฒนาหลักสูตร โดยประสาน
กับคณะ ภายใต้กฎเกณฑ์ของมหาวิทยาลัยและสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.1 ปรัชญา

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มีปรัชญาของหลักสูตรดังนี้

- (1) มุ่งปลูกฝังจริยธรรม จรรยาบรรณ และความรับผิดชอบต่อวิชาชีพและสังคม
- (2) มุ่งอบรมและบ่มเพาะความรู้ และทักษะที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเชิงกลยุทธ์
- (3) เน้นการบูรณาการเชิงประยุกต์ของศาสตร์แขนงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นพื้นฐานทางวิชาชีพการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การสื่อสารการตลาด การสร้างสรรค์และออกแบบสื่อที่ทันสมัย

1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อผลิตบัณฑิตที่ถึงพร้อมด้วยคุณลักษณะดังต่อไปนี้

- (1) มีจริยธรรม จรรยาบรรณ และความรับผิดชอบต่อวิชาชีพและสังคม
- (2) มีความรอบรู้ทางวิชาการ และทักษะทางวิชาชีพในศาสตร์การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ ที่สอดคล้องกับสภาพธุรกิจ เศรษฐกิจ และสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีความสามารถในการสื่อสาร การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย การบริหาร การจัดการ การวิเคราะห์ การวิจัย และความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศ เพื่อสามารถปฏิบัติงานได้ทั้งในหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคเอกชนที่ไม่มุ่งแสวงกำไร โดยมีมาตรฐานทางวิชาชีพเทียบเท่ากับภูมิภาคอื่นของโลก
- (3) มีความรอบรู้ในวิทยาการแขนงต่าง ๆ ซึ่งเอื้อต่อการประกอบวิชาชีพด้านการสื่อสาร เชิงกลยุทธ์ที่ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก และสามารถพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่อง
- (4) มีทักษะทางสังคม มีความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ทุกระดับอย่างมีประสิทธิภาพ

2. แผนพัฒนาปรับปรุง

แผนการพัฒนา/ เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
1.ปรับปรุงหลักสูตรตาม ความเปลี่ยนแปลงของ ตลาดแรงงานด้านการ สื่อสารเชิงกลยุทธ์	1.1 สร้างเครือข่ายกับหน่วยงาน ภาคเอกชนและภาครัฐ เพื่อ วิเคราะห์ความต้องการและ แนวโน้มความเปลี่ยนแปลง ของงานการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	ตัวบ่งชี้: 1. จำนวนหน่วยงานภาคเอกชน ที่เข้าร่วมเครือข่าย ไม่น้อยกว่า 5 หน่วยงาน

แผนการพัฒนา/ เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
		<p>ตัวบ่งชี้:</p> <p>2. จำนวนหน่วยงานภาครัฐที่เข้าร่วมเครือข่าย ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยงาน</p> <p>3. จำนวนครั้งในการประชุมร่วมกัน ไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง/ปี</p> <p>หลักฐาน:</p> <p>1. รายงานการประชุม</p> <p>2. บันทึกการปรึกษากับหน่วยงานภาคเอกชนและภาครัฐ</p>
	1.2 สํารวจความต้องการของธุรกิจการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	<p>ตัวบ่งชี้:</p> <p>1. จำนวนครั้งในการสำรวจ ไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง ในรอบ 5 ปี</p> <p>2. รายงานผลการสำรวจ แสดงข้อมูลอย่างน้อย 3 ประเด็นคือ</p> <ul style="list-style-type: none"> - แนวโน้มของธุรกิจการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ - คุณลักษณะของบัณฑิตที่เป็นที่ต้องการ - ความรู้และทักษะด้านการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน <p>หลักฐาน:</p> <p>รายงานผลการสำรวจ</p>
2. ปรับปรุงปัจจัยสนับสนุนการเรียนการสอน	2.1 สํารวจความต้องการของอาจารย์ผู้สอนและนักศึกษา	<p>ตัวบ่งชี้:</p> <p>1. จำนวนครั้งในการสำรวจ ไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง/ปี</p> <p>2. รายงานผลการสำรวจ แสดงข้อมูลอย่างน้อย 2 ประเด็นคือ</p>

แผนการพัฒนา/ เปลี่ยนแปลง	กลยุทธ์	หลักฐาน/ตัวบ่งชี้
		<p>1) ชนิด และลักษณะของ ปัจจัยสนับสนุนที่ต้องการ รวมทั้งเหตุผลความจำเป็น ในการจัดหา</p> <p>2) ปัญหา อุปสรรค และ ข้อเสนอแนะเพื่อการจัดการและการใช้ปัจจัยอย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>หลักฐาน: รายงานผลการสำรวจ</p>
	<p>2.2 จัดหาและจัดสรรทุนเพื่อ ปรับปรุงปัจจัยสนับสนุนการเรียนการสอนให้มี ประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นและมีความทันสมัย</p>	<p>ตัวบ่งชี้:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จำนวนเงินงบประมาณเพิ่มขึ้น จากปีที่ผ่านมา ไม่น้อยกว่า 10% 2. จำนวนกิจกรรม/โครงการ/ อุปกรณ์ ที่ปรับปรุงปัจจัยสนับสนุนการเรียนการสอน ไม่น้อยกว่า 2 รายการ/ปี <p>หลักฐาน:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จำนวนเงินงบประมาณด้านการสนับสนุนการเรียนการสอน 2. กิจกรรม/โครงการ/อุปกรณ์ ที่ปรับปรุงปัจจัยสนับสนุนการเรียนการสอน

หมวดที่ 3. ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร

1. ระบบการจัดการศึกษา

1.1 ระบบ

จัดการศึกษาเป็นแบบทวิภาค โดย 1 ปีการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ภาคการศึกษาปกติ 1 ภาคการศึกษาปกติ มีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์

1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

มีการจัดการเรียนการสอนภาคฤดูร้อน โดยภาคการศึกษาฤดูร้อนมีระยะเวลาการศึกษาไม่น้อยกว่า 8 สัปดาห์

1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

ใช้ระบบทวิภาคตามระเบียบของกระทรวงศึกษาธิการ

2. การดำเนินการหลักสูตร

2.1 วัน-เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

ภาคต้น เดือนสิงหาคม – ธันวาคม

ภาคปลาย เดือนมกราคม – พฤษภาคม

ภาคฤดูร้อน เดือนมิถุนายน – สิงหาคม

2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

2.2.1 เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย สายสามัญ (ม. 6) หรือระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) หรือเทียบเท่า หรือ

2.2.2 เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) หรือเทียบเท่า หรือระดับอนุปริญญา (3 ปี) หรือเทียบเท่า หรือ

2.2.3 เป็นผู้สำเร็จการศึกษาชั้นปริญญาตรีสาขาวิชาใดสาขาวิชาหนึ่งจากมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (วิทยาลัยการค้า) และสมัครเข้าศึกษาเพื่อรับปริญญาตรีในสาขาวิชาอื่น

2.2.4 เป็นผู้สำเร็จการศึกษาชั้นปริญญาตรีจากมหาวิทยาลัยอื่น หรือสถาบันการศึกษาชั้นสูงอื่นในประเทศหรือ ต่างประเทศ ซึ่งกระทรวงศึกษาธิการรับรองและสมัครเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีในสาขาวิชาอื่น

2.2.5 สำหรับกลุ่มวิชาเอกการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม รับเฉพาะนักศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ยสะสมในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ไม่ต่ำกว่า 2.50

2.2.6 ผู้สมัครที่มีคุณสมบัติไม่ตรงตามเกณฑ์ข้างต้นให้อยู่ในดุลยพินิจของคณะกรรมการอำนวยการสอบคัดเลือกนักศึกษาใหม่

2.3 ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า

2.3.1 นักศึกษามีพื้นฐานความสามารถด้านการสื่อสารไม่เท่ากัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งทักษะด้านการเขียน ทำให้ขาดความพร้อมที่จะพัฒนาทักษะการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่าเทียมกัน

2.3.2 นักศึกษาบางคนมีความเข้าใจคลาดเคลื่อน หรือมีทัศนคติและค่านิยมที่ไม่สอดคล้องกับลักษณะงานด้านการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

2.3.3 นักศึกษาบางคนมีบุคลิกภาพ มนุษยสัมพันธ์ และสุขภาพที่ไม่เอื้อต่อการทำงานด้านการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา / ข้อจำกัดของนักศึกษาในข้อ 2.3

2.4.1 จัดอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อให้คำปรึกษาทั้งทางวิชาการและวิชาชีพแก่นักศึกษา

2.4.2 จัดประชุมชี้แจง เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะของงานด้านการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ และคุณลักษณะของนักประชาสัมพันธ์ นักโฆษณา นักสื่อสารการตลาด หรือนักสร้างสรรค์ และออกแบบสื่อที่พึงประสงค์แก่นักศึกษา

2.5 แผนการรับนักศึกษาและผู้สำเร็จการศึกษาในระยะ 5 ปี

ระดับชั้นปี		จำนวนนักศึกษาแต่ละปีการศึกษา (คน)				
		2558	2559	2560	2561	2562
ระดับปริญญาตรี	ชั้นปีที่ 1	300	300	300	300	300
	ชั้นปีที่ 2		285	285	285	285
	ชั้นปีที่ 3			271	271	271
	ชั้นปีที่ 4				271	271
รวม		300	585	856	1127	1127
บัณฑิตที่คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา					271	271

2.6 งบประมาณตามแผน

หมวดเงิน	ปีงบประมาณ				
	2558	2559	2560	2561	2562
ก. งบดำเนินการ					
เงินเดือน	2,154,469	2,262,192	2,375,302	2,494,067	2,618,770
ค่าตอบแทน	4,057,476	4,260,349	4,473,366	4,697,034	4,931,886
ค่าใช้สอย	50,936	53,482	56,156	58,964	61,912
ค่าวัสดุ	889,315	933,781	980,470	1,029,494	1,080,968
เงินอุดหนุน	-	-	-	-	-
รายจ่ายอื่น ๆ	480,762	504,800	530,040	556,542	584,369
รวม (ก)	7,632,958	8,014,604	8,415,334	8,836,101	9,277,906
ข. งบลงทุน					
ค่าครุภัณฑ์	4,008,855	4,209,298	4,419,763	4,640,751	4,872,789
ค่าบำรุงรักษาครุภัณฑ์	463,050	486,203	510,513	536,039	56,2840
รวม (ข)	4,471,905	4,695,501	4,930,276	5,176,790	5,435,629
รวมทั้งสิ้น	12,104,863	12,710,105	13,345,610	14,012,891	14,713,535

2.6.1 ค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อปี (สูงสุด)

72,500 บาท

2.7 ระบบการศึกษา

ระบบการศึกษาเป็นแบบการเรียนในชั้นเรียน ทั้งนี้ เป็นไปตามระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ว่าด้วย การศึกษาระบบหน่วยกิตชั้นปริญญาบัณฑิต พ.ศ. 2545 (ดูภาคผนวก ก.)

2.8 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชาและการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัย (ถ้ามี)

การเทียบโอนหน่วยกิตจากหลักสูตรอื่นในสถาบันเดียวกันหรือจากต่างสถาบัน ให้เป็นไปตาม ระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยว่าด้วย การเทียบโอนหน่วยกิตในการเข้าศึกษาหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2548 (ภาคผนวก ข.) และระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ว่าด้วย การเทียบโอนความรู้ ทักษะและประสบการณ์ จากการศึกษาจากระบบและ/หรือการศึกษาตามอัธยาศัยเข้าสู่การศึกษาใน ระบบ ตามหลักสูตรระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2547 (ภาคผนวก ค.) และนักศึกษา สามารถลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัยในรายวิชาที่มีเนื้อหาวิชาที่สามารถเทียบเคียงกันได้

3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

3.1 หลักสูตร

3.1.1 จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร

135 หน่วยกิต

3.1.2 โครงสร้างหลักสูตร

(1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	30	หน่วยกิต
ก. กลุ่มวิชาภาษา	15	หน่วยกิต
ข. กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์	6	หน่วยกิต
ค. กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	3	หน่วยกิต
ง. กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	3	หน่วยกิต
จ. กลุ่มวิชาพัฒนาคุณภาพชีวิต	3	หน่วยกิต
(2) หมวดวิชาเฉพาะ	99	หน่วยกิต
ก. กลุ่มวิชาแกนนิเทศศาสตร์	45	หน่วยกิต
ข. กลุ่มวิชาแกน สาขาวิชา	9	หน่วยกิต
ค. กลุ่มวิชาเอก	30	หน่วยกิต
มี 2 แผน คือ		
<u>1.หลักสูตรปกติ</u> วิชาเอกบังคับ	24	หน่วยกิต
วิชาเอกเลือก	6	หน่วยกิต
<u>2.สหกิจศึกษา</u> วิชาเอกบังคับ	18	หน่วยกิต
วิชาเอกเลือก	6	หน่วยกิต
วิชาสหกิจศึกษา	6	หน่วยกิต
ง. กลุ่มวิชาโท	15	หน่วยกิต
(3) หมวดวิชาเลือกเสรี	6	หน่วยกิต

3.1.3 รายวิชาในแต่ละหมวดวิชาและจำนวนหน่วยกิต

3.1.3.1 รหัสวิชา

รายวิชาในหลักสูตรมีหลักเกณฑ์การเข้ารหัสวิชา โดยแทนด้วยตัวอักษร 2 ตัว และตัวเลข 3 หลัก นำหน้าทุกรายวิชาในหลักสูตร ดังต่อไปนี้

(1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

รายวิชาต่าง ๆ ในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปมีรหัสนำหน้าชื่อวิชา ซึ่งมีความหมายดังนี้
อักษรตัวแรก คือ คณะวิชา ประกอบด้วย

B หมายถึง คณะบริหารธุรกิจและบริการ ได้แก่ กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์

H หมายถึง คณะมนุษยศาสตร์จัดบริการ ได้แก่ กลุ่มวิชาภาษา กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ และกลุ่มวิชาพัฒนาคุณภาพชีวิต

S หมายถึง คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีจัดบริการ ได้แก่ กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์

อักษรตัวที่สอง คือ G หมายถึง หมวดวิชาศึกษาทั่วไป

เลขหลักร้อย คือ 0 หมายถึง รายวิชาศึกษาทั่วไป
เลขหลักสิบและหลักหน่วย หมายถึง ลำดับวิชาตั้งแต่ 01 – 99

(2) หมวดวิชาเฉพาะ

หมวดวิชาเฉพาะประกอบด้วยรายวิชาในกลุ่มวิชาแกนนิเทศศาสตร์ กลุ่มวิชาเอก และกลุ่มวิชาโท จะมีรหัสนำหน้าชื่อวิชา ซึ่งมีความหมาย ดังนี้

ก. กลุ่มวิชาแกนนิเทศศาสตร์

อักษรตัวแรกและตัวที่สอง คือ คณะวิชาที่สอน และคณะที่ให้บริการสอน ประกอบด้วย

CA หมายถึง คณะนิเทศศาสตร์

เลขหลักร้อย คือ ชั้นปีที่ ประกอบด้วย

เลข 1 หมายถึง จัดสอนในชั้นปีที่ 1

เลข 2 หมายถึง จัดสอนในชั้นปีที่ 2

เลข 3 หมายถึง จัดสอนในชั้นปีที่ 3

เลข 4 หมายถึง จัดสอนในชั้นปีที่ 4

เลขหลักสิบและหลักหน่วย หมายถึง ลำดับวิชาตั้งแต่ 01 - 99

BA หมายถึง คณะบริหารธุรกิจ

EC หมายถึง คณะเศรษฐศาสตร์

LW หมายถึง คณะนิติศาสตร์

เลขหลักร้อย คือ 9 หมายถึง วิชาที่ให้บริการ

เลขหลักสิบ คือ 6 หมายถึง คณะนิเทศศาสตร์ เป็นคณะที่รับบริการ

และหลักหน่วย หมายถึง ลำดับวิชาตั้งแต่ 1 – 9

ข. กลุ่มวิชาเอก ประกอบด้วย

(1) วิชาแกนสาขาวิชา

อักษรแรกและตัวที่สอง คือ CS หมายถึง คณะนิเทศศาสตร์

สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

เลขหลักร้อย คือ 0 หมายถึง วิชาแกนสาขาวิชา

เลขหลักสิบและหลักหน่วย หมายถึง ลำดับวิชา ตั้งแต่ 01-99

(2) วิชาเอกการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์

อักษรแรกและตัวที่สอง คือ CS หมายถึง คณะนิเทศศาสตร์

สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

เลขหลักร้อย คือ 1 หมายถึง กลุ่มวิชาเอกการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์

เลขหลักสิบและหลักหน่วย ประกอบด้วย

01-30 หมายถึง ลำดับวิชาบังคับ ตั้งแต่ 01-30

31-40 หมายถึง ลำดับวิชาเลือก ตั้งแต่ 31-99

(3) วิชาเอกการโฆษณา

อักษรแรกและตัวที่สอง คือ CS หมายถึง คณะนิเทศศาสตร์

สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

เลขหลักร้อย คือ 2 หมายถึง กลุ่มวิชาเอกการโฆษณา

เลขหลักสิบและหลักหน่วย ประกอบด้วย

01-30 หมายถึง ลำดับวิชาบังคับ ตั้งแต่ 01-30

31-40 หมายถึง ลำดับวิชาเลือก ตั้งแต่ 31-99

(4) วิชาเอกการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม

อักษรแรกและตัวที่สอง คือ CS หมายถึง คณะนิเทศศาสตร์

สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

เลขหลักร้อย คือ 3 หมายถึง กลุ่มวิชาเอกการสื่อสารการตลาด

ข้ามวัฒนธรรม

เลขหลักสิบและหลักหน่วย ประกอบด้วย

01-30 หมายถึง ลำดับวิชาบังคับ ตั้งแต่ 01-30

31-40 หมายถึง ลำดับวิชาเลือก ตั้งแต่ 31-99

(5) วิชาเอกการสร้างสรรค์และออกแบบสื่อ

อักษรแรกและตัวที่สอง คือ CS หมายถึง คณะนิเทศศาสตร์

สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

เลขหลักร้อย คือ 4 หมายถึง กลุ่มวิชาเอกการสร้างสรรค์และออกแบบสื่อ

เลขหลักสิบและหลักหน่วย ประกอบด้วย

01-30 หมายถึง ลำดับวิชาบังคับ ตั้งแต่ 01-30

31-40 หมายถึง ลำดับวิชาเลือก ตั้งแต่ 31-99

ค. กลุ่มวิชาโท ต่างคณะ

อักษรตัวแรก คือ คณะวิชา ประกอบด้วย

B หมายถึง คณะบริหารธุรกิจ

A หมายถึง คณะบัญชี

E หมายถึง คณะเศรษฐศาสตร์

H หมายถึง คณะมนุษยศาสตร์

S หมายถึง คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

C หมายถึง คณะนิเทศศาสตร์

N หมายถึง คณะวิศวกรรมศาสตร์

L หมายถึง คณะนิติศาสตร์

อักษรตัวที่สอง คือ X หมายถึง รายวิชาโท

เลขหลักร้อย หลักสิบ และหลักหน่วย หมายถึง ลำดับวิชาตั้งแต่ 001 - 999

(3) หมวดวิชาเลือกเสรี

อักษรแรกและตัวที่สอง คือ CA หมายถึง คณะนิเทศศาสตร์

เลขหลักร้อย คือ 0 หมายถึง รายวิชาเลือกเสรี

เลขหลักสิบและหลักหน่วย หมายถึง ลำดับวิชาตั้งแต่ 01 – 99

3.1.3 รายวิชาในแต่ละหมวดวิชาและจำนวนหน่วยกิต

3.1.3.2 รายวิชา

(1) **หมวดวิชาศึกษาทั่วไป** มี 5 กลุ่มวิชา จำนวนรวม 30 หน่วยกิต ประกอบด้วย

ก. **กลุ่มวิชาภาษา** จำนวน 5 วิชา รวม 15 หน่วยกิต

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
HG008	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร (Thai Language for Communication)	3 (3-0-6)	-
HG009	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 1 (English for Communication 1)	3 (3-0-6)	-
HG010	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 2 (English for Communication 2)	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน HG009 หรือ คะแนน TOEIC 250 หรือ เทียบเท่า
รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
HG011	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 3 (English for Communication 3)	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน HG010 หรือ คะแนน TOEIC 350 หรือ เทียบเท่า
HG012	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 4 (English for Communication 4)	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน HG011 หรือ คะแนน TOEIC 450 หรือ เทียบเท่า

หมายเหตุ สำหรับกลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ นักศึกษาสามารถยื่นผลคะแนนสอบ TOEIC หรือเทียบเท่าตามที่ระบุไว้ในคำอธิบายรายวิชา เพื่อขอยกเว้นรายวิชาภาษาอังกฤษได้ โดยต้องยื่นผลคะแนนสอบ TOEIC ให้เสร็จสิ้นภายใน ภาคเรียนที่ 2 ของปีการศึกษาที่ 2 ที่นักศึกษาเข้าศึกษา ในกรณีที่ยื่นผลคะแนน TOEIC 550 หรือมากกว่า นักศึกษาสามารถได้รับการยกเว้นวิชาภาษาอังกฤษ

ได้ทุกรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป และต้องลงทะเบียนเรียนรายวิชาอื่น ๆ ที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยฯ (ยกเว้นรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป) ทดแทนให้ครบ/ไม่น้อยกว่าจำนวนหน่วยกิตที่ได้รับการยกเว้น เพื่อให้มีจำนวนหน่วยกิตครบตามที่หลักสูตรกำหนด

ข. กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ จำนวน 2 วิชา รวม 6 หน่วยกิต

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
SG004	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ (Modern Science and Technology)	3 (3-0-6)	-
SG005	คณิตศาสตร์และสถิติสำหรับ ชีวิตประจำวัน (Mathematics and Statistics for Daily Life)	3 (3-0-6)	-
SG006	การรู้ทางดิจิทัล (Digital Literacy)	3 (3-0-6)	-

ค. กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ จำนวน 1 วิชา รวม 3 หน่วยกิต

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
BG002	ธุรกิจสมัยใหม่ (Modern Business)	3 (3-0-6)	-

ง. กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์ จำนวน 1 วิชา รวม 3 หน่วยกิต

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
HG022	การบริหารตนเอง (Self-Management)	3 (3-0-6)	-

จ. กลุ่มวิชาพัฒนาคุณภาพชีวิต จำนวน 1 วิชา รวม 3 หน่วยกิต

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
HG032	ทักษะการดำรงชีวิตในสังคมโลก	3 (3-0-6)	-

(Global Life Skills)

(2) หมวดวิชาเฉพาะ

หมวดวิชาเฉพาะมี 3 กลุ่มวิชา จำนวนรวม 99 หน่วยกิต ประกอบด้วย

ก.กลุ่มวิชาแกนนิเทศศาสตร์ จำนวน 45 หน่วยกิต

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
BA961	หลักการตลาด (Principles of Marketing)	3 (3-0-6)	-
EC961	เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น (Introduction to Economics)	3 (3-0-6)	-
LW961	กฎหมาย การเมือง และการปกครองของ ไทย (Thai Laws, Politics and Government)	3 (3-0-6)	-
CA106	หลักนิเทศศาสตร์ (Principles of Communication)	3 (3-0-6)	-
CA107	พื้นฐานการสื่อสารมวลชน (Fundamentals of Mass Communication)	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน CA106 หลัก นิเทศศาสตร์
CA108	พื้นฐานการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ (Fundamentals of Strategic Communication)	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน CA106 หลัก นิเทศศาสตร์
CA109	พัฒนาทักษะการอ่าน (Reading Skill Development)	3 (3-0-6)	-
รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
CA110	พัฒนาทักษะการเขียน (Writing Skill Development)	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน HG008 ภาษาไทยเพื่อการ สื่อสาร
CA202	วาทนิเทศ (Speech Communication)	3 (3-0-6)	-
CA205	ศิลปะการสื่อสารผ่านภาพและเสียง (Audio and Visual Arts for	3 (2-2-5)	-

	Communication)		
CA206	หลักการสื่อข่าวและเขียนข่าว (News Reporting and Writing)	3 (3-0-6)	-
CA303	ภาษาอังกฤษสำหรับงานนิเทศศาสตร์ (English for Communication Arts)	3 (3-0-6)	สอบผ่าน HG012 ภาษาอังกฤษเพื่อการ สื่อสาร 4
CA304	การวิจัยเบื้องต้นทางนิเทศศาสตร์ (Introduction to Communication Research)	3 (3-0-6)	-
CA305	การจัดการสารสนเทศเพื่องานนิเทศ ศาสตร์ (Information Management for Communication)	3 (2-2-5)	-
CA306	กฎหมายและจริยธรรมนิเทศศาสตร์ (Law and Ethics for Communication)	3 (3-0-6)	-

ข. กลุ่มวิชาแกนสาขาวิชา จำนวน 9 หน่วยกิต

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
CS 001	ความคิดสร้างสรรค์เพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ (Creativity for Strategic Communication)	3 (3-0-6)	-
CS 002	เครื่องมือเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ (Tools for Strategic Communication)	3 (3-0-6)	-
CS 003	การวิจัยเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ (Research for Strategic Communication)	3 (3-0-6)	สอบผ่าน CA304 การ วิจัยเบื้องต้นทางนิเทศ ศาสตร์

ค. กลุ่มวิชาเอก จำนวน 30 หน่วยกิต

ให้นักศึกษาเลือกเรียนวิชาเอกกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งจำนวน 30 หน่วยกิต จากกลุ่มวิชาเอก

ต่อไปนี้ คือ

(1) วิชาเอกการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์

วิชาเอกบังคับ

จำนวน 24 หน่วยกิต

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
CS 101	การสื่อสารองค์กร	3 (3-0-6)	-

	(Corporate Communication)		
CS 102	การประชาสัมพันธ์การตลาด (Marketing Public Relations)	3 (3-0-6)	-
CS 103	การออกแบบสารและการเขียนเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ 1 (Message Design and Writing for Public Relations I)	3 (3-0-6)	-
CS 104	การออกแบบสารและการเขียนเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ 2 (Message Design and Writing for Public Relations II)	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน CS 103 การ ออกแบบสารและการ เขียนเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ 1
CS 105	การออกแบบและผลิตสื่อเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ (Media Design and Production for Public Relations)	3 (2-2-5)	ศึกษาก่อน CS 002 เครื่องมือเพื่อการสื่อสาร เชิงกลยุทธ์
CS 106	การวางแผนและบริหารงานประชาสัมพันธ์ เชิงกลยุทธ์ (Planning and Management for Strategic Public Relations)	3 (3-0-6)	-
CS 107	สัมมนาการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ (Seminar on Strategic Public Relations)	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน CS 101 การสื่อสารองค์กร
CS 108	ประสบการณ์วิชาชีพทางการ ประชาสัมพันธ์ (Public Relations Practicum)	3 (0-6-3)	สอบผ่าน รายวิชาใน หลักสูตรจำนวนไม่น้อย กว่า 120 หน่วยกิต และ ตามเกณฑ์ที่สาขาวิชา กำหนด
รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน
			(บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด້วยตนเอง)
หรือ			
CS 109	โครงการด้านการประชาสัมพันธ์ (Public Relations Project)	3 (1-0-8)	สอบผ่าน รายวิชาใน หลักสูตรจำนวนไม่น้อย กว่า 120 หน่วยกิต และ

หรือ			ตามเกณฑ์ที่สาขาวิชา กำหนด
CS 110	สหกิจศึกษา (Co-operative Education)	6 (0-40-20)	สอบผ่าน รายวิชาใน หลักสูตรจำนวนไม่น้อย กว่า 120 หน่วยกิต และ ตามเกณฑ์ที่สาขาวิชา กำหนด

วิชาเอกเลือก 6 หน่วยกิต

นักศึกษาสามารถเลือกเรียนรายวิชาเอกเลือกของกลุ่มวิชาเอกการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ กลุ่มวิชาเอกการโฆษณา กลุ่มวิชาเอกการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม หรือกลุ่มวิชาเอกการสร้างสรรค์และออกแบบสื่อได้

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)
CS 131	การประชาสัมพันธ์ธุรกิจบันเทิงและการ ท่องเที่ยว (Public Relations for Entertainment and Tourism Businesses)	3 (3-0-6)	-
CS 132	การประชาสัมพันธ์ธุรกิจการเงิน (Public Relations for Financial Businesses)	3 (3-0-6)	-
CS 133	เทคนิคการพูดและนำเสนองานเพื่อ การประชาสัมพันธ์ (Speaking and Presentation Techniques for Public Relations)	3 (3-0-6)	-
รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)
CS 134	การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการสื่อสาร เชิงกลยุทธ์	3 (3-0-6)	-

	(Special Events for Strategic Communication)		
CS 135	กลยุทธ์สื่อใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์ (New Media Strategy for Public Relations)	3 (2-2-5)	-
CS 136	ชุมชนสัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อสังคม (Community Relations and Social Responsibility)	3 (3-0-6)	-
CS 137	การบริหารความสัมพันธ์ (Relationship Management)	3 (3-0-6)	-
CS 138	การสื่อสารเพื่อการพัฒนา (Communication for Development)	3 (3-0-6)	-
CS 139	การประชาสัมพันธ์ระดับสากล (Global Public Relations)	3 (3-0-6)	-
CS 140	การสื่อสารรณรงค์ (Communication Campaign)	3 (3-0-6)	-
CS 141	การพูดภาษาอังกฤษเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Speaking English for Public Relations)	3 (3-0-6)	สอบผ่าน CA303 ภาษาอังกฤษสำหรับงาน นิเทศศาสตร์
CS 142	การเขียนภาษาอังกฤษเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Writing English for Public Relations)	3 (3-0-6)	สอบผ่าน CA303 ภาษาอังกฤษสำหรับงาน นิเทศศาสตร์
CS 143	การศึกษาเฉพาะบุคคล (Individual Study)	3 (1-0-8)	-
CS 144	หัวข้อพิเศษทางการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ (Special Topic in Strategic Public Relations)	3 (3-0-6)	-

(2) วิชาเอกการโฆษณา

วิชาเอกบังคับ

จำนวน 24 หน่วยกิต

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)
CS 201	การโฆษณากับพฤติกรรมผู้บริโภค (Advertising and Consumer Behavior)	3 (3-0-6)	-
CS 202	การสื่อสารการตลาด (Marketing Communication)	3 (3-0-6)	-
CS 203	การสร้างสรรค์และเขียนบทโฆษณา (Creative and Copywriting)	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน CS001 ความคิดสร้างสรรค์เพื่อการสื่อสาร เชิงกลยุทธ์
CS 204	การผลิตงานโฆษณา (Advertising Production)	3 (2-2-5)	-
CS 205	การวางแผนช่องทางการโฆษณา (Advertising Channel Planning)	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน CS002 เครื่องมือเพื่อการสื่อสาร เชิงกลยุทธ์
CS 206	การรณรงค์ทางการโฆษณา (Advertising Campaign)	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน CS202 การ สื่อสารการตลาด
CS 207	สัมมนาการโฆษณา (Seminar on Advertising)	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน CS202 การ สื่อสารการตลาด
CS 208	ประสบการณ์วิชาชีพทางการโฆษณา (Advertising Practicum)	3 (0-6-3)	สอบผ่าน รายวิชาใน หลักสูตรจำนวนไม่น้อย กว่า 120 หน่วยกิต และ ตามเกณฑ์ที่สาขาวิชา กำหนด
หรือ			
CS 209	โครงการด้านการโฆษณา (Advertising Project)	3 (1-0-8)	สอบผ่าน รายวิชาใน หลักสูตรจำนวนไม่น้อย กว่า 120 หน่วยกิต และ ตามเกณฑ์ที่สาขาวิชา กำหนด

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)
----------	---------	----------	---

หรือ

CS 210	สหกิจศึกษา (Co-operative Education)	6 (0-40-20)	สอบผ่าน รายวิชาใน หลักสูตรจำนวนไม่น้อย -กว่า 120 หน่วยกิต และ ตามเกณฑ์ที่สาขาวิชา กำหนด
--------	--	-------------	---

วิชาเอกเลือก 6 หน่วยกิต

นักศึกษาสามารถเลือกเรียนรายวิชาเอกเลือกของกลุ่มวิชาเอกการโฆษณา กลุ่มวิชาเอกการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ กลุ่มวิชาเอกการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม หรือกลุ่มวิชาเอกการสร้างสรรค์และออกแบบสื่อได้

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)
CS 231	การโฆษณากับสังคม (Advertising and Society)	3 (3-0-6)	-
CS 232	เทคนิคการนำเสนอผลงานโฆษณา (Advertising Presentation Techniques)	3 (3-0-6)	-
CS 233	ทฤษฎีการจูงใจเพื่องานโฆษณา (Persuasive Theory for Advertising)	3 (3-0-6)	-
CS 234	กลยุทธ์การโฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่ (Advertising Strategy in New Media)	3 (3-0-6)	-
CS 235	การออกแบบโฆษณา (Advertising Design)	3 (2-2-5)	-
CS 236	การถ่ายภาพเพื่องานโฆษณา (Advertising Photography)	3 (2-2-5)	-
CS 237	คอมพิวเตอร์กราฟิกเพื่องานโฆษณา (Computer Graphics for Advertising)	3 (2-2-5)	-
CS 238	การจัดการโฆษณา (Advertising Management)	3 (3-0-6)	-

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด້วยตนเอง)
CS 239	การกำกับศิลป์เพื่องานโฆษณา (Advertising Art Direction)	3 (2-2-5)	ศึกษาก่อน CS 235 ศิลปะการออกแบบ โฆษณา
CS 240	การศึกษาเฉพาะบุคคล (Individual Study)	3 (1-0-8)	-
CS 241	หัวข้อพิเศษทางการโฆษณา (Special Topic in Advertising)	3 (3-0-6)	-

(3) วิชาเอกการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม
วิชาเอกบังคับ จำนวน 24 หน่วยกิต

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด້วยตนเอง)
CS 301	หลักการสื่อสารการตลาด (Principles of Marketing Communication)	3 (3-0-6))	-
CS 302	จิตวิทยาผู้บริโภคหลากหลายวัฒนธรรม (Multicultural Consumer Psychology)	3 (3-0-6)	-
CS 303	เครื่องมือสื่อสารการตลาดเชิงกลยุทธ์ (Strategic Marketing Communication Tools)	3 (2-2-5)	ศึกษาก่อน CS301 หลักการสื่อสาร การตลาด
CS 304	สื่อดิจิทัลเพื่อการสื่อสารการตลาดข้าม วัฒนธรรม (Digital Media for Cross-Cultural Marketing Communication)	3 (2-2-5)	ศึกษาก่อน CS301 หลักการสื่อสาร การตลาด
CS 305	การสร้างแบรนด์ข้ามวัฒนธรรม (Cross-Cultural Branding)	3 (3-0-6)	-

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
CS 306	การรณรงค์ทางการสื่อสารการตลาด ข้ามวัฒนธรรม (Cross-Cultural Marketing Communication Campaign)	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน CS303 เครื่องมือสื่อสาร การตลาดเชิงกลยุทธ์
CS 307	สัมมนาการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม (Seminar on Cross-Cultural Marketing Communication)	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน CS301 หลักการสื่อสาร การตลาด
CS 308	ประสบการณ์วิชาชีพทางการสื่อสาร การตลาด(Marketing Communication Practicum)	3 (0-6-3)	สอบผ่าน รายวิชาใน หลักสูตรจำนวนไม่น้อย กว่า 120 หน่วยกิต และ ตามเกณฑ์ที่สาขาวิชา กำหนด
หรือ			
CS 309	โครงการด้านการสื่อสารการตลาด ข้ามวัฒนธรรม (Cross-Cultural Marketing Communication Project)	3 (1-0-8)	สอบผ่าน รายวิชาใน หลักสูตรจำนวนไม่น้อย กว่า 120 หน่วยกิต และ ตามเกณฑ์ที่สาขาวิชา กำหนด
หรือ			
CS 310	สหกิจศึกษา (Co-operative Education)	6 (0-40-20)	สอบผ่าน รายวิชาใน หลักสูตรจำนวนไม่น้อย กว่า 120 หน่วยกิต และ ตามเกณฑ์ที่สาขาวิชา กำหนด

วิชาเอกเลือก 6 หน่วยกิต

นักศึกษาสามารถเลือกเรียนรายวิชาเอกเลือกของกลุ่มวิชาเอกการสื่อสารการตลาด ข้ามวัฒนธรรม กลุ่มวิชาเอกการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ กลุ่มวิชาเอกการโฆษณา หรือกลุ่มวิชาเอกการสร้างสรรค์และออกแบบสื่อได้

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)
CS 331	การสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม เพื่อการท่องเที่ยว (Cross-Cultural Marketing Communication for Tourism)	3 (3-0-6)	-
CS 332	การสื่อสารการตลาดสำหรับ ธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ (Marketing Communication for Multinational Retail Business)	3 (3-0-6)	-
CS 333	การสื่อสารการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Marketing Communication for Small and Medium Enterprises)	3 (3-0-6)	-
CS 334	การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing Communication)	3 (2-2-5)	-
CS 335	ไมซ์เพื่อการสื่อสารการตลาดข้าม วัฒนธรรม (MICE for Cross-Cultural Marketing Communication)	3 (3-0-6)	-
CS 336	การออกแบบสารเพื่อการสื่อสารการตลาด (Message Design for Marketing Communication)	3 (3-0-6)	-
CS 337	ภาษาอังกฤษเพื่องานสื่อสารการตลาด (English for Marketing Communication)	3 (3-0-6)	สอบผ่าน CA303 ภาษาอังกฤษสำหรับงาน นิเทศศาสตร์
CS 338	การจัดการธุรกิจการสื่อสารการตลาด ข้ามวัฒนธรรม (Business Management for Cross- Cultural Marketing Communication)	3 (3-0-6)	-
CS 339	การศึกษาเฉพาะบุคคล (Individual Study)	3 (3-0-6)	-

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน
		(บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)	
CS 340	หัวข้อพิเศษทางการสื่อสารการตลาด (Special Topic in Marketing Communication)	3 (3-0-6)	-

(4) วิชาเอกการสร้างสรรค์และออกแบบสื่อ

วิชาเอกบังคับ จำนวน 24 หน่วยกิต

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน
		(บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)	
CS 401	พื้นฐานการออกแบบ (Fundamental of Design)	3 (2-2-5)	-
CS 402	ทัศนศิลป์เพื่อการสื่อสาร (Visual Art for Communication)	3 (2-2-5)	-
CS 403	เครื่องมือเพื่อการออกแบบสื่อและการสื่อสาร (Tools for Media and Communication Design)	3 (2-2-5)	ศึกษาก่อน CS 401 พื้นฐานการออกแบบ
CS 404	การจัดการแบรนด์และการออกแบบสื่อ (Brand Management and Media Design)	3 (3-0-6)	-
CS 405	การสร้างสรรค์และออกแบบเชิงธุรกิจ (Creativity and Design for Business)	3 (3-0-6)	-
CS 406	โครงการด้านการออกแบบสื่อ 1 (Media Design Project 1)	3 (1-0-8)	ศึกษาก่อน CS 401 พื้นฐานการออกแบบ CS 402 ทัศนศิลป์เพื่อการสื่อสาร

CS 407	สัมมนากลยุทธ์แบรนด์และการออกแบบสื่อ (Seminar on Brand Strategy and Media Design)	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน CS 404 การจัดการแบรนด์และการออกแบบสื่อ
รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน
CS 408	ประสบการณ์วิชาชีพทางการสร้างสรรค์และออกแบบสื่อ (Creativity and Media Design Practicum)	3 (0-6-3)	สอบผ่าน รายวิชาในหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิตและตามเกณฑ์ที่สาขาวิชากำหนด
หรือ			
CS 409	โครงการด้านการออกแบบสื่อ 2 (Media Design Project 2)	3 (1-0-8)	สอบผ่าน รายวิชาในหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิตและตามเกณฑ์ที่สาขาวิชากำหนด
หรือ			
CS 410	สหกิจศึกษา (Co-operation Education)	6 (0-40-20)	สอบผ่าน รายวิชาในหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิตและตามเกณฑ์ที่สาขาวิชากำหนด

วิชาเอกเลือก 6 หน่วยกิต

นักศึกษาสามารถเลือกเรียนรายวิชาเอกเลือกของกลุ่มวิชาเอกการสร้างสรรค์และออกแบบสื่อ กลุ่มวิชาเอกการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ กลุ่มวิชาเอกการโฆษณา หรือกลุ่มวิชาเอกการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรมได้

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน
CS 431	สุนทรียภาพทางศิลปะและการออกแบบ (Art and Design Appreciation)	3 (3-0-6)	-

CS 432	การออกแบบสื่ออินเทอร์แอกทีฟ (Interactive Media Design)	3 (2-2-5)	-
CS 433	การออกแบบภาพประกอบสื่อ (Visual Design for Media)	3 (2-2-5)	-
รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน
		(บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษด้วยตนเอง)	
CS 434	การสร้างภาพดิจิทัล (Digital Imaging)	3 (2-2-5)	-
CS 435	การออกแบบกราฟิกเพื่อองค์กรและ ผลิตภัณฑ์ (Graphic Design for Corporate and Product)	3 (2-2-5)	-
CS 436	การออกแบบเพื่อกิจกรรมพิเศษและ นิทรรศการ (Design for Special Event and Exhibition)	3 (2-2-5)	-
CS 437	การจัดการธุรกิจการออกแบบสื่อ (Communication Design Management)	3 (3-0-6)	

ง. กลุ่มวิชาโท 15 หน่วยกิต

▪ วิชาโทต่างคณะที่นักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ต้องเลือกเรียน

นักศึกษากลุ่มวิชาเอกการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์และกลุ่มวิชาเอกการโฆษณาสามารถเลือกเรียนกลุ่มวิชาโทกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งที่คณะวิชาอื่น ๆ ในมหาวิทยาลัยเปิดให้เรียนเป็นวิชาโท ในกรณีที่นักศึกษาไม่เลือกเรียนวิชาโทคณะใดคณะหนึ่งโดยเฉพาะ ให้เลือกเรียนวิชานอกคณะ โดยเลือกจากรายวิชาในกลุ่มวิชาโทที่กำหนดไว้ในหลักสูตร ไม่ต่ำกว่า 15 หน่วยกิต

สำหรับนักศึกษากลุ่มวิชาเอกการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม ต้องเลือกเรียนกลุ่มวิชาโทภาษาต่างประเทศกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งในคณะวิชาต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ในกรณีที่นักศึกษาไม่เลือกเรียนวิชาโทภาษาต่างประเทศกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ ให้เลือกเรียนวิชาภาษาต่างประเทศจากรายวิชาในกลุ่มวิชาโทภาษาต่างประเทศใด ๆ ที่กำหนดไว้ในหลักสูตร ไม่ต่ำกว่า 15 หน่วยกิต

กลุ่มวิชาโทที่คณะวิชาอื่น ๆ เปิดให้เลือกเรียน มีดังนี้

วิชาโทคณะบริหารธุรกิจ			
วิชาโทสาขาวิชาบริหารธุรกิจ			
รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน
		(บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	
วิชาโทบังคับ 15 หน่วยกิต			
BX001	หลักการจัดการ (Principles of Management) เทียบเท่า BA921 องค์การและการจัดการ (คณะบัญชี)	3 (3-0-6)	-
BX003	การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์การ	3 (3-0-6)	-
รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน
		(บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	
	(Human Resource Management in Organizations)		
BX004	การเงินธุรกิจเบื้องต้น (Introduction to Business Finance) เทียบเท่า BA923 การเงินธุรกิจ (คณะบัญชี) EC204 การเงินธุรกิจสำหรับนัก เศรษฐศาสตร์ (คณะเศรษฐศาสตร์)	3 (3-0-6)	-
รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน
		(บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	
BX005	การจัดการการปฏิบัติการ (Operations Management) เทียบเท่า BA924 การจัดการการปฏิบัติการ (คณะบัญชี)	3 (3-0-6)	-
BX012	การบริหารการตลาด (Marketing Management)	3 (3-0-6)	-

วิชาโทเลือก

ในกรณีที่นักศึกษาเคยศึกษาวิชาใดหรือวิชาที่เทียบเท่าในกลุ่มวิชาโทบังคับมาก่อน ให้นักศึกษาเลือกเรียนวิชาดังต่อไปนี้ทดแทนให้ครบ 15 หน่วยกิต

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
BX006	การจัดการธุรกิจข้ามชาติ (Multinational Business Management)	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน BX001 หรือ BA921 หรือเทียบเท่า
BX007	การบริหารการเงิน (Financial Management)	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน BX004 หรือ BA205 หรือ BA923 หรือ EC204 หรือเทียบเท่า
รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
BX009	การส่งเสริมการตลาดและการสื่อสาร การตลาด (Promotion and Marketing Communication) เทียบเท่า BK304 การสื่อสารการตลาดแบบ บูรณาการ (คณะบริหารธุรกิจ) BX304 การสื่อสารการตลาดแบบ บูรณาการ (คณะบริหารธุรกิจ)	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน BX012 หรือ BA201 หรือ BA922 หรือเทียบเท่า
BX010	การสรรหาและการคัดเลือกทรัพยากร มนุษย์ (Human Resource Recruitment and Selection) เทียบเท่า BH303 การสรรหาและการคัดเลือก ทรัพยากรมนุษย์ (คณะบริหารธุรกิจ)	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน BH302 หรือ BX003 หรือเทียบเท่า
BX011	การเจรจาต่อรอง (Negotiation)	3 (3-0-6)	

เทียบเท่า BM305 การเจรจาต่อรอง (คณะ

บริหารธุรกิจ)

BX503 การเจรจาต่อรอง

(คณะ บริหารธุรกิจ)

วิชาโทคณะบัญชี

วิชาโทสาขาวิชาการบัญชี

รหัสวิชา รายวิชา

หน่วยกิต
เงื่อนไขก่อนเรียน
(บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)

วิชาโทบังคับ 12 หน่วยกิต

AX001	การบัญชีเบื้องต้น (Introduction to Accounting) เทียบเท่า AC911 หลักการบัญชี 1 หรือ AC914 หลักการบัญชี หรือ AC931 บัญชีสำหรับนัก เศรษฐศาสตร์ หรือ AC951 หลักการบัญชีเบื้องต้น	3 (2-2-5)	-
AX002	การบัญชีขั้นกลาง 1 (Intermediate Accounting 1)	3 (2-2-5)	สอบผ่าน AX001 หรือ AC911 หรือ AC914 หรือ AC931 หรือ AC951
AX003	การบัญชีขั้นกลาง 2 (Intermediate Accounting 2)	3 (2-2-5)	สอบผ่าน AX001 หรือ AC911 หรือ AC914 หรือ AC931 หรือ AC951
AX004	การบัญชีต้นทุน (Cost Accounting)	3 (2-2-5)	สอบผ่าน AX001 หรือ AC911 หรือ AC914 หรือ AC931 หรือ AC951

วิชาโทเลือก

สำหรับนักศึกษาซึ่งเรียนรายวิชาในหมวดวิชาเฉพาะในหลักสูตรของคณะซึ่งเทียบเท่ากับวิชาโท บังคับ ให้เลือกเรียนในกลุ่มวิชาโทเลือกเพิ่มเติมเพื่อให้ครบ 5 รายวิชา 15 หน่วยกิต

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษด้วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
AX005	การบัญชีบริหาร (Managerial Accounting)	3 (2-2-5)	สอบผ่าน AX004
AX006	การภาษีอากร 1 (Taxation 1)	3 (3-0-6)	-
AX007	ระบบสารสนเทศเบื้องต้น (Introduction to Information Systems)	3 (3-0-6)	-
AX008	การบัญชีภาษีอากร (Tax Accounting)	3 (3-0-6)	สอบผ่าน AX002 และ AX006
AX009	การบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management Accounting)	3 (3-0-6)	สอบผ่าน AX005
AX010	รายงานทางการเงินและการวิเคราะห์ (Financial Reporting and Analysis)	3 (3-0-6)	สอบผ่าน AX002 และ AX003

วิชาโทคณะเศรษฐศาสตร์

วิชาโทสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ นักศึกษาเลือกเรียน 5 รายวิชา 15 หน่วยกิต ภายใต้เงื่อนไขดังนี้

- 1) นักศึกษาคณะอื่นที่เคยเรียนวิชา เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น หรือ หลักเศรษฐศาสตร์ 1 คู่กับหลักเศรษฐศาสตร์ 2 หรือวิชาที่เทียบเท่า ให้เลือกเรียน 5 วิชา จาก 7 วิชา คือ EX001 ถึง EX007
- 2) นักศึกษาคณะอื่นที่ไม่เคยเรียนวิชา เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น หรือ หลักเศรษฐศาสตร์ 1 คู่กับหลักเศรษฐศาสตร์ 2 หรือวิชาที่เทียบเท่า บังคับให้เรียนวิชา EX008 เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น 1 วิชา และเลือกวิชาอื่นอีก 4 วิชา จาก 7 วิชา ที่เหลือ

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษด้วยตนเอง)
EX001	เศรษฐศาสตร์ในชีวิตประจำวัน (Economics in Daily Life)	3 (3-0-6)	-
EX002	การศึกษาเศรษฐกิจไทย (Thai Economy Studies)	3 (3-0-6)	-
EX003	การศึกษาเศรษฐกิจระหว่างประเทศ (International Economy Studies)	3 (3-0-6)	-
EX004	ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและการประยุกต์ (Philosophy of Sufficiency Economy and Applications)	3 (3-0-6)	-
EX005	เศรษฐศาสตร์สิ่งแวดล้อมเบื้องต้น (Introduction to Environmental Economics)	3 (3-0-6)	-
EX006	เศรษฐศาสตร์การเงินเบื้องต้น (Introduction to Monetary Economics)	3 (3-0-6)	-
EX007	ธุรกิจและนโยบายสาธารณะ (Business and Public Policy)	3 (3-0-6)	-
EX008	เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น (Introduction to Economics)	3 (3-0-6)	-

วิชาโทคณะมนุษยศาสตร์

วิชาโทสาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษด้วยตนเอง)
HX001	การสื่อสารธุรกิจ 1 (Business Communication 1)	3 (2-2-5)	-
HX002	การสนทนาภาษาอังกฤษธุรกิจ (Business English Conversation)	3 (1-4-4)	-
HX003	เทคนิคการอภิปราย (Discussion Techniques)	3 (2-2-5)	สอบผ่าน HX002
HX004	การสื่อสารธุรกิจ 2 (Business Communication 2)	3 (2-2-5)	สอบผ่าน HX001

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน
		(บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	
HX005	การเขียนทางธุรกิจ (Writing for Business)	3 (2-2-5)	สอบผ่าน HX004
วิชาโทสาขาวิชาภาษาอังกฤษและการแปล			
รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน
		(บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	
HX101	การเขียนภาษาอังกฤษ (English Writing)	3 (1-4-4)	-
HX102	การแปลอังกฤษ-ไทยเบื้องต้น (Introduction to English-Thai Translation)	3 (1-4-4)	-
HX103	การแปลไทย-อังกฤษเบื้องต้น (Introduction to Thai-English Translation)	3 (1-4-4)	-
HX104	การแปลข่าวและสารคดี 1 (News and Documentary Translation 1)	3 (1-4-4)	ศึกษาก่อน HX102
HX105	การแปลเพื่อธุรกิจและการประชาสัมพันธ์ 1 (Business and Public Relations Translation 1)	3 (1-4-4)	ศึกษาก่อน HX102
วิชาโทสาขาวิชาภาษาญี่ปุ่น			
รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน
		(บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)	
HX201	ภาษาญี่ปุ่น 1 (Japanese 1)	3 (2-2-5)	-
HX202	ภาษาญี่ปุ่น 2 (Japanese 2)	3 (2-2-5)	สอบผ่าน HX201
HX203	ภาษาญี่ปุ่น 3 (Japanese 3)	3 (2-2-5)	สอบผ่าน HX202
HX204	ภาษาญี่ปุ่น 4 (Japanese 4)	3 (2-2-5)	สอบผ่าน HX203
HX205	การสนทนาภาษาญี่ปุ่น 1 (Japanese Conversation 1)	3 (2-2-5)	สอบผ่าน HX202

วิชาโทสาขาวิชาภาษาจีน โดยเรียนวิชาโทบังคับจำนวน 3 รายวิชา และเลือกเรียนวิชาโทเลือก 2 รายวิชา

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
วิชาโทบังคับ 9 หน่วยกิต			
HX306	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร 1 (Chinese for Communication 1)	3 (2-2-5)	-
HX307	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร 2 (Chinese for Communication 2)	3 (2-2-5)	สอบผ่าน HX306
HX308	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร 3 (Chinese for Communication 2)	3 (2-2-5)	สอบผ่าน HX307
วิชาโทเลือก 6 หน่วยกิต			
HX309	ภาษาจีนเพื่อธุรกิจขั้นพื้นฐาน (Fundamental Chinese for Business)	3 (2-2-5)	สอบผ่าน HX308
HX310	ภาษาจีนเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยว (Business Chinese for Tourism)	3 (2-2-5)	สอบผ่าน HX308
HX311	ภาษาจีนเพื่อธุรกิจบันเทิง (Business Chinese for Entertainment)	3 (2-2-5)	สอบผ่าน HX308
HX312	วัฒนธรรมทางธุรกิจของจีน (Chinese Business Culture)	3 (2-2-5)	สอบผ่าน HX308

วิชาโทสาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร โดยเลือกเรียน 5 รายวิชาจาก 6 รายวิชาต่อไปนี้

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
HX416	ภาษาไทยธุรกิจ (Business Thai)	3 (2-2-5)	-
HX417	ภาษาในสังคมไทย (Language in Thai Society)	3 (3-0-6)	-
HX418	ภาษาไทยสำหรับการนำเสนอต่อประชุมชน (Thai Language for Public Presentation)	3 (2-2-5)	-
HX419	วรรณกรรมไทยร่วมสมัย (Contemporary Thai Literary Works)	3 (3-0-6)	-
HX420	ศิลปะการเขียนเพื่อสื่อร่วมสมัย (Art of Writing for Contemporary Media)	3 (2-2-5)	-
HX421	การสัมภาษณ์ในงานอาชีพ (Interview in Career Professionals)	3 (2-2-5)	-

วิชาโทสาขาวิชาสารสนเทศศึกษา โดยเลือกเรียน 5 รายวิชาจาก 7 รายวิชาต่อไปนี้

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
HX501	ธุรกิจสารสนเทศ (Information Business)	3 (3-0-6)	-
HX503	การตลาดเพื่อธุรกิจสารสนเทศ (Marketing for Information Business)	3 (3-0-6)	-
HX504	การจัดการสารสนเทศสำนักงาน (Office Information Management)	3 (3-0-6)	-
HX506	การบริการ (Services)	3 (3-0-6)	-
HX507	การสืบค้นสารสนเทศธุรกิจและอุตสาหกรรม (Information Searching for Business and Industry)	3 (2-2-5)	-
HX508	คลังความรู้ (Knowledge Repositories)	3 (2-2-5)	-
HX509	การพัฒนาสื่อประสมเพื่อธุรกิจสารสนเทศ (Multimedia Development for Information Business)	3 (2-2-5)	-

วิชาโทสาขาวิชาศิลปะการแสดง โดยเลือกเรียน 5 รายวิชาจาก 6 รายวิชาต่อไปนี้

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
HX601	ศิลปะการแสดงปริทัศน์ (Review of Performing Arts)	3 (3-0-6)	-
HX602	ทักษะการแสดง 1 (Acting Skill 1)	3 (2-2-5)	-
HX603	ทักษะการแสดง 2 (Acting Skill 1)	3 (2-2-5)	-
HX604	การวิเคราะห์และตีความบทสำหรับการแสดง (Script Analysis and Interpretation)	3 (2-2-5)	-
HX605	ศิลปะการกำกับการแสดง (Art of Directing)	3 (2-2-5)	-
HX606	วรรณกรรมการแสดงเอกของโลก (Masterpieces of World Dramatic Literature)	3 (3-0-6)	-

วิชาโทสาขาวิชาการท่องเที่ยว โดยเลือกเรียน 5 รายวิชาจาก 5 รายวิชาต่อไปนี้

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด້วยตนเอง)
HX701	อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry)	3 (3-0-6)	-
HX702	ไทยศึกษาเพื่อการท่องเที่ยว (Thai Studies)	3 (3-0-6)	-
HX703	การจัดการธุรกิจนำเที่ยว (Travel Agent and Tour Operator Management)	3 (3-0-6)	-
HX704	ภาษาอังกฤษสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว 1 (English for Tourism 1)	3 (2-2-5)	-
HX705	ภาษาอังกฤษสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว 2 (English for Tourism 2)	3 (2-2-5)	-

วิชาโทสาขาวิชาภาษาเกาหลี โดยเลือกเรียน 5 รายวิชาจาก 5 รายวิชาต่อไปนี้

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด້วยตนเอง)
HX801	ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสาร 1 (Korean for Communication 1)	3 (2-2-5)	-
HX802	ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสาร 2 (Korean for Communication 2)	3 (2-2-5)	-
HX803	ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสาร 3 (Korean for Communication 3)	3 (2-2-5)	-
HX804	ภาษาเกาหลีเพื่อธุรกิจขั้นพื้นฐาน (Fundamental Business Korean)	3 (3-0-6)	-
HX805	วัฒนธรรมทางธุรกิจของเกาหลี (Korean Business Culture)	3 (2-2-5)	-

วิชาโทคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี			
วิชาโทสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร			
รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษด้วยตนเอง)
วิชาโทบังคับ 12 หน่วยกิต			
SX001	หลักเทคโนโลยีสารสนเทศ (Principles of Information Technology) เทียบเท่า AC214 หลักเบื้องต้นระบบสารสนเทศ ทางการบัญชี	3 (2-2-5)	-
SX002	การออกแบบและพัฒนาเว็บ (Web Design and Development)	3 (2-2-5)	-
SX003	การวิเคราะห์และออกแบบระบบ (Systems Analysis and Design)	3 (3-0-6)	-
SX004	หลักการจัดการฐานข้อมูล (Principles of Databases Management)	3 (2-2-5)	ศึกษาก่อน SX001 หรือ AC214
วิชาโทเลือก 3 หน่วยกิต			
SX005	พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce)	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน SX001 หรือ AC214 และ SX002
SX006	จรรยาบรรณและกฎหมายทางด้านเทคโนโลยี สารสนเทศ (Information Technology Ethics and Law)	3 (3-0-6)	-
SX007	การบริหารโครงการเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Project Management)	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน SX003
SX008	การสื่อสารข้อมูลและเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Data Communication and Computer Network)	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน SX001 หรือ AC214

วิชาโทคณะนิติศาสตร์

วิชาโทสาขาวิชานิติศาสตร์

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
LX001	หลักกฎหมายทั่วไป (General Principles of Law)	3 (3-0-6)	-
LX002	กฎหมายสิ่งแวดล้อมเบื้องต้น (Introduction to Environment Law)	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน LX001 หรือ LW931
LX003	กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคและความรับผิดชอบ ในผลิตภัณฑ์เบื้องต้น (Introduction to Consumer Protection Law and Product Liability Law)	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน LX001 หรือ LW931
LX004	กฎหมายเกี่ยวกับอาชญากรรมทางธุรกิจ เบื้องต้น (Introduction to Law of Business Crime)	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน LX001 หรือ LW931
LX005	กฎหมายเกี่ยวกับหลักทรัพย์และตลาด หลักทรัพย์เบื้องต้น (Introduction to Securities and Securities Exchange Law)	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน LX001 หรือ LW931
LX006	กฎหมายเกี่ยวกับการลงทุนระหว่างประเทศ เบื้องต้น (Introduction to International Investment Law)	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน LX001 หรือ LW931

■ กลุ่มวิชาโทที่คณะนิติศาสตร์จัดให้นักศึกษาต่างคณะเลือกเรียน

วิชาโทสาขาวิชานิติศาสตร์

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
CX001	นิติศาสตร์เบื้องต้น (Introduction to Communication Arts)	3 (3-0-6)	-
CX002	การสื่อสารเพื่อการพัฒนา (Communication for Development)	3 (3-0-6)	-
CX003	การโฆษณากับสังคม (Advertising and Society)	3 (3-0-6)	-
CX006	วารสารศาสตร์สากล (Global Journalism)	3 (3-0-6)	-
CX007	การกระจายเสียงและแพร่ภาพนานาชาติ (International Broadcasting)	3 (3-0-6)	-

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด້วยตนเอง)
CX008	พื้นฐานการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ (Fundamentals of Strategic Communication)	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน CX001

(3) หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต

นักศึกษาสามารถเลือกเรียนวิชาใด ๆ ของคณะหรือคณะอื่นตามที่มหาวิทยาลัยกำหนดไว้หรือรายวิชาใด ๆ ที่เปิดสอนในคณะต่าง ๆ ของสถาบันอุดมศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ได้รับการรับรองจาก ก.พ. โดยได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด້วยตนเอง)
CA001	มนุษยสัมพันธ์ (Human Relations)	3 (3-0-6)	-
CA002	ศิลปะการพูด (Rhetorics)	3 (3-0-6)	-
CA003	ธุรกิจสื่อสารมวลชน (Mass Communication Business)	3 (3-0-6)	-
CA004	สัมมนาการสื่อสารกับสังคม (Seminar on Communication and Society)	3 (3-0-6)	-
CA005	สื่อมวลชนและสิ่งแวดล้อมศึกษา (Mass Media and Environmental Study)	3 (3-0-6)	-
CA006	การแปลสำหรับนิเทศศาสตร์ (Translation for Communication Arts)	3 (3-0-6)	-
CA007	การแปลบันเทิงคดีสำหรับนิเทศศาสตร์ (Fiction Translation for Communication Arts)	3 (3-0-6)	-
CA008	พัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy Skill Development)	3 (3-0-6)	-
CA009	การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม (Intercultural Communication)	3 (3-0-6)	-

รหัสวิชา	รายวิชา	หน่วยกิต	เงื่อนไขก่อนเรียน (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
CA010	คติชนอาเซียนสำหรับการสื่อสารเชิงธุรกิจ (ASEAN Folklore for Business Communication)	3 (3-0-6)	-
CA011	ศิลปวัฒนธรรมอาเซียนศึกษา (ASEAN Art and Cultural Studies)	3 (3-0-6)	-

3.1.4 แสดงแผนการศึกษา

- วิชาเอกการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์

ชั้นปีที่ 1

ภาคต้น			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ- ศึกษาด้วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
HG008	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3 (3-0-6)	-
HG009	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 1	3 (3-0-6)	-
LW961	กฎหมาย การเมือง และการปกครองของ ไทย	3 (3-0-6)	-
CA106	หลักนิเทศศาสตร์	3 (3-0-6)	-
CA109	พัฒนาทักษะการอ่าน	3 (3-0-6)	-
CA202	วาทนิเทศ	3 (3-0-6)	-
รวม		18	

ภาคปลาย			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ- ศึกษาด้วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
HG010	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 2	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน HG009 หรือคะแนน TOEIC 250 หรือเทียบเท่า
BG002	ธุรกิจสมัยใหม่	3 (3-0-6)	-
CA107	พื้นฐานการสื่อสารมวลชน	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน CA106 หลักนิเทศศาสตร์
CA108	พื้นฐานการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน CA106 หลักนิเทศศาสตร์
CA110	พัฒนาทักษะการเขียน	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน HG008 ภาษาไทยเพื่อการ สื่อสาร
CA205	ศิลปะการสื่อสารผ่านภาพและเสียง	3 (2-2-5)	-
รวม		18	

ชั้นปีที่ 2

ภาคต้น			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
HG011	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 3	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน HG010 หรือคะแนน TOEIC 350 หรือเทียบเท่า
EC961	เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น	3 (3-0-6)	-
SG004	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสมัยใหม่	3 (3-0-6)	-
CA206	หลักการสื่อสารและเขียนข่าว	3 (3-0-6)	-
CS001	ความคิดสร้างสรรค์เพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	3 (3-0-6)	-
	วิชาเลือกเสรี 1 วิชา	3	-
รวม		18	

ภาคปลาย			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
HG012	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 4	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน HG011 หรือคะแนน TOEIC 450 หรือเทียบเท่า
HG022	การบริหารตนเอง	3 (3-0-6)	-
SG005	คณิตศาสตร์และสถิติสำหรับชีวิตประจำวัน	3 (3-0-6)	-
BA961	หลักการตลาด	3 (3-0-6)	-
CS002	เครื่องมือเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	3 (3-0-6)	-
CS101	การสื่อสารองค์กร	3 (3-0-6)	-
	วิชาโท 1 วิชา	3	-
รวม		21	

ชั้นปีที่ 3

ภาคต้น			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
CA305	การจัดการสารสนเทศเพื่องานนิเทศศาสตร์	3 (2-2-5)	-
CS102	การประชาสัมพันธ์การตลาด	3 (3-0-6)	-
CS103	การออกแบบสารและการเขียนเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ 1	3 (3-0-6)	-
	วิชาโท 2 วิชา	6	-
	วิชาเลือกเสรี 1 วิชา	3	-
รวม		18	

ภาคปลาย			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
CA303	ภาษาอังกฤษสำหรับงานนิเทศศาสตร์	3 (3-0-6)	สอบผ่าน HG012 ภาษาอังกฤษ เพื่อการสื่อสาร 4
CA304	การวิจัยเบื้องต้นทางนิเทศศาสตร์	3 (3-0-6)	-
CA306	กฎหมายและจริยธรรมนิเทศศาสตร์	3 (3-0-6)	-
CS104	การออกแบบสารและการเขียนเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ 2	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน CS103 การออกแบบ สารและการเขียนเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ 1
CS105	การออกแบบและผลิตสื่อเพื่อการ ประชาสัมพันธ์	3 (2-2-5)	ศึกษาก่อน CS002 เครื่องมือเพื่อ การสื่อสารเชิงกลยุทธ์
	วิชาเอกเลือก	3	
	วิชาโท 1 วิชา	3	-
รวม		21	

ชั้นปีที่ 4

ภาคต้น			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ- ศึกษาด້วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
HG032	ทักษะการดำรงชีวิตในสังคมโลก	3 (3-0-6)	-
CS003	การวิจัยเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	3 (3-0-6)	สอบผ่าน CA304 การวิจัยเบื้องต้น ทางนิเทศศาสตร์
CS106	การวางแผนและบริหารงานประชาสัมพันธ์เชิง กลยุทธ์	3 (3-0-6)	-
	วิชาเอกเลือก 1 วิชา	3	-
	วิชาโท 1 วิชา	3	-
รวม		15	

ภาคปลาย			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ- ศึกษาด້วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
CS107	สัมมนาการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน CS101 การสื่อสาร องค์กร
CS108 หรือ CS109	ประสบการณ์วิชาชีพทางการประชาสัมพันธ์ หรือ โครงการด้านการประชาสัมพันธ์	3 (0-6-3) 3 (1-0-8)	สอบผ่าน รายวิชาในหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต และตามเกณฑ์ที่สาขาวิชากำหนด
รวม		6	

หรือ
แผนสหกิจศึกษา

ภาคปลาย			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ- ศึกษาด້วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
CS110	สหกิจศึกษา	6 (0-40-20)	สอบผ่าน รายวิชาในหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต และตามเกณฑ์ที่สาขาวิชากำหนด
รวม		6	

หมายเหตุ : ในภาคปลาย ชั้นปีที่ 4 ผู้ที่เลือกวิชาโทภาษาจีน อาจมีวิชาที่ต้องเรียนอีก 1 วิชา จึงต้องฝึกงาน
รายวิชาประสบการณ์วิชาชีพในภาคฤดูร้อน และไม่สามารถเลือกแผนการเรียนสหกิจศึกษาได้

▪ วิชาเอกการโฆษณา

ชั้นปีที่ 1

ภาคต้น			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ- ศึกษาด้วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
HG008	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3 (3-0-6)	-
HG009	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 1	3 (3-0-6)	-
LW961	กฎหมาย การเมือง และการปกครองของ ไทย	3 (3-0-6)	-
CA106	หลักนิเทศศาสตร์	3 (3-0-6)	-
CA109	พัฒนาทักษะการอ่าน	3 (3-0-6)	-
CA202	วาทนิเทศ	3 (3-0-6)	-
รวม		18	

ภาคปลาย			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ- ศึกษาด้วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
HG010	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 2	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน HG009 หรือคะแนน TOEIC 250 หรือเทียบเท่า
BG002	ธุรกิจสมัยใหม่	3 (3-0-6)	-
CA107	พื้นฐานการสื่อสารมวลชน	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน CA106 หลักนิเทศศาสตร์
CA108	พื้นฐานการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน CA106 หลักนิเทศศาสตร์
CA110	พัฒนาทักษะการเขียน	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน HG008 ภาษาไทยเพื่อการ สื่อสาร
CA205	ศิลปะการสื่อสารผ่านภาพและเสียง	3 (2-2-5)	-
รวม		18	

ชั้นปีที่ 2

ภาคต้น			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ- ศึกษาด้วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
HG011	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 3	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน HG010 หรือคะแนน TOEIC 350 หรือเทียบเท่า
SG004	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสมัยใหม่	3 (3-0-6)	-
EC961	เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น	3 (3-0-6)	-
CA206	หลักการสื่อสารและเขียนข่าว	3 (3-0-6)	-
CS001	ความคิดสร้างสรรค์เพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	3 (3-0-6)	-
	วิชาเลือกเสรี 1 วิชา	3	-
รวม		18	

ภาคปลาย			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
HG012	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 4	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน HG011 หรือคะแนน TOEIC 450 หรือเทียบเท่า
HG022	การบริหารตนเอง	3 (3-0-6)	-
SG005	คณิตศาสตร์และสถิติสำหรับชีวิตประจำวัน	3 (3-0-6)	-
BA961	หลักการตลาด	3 (3-0-6)	-
CS002	เครื่องมือเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	3 (3-0-6)	-
CS201	การโฆษณากับพฤติกรรมผู้บริโภค	3 (3-0-6)	-
	วิชาโท 1 วิชา	3	-
รวม		21	

ชั้นปีที่ 3

ภาคต้น			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ- ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
CA305	การจัดการสารสนเทศเพื่องานนิเทศศาสตร์	3 (2-2-5)	-
CS202	การสื่อสารการตลาด	3 (3-0-6)	-
CS203	การสร้างสรรค์และเขียนบทโฆษณา	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน CS001 ความคิด สร้างสรรค์เพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์
	วิชาโท 2 วิชา	6	-
	วิชาเลือกเสรี 1 วิชา	3	-
	รวม	18	

ภาคปลาย			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ- ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
CA303	ภาษาอังกฤษสำหรับงานนิเทศศาสตร์	3 (3-0-6)	สอบผ่าน HG012 ภาษาอังกฤษเพื่อ การสื่อสาร 4
CA304	การวิจัยเบื้องต้นทางนิเทศศาสตร์	3 (3-0-6)	-
CA306	กฎหมายและจริยธรรมนิเทศศาสตร์	3 (3-0-6)	-
CS204	การผลิตงานโฆษณา	3 (2-2-5)	-
CS205	การวางแผนช่องทางการโฆษณา	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน CS002 เครื่องมือเพื่อการ สื่อสารเชิงกลยุทธ์
	วิชาเอกเลือก 1 วิชา	3	-
	วิชาโท 1 วิชา	3	-
	รวม	21	

ชั้นปีที่ 4

ภาคต้น			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ- ศึกษาด้วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
HG032	ทักษะการดำรงชีวิตในสังคมโลก	3 (3-0-6)	-
CS003	การวิจัยเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	3 (3-0-6)	สอบผ่าน CA304 การวิจัยเบื้องต้น ทางนิเทศศาสตร์
CS206	การรณรงค์ทางการโฆษณา	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน CS202 การสื่อสาร การตลาด
	วิชาเอกเลือก 1 วิชา	3	-
	วิชาโท 1 วิชา	3	-
รวม		15	

ภาคปลาย			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
CS207	สัมมนาการโฆษณา	3(3-0-6)	ศึกษาก่อน CS202 การสื่อสาร การตลาด
CS208 หรือ CS209	ประสบการณ์วิชาชีพทางการโฆษณา หรือ โครงการด้านการโฆษณา	3(0-6-3) 3(1-0-8)	สอบผ่าน รายวิชาในหลักสูตรจำนวน ไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต และตามเกณฑ์ที่สาขาวิชากำหนด
รวม		6	

หรือ
แผนสหกิจศึกษา

ภาคปลาย			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
CS210	สหกิจศึกษา	6 (0-40-20)	สอบผ่าน รายวิชาในหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 100 หน่วยกิต และตามเกณฑ์ที่สาขาวิชากำหนด
รวม		6	

หมายเหตุ : ในภาคปลาย ชั้นปีที่ 4 ผู้ที่เลือกวิชาโทภาษาจีน อาจมีวิชาที่ต้องเรียนอีก 1 วิชา จึงต้องฝึกงาน
รายวิชาประสบการณ์วิชาชีพในภาคฤดูร้อน และไม่สามารถเลือกแผนการเรียนสหกิจศึกษาได้

▪ วิชาเอกการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม

ชั้นปีที่ 1

ภาคต้น			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ- ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
HG008	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3 (3-0-6)	-
HG009	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 1	3 (3-0-6)	-
LW961	กฎหมาย การเมือง และการปกครองของ ไทย	3 (3-0-6)	-
CA106	หลักนิเทศศาสตร์	3 (3-0-6)	-
CA109	พัฒนาทักษะการอ่าน	3 (3-0-6)	-
CA202	วาทนิเทศ	3 (3-0-6)	-
รวม		18	

ภาคปลาย			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ- ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
HG010	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 2	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน HG009 หรือคะแนน TOEIC 250 หรือเทียบเท่า
BG002	ธุรกิจสมัยใหม่	3 (3-0-6)	-
CA107	พื้นฐานการสื่อสารมวลชน	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน CA106 หลักนิเทศศาสตร์
CA108	พื้นฐานการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน CA106 หลักนิเทศศาสตร์
CA110	พัฒนาทักษะการเขียน	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน HG008 ภาษาไทยเพื่อการ สื่อสาร
CA205	ศิลปะการสื่อสารผ่านภาพและเสียง	3 (2-2-5)	-
รวม		18	

ชั้นปีที่ 2

ภาคต้น			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
HG011	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 3	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน HG010 หรือคะแนน TOEIC 350 หรือเทียบเท่า
SG004	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสมัยใหม่	3 (3-0-6)	-
EC961	เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น	3 (3-0-6)	-
CA206	หลักการสื่อสารและเขียนข่าว	3 (3-0-6)	-
CS001	ความคิดสร้างสรรค์เพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	3 (3-0-6)	-
	วิชาเลือกเสรี 1 วิชา	3	-
รวม		18	

ภาคปลาย			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
HG012	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 4	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน HG011 หรือคะแนน TOEIC 450 หรือเทียบเท่า
HG022	การบริหารตนเอง	3 (3-0-6)	-
SG005	คณิตศาสตร์และสถิติสำหรับชีวิตประจำวัน	3 (3-0-6)	-
BA916	หลักการตลาด	3 (3-0-6)	-
CS002	เครื่องมือเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	3 (3-0-6)	-
CS301	หลักการสื่อสารการตลาด	3 (3-0-6)	-
	วิชาโท 1 วิชา	3	-
รวม		21	

ชั้นปีที่ 3

ภาคต้น			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
CA305	การจัดการสารสนเทศเพื่องานนิเทศศาสตร์	3 (2-2-5)	-
CS302	จิตวิทยาผู้บริโภคหลากหลายวัฒนธรรม	3 (3-0-6)	-
CS303	เครื่องมือสื่อสารการตลาดเชิงกลยุทธ์	3 (2-2-5)	ศึกษาก่อน CS301หลักการ สื่อสารการตลาด
	วิชาโท 2 วิชา	6	-
	วิชาเลือกเสรี 1 วิชา	3	-
	รวม	18	

ภาคปลาย			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
CA303	ภาษาอังกฤษสำหรับงานนิเทศศาสตร์	3 (3-0-6)	สอบผ่าน HG012 ภาษาอังกฤษ เพื่อการสื่อสาร 4
CA304	การวิจัยเบื้องต้นทางนิเทศศาสตร์	3 (3-0-6)	-
CA306	กฎหมายและจริยธรรมนิเทศศาสตร์	3 (3-0-6)	-
CS304	สื่อดิจิทัลเพื่อการสื่อสารการตลาด ข้ามวัฒนธรรม	3 (2-2-5)	ศึกษาก่อน CS301หลักการ สื่อสารการตลาด
CS305	การสร้างแบรนด์ข้ามวัฒนธรรม	3 (3-0-6)	-
	วิชาเอกเลือก 1 วิชา	3	-
	วิชาโท 1 วิชา	3	-
	รวม	21	

ชั้นปีที่ 4

ภาคต้น			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ- ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
HG032	ทักษะการดำรงชีวิตในสังคมโลก	3 (3-0-6)	-
CS003	การวิจัยเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	3 (3-0-6)	สอบผ่าน CA304 การวิจัยเบื้องต้น ทางนิเทศศาสตร์
CS306	การรณรงค์ทางการสื่อสารการตลาด ข้ามวัฒนธรรม	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน CS303 เครื่องมือสื่อสารการตลาด เชิงกลยุทธ์
	วิชาเอกเลือก 1 วิชา	3	-
	วิชาโท 1 วิชา	3	-
รวม		15	

ภาคปลาย			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ- ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
CS307	สัมมนาการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน CS301 หลักการสื่อสารการตลาด
CS308 หรือ CS309	ประสบการณ์วิชาชีพทางการสื่อสารการตลาด หรือ โครงการด้านการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม	3 (0-6-3) 3 (1-0-8)	สอบผ่าน รายวิชาในหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต และตามเกณฑ์ที่สาขาวิชากำหนด
รวม		6	

หรือ
แผนสหกิจศึกษา

ภาคปลาย			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ- ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
CS310	สหกิจศึกษา	6 (0-40-20)	สอบผ่าน รายวิชาในหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต และตามเกณฑ์ที่สาขาวิชากำหนด
รวม		6	

หมายเหตุ : ในภาคปลาย ชั้นปีที่ 4 ผู้ที่เลือกวิชาโทภาษาจีน อาจมีวิชาที่ต้องเรียนอีก 1 วิชา จึงต้องฝึกงาน
รายวิชาประสบการณ์วิชาชีพในภาคฤดูร้อน และไม่สามารถเลือกแผนการเรียนสหกิจศึกษาได้

▪ วิชาเอกการสร้างสรรค์และออกแบบสื่อ

ชั้นปีที่ 1

ภาคต้น			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ- ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
HG008	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3 (3-0-6)	-
HG009	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 1	3 (3-0-6)	-
LW961	กฎหมาย การเมือง และการปกครองของ ไทย	3 (3-0-6)	-
CA106	หลักนิเทศศาสตร์	3 (3-0-6)	-
CA109	พัฒนาทักษะการอ่าน	3 (3-0-6)	-
CA202	วาทนิเทศ	3 (3-0-6)	-
รวม		18	

ภาคปลาย			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ- ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
HG010	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 2	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน HG009 หรือคะแนน TOEIC 250 หรือเทียบเท่า
BG002	ธุรกิจสมัยใหม่	3 (3-0-6)	-
CA107	พื้นฐานการสื่อสารมวลชน	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน CA106 หลักนิเทศศาสตร์
CA108	พื้นฐานการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน CA106 หลักนิเทศศาสตร์
CA110	พัฒนาทักษะการเขียน	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน HG008 ภาษาไทยเพื่อการ สื่อสาร
CA205	ศิลปะการสื่อสารผ่านภาพและเสียง	3 (2-2-5)	-
รวม		18	

ชั้นปีที่ 2

ภาคต้น			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
HG011	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 3	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน HG010 หรือคะแนน TOEIC 350 หรือเทียบเท่า
SG004	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสมัยใหม่	3 (3-0-6)	-
EC961	เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น	3 (3-0-6)	-
CA206	หลักการสื่อสารและเขียนข่าว	3 (3-0-6)	-
CS001	ความคิดสร้างสรรค์เพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	3 (3-0-6)	-
	วิชาเลือกเสรี 1 วิชา	3	-
รวม		18	

ภาคปลาย			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
HG012	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 4	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน HG011 หรือคะแนน TOEIC 450 หรือเทียบเท่า
HG022	การบริหารตนเอง	3 (3-0-6)	-
SG005	คณิตศาสตร์และสถิติสำหรับชีวิตประจำวัน	3 (3-0-6)	-
BA961	หลักการตลาด	3 (3-0-6)	-
CS002	เครื่องมือเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	3 (3-0-6)	-
CS401	พื้นฐานการออกแบบ	3 (2-2-5)	-
	วิชาโท 1 วิชา	3	-
รวม		21	

ชั้นปีที่ 3

ภาคต้น			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
CA305	การจัดการสารสนเทศเพื่องานนิเทศศาสตร์	3 (2-2-5)	-
CS402	ทัศนศิลป์เพื่อการสื่อสาร	3 (2-2-5)	-
CS403	เครื่องมือเพื่อการออกแบบสื่อและการ สื่อสาร	3 (2-2-5)	ศึกษาก่อน CS401 พื้นฐานการ ออกแบบ
	วิชาโท 2 วิชา	6	-
	วิชาเลือกเสรี 1 วิชา	3	-
รวม		18 หรือ 21	

ภาคปลาย			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษา ด้วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
CA303	ภาษาอังกฤษสำหรับงานนิเทศศาสตร์	3 (3-0-6)	สอบผ่าน HG012 ภาษาอังกฤษ เพื่อการสื่อสาร 4
CA304	การวิจัยเบื้องต้นทางนิเทศศาสตร์	3 (3-0-6)	-
CA306	กฎหมายและจริยธรรมนิเทศศาสตร์	3 (3-0-6)	-
CS404	การจัดการแบรนด์และการออกแบบสื่อ	3 (3-0-6)	
CS405	การสร้างสรรค์และออกแบบเชิงธุรกิจ	3 (3-0-6)	
	วิชาเอกเลือก 1 วิชา	3	-
	วิชาโท 1 วิชา	3	-
รวม		18	

ชั้นปีที่ 4

ภาคต้น			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ- ศึกษาด້วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
HG032	ทักษะการดำรงชีวิตในสังคมโลก	3 (3-0-6)	-
CS003	การวิจัยเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	3 (3-0-6)	สอบผ่าน CA304 การวิจัยเบื้องต้นทางนิเทศศาสตร์
CS406	โครงการด้านการออกแบบสื่อ 1	3 (1-0-8)	ศึกษาก่อน CS 401 พื้นฐานการออกแบบ CS 402 ทักษะศิลป์เพื่อการสื่อสาร
	วิชาเอกเลือก 1 วิชา	3	-
	วิชาโท 1 วิชา	3	-
รวม		15	

ภาคปลาย			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ- ศึกษาด້วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
CS407	สัมมนากลยุทธ์แบรนด์และการออกแบบสื่อ	3 (3-0-6)	ศึกษาก่อน CS 404 การจัดการแบรนด์และการออกแบบสื่อ
CS408 หรือ CS409	ประสบการณ์วิชาชีพทางการสร้างสรรค์และ ออกแบบสื่อ โครงการด้านการออกแบบสื่อ 2	3 (0-6-3) 3 (1-0-8)	สอบผ่าน รายวิชาในหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต และตามเกณฑ์ที่สาขาวิชากำหนด
รวม		6	

หรือ
แผนสหกิจศึกษา

ภาคปลาย			
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ- ศึกษาด້วยตนเอง)	เงื่อนไขก่อนเรียน
CS410	สหกิจศึกษา	6 (0-40-20)	สอบผ่าน รายวิชาในหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต และตามเกณฑ์ที่สาขาวิชากำหนด
รวม		6	

หมายเหตุ : ในภาคปลาย ชั้นปีที่ 4 ผู้ที่เลือกวิชาโทภาษาจีน อาจมีวิชาที่ต้องเรียนอีก 1 วิชา จึงต้องฝึกงาน
รายวิชาประสบการณ์วิชาชีพในภาคฤดูร้อน และไม่สามารถเลือกแผนการเรียนสหกิจศึกษาได้

3.1.5 คำอธิบายรายวิชา

(1) หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต

ก. กลุ่มวิชาภาษา

HG008 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร 3 (3-0-6)

(Thai Language for Communication)

พัฒนาทักษะการใช้ภาษาไทยมาตรฐาน หลักการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน การใช้ภาษาไทยเพื่อถ่ายทอดความคิดอย่างเป็นระบบและสามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

HG009 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 1 3 (3-0-6)

(English for Communication 1)

พัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน โดยเน้นทักษะการฟังเพื่อจับใจความสำคัญและรายละเอียดจากข้อความหรือบทสนทนาสั้น ๆ การพูดทักทาย เริ่มต้นสนทนาแนะนำตนเอง ต้อนรับ ถามและตอบข้อมูลอย่างง่าย การอ่านข้อความระดับย่อหน้าอย่างง่าย เพื่อจับใจความสำคัญและแสดงความคิดเห็น การเขียนข้อความสั้น ๆ ในรูปแบบทั่วไปและผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

HG010 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 2 3 (3-0-6)

(English for Communication 2)

ศึกษาก่อน HG009 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 1 หรือ คะแนน TOEIC 250
หรือเทียบเท่า

พัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน โดยเน้นทักษะการฟังเพื่อจับใจความสำคัญและรายละเอียดจากข้อความหรือบทสนทนาที่ซับซ้อนขึ้น การมีส่วนร่วมในการสนทนาโดยการถามตอบ และแสดงความคิดเห็น การพูดในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่พบในชีวิตประจำวัน รวมทั้งการนำเสนอและเปรียบเทียบข้อมูลทางธุรกิจอย่างง่าย การอ่านข้อความในหัวข้อที่หลากหลาย และสามารถสรุปเรื่องได้ การเขียนข้อความในหัวข้อที่หลากหลายทั้งในรูปแบบทั่วไปและผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

HG011 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 3
(English for Communication 3)

3 (3-0-6)

ศึกษาก่อน HG010 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 2 หรือ คะแนน TOEIC 350
หรือเทียบเท่า

พัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจในชีวิตประจำวัน ซึ่งเป็นการบูรณาการทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียน โดยเน้นการสนทนาทางโทรศัพท์ การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท สินค้า และบริการ การเปรียบเทียบและวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจ การเขียนบันทึกภายในและจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ การอ่านข่าวที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจและสรุปใจความสำคัญในเรื่องที่อ่าน

HG012 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 4
(English for Communication 4)

3 (3-0-6)

ศึกษาก่อน HG011 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 3 หรือ คะแนน TOEIC 450
หรือเทียบเท่า

พัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจในชีวิตประจำวัน ซึ่งเป็นการบูรณาการทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียน โดยเน้นการประชุม การเจรจาต่อรองทางธุรกิจเบื้องต้น และการสัมภาษณ์งานในสถานการณ์จำลอง การเขียนจดหมายสมัครงาน และประวัติส่วนตัวในรูปแบบทั่วไป และผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การอ่านบทความและสรุปความเกี่ยวกับสถานการณ์ธุรกิจในปัจจุบัน รวมทั้งการสื่อสารทางธุรกิจในวัฒนธรรมที่แตกต่าง

ข. กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์

SG004 วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสมัยใหม่
(Modern Science and Technology)

3 (3-0-6)

วิทยาการทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ นวัตกรรม และการสร้างองค์ความรู้ใหม่ ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม พลังงาน ผลิตภัณฑ์ การเกษตร การแพทย์ การสื่อสาร เศรษฐกิจ ธุรกิจ และสังคม

SG005 คณิตศาสตร์และสถิติสำหรับชีวิตประจำวัน

3 (3-0-6)

(Mathematics and Statistics for Daily Life)

ความสำคัญและบทบาทของคณิตศาสตร์และสถิติที่มีต่อวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณิตศาสตร์และสถิติที่ใช้ในชีวิตประจำวันและธุรกิจ การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผล

SG006 การรู้ทางดิจิทัล

3 (3-0-6)

(Digital Literacy)

การใช้สื่อดิจิทัลและเทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสาร แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และทำงานร่วมกัน การใช้เครื่องมือและแหล่งทรัพยากรดิจิทัลในการค้นคว้า รวบรวม วิเคราะห์และประเมินข้อมูลเพื่อการตัดสินใจและแก้ปัญหา การศึกษาองค์ความรู้ใหม่ ๆ การสร้างสรรค์และนำเสนอผลงานดิจิทัล จริยธรรม และความปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ตลอดจนผลกระทบของสื่อดิจิทัลที่มีต่อบุคคล ธุรกิจ และการเรียนรู้ตลอดชีวิต

ค. กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์

BG002 ธุรกิจสมัยใหม่

3 (3-0-6)

(Modern Business)

หลักการและการประยุกต์ใช้ความรู้พื้นฐานทางด้านธุรกิจ รูปแบบการทำธุรกิจสมัยใหม่ ความรู้เบื้องต้นทางการเงิน เศรษฐศาสตร์ การบัญชี กฎหมายธุรกิจ และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ หลักธรรมาภิบาลในองค์กร จรรยาบรรณทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม

ง. กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์

HG022 การบริหารตนเอง

3 (3-0-6)

(Self- Management)

หลักการและการประยุกต์ใช้ความรู้เรื่องความแตกต่างระหว่างบุคคลทางจิตวิทยา พฤติกรรมทางสังคมของบุคคลและกลุ่มเกี่ยวกับการรับรู้ การเรียนรู้ แรงจูงใจ ความฉลาดทางอารมณ์ การมีวุฒิภาวะ และสภาวะ การนำและการทำงานเป็นทีม การจัดการความขัดแย้งอย่างสร้างสรรค์ หลักการคิดและการใช้เหตุผล การวิเคราะห์และเข้าใจพฤติกรรมของมนุษย์และนำไปสู่การรู้จักตนเอง เข้าใจผู้อื่น และปรับตัวได้ มีคุณธรรมและจริยธรรมในการดำเนินชีวิต

จ. กลุ่มวิชาพัฒนาคุณภาพชีวิต

HG032 ทักษะการดำรงชีวิตในสังคมโลก

3 (3-0-6)

(Global Life Skills)

ความรู้และทักษะที่จำเป็นในการดำรงชีวิตเกี่ยวกับสถาบันทางสังคม การเมืองและการปกครองในระบอบประชาธิปไตย การเปลี่ยนแปลงของสังคมโลกที่มีต่อเศรษฐกิจและสังคมไทย และกลุ่มประเทศอาเซียน ตลอดจนความแตกต่างทางด้านศิลปวัฒนธรรม ทักษะทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร รวมทั้งการพัฒนาบุคลิกภาพ การสมาคม และการสร้างความน่าเชื่อถือในสังคม

(2) หมวดวิชาเฉพาะ 99 หน่วยกิต

ก. กลุ่มวิชาแกนนิเทศศาสตร์ 45 หน่วยกิต

BA961 หลักการตลาด

3 (3-0-6)

(Principles of Marketing)

ความหมายของการตลาด แนวความคิดทางการตลาด ความสำคัญของการตลาดที่มีต่อธุรกิจและเศรษฐกิจ หน้าที่ทางการตลาด สิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลทางการตลาด พฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจซื้อ ตลาดและส่วนแบ่งการตลาด การใช้ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

EC961 เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น

3 (3-0-6)

(Introduction to Economics)

หลักพื้นฐานทางเศรษฐศาสตร์ทั่วไประดับจุลภาคและมหภาค การทำงานของกลไกราคา โครงสร้างตลาดแบบต่าง ๆ การผลิตและต้นทุนการผลิต ปัญหาผลกระทบภายนอกและการจัดสรรสินค้าสาธารณะ หลักการเบื้องต้นของการคำนวณรายได้ประชาชาติ โครงสร้างของระบบเศรษฐกิจไทย การบริโภค การออม การลงทุน ตลาดเงินและตลาดทุน การค้าระหว่างประเทศ นโยบายการเงินและการคลัง ปัญหาเศรษฐกิจที่สำคัญ อาทิ เงินเฟ้อ การว่างงาน เงินฝืด เงินตึง รวมทั้งปัญหาเศรษฐกิจปัจจุบัน และแนวทางการแก้ไข

LW961 กฎหมาย การเมือง และการปกครองของไทย

3 (3-0-6)

(Thai Laws, Politics and Government)

ความหมาย ความสำคัญของหลักการของกฎหมาย ระบบกฎหมาย หลักกฎหมายทั่วไป กฎหมายรัฐธรรมนูญ กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กฎหมายอาญา ศึกษารูปแบบของการเมือง รัฐและสถาบันทางการเมือง โครงสร้างและวิวัฒนาการทางการเมืองการปกครองของไทย ระบบและกลไกการบริหารของรัฐ

- CA106 **หลักนิเทศศาสตร์** 3 (3-0-6)
(Principles of Communication)
ความหมาย ความสำคัญ ประเภท องค์ประกอบ และกระบวนการสื่อสาร หลักการสื่อสาร ปัจจัยและอุปสรรคของการสื่อสาร แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารในระดับต่าง ๆ ได้แก่ การสื่อสารภายในบุคคล การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่ม การสื่อสารมวลชน และบทบาทของการสื่อสารในการพัฒนาสังคม
- CA107 **พื้นฐานการสื่อสารมวลชน** 3 (3-0-6)
(Fundamentals of Mass Communication)
ศึกษาก่อน CA106 หลักนิเทศศาสตร์
ความหมาย ความสำคัญ ประเภท องค์ประกอบ กระบวนการ และแบบจำลองของการสื่อสารมวลชน วิวัฒนาการ บทบาทหน้าที่ โครงสร้าง ระบบสื่อสารมวลชน จรรยาบรรณและความรับผิดชอบของสื่อมวลชน อิทธิพลของการสื่อสารมวลชนต่อสังคม การวิเคราะห์ผู้รับสารสื่อมวลชน องค์การสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ
- CA108 **พื้นฐานการสื่อสารเชิงกลยุทธ์** 3 (3-0-6)
(Fundamentals of Strategic Communication)
ศึกษาก่อน CA106 หลักนิเทศศาสตร์
หลักการ แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ การสร้างและสื่อสารแบรนด์ระดับองค์กร ระดับสินค้าและบริการ การใช้เครื่องมือหลักในการสื่อสารแบรนด์ โดยเน้นหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และกระบวนการดำเนินงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา จรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อสังคมในการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ขององค์กร
- CA109 **พัฒนาทักษะการอ่าน** 3 (3-0-6)
(Reading Skill Development)
ฝึกการอ่านเพื่อจับใจความสำคัญ ศึกษารูปแบบการเขียนของบทความ วิเคราะห์ วิวิจารณ์ และประเมินคุณค่าของบทความ โดยเน้นบทความจากสื่อต่าง ๆ ทั้งที่มีจุดมุ่งหมายเพื่องานสื่อสารมวลชนและงานอื่น ๆ ได้แก่ ข่าว บทความ สารคดี สารคดีเชิงข่าว รายงาน

- CA110 พัฒนาทักษะการเขียน 3 (3-0-6)
(Writing Skill Development)
ศึกษาก่อน HG008 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร
ฝึกการเขียนอย่างมีระบบเพื่อให้บรรลุจุดประสงค์ที่ต้องการ ได้แก่ การเขียนเพื่อเล่าเรื่อง เพื่ออธิบายคำหรือข้อความ เพื่อแสดงความคิดเห็น และเพื่อสร้างจินตนาการ โดยการกำหนดจุดมุ่งหมายของการเขียน การวางเค้าโครงเรื่อง การนำเสนอ และการใช้ภาษาในการสื่อสาร
- CA202 วาจาเทศ 3 (3-0-6)
(Speech Communication)
ทฤษฎีหลักการพูด ความสำคัญ องค์ประกอบและประเภทของการพูด การเตรียมการพูด ฝึกการพูดประเภทต่าง ๆ ในที่ชุมชน ได้แก่ การพูดเล่าเรื่อง การพูดโน้มน้าวใจ การสัมภาษณ์ การประชุม การอภิปราย และการโต้วาที รวมทั้งฝึกการวิเคราะห์ วิวิจารณ์ และประเมินผลการพูด
- CA205 ศิลปะการสื่อสารผ่านภาพและเสียง 3 (2-2-5)
(Audio and Visual Arts for Communication)
จิตวิทยาการสื่อสารด้วยภาพ ตัวอักษร และเสียง การใช้จิตวิทยาในการถ่ายทอดความคิดและความรู้สึกเพื่อให้สอดคล้องกับความรู้และความเข้าใจของผู้รับสาร การจัดองค์ประกอบของภาพและเสียง ทฤษฎีและเทคนิคเบื้องต้นเกี่ยวกับการถ่ายภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ฝึกการถ่ายภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวเบื้องต้นทั้งในสตูดิโอ และนอกสถานที่
- CA206 หลักการสื่อข่าวและเขียนข่าว 3 (3-0-6)
(News Reporting and Writing)
ความหมาย องค์ประกอบ และประเภทของข่าว คุณสมบัติ ความรับผิดชอบ และจริยธรรมของผู้สื่อข่าว การประเมินคุณค่าของแหล่งข่าว เน้นเทคนิคการจับประเด็นข่าว เทคนิคการสืบค้นและรวบรวมข้อมูล รวมทั้งฝึกการเขียนข่าวเพื่อรายงานทางหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

- CA303 ภาษาอังกฤษสำหรับงานนิเทศศาสตร์ 3 (3-0-6)
(English for Communication Arts)
สอบผ่าน HG012 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 4
ฝึกการฟังเพื่อความเข้าใจ โดยสามารถจับใจความสำคัญและรายละเอียดของบทสนทนา ข่าวสารคดี รายงาน การบรรยาย ฝึกการพูด การแสดงความคิดเห็น การสัมภาษณ์ การเสนอรายงาน สรุปความ จากที่ฟัง ฝึกการอ่านสิ่งตีพิมพ์ภาษาอังกฤษทางด้านนิเทศศาสตร์ ได้แก่ ข่าว โฆษณา บทความ เพื่อจับใจความสำคัญและรายละเอียด ฝึกการเขียนสรุปความข่าวและการรายงานข่าว
- CA304 การวิจัยเบื้องต้นทางนิเทศศาสตร์ 3 (3-0-6)
(Introduction to Communication Research)
หลัก และแนวคิดเกี่ยวกับระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์ กระบวนการวิจัย ตั้งแต่การตั้งปัญหา นำวิจัย การสำรวจวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การตั้งสมมติฐาน การเลือกตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การใช้สถิติเบื้องต้นในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอผลการวิจัย
- CA305 การจัดการสารสนเทศเพื่องานนิเทศศาสตร์ 3 (2-2-5)
(Information Management for Communication)
แนวคิด หลักการ โครงสร้าง และกระบวนการทางสารสนเทศ การใช้แหล่งสารสนเทศ การสืบค้น การแปลผลข้อมูลที่ซับซ้อน และการนำเสนอสารสนเทศ ฝึกทักษะการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการจัดการ และการสื่อสารสารสนเทศสำหรับงานนิเทศศาสตร์
- CA306 กฎหมายและจริยธรรมนิเทศศาสตร์ 3 (3-0-6)
(Law and Ethics for Communication)
กฎหมายเกี่ยวกับงานนิเทศศาสตร์ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์และสื่อทุกประเภท เช่น กฎหมายอาญาว่าด้วยการหมิ่นประมาท ละเมิดและควมรับผิดชอบทางแพ่ง กฎหมายลิขสิทธิ์และ สิทธิบัตร จริยธรรมและจรรยาบรรณของนักนิเทศศาสตร์ โดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม

ข. กลุ่มวิชาแกนสาขาวิชา 9 หน่วยกิต

- CS 001 **ความคิดสร้างสรรค์เพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์** 3 (3-0-6)
(Creativity for Strategic Communication)
หลักการ แนวคิด และทฤษฎีการพัฒนาคิดเชิงสร้างสรรค์ การคิดเชิงวิเคราะห์ การคิดเชิงวิพากษ์ เพื่อพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารที่แตกต่าง การสร้างสรรค์เครื่องมือและเนื้อหาเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ต่าง ๆ โดยใช้กรณีศึกษาจากการสื่อสารเชิงกลยุทธ์เพื่อฝึกพัฒนาความคิดสร้างสรรค์
- CS 002 **เครื่องมือเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์** 3 (3-0-6)
(Tools for Strategic Communication)
หลักการ แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับเครื่องมือสื่อสารเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ ประเภทของเครื่องมือสื่อสารที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา รวมทั้งสื่อใหม่ การบูรณาการเครื่องมือสื่อสารที่เหมาะสมสำหรับการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ทั้งในระดับองค์กร และสินค้าหรือบริการ โดย ฝึกออกแบบเครื่องมือสื่อสารเชิงกลยุทธ์เบื้องต้น
- CS 003 **การวิจัยเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์** 3 (3-0-6)
(Research for Strategic Communication)
สอบผ่าน CA304 การวิจัยเบื้องต้นทางนิเทศศาสตร์
แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับการวิจัยเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ กระบวนการวิจัยเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ โดยเน้นการฝึกเขียนโครงร่างการวิจัย การดำเนินงานวิจัย และการเขียนรายงานการวิจัยสำหรับงานสื่อสารเชิงกลยุทธ์ ได้แก่ การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร การวิจัยเพื่อการโฆษณาและการสื่อสารการตลาด

ค. กลุ่มวิชาเอก 30 หน่วยกิต

วิชาเอกการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ 30 หน่วยกิต

- วิชาเอกบังคับ 24 หน่วยกิต

- CS 101 **การสื่อสารองค์กร** 3 (3-0-6)
(Corporate Communication)
แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับการสื่อสาร องค์กร และการสื่อสารองค์กร โดยครอบคลุมการสื่อสารองค์กรกับกลุ่มประชาชนเป้าหมายภายใน และการสื่อสารองค์กรกับกลุ่มประชาชนเป้าหมายต่าง ๆ ภายนอก รวมทั้งหลักการที่เป็นพื้นฐานสำคัญซึ่งเกี่ยวข้องกับการสื่อสารองค์กร ได้แก่ การสร้างอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์และชื่อเสียง ความรับผิดชอบต่อสังคม การโฆษณาองค์กร และการสื่อสารในภาวะวิกฤติ

CS 102 การประชาสัมพันธ์การตลาด

3 (3-0-6)

(Marketing Public Relations)

แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การตลาด ความแตกต่างระหว่างการตลาดประชาสัมพันธ์กับการประชาสัมพันธ์รูปแบบอื่น ๆ วิธีการและเครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การตลาด ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการประยุกต์ใช้การประชาสัมพันธ์การตลาด ตลอดจนการวางแผนและการประเมินผลการประชาสัมพันธ์การตลาด

CS 103 การออกแบบสารและการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ 1

3 (3-0-6)

(Message Design and Writing for Public Relations I)

แนวคิดและเทคนิคการวิเคราะห์ผู้รับสารและออกแบบเนื้อหาสารประเภทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ผูกการคิดและวิเคราะห์เชิงสร้างสรรค์เพื่อผลิตงานเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทข่าวประชาสัมพันธ์ บทสัมภาษณ์ คำบรรยายภาพเพื่อเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสารประเภทต่าง ๆ

CS 104 การออกแบบสารและการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ 2

3 (3-0-6)

(Message Design and Writing for Public Relations II)

ศึกษาก่อน CS 103 การออกแบบสารและการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ 1

แนวคิดและเทคนิคการวิเคราะห์ผู้รับสารและออกแบบเนื้อหาสารประเภทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ผูกการคิดและวิเคราะห์เชิงสร้างสรรค์เพื่อผลิตงานเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทบทความ สารคดี ประกาศ แถลงการณ์ สุนทรพจน์ เพื่อเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสารประเภทต่าง ๆ

CS 105 การออกแบบและผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

3 (2-2-5)

(Media Design and Production for Public Relations)

ศึกษาก่อน CS 002 เครื่องมือเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

แนวคิด หลักการและเทคนิคเกี่ยวกับการออกแบบสร้างสรรค์สื่อและผลิตสื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กรและกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ทั้งวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ และสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ และการประเมินผลสื่อ ผูกปฏิบัติการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง และสื่อดิจิทัล

- CS 106 การวางแผนและบริหารงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ 3 (3-0-6)
(Planning and Management for Strategic Public Relations)
แนวคิด หลักการเกี่ยวกับการวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ การวิเคราะห์สถานการณ์องค์กร ความท้าทายเชิงกลยุทธ์ และกลุ่มเป้าหมาย เทคนิคการวางแผนกลยุทธ์และการประชาสัมพันธ์ การวางแผนสื่อ แนวทางการบริหารแผนงาน และการประเมินผล ฝึกการวิเคราะห์และเขียนแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์
- CS 107 สัมมนาการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ 3 (3-0-6)
(Seminar on Strategic Public Relations)
ศึกษาก่อน CS 101 การสื่อสารองค์กร
การวิเคราะห์สถานการณ์ ปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาในกระบวนการสื่อสารองค์กรและการประชาสัมพันธ์ ทั้งในระดับการบริหารจัดการและระดับปฏิบัติการ การสื่อสารในภาวะวิกฤติ โดยศึกษาจากกรณีตัวอย่างซึ่งเกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร และพิจารณาความรับผิดชอบต่อสังคมบนพื้นฐานของจรรยาบรรณวิชาชีพและจริยธรรม
- CS 108 ประสบการณ์วิชาชีพทางการประชาสัมพันธ์ 3(0-6-3)
(Public Relations Practicum)
สอบผ่าน รายวิชาในหลักสูตรจำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต
และตามเกณฑ์ที่สาขาวิชากำหนด
จัดให้นักศึกษาออกฝึกงานสื่อสารองค์กรหรืองานประชาสัมพันธ์ ในหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยได้รับความเห็นชอบจากสาขาวิชา ให้มีระยะเวลาการฝึกงานไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ หรือไม่ต่ำกว่า 400 ชั่วโมงตามที่สาขาวิชากำหนด และให้เสนอรายงานการฝึกงานประกอบ
- CS 109 โครงการด้านการประชาสัมพันธ์ 3 (1-0-8)
(Public Relations Project)
สอบผ่าน รายวิชาในหลักสูตรจำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต
และตามเกณฑ์ที่สาขาวิชากำหนด
นักศึกษาที่สาขาวิชาพิจารณาว่า มีคุณสมบัติเหมาะสมในการจัดทำโครงการด้านการประชาสัมพันธ์ แทนการออกฝึกงานในหน่วยงานภายนอก ตามรายวิชา CS 108 ประสบการณ์วิชาชีพทางการประชาสัมพันธ์ ให้จัดทำโครงการเรื่องใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารองค์กรหรือการประชาสัมพันธ์ โดยนักศึกษาต้องเขียนโครงการและนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา ดำเนินโครงการ และ/หรือ ผลิตผลงาน ตามโครงการที่ได้รับความเห็นชอบ

CS 110 สหกิจศึกษา

6 (0-40-20)

(Co-operative Education)

สอบผ่าน รายวิชาในหลักสูตรจำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต
และตามเกณฑ์ที่สาขาวิชากำหนด

การปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการอย่างมีระบบ ตามสาขาวิชาที่ศึกษาเป็นระยะเวลา 1 ภาคการศึกษาในฐานะพนักงานชั่วคราว นักศึกษาจะต้องเข้ารับการเตรียมความพร้อมทั้งทางด้านวิชาการ และการปฏิบัติตนในสังคม การทำงาน รวมทั้งดำเนินการตามขั้นตอนของสหกิจศึกษาที่มหาวิทยาลัยกำหนด การปฏิบัติงานและการประเมินผล อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาของสาขาวิชา และพนักงานที่ปรึกษาที่สถานประกอบการมอบหมาย

- วิชาเอกเลือก 6 หน่วยกิต

CS 131 การประชาสัมพันธ์ธุรกิจบันเทิงและการท่องเที่ยว

3 (3-0-6)

(Public Relations for Entertainment and Tourism Businesses)

แนวคิด หลักการและแนวทางการดำเนินงานของธุรกิจบันเทิงและการท่องเที่ยว บทบาทและความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อธุรกิจบันเทิงและการท่องเที่ยว โครงสร้างองค์กรและการจัดหน่วยงานประชาสัมพันธ์ เทคนิค กระบวนการวางแผนและดำเนินงานประชาสัมพันธ์ รวมทั้งเครื่องมือสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ธุรกิจบันเทิงและการท่องเที่ยว ฝึกวิเคราะห์การประชาสัมพันธ์ธุรกิจบันเทิงและการท่องเที่ยวจากกรณีศึกษา

CS 132 การประชาสัมพันธ์ธุรกิจการเงิน

3 (3-0-6)

(Public Relations for Financial Businesses)

แนวคิด หลักการและแนวทางการดำเนินงานของธุรกิจการเงิน บทบาทและความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อธุรกิจการเงิน โครงสร้างองค์กรและการจัดหน่วยงานประชาสัมพันธ์ เทคนิค กระบวนการวางแผนและดำเนินงานประชาสัมพันธ์ รวมทั้งเครื่องมือสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ธุรกิจการเงิน ฝึกวิเคราะห์การประชาสัมพันธ์ธุรกิจการเงินจากกรณีศึกษา

CS 133 เทคนิคการพูดและนำเสนองานเพื่อการประชาสัมพันธ์

3 (3-0-6)

(Speaking and Presentation Techniques for Public Relations)

หลักการพูดและการนำเสนองานเพื่อการประชาสัมพันธ์ การเตรียมการพูดและการนำเสนอ งาน การใช้ภาษาในการพูดและการนำเสนองาน เทคนิค การวางแผนและการใช้สื่อเพื่อการนำเสนอ งานประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ฝึกการพูดเพื่อการประชาสัมพันธ์ลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ การบรรยายสรุป การแถลงข่าว การสัมภาษณ์ การประชุม การเป็นพิธีกร การพูดในโอกาสต่าง ๆ และฝึกการนำเสนองานเพื่อการประชาสัมพันธ์

- CS 134 การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์** 3 (3-0-6)
(Special Events for Strategic Communication)
แนวคิด หลักการเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ รูปแบบและเทคนิค การสร้างสรรค์กิจกรรมพิเศษเพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ และสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย กระบวนการและวิธีการดำเนินงานในการจัดกิจกรรมพิเศษ ฝึกปฏิบัติการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์
- CS 135 กลยุทธ์สื่อใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์** 3 (2-2-5)
(New Media Strategy for Public Relations)
แนวคิด หลักการเกี่ยวกับสื่อใหม่คุณลักษณะของสื่อใหม่ประเภทต่างๆ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายของสื่อใหม่ การกำหนดกลยุทธ์การใช้สื่อใหม่ที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เทคนิคการวางแผนและออกแบบสื่อใหม่เพื่องานประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอก ฝึกการวางแผน ออกแบบ และผลิตสื่อใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์
- CS 136 ชุมชนสัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อสังคม** 3 (3-0-6)
(Community Relations and Social Responsibility)
แนวคิด หลักการเกี่ยวกับชุมชนและการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน การวิเคราะห์สถานการณ์และบริบทของชุมชนประเภทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร การวิเคราะห์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน การกำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร การดำเนินกิจกรรมการสื่อสาร และการประเมินผลการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์ โดยเชื่อมโยงกับหลักความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ฝึกปฏิบัติการรวมชุมชนสัมพันธ์
- CS 137 การบริหารความสัมพันธ์** 3 (3-0-6)
(Relationship Management)
แนวคิด หลักการ ทฤษฎีเกี่ยวกับความสัมพันธ์ การสร้างและการบริหารความสัมพันธ์ กลยุทธ์และวิธีการดำเนินงานบริหารความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก ได้แก่ การบริหารความสัมพันธ์กับพนักงาน สื่อมวลชน ชุมชน ลูกค้า
- CS 138 การสื่อสารเพื่อการพัฒนา** 3 (3-0-6)
(Communication for Development)
แนวคิด หลักการ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารกับการพัฒนา ครอบคลุมทั้งแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา การสื่อสาร การสื่อสารเพื่อการพัฒนา การเปลี่ยนแปลงทางสังคม การแพร่กระจายนวัตกรรม การสื่อสารรณรงค์ การตลาดเพื่อสังคม และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยมีกรณีศึกษาประกอบ

CS 139 การประชาสัมพันธ์ระดับสากล 3 (3-0-6)

(Global Public Relations)

หลัก แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ระดับสากล สถานการณ์ปัจจุบัน และโอกาสในการทำงานประชาสัมพันธ์ระดับสากล ผลกระทบด้านการเมือง เศรษฐกิจ ประวัติศาสตร์ สังคมและวัฒนธรรมที่มีต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรสมัยใหม่ บทบาทของ โลกาภิวัตน์ อินเทอร์เน็ต และการเข้าถึงข้อมูลที่มีต่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ระดับสากล

CS 140 การสื่อสารรณรงค์ 3 (3-0-6)

(Communication Campaign)

แนวคิด หลักการเกี่ยวกับการสื่อสารรณรงค์เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจกับกลุ่ม ประชาชนเป้าหมาย เกี่ยวกับกิจกรรม โครงการ และ/หรือองค์กร เพื่อมุ่งผลลัพธ์ด้านชื่อเสียงและ ความสัมพันธ์อันดี โดยมุ่งเน้นการวางแผนการสื่อสารรณรงค์เชิงกลยุทธ์ ตั้งแต่การวิเคราะห์ สถานการณ์เกี่ยวกับองค์กรและสภาพแวดล้อม การกำหนดประเด็นรณรงค์ การวิเคราะห์ กลุ่มเป้าหมาย การวางแผนกลยุทธ์ทางการสื่อสาร การจัดกิจกรรมการสื่อสารรณรงค์ ตลอดจนการ ประเมินผลการสื่อสารรณรงค์ ฝึกปฏิบัติการวางแผนและดำเนินงานสื่อสารรณรงค์

CS 141 การพูดภาษาอังกฤษเพื่อการประชาสัมพันธ์ 3 (3-0-6)

(Speaking English for Public Relations)

สอบผ่าน CA303 ภาษาอังกฤษสำหรับงานนิเทศศาสตร์

หลักและวิธีการพูดภาษาอังกฤษเพื่อการประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท ได้แก่ การกล่าว ต้อนรับ การแนะนำบุคคลและสถานที่ การตอบข้อซักถาม

CS 142 การเขียนภาษาอังกฤษเพื่อการประชาสัมพันธ์ 3 (3-0-6)

(Writing English for Public Relations)

สอบผ่าน CA303 ภาษาอังกฤษสำหรับงานนิเทศศาสตร์

หลักและวิธีการเขียนภาษาอังกฤษเพื่อการประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท ได้แก่ การเขียน บันทึกรายงาน การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ การบรรยายภาพข่าวประชาสัมพันธ์

CS143 การศึกษาเฉพาะบุคคล 1 (1-0-8)

(Individual Study)

เรื่องเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ โดยนักศึกษาจะต้องเสนอโครงร่างของเรื่องที่สนใจจะ ศึกษา พร้อมเสนอชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา และได้รับการอนุมัติจากสาขาวิชาก่อนการลงทะเบียน

CS 144 หัวข้อพิเศษทางการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ 3 (3-0-6)

(Special Topic in Strategic Public Relations)

เรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ โดยสาขาวิชาเป็นผู้คัดเลือก และกำหนดหัวข้อในการศึกษาแต่ละภาคการศึกษาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

วิชาเอกการโฆษณา 30 หน่วยกิต

- วิชาเอกบังคับ 24 หน่วยกิต

CS 201 การโฆษณากับพฤติกรรมผู้บริโภค 3 (3-0-6)

(Advertising and Consumer Behavior)

การวิเคราะห์ผู้บริโภคในฐานะผู้รับสารและเป้าหมายในการจูงใจ ปัจจัยทางจิตวิทยาและปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อสร้างคุณค่าตราสินค้าในงานโฆษณา การนำพฤติกรรมผู้บริโภคมาใช้ในการวางกลยุทธ์โฆษณา

CS 202 การสื่อสารการตลาด 3 (3-0-6)

(Marketing Communication)

แนวคิดและหลักการของการสื่อสารการตลาด เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารการตลาด อาทิ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การตลาดตรง การวิเคราะห์ผู้รับสารเป้าหมาย การสร้างตราสินค้าและคุณค่าตราสินค้า การพัฒนากลยุทธ์สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ รวมถึงการนำเสนอกลยุทธ์สื่อสารการตลาด

CS 203 การสร้างสรรค์และเขียนบทโฆษณา 3 (3-0-6)

(Creative and Copywriting)

ศึกษาก่อน CS001 ความคิดสร้างสรรค์เพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

แนวคิด วิธีการ และขั้นตอนของการวางแผนกลยุทธ์ความคิดสร้างสรรค์สำหรับการโฆษณา การสร้างสรรค์งานโฆษณาสำหรับสินค้าและบริการประเภทต่าง ๆ การออกแบบและการเขียนบทโฆษณา การเขียนคำขวัญ ฝึกการสร้างสรรค์งานโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อดั้งเดิม อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ และสื่อสมัยใหม่ อาทิ อินเทอร์เน็ต มัลติมีเดีย

- CS 204 การผลิตงานโฆษณา 3(2-2-5)
(Advertising Production)
หลักการและกระบวนการพื้นฐานสำหรับการผลิตงานโฆษณาในสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อสมัยใหม่ เทคนิคและแนวทางในการติดต่อประสานงานระหว่างบริษัทโฆษณากับหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการผลิตงานโฆษณา การดำเนินงานของหน่วยงานภายนอก ฝึกปฏิบัติการผลิตงานโฆษณาในสื่อรูปแบบต่าง ๆ ตั้งแต่การเตรียมการผลิต การผลิต และงานภายหลังการผลิต
- CS 205 การวางแผนช่องทางการโฆษณา 3 (3-0-6)
(Advertising Channel Planning)
ศึกษาก่อน CS002 เครื่องมือเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์
ช่องทางการสื่อสารประเภทต่าง ๆ ที่ใช้ในการโฆษณา ศัพท์เทคนิคที่ใช้ในการวางแผนสื่อโฆษณา กระบวนการวางแผนสื่อโฆษณา การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด การนำข้อมูลวิจัยเกี่ยวกับผู้บริโภคมาใช้ในการวางแผนสื่อ การวางกลยุทธ์ช่องทางการสื่อสารเพื่อสร้างตราสินค้า การจัดทำตารางแผนสื่อ ตลอดจนการประเมินผลแผนสื่อโฆษณา
- CS 206 การรณรงค์ทางการโฆษณา 3 (3-0-6)
(Advertising Campaign)
ศึกษาก่อน CS202 การสื่อสารการตลาด
กระบวนการและการดำเนินงานแผนรณรงค์โฆษณา การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การวางกลยุทธ์โฆษณา การผลิตงานโฆษณา การบูรณาการสาร สื่อ และเครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ตลอดจนการประเมินผลแผนรณรงค์โฆษณา ฝึกปฏิบัติการวางแผนและการดำเนินงานรณรงค์โฆษณา รวมทั้งการนำเสนอแผนรณรงค์
- CS 207 สัมมนาการโฆษณา 3 (3-0-6)
(Seminar on Advertising)
ศึกษาก่อน CS 202 การสื่อสารการตลาด
ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสภาพและปัญหาของการสื่อสารการตลาดหรือการโฆษณา โดยเน้นกรณีศึกษาซึ่งเป็นที่สนใจในวงการธุรกิจสื่อสารการตลาดหรือธุรกิจโฆษณาและสาธารณชน รวมทั้งศึกษาแนวความคิดของนักสื่อสารการตลาดหรือนักโฆษณาที่มีชื่อเสียง เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างทักษะแนวคิดในการวิเคราะห์และแก้ไขปัญหา

CS 208 ประสบการณ์วิชาชีพทางการโฆษณา 0 (0-6-3)
(Advertising Practicum)

สอบผ่าน รายวิชาในหลักสูตรจำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต
และตามเกณฑ์ที่สาขาวิชากำหนด

จัดให้นักศึกษาออกฝึกงานในหน่วยงานต่าง ๆ หรือฝึกกลุ่มปฏิบัติการวิชาชีพสื่อสารการตลาดหรือโฆษณา โดยได้รับความเห็นชอบจากสาขาวิชา ให้มีระยะเวลาการฝึกงานไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ หรือไม่น้อยกว่า 400 ชั่วโมง ตามที่สาขาวิชากำหนด และให้เสนอรายงานการฝึกงานประกอบ

CS 209 โครงการด้านการโฆษณา 3 (1-0-8)
(Advertising Project)

สอบผ่าน รายวิชาในหลักสูตรจำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต
และตามเกณฑ์ที่สาขาวิชากำหนด

นักศึกษาที่สาขาวิชาพิจารณาว่า มีคุณสมบัติเหมาะสมในการจัดทำโครงการด้านการโฆษณา แทนการออกฝึกงานในหน่วยงานภายนอก ตามรายวิชา CS 208 ประสบการณ์วิชาชีพทางการโฆษณา ให้จัดทำโครงการเรื่องใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา โดยนักศึกษาต้องเขียนโครงการและนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา ดำเนินโครงการ และ/หรือ ผลิตผลงาน ตามโครงการที่ได้รับความเห็นชอบ

CS 210 สหกิจศึกษา 6 (0-40-20)
(Co-operative Education)

สอบผ่าน รายวิชาในหลักสูตรจำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต
และตามเกณฑ์ที่สาขาวิชากำหนด

การปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการอย่างมีระบบ ตามสาขาวิชาที่ศึกษาเป็นระยะเวลา 1 ภาคการศึกษาในฐานะพนักงานชั่วคราว นักศึกษาจะต้องเข้ารับการเตรียมความพร้อมทั้งทางด้านวิชาการ และการปฏิบัติตนในสังคม การทำงาน รวมทั้งดำเนินการตามขั้นตอนของสหกิจศึกษาที่มหาวิทยาลัยกำหนด การปฏิบัติงานและการประเมินผล อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาของสาขาวิชา และพนักงานที่ปรึกษาที่สถานประกอบการมอบหมาย

- วิชาเอกเลือก 6 หน่วยกิต

CS 231 การโฆษณากับสังคม 3 (3-0-6)

(Advertising and Society)

บทบาท อิทธิพล และผลกระทบของการโฆษณาและกิจกรรมการตลาดอื่น ๆ ที่มีต่อบุคคล ชุมชน และสังคม บทบาทของการโฆษณาในด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม จรรยาบรรณและความรับผิดชอบของนักโฆษณา การควบคุมโฆษณาทางกฎหมายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยใช้กรณีศึกษาในประเทศไทย

CS 232 เทคนิคการนำเสนอผลงานโฆษณา 3 (3-0-6)

(Advertising Presentation Techniques)

หลักการและวิธีการในการนำเสนอผลงานแก่บริษัทลูกค้า เพื่อการแข่งขันกับบริษัทตัวแทนโฆษณาอื่น ๆ ฝึกปฏิบัติการเตรียม การผลิต และการนำเสนอผลงานโฆษณา อาทิ แผนรณรงค์โฆษณา แผนงานความคิดสร้างสรรค์ ผลงานวิจัยตลาดและผู้บริโภค ให้ลูกค้าอนุมัติ ตลอดจนแนวทางในการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอผลงานโฆษณาในสถานการณ์ ต่าง ๆ

CS 233 ทฤษฎีการจูงใจเพื่องานโฆษณา 3 (3-0-6)

(Persuasive Theory for Advertising)

แนวคิดและทฤษฎีการจูงใจโดยใช้สื่อประเภทต่าง ๆ เพื่องานโฆษณา องค์ประกอบเกี่ยวกับ ทฤษฎีการจูงใจทั้งด้านจิตวิทยา สังคมวิทยา มานุษยวิทยา และเศรษฐศาสตร์ การนำทฤษฎีการจูงใจ มาใช้ในการวางกลยุทธ์โฆษณา รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการจูงใจอันส่งผลต่องานโฆษณา

CS 234 กลยุทธ์การโฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่ 3 (3-0-6)

(Advertising Strategy in New Media)

หลักการและกลยุทธ์สำหรับการโฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต มัลติมีเดีย สื่อแวดล้อม สื่อดิจิทัล และสื่ออื่น ๆ โดยการสร้างสรรค์และเลือกใช้สื่อเพื่อใช้ในการสื่อสารการตลาด อย่างมีประสิทธิภาพ

CS 235 การออกแบบโฆษณา 3(2-2-5)

(Advertising Design)

หลักการเบื้องต้นของนิเทศศิลป์ที่นำมาใช้ในงานโฆษณา การออกแบบเครื่องหมาย สัญลักษณ์และตัวอักษร การเลือกใช้สี กระบวนการผลิตวัสดุโฆษณาและต้นฉบับที่ใช้ในงานสิ่งพิมพ์ การใช้ระบบการพิมพ์ ฝึกปฏิบัติการออกแบบสิ่งพิมพ์ประเภทต่าง ๆ กระบวนการทำอาร์ตเวิร์ค ตลอดจนการออกแบบและผลิตวัสดุโฆษณาในสื่อประเภทอื่น ๆ

CS 236 การถ่ายภาพเพื่องานโฆษณา

3(2-2-5)

(Advertising Photography)

หลักการถ่ายภาพจากความคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อใช้ในงานโฆษณา เกณฑ์ต่าง ๆ สำหรับประเมินคุณภาพผลงาน เทคนิคการจัดองค์ประกอบภาพ การจัดแสง และฝึกปฏิบัติการถ่ายภาพนิ่งเพื่อใช้ในงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อสมัยใหม่ที่ต้องใช้ภาพนิ่งในการโฆษณา

CS 237 คอมพิวเตอร์กราฟิกเพื่องานโฆษณา

3 (2-2-5)

(Computer Graphics for Advertising)

การออกแบบและฝึกปฏิบัติการจัดทำชิ้นงานโฆษณาด้วยคอมพิวเตอร์ในสื่อประเภทต่าง ๆ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ และสื่อประสม (Multimedia) กระบวนการและขั้นตอนการออกแบบ และการนำเสนอผลงานโฆษณาแบบสองมิติและสามมิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

CS 238 การจัดการโฆษณา

3 (3-0-6)

(Advertising Management)

การดำเนินงานธุรกิจของหน่วยงานโฆษณาและบริษัทตัวแทนโฆษณาในด้านการจัดโครงสร้างองค์กร การจัดสรรบุคลากร งบประมาณ และทรัพยากรอื่น ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ กลยุทธ์ การจัดหา การให้บริการและการประสานงานกับบริษัทลูกค้า การเสริมสร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทลูกค้า ตลอดจนการติดตามประเมินผล เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขวิธีการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ

CS 239 การกำกับศิลป์เพื่องานโฆษณา

3 (2-2-5)

(Advertising Art Direction)

ศึกษาก่อน CS235 ศิลปะการออกแบบโฆษณา

หลักการและวิธีการกำกับศิลป์ ความเกี่ยวเนื่องกับการสื่อสารในด้านการเลือกใช้สี การวางรูปแบบ การออกแบบหน้า การจัดวางองค์ประกอบตัวอักษรและภาพ ฝึกปฏิบัติงานด้านกำกับศิลป์เพื่อใช้ในการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อสมัยใหม่ที่ต้องการใช้ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวในการโฆษณา

CS 240 การศึกษาเฉพาะบุคคล 3 (1-0-8)
(Individual Study)

การศึกษารื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับการโฆษณา โดยนักศึกษาจะต้องเสนอโครงร่างของเรื่องที่สนใจศึกษา พร้อมเสนอชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อขออนุมัติจากสาขาวิชาก่อนการลงทะเบียน

CS 241 หัวข้อพิเศษทางการโฆษณา 3 (3-0-6)
(Special Topic in Advertising)

ประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการโฆษณา โดยสาขาวิชาเป็นผู้คัดเลือกและกำหนดหัวข้อการศึกษาในแต่ละภาค ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

วิชาเอกการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม 30 หน่วยกิต

- วิชาเอกบังคับ 24 หน่วยกิต

CS 301 หลักการสื่อสารการตลาด 3 (3-0-6)
(Principles of Marketing Communication)

หลักการ แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด ความเชื่อมโยงระหว่างการสื่อสารกับการตลาด บทบาทของการสื่อสารการตลาดในส่วนประสมทางการตลาด องค์ประกอบของการสื่อสารการตลาด เครื่องมือสื่อสารการตลาดรูปแบบต่าง ๆ พฤติกรรมผู้บริโภคภายใต้ความหลากหลายทางวัฒนธรรม การวางแผนงานด้านการสื่อสารการตลาด ตลอดจนการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อสร้างแบรนด์ของธุรกิจทั้งในระดับประเทศและในระดับสากล

CS 302 จิตวิทยาผู้บริโภคหลากหลายวัฒนธรรม 3 (3-0-6)

(Multicultural Consumer Psychology)

แนวคิดและทฤษฎีทางจิตวิทยาและพฤติกรรมศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาผู้บริโภค การศึกษาปัจจัยภายใน การรับรู้ ความจำ บุคลิกภาพ และปัจจัยแวดล้อมทางสังคม ได้แก่ ค่านิยม ครอบครัว กลุ่มอ้างอิงที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค การสื่อสารกับผู้บริโภคที่มีปัจจัยทางจิตวิทยาและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน กระบวนการทางจิตวิทยาที่เป็นพื้นฐานความคิด ความรู้สึก การตัดสินใจ และพฤติกรรมของผู้บริโภค การประยุกต์ใช้ทฤษฎีและงานวิจัยสำหรับการสื่อสารการตลาดกับกลุ่มผู้บริโภคภายใต้ระบบวัฒนธรรมต่าง ๆ

CS 303 เครื่องมือสื่อสารการตลาดเชิงกลยุทธ์ 3 (2-2-5)

(Strategic Marketing Communication Tools)

ศึกษาก่อน CS301หลักการสื่อสารการตลาด

หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับเครื่องมือสื่อสารการตลาดตราสินค้าและตราองค์กรข้ามวัฒนธรรม การออกแบบและสร้างสรรค์เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง การส่งเสริมการขาย การตลาดเชิงกิจกรรม รวมถึงการประยุกต์ใช้สื่อประเพณี สื่อพื้นบ้าน สื่อใหม่ และสื่อสังคมออนไลน์ การประเมินผลเครื่องมือสื่อสารการตลาด กฎระเบียบและจริยธรรมที่เกี่ยวข้อง ผักผลิตสื่อและสร้างสรรค์เครื่องมือสื่อสารการตลาด

CS 304 สื่อดิจิทัลเพื่อการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม 3 (2-2-5)

(Digital Media for Cross-Cultural Marketing Communication)

ศึกษาก่อน CS301หลักการสื่อสารการตลาด

หลักการ แนวคิด รูปแบบ และพัฒนาการของการใช้สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการสื่อสารการตลาด เทคนิคและวิธีการใช้สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคในสภาพแวดล้อมข้ามวัฒนธรรม การวัดและประเมินผลการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์

CS 305 การสร้างแบรนด์ข้ามวัฒนธรรม 3 (3-0-6)

(Cross-Cultural Branding)

หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับแบรนด์และการสร้างแบรนด์ข้ามวัฒนธรรม องค์ประกอบของแบรนด์ คุณค่าเชิงมูลค่าของแบรนด์ (Brand Equity) บทบาทและความสำคัญของการสื่อสารการตลาดกับการสร้างแบรนด์ข้ามวัฒนธรรม กรณีศึกษาเทคนิคการสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างแบรนด์ระดับภูมิภาคและแบรนด์ระดับโลก

CS 306 การรณรงค์ทางการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม 3 (3-0-6)

(Cross-Cultural Marketing Communication Campaign)

ศึกษาก่อน CS303 เครื่องมือสื่อสารการตลาดเชิงกลยุทธ์

บทบาทและความสำคัญของการรณรงค์ทางการสื่อสารการตลาด กระบวนการวางแผนรณรงค์ ประกอบด้วย การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์และองค์กร การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ การวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่สอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภคในสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน และการประเมินผลการรณรงค์ ผูกวางแผนและนำเสนอแผนรณรงค์ทางการสื่อสารการตลาด

CS 307 สัมมนาการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม

3 (3-0-6)

(Seminar on Cross-Cultural Marketing Communication)

ศึกษาก่อน CS301 หลักการสื่อสารการตลาด

การวิเคราะห์สถานการณ์ ปัญหา และแนวทางแก้ไขปัญหาในกระบวนการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม โดยศึกษาจากกรณีตัวอย่างการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรมของประเทศไทย แนวความคิดและผลงานของนักสื่อสารการตลาดที่มีชื่อเสียง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแนวคิดทักษะการวิเคราะห์และการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ รวมทั้งกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม

CS 308 ประสบการณ์วิชาชีพทางการสื่อสารการตลาด

3 (6-0-3)

(Marketing Communication Practicum)

สอบผ่าน รายวิชาในหลักสูตรจำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต

และตามเกณฑ์ที่สาขาวิชากำหนด

จัดให้นักศึกษาออกฝึกงานสื่อสารการตลาดในหน่วยงานต่าง ๆ โดยได้รับความเห็นชอบจากสาขาวิชา ให้มีระยะเวลาการฝึกงานไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ หรือไม่น้อยกว่า 400 ชั่วโมง ตามที่สาขาวิชากำหนด และให้เสนอรายงานการฝึกงานประกอบ

CS 309 โครงการด้านการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม

3 (1-0-8)

(Cross-Cultural Marketing Communication Project)

**สอบผ่าน รายวิชาในหลักสูตรจำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต
และตามเกณฑ์ที่สาขาวิชากำหนด**

นักศึกษาที่สาขาวิชาพิจารณาว่า มีคุณสมบัติเหมาะสมในการจัดทำโครงการด้านการสื่อสาร การตลาดข้ามวัฒนธรรมแทนการออกฝึกงานในหน่วยงานภายนอก ตามรายวิชา CS 308 ประสบการณ์วิชาชีพทางการสื่อสารการตลาด ให้จัดทำโครงการเรื่องใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร การตลาดข้ามวัฒนธรรม โดยนักศึกษาต้องเขียนโครงการและนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา ดำเนินโครงการ และ/หรือ ผลิตผลงาน ตามโครงการที่ได้รับความเห็นชอบ

CS 310 สหกิจศึกษา 6 (0-40-20)

(Co-operative Education)

**สอบผ่าน รายวิชาในหลักสูตรจำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต
และตามเกณฑ์ที่สาขาวิชากำหนด**

การปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการอย่างมีระบบ ตามสาขาวิชาที่ศึกษาเป็นระยะเวลา 1 ภาคการศึกษาในฐานะพนักงานชั่วคราว นักศึกษาจะต้องเข้ารับการเตรียมความพร้อมทั้งทางด้าน วิชาการ และการปฏิบัติตนในสังคม การทำงาน รวมทั้งดำเนินการตามขั้นตอนของสหกิจศึกษาที่ มหาวิทยาลัยกำหนด การปฏิบัติงานและการประเมินผล อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของอาจารย์ที่ ปรึกษาของสาขาวิชา และพนักงานที่ปรึกษาที่สถานประกอบการมอบหมาย

- วิชาเอกเลือก 6 หน่วยกิต

CS 331 การสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว 3 (3-0-6)

(Cross-Cultural Marketing Communication for Tourism)

หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บทบาทของการตลาดต่อ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว การวิเคราะห์พฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวหลากหลายวัฒนธรรม การวางแผนการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว กลยุทธ์การใช้ เครื่องมือสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

CS 332 การสื่อสารการตลาดสำหรับธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ 3 (3-0-6)

(Marketing Communication for Multinational Retail Business)

แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ เครื่องมือสื่อสารการตลาดสำหรับธุรกิจค้าปลีก สมัยใหม่ รูปแบบการใช้ชีวิตและพฤติกรรมของผู้บริโภคเป้าหมายภายใต้ความหลากหลายทาง วัฒนธรรม การสื่อสารอัตลักษณ์ของธุรกิจและการสร้างประสบการณ์ให้แก่ลูกค้า ณ ทุกจุดสัมผัส การสร้างแบรนด์ธุรกิจค้าปลีกในระดับสากล การสร้างความผูกพันและความภักดีของผู้บริโภค

CS 333 การสื่อสารการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ 3 (3-0-6)
ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
(Marketing Communication for Small and Medium Enterprises)
แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันภายใต้งบประมาณที่จำกัดและแบรนด์ยังไม่เป็นที่รู้จักในตลาด การวางแผนและพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจ

CS 334 การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม 3 (2-2-5)
(Event Marketing Communication)
แนวคิดและองค์ประกอบของการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม การวิเคราะห์ผู้บริโภคและปัจจัยในการกำหนดรูปแบบของการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม กระบวนการวางแผนและดำเนินงานสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม เทคนิคการจัดกิจกรรมเพื่อการสื่อสารการตลาด วิธีการประเมินผลการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม ฝึกปฏิบัติการจัดกิจกรรมเพื่อการสื่อสารการตลาด

CS 335 ไมซ์เพื่อการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม 3 (3-0-6)
(MICE for Cross-Cultural Marketing Communication)
หลักการเกี่ยวกับการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติ (MICE-Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions) เพื่อการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม การวางแผนและกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมกิจกรรมไมซ์ การดำเนินงาน และการประเมินผลการจัดกิจกรรมไมซ์

CS 336 การออกแบบสารเพื่อการสื่อสารการตลาด 3 (3-0-6)
(Message Design for Marketing Communication)
การแปลงแนวคิดทางการตลาดสู่การสร้างสารเพื่อการสื่อสารการตลาด แนวคิดและเทคนิคการวิเคราะห์ผู้รับสาร ฝึกวิเคราะห์เชิงสร้างสรรค์เพื่อออกแบบเนื้อหาสารประเภทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อสารการตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ สารทางการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย สารทางการประชาสัมพันธ์

CS 337 ภาษาอังกฤษเพื่องานสื่อสารการตลาด 3 (3-0-6)

(English for Marketing Communication)

สอบผ่าน CA303 ภาษาอังกฤษสำหรับงานนิเทศศาสตร์

การอ่าน การแปลความหมาย และการเขียนภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้องกับงานสื่อสารการตลาด ได้แก่ การอ่านข่าวและการสรุปข่าวภาษาอังกฤษ การแปลข่าวภาษาอังกฤษ การอ่านและสรุปใจความของงานโฆษณา การเขียนบรรยายภาพข่าวประชาสัมพันธ์การตลาด การแปลข่าวประชาสัมพันธ์การตลาด การเขียนบันทึกภายในและจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และคำศัพท์ภาษาอังกฤษที่ใช้ในงานสื่อสารการตลาด

CS 338 การจัดการธุรกิจการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม 3 (3-0-6)

(Business Management for Cross-Cultural Marketing Communication)

หลักการและแนวคิดการบริหารธุรกิจการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม โครงสร้างและการจัดการหน่วยปฏิบัติการสื่อสารการตลาด การบริหารนโยบายและการจัดการทรัพยากรด้านงบประมาณ บุคลากร ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ ศึกษาเปรียบเทียบการจัดการธุรกิจสื่อสารการตลาดในบริบทของสังคมไทยและนานาชาติ เน้นประเทศในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน

CS 339 การศึกษาเฉพาะบุคคล 3 (1-0-8)

(Individual Study)

การศึกษาเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม โดยนักศึกษาจะต้องเสนอโครงร่างของเรื่องที่สนใจศึกษา พร้อมเสนอชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อขออนุมัติจากสาขาวิชาก่อนการลงทะเบียน

CS 340 หัวข้อพิเศษทางการสื่อสารการตลาด 3 (3-0-6)

(Special Topic in Marketing Communication)

ประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานสื่อสารการตลาด โดยสาขาวิชาเป็นผู้คัดเลือกและกำหนดหัวข้อในการศึกษาแต่ละภาคการศึกษาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

วิชาเอกการสร้างสรรค์และออกแบบสื่อ 30 หน่วยกิต

- วิชาเอกบังคับ 24 หน่วยกิต

- CS 401 พื้นฐานการออกแบบ 3 (2-2-5)
(Fundamental of Design)
ประวัติ แนวคิด ทฤษฎีเบื้องต้นของการออกแบบ ฝึกปฏิบัติงานด้านการสร้างสรรค์ □ การออกแบบสื่อ โดยใช้ศิลปะพื้นฐานการออกแบบ ได้แก่ จุด เส้น ระนาบ รูปทรง ลักษณะพื้นผิว สี น้ำหนัก พื้นที่ว่าง และหลักการออกแบบ ได้แก่ เอกภาพ จังหวะ ความสมดุล สัดส่วน รวมถึงการใช้สี และการสื่อสัญลักษณ์ทางการออกแบบ
- CS 402 ทักษะศิลป์เพื่อการสื่อสาร 3 (2-2-5)
(Visual Art for Communication)
หลักการ แนวคิดและเทคนิคการสื่อสารผ่านภาพ การออกแบบและจัดองค์ประกอบภาพ ทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ฝึกปฏิบัติทักษะของการออกแบบภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การสื่อสารการตลาด
- CS 403 เครื่องมือเพื่อการออกแบบสื่อและการสื่อสาร 3 (2-2-5)
(Tools for Media and Communication Design)
ศึกษาก่อน CS401 พื้นฐานการออกแบบ
หลักการ แนวคิดและเทคนิคการออกแบบสื่อและการสื่อสาร ได้แก่ การออกแบบตัวอักษร การออกแบบอินเตอร์แอกทีฟ การออกแบบอินโฟกราฟิก ฝึกปฏิบัติการออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อการออกแบบสื่อที่สนับสนุนการสร้างแบรนด์
- CS 404 การจัดการแบรนด์และการออกแบบสื่อ 3 (3-0-6)
(Brand Management and Media Design)
หลักการและความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการแบรนด์กับการออกแบบสื่อ การสร้างและปรับคุณค่า ความหมาย อัตลักษณ์ การวางตำแหน่ง และบุคลิกภาพ ของแบรนด์สินค้า บริการ หรือองค์กร การออกแบบสื่อเพื่อเชื่อมโยงกลยุทธ์แบรนด์ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เน้นกรณีศึกษาการจัดการแบรนด์ด้วยการออกแบบ
- CS 405 การสร้างสรรค์และออกแบบเชิงธุรกิจ 3 (3-0-6)

(Creativity and Design for Business)

ความสัมพันธ์ของธุรกิจกับการสร้างสรรค์และออกแบบ กระบวนการและขั้นตอนการออกแบบ ตั้งแต่การวิเคราะห์บริบททางการตลาด สังคม และวัฒนธรรม การศึกษาพฤติกรรมความต้องการ ผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ฝึกปฏิบัติสร้างสรรค์งานออกแบบให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของ ธุรกิจ

CS 406 โครงการด้านการออกแบบสื่อ 1 3 (1-0-8)

(Media Design Project 1)

ศึกษาก่อน CS 401 พื้นฐานการออกแบบ

CS 402 ทักษะศิลป์เพื่อการสื่อสาร

การจัดทำโครงการด้านการสร้างสรรค์และออกแบบสื่อสำหรับองค์กรหรือผลิตภัณฑ์ โดย นักศึกษาต้องเขียนโครงการและนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา ดำเนินโครงการ และ/หรือ ผลิตผลงาน ตามโครงการที่ได้รับความเห็นชอบ

CS 407 สัมมนากลยุทธ์แบรนด์และการออกแบบสื่อ 3 (3-0-6)

(Seminar on Brand Strategy and Media Design)

ศึกษาก่อน CS 404 การจัดการแบรนด์และการออกแบบสื่อ

การวิเคราะห์สถานการณ์ ปัญหา และแนวทางการพัฒนากลยุทธ์แบรนด์และการออกแบบสื่อ เพื่อสนับสนุนงานสื่อสารเชิงกลยุทธ์ โดยเน้นศึกษาจากกรณีตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบรนด์ องค์กรและแบรนด์ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียง รวมถึงพิจารณาความรับผิดชอบต่อลูกค้า ผู้บริโภค และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องบนพื้นฐานของจรรยาบรรณวิชาชีพและจริยธรรม

CS 408 ประสบการณ์วิชาชีพทางการสร้างสรรค์และออกแบบสื่อ 3 (0-6-3)

(Creativity and Media Design Practicum)

สอบผ่าน รายวิชาในหลักสูตรจำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิตและตามเกณฑ์ที่ สาขาวิชากำหนด

จัดให้นักศึกษาออกฝึกงานด้านการสร้างสรรค์และออกแบบสื่อในหน่วยงานทั้งภาครัฐและ ภาคเอกชน โดยได้รับความเห็นชอบจากสาขาวิชา ให้มีระยะเวลาการฝึกงานไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ หรือไม่ต่ำกว่า 400 ชั่วโมงตามที่สาขาวิชากำหนด และให้เสนอรายงานการฝึกงานประกอบ

CS 409 โครงการด้านการออกแบบสื่อ 2 3 (1-0-8)

(Media Design Project 2)

สอบผ่าน รายวิชาในหลักสูตรจำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิตและตามเกณฑ์ที่สาขาวิชากำหนด

นักศึกษาที่สาขาวิชาพิจารณาว่ามีคุณสมบัติเหมาะสมในการจัดทำโครงการด้านการออกแบบสื่อ แทนการออกฝึกงานในหน่วยงานภายนอก ตามรายวิชา CS 408 ประสบการณ์วิชาชีพทางการสร้างสรรค์และออกแบบสื่อ ให้จัดทำโครงการเรื่องใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์และออกแบบสื่อ โดยนักศึกษาต้องเขียนโครงการและนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา ดำเนินโครงการ และ/หรือ ผลิตผลงาน ตามโครงการที่ได้รับความเห็นชอบ

CS 410 สหกิจศึกษา 6 (0-40-20)
(Co-operation Education)

สอบผ่าน รายวิชาในหลักสูตรจำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิตและตามเกณฑ์ที่สาขาวิชากำหนด

การปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการอย่างมีระบบ ตามสาขาวิชาที่ศึกษาเป็นระยะเวลา 1 ภาคการศึกษาในฐานะพนักงานชั่วคราว นักศึกษาจะต้องเข้ารับการเตรียมความพร้อมทั้งทางด้านวิชาการ และการปฏิบัติตนในสังคม การทำงาน รวมทั้งดำเนินการตามขั้นตอนของสหกิจศึกษาที่มหาวิทยาลัยกำหนด การปฏิบัติงานและการประเมินผล อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาของสาขาวิชา และพนักงานที่ปรึกษาที่สถานประกอบการมอบหมาย

- วิชาเอกเลือก 6 หน่วยกิต

CS 431 สุนทรียภาพทางศิลปะและการออกแบบ 3 (3-0-6)
(Art and Design Appreciation)

หลักการสุนทรียศาสตร์ ความเข้าใจในทัศนศิลป์สาขาต่าง ๆ ความรู้คุณค่าในความเป็นมา รูปแบบของศิลปะและการออกแบบของไทยและสากล เน้นความเข้าใจและประสบการณ์ในการดูงานศิลปะและการออกแบบเพื่อเป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์งานออกแบบสื่อ

CS 432 การออกแบบสื่ออินเตอร์แอคทีฟ 3 (2-2-5)
(Interactive Media Design)

หลักการ แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบสื่อเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมกับผู้ใช้ผ่านเนื้อหารูปแบบต่างๆ ทั้งตัวอักษร กราฟิก แอนิเมชัน วิดีทัศน์ และเสียง เพื่อใช้ในสื่อดิจิทัลและสื่อใหม่ต่าง ๆ ฝึกปฏิบัติการออกแบบสื่ออินเตอร์แอคทีฟโดยคำนึงถึงการออกแบบพื้นที่การใช้งาน และประสบการณ์การใช้งานของผู้ใช้

CS 433 การออกแบบภาพประกอบสื่อ 3 (2-2-5)

(Visual Design for Media)

หลักการ กระบวนการ และเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบของการสื่อสาร เพื่อพัฒนาความคิดรวบยอดในการสร้างสรรค์ภาพประกอบสำหรับการสื่อความหมายในการออกแบบสื่อ ฝึกปฏิบัติการออกแบบภาพประกอบ ทั้งภาพถ่าย ภาพวาด ภาพกราฟิก ภาพเคลื่อนไหว

CS 434 การสร้างภาพดิจิทัล (Digital Imaging) 3 (2-2-5)

หลักการ กระบวนการสร้างและตกแต่งภาพ ระบบการจัดการสี และกระบวนการทำงานด้านภาพดิจิทัล เพื่องานโฆษณา ประชาสัมพันธ์และการสื่อสารการตลาด ฝึกปฏิบัติสร้างสรรค์ภาพด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

CS 435 การออกแบบกราฟิกเพื่อองค์กรและผลิตภัณฑ์ (Graphic Design for Corporate and Product) 3 (2-2-5)

หลักการ วิธีการออกแบบกราฟิก โดยการนำเอารูปประกอบ ภาพถ่าย สัญลักษณ์ รูปแบบขนาดตัวอักษร มาจัดวาง เพื่อสื่อความหมาย และสะท้อนภาพลักษณ์ขององค์กรและผลิตภัณฑ์ ฝึกปฏิบัติการออกแบบกราฟิกเพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์องค์กร ตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์

CS 436 การออกแบบเพื่อกิจกรรมพิเศษและนิทรรศการ (Design for Special Event and Exhibition) 3 (2-2-5)

แนวคิด หลักการเกี่ยวกับการวางแผนและออกแบบประสบการณ์การรับรู้ผ่านกิจกรรมพิเศษและนิทรรศการ การวิเคราะห์ความต้องการขององค์กรหรือลูกค้า การบริหารจัดการพื้นที่ การสร้างสรรค์ด้วยเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง ฝึกปฏิบัติการออกแบบกิจกรรมพิเศษและนิทรรศการเพื่อสร้างความเข้าใจ การมีส่วนร่วม การมีปฏิสัมพันธ์ และความรู้สึกผูกพันทางใจ

CS 437 การจัดการธุรกิจการออกแบบสื่อ (Communication Design Management) 3 (3-0-6)

การดำเนินงานของธุรกิจการออกแบบสื่อ ได้แก่ ระบบและกลไกการตลาดของธุรกิจออกแบบสื่อ การจัดองค์กร การบริหารการเงิน การคำนวณต้นทุน กลไกลิขสิทธิ์ รวมทั้งแนวโน้มทางธุรกิจและเทคโนโลยีกับการปรับตัวของธุรกิจการออกแบบสื่อ

ง. กลุ่มวิชาโท 15 หน่วยกิต

▪ **วิชาโทต่างคณะ**

วิชาโทคณะบริหารธุรกิจ

วิชาโทสาขาวิชาบริหารธุรกิจ

- **วิชาโทบังคับ 15 หน่วยกิต**

BX001 หลักการจัดการ 3 (3-0-6)

(Principles of Management)

เทียบเท่า BA921 องค์การและการจัดการ (คณะบัญชี)

ลักษณะขององค์การและการบริหาร วิวัฒนาการของแนวความคิดและทฤษฎีทางการจัดการหลักและแนวคิดที่เกี่ยวกับหน้าที่ด้านการจัดการ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การสั่งการ การชักนำ และการควบคุม รวมถึงศึกษาสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการบริหาร ความรับผิดชอบต่อสังคมและจริยธรรมทางธุรกิจ

BX003 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์การ 3 (3-0-6)

(Human Resource Management in Organizations)

แนวความคิดสมัยใหม่ในการใช้ทรัพยากรมนุษย์ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์การ การพัฒนาบุคลากร การประเมินผลและการควบคุมการปฏิบัติงาน ตลอดจนวิธีธำรงรักษาบุคลากรให้เกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน

BX004 การเงินธุรกิจเบื้องต้น 3 (3-0-6)

(Introduction to Business Finance)

เทียบเท่า BA923 การเงินธุรกิจ (คณะบัญชี) หรือ

EC204 การเงินธุรกิจสำหรับนักเศรษฐศาสตร์ (คณะเศรษฐศาสตร์)

เป้าหมายและหน้าที่ในการบริหารงานการเงินเบื้องต้น งบการเงินและการนำข้อมูลจากงบการเงินไปใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์ทางการเงิน การจัดการเงินสด ลูกหนี้และสินค้า การจัดหาเงินทุน การศึกษาโครงสร้างและต้นทุนของเงินทุน การวิเคราะห์โครงการลงทุน

BX005 การจัดการการปฏิบัติการ 3 (3-0-6)

(Operations Management)

เทียบเท่า BA924 การจัดการการปฏิบัติการ (คณะบัญชี)

ลักษณะและความสำคัญของการจัดการการผลิตและบริการ การกำหนดความต้องการของลูกค้า การตัดสินใจด้านการผลิต การเลือกทำเลที่ตั้ง การวางผังโรงงาน การวางแผนและการควบคุมการผลิต การจัดการคุณภาพ การจัดการความปลอดภัยในโรงงาน ระบบการจัดซื้อ ระบบการควบคุมของคลัง และระบบการบำรุงรักษา การวางแผนวัตถุดิบ การปรับการขนส่งและการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเข้าช่วยในการจัดการด้านการผลิตและการบริการ

BX012 การบริหารการตลาด 3 (3-0-6)
(Marketing Management)

ความหมาย ความสำคัญและกระบวนการของการตลาด แนวคิดและหลักการตลาดสมัยใหม่ หน้าที่ทางการตลาด การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งตลาด สถาบันทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนผสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด การวิจัยตลาด สิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลทางการตลาดตลอดจนบทบาท หน้าที่ความรับผิดชอบของการตลาดต่อสังคม รวมทั้งแนวคิด ทฤษฎีในการจัดการทางการตลาด

BX006 การจัดการธุรกิจข้ามชาติ 3 (3-0-6)
(Multinational Business Management)

ศึกษาก่อน BX001 หลักการจัดการ หรือ

BA921 องค์การและการจัดการ (คณะบัญชี) หรือเทียบเท่า

ลักษณะของธุรกิจข้ามชาติ ผลกระทบจากภาวะแวดล้อมในแต่ละประเทศ ได้แก่ การเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ตัวยกกฎหมายที่เกี่ยวกับธุรกิจ ฯลฯ การจัดการธุรกิจข้ามชาติตลอดจน ศึกษาถึงปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้น

BX007 การบริหารการเงิน 3 (3-0-6)
(Financial Management)

ศึกษาก่อน BX004 การเงินธุรกิจเบื้องต้น หรือ

BA205 การเงินธุรกิจ หรือ

BA923 การเงินธุรกิจ หรือ

EC204 การเงินธุรกิจสำหรับนักเศรษฐศาสตร์ หรือเทียบเท่า

นโยบายการเงินต่างๆอันมีผลต่อการตัดสินใจในการบริหารการเงินของธุรกิจ เทคนิคที่ใช้ในการบริหารการเงิน การจัดหาเงินทุนจากแหล่งต่างๆโครงสร้างของเงินทุน การจัดการสินทรัพย์หมุนเวียนและสินทรัพย์ถาวร ตลอดจนแนวทางต่างๆในการเพิ่มมูลค่าสินทรัพย์ของกิจการ

BX009 การส่งเสริมการตลาดและการสื่อสารการตลาด 3 (3-0-6)
(Promotion and Marketing Communication)

ศึกษาก่อน BX012 การบริหารการตลาด หรือ

BA201 หลักการตลาด หรือ

BA922 หลักการตลาด หรือเทียบเท่า

เทียบเท่า BK304 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (คณะบริหารธุรกิจ)

BX304 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (คณะบริหารธุรกิจ)

ความรู้เบื้องต้นของการส่งเสริมการตลาดและการสื่อสารการตลาด เข้าใจถึงการวางแผนการส่งเสริมการตลาด รวมถึงกลยุทธ์ของการส่งเสริมการตลาด โดยให้เข้าใจในแต่ละเครื่องมือของการส่งเสริมการตลาดในด้านการโฆษณา การส่งเสริมการขาย การใช้พนักงานขาย การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง การตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงเครื่องมือการส่งเสริมการตลาดอื่น ๆ ได้แก่ การทำ Entertainment Marketing ตลอดจนความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาดแบบบูรณาการและการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

BX010 การสรรหาและการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ 3 (3-0-6)

(Human Resource Recruitment and Selection)

ศึกษาก่อน BH302 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ หรือ

BX003 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์การ หรือเทียบเท่า

เทียบเท่า BH303 การสรรหาและการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ (คณะบริหารธุรกิจ)

หลักการ แนวคิดและกระบวนการวางแผนกำลังคนทั้งในระยะสั้นและระยะยาว การคัดเลือกบุคลากร การวิเคราะห์ทรัพยากรมนุษย์ และการปริมาณงานขององค์การ วิธีการสรรหาการคัดเลือก รวมทั้งวิเคราะห์วิธีการใช้แบบทดสอบต่าง ๆ ในการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพให้แก่องค์การ

BX011 การเจรจาต่อรอง 3 (3-0-6)

(Negotiation)

เทียบเท่า BM305 การเจรจาต่อรอง (คณะบริหารธุรกิจ)

BX503 การเจรจาต่อรอง (คณะบริหารธุรกิจ)

แนวคิดของการเจรจาต่อรอง หลักเกณฑ์ องค์ประกอบที่สำคัญในการเจรจาต่อรอง ศิลปะการเจรจาต่อรอง ยุทธวิธีและการประเมินกลยุทธ์ในการเจรจาต่อรอง กรณีศึกษาการเจรจาต่อรองทั้งในประเทศและต่างประเทศ

วิชาโทคณะบัญชี

วิชาโทสาขาวิชาการบัญชี

AX001 การบัญชีเบื้องต้น 3 (2-2-5)

(Introduction to Accounting)

เทียบเท่า AC911 หลักการบัญชี 1 หรือ

AC914 หลักการบัญชี หรือ

AC931 บัญชีสำหรับนักเศรษฐศาสตร์ หรือ

AC951 หลักการบัญชีเบื้องต้น

ความหมาย วัตถุประสงค์ของการบัญชี ประโยชน์ของข้อมูลทางการบัญชี แม่บทการบัญชี หลักการและวิธีการบันทึกบัญชีตามหลักการบัญชีคู่ การบันทึกบัญชีตามวงจรบัญชี การจัดทำงบทดลอง ภาระผูกพัน การงบการเงินสำหรับกิจการให้บริการ กิจการซื้อขายสินค้า และกิจการอุตสาหกรรม บัญชีภาษีมูลค่าเพิ่ม สมุดรายวันเฉพาะ ระบบใบสำคัญ และระบบเงินสดย่อย

AX005 การบัญชีบริหาร 3 (2-2-5)

(Managerial Accounting)

สอบผ่าน AX004 การบัญชีต้นทุน

วัตถุประสงค์ แนวคิดและขอบเขตของการบัญชีบริหาร การคำนวณต้นทุนตามระบบต้นทุนคิดเต็มและระบบต้นทุนผันแปร การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของ ต้นทุน-ปริมาณ-กำไร การใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจระยะสั้น การกำหนดราคาขาย การกำหนดราคาโอน การบัญชีตามความรับผิดชอบและการวัดผลการปฏิบัติงาน การวิเคราะห์การจ่ายลงทุน การจัดทำงบประมาณ

AX006 การภาษีอากร 1 3 (3-0-6)

(Taxation 1)

หลักเกณฑ์ และวิธีการจัดเก็บภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ และอากรแสตมป์ ภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่าย

AX007 ระบบสารสนเทศเบื้องต้น 3 (3-0-6)

(Introduction to Information Systems)

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบสารสนเทศ บทบาทและองค์ประกอบของระบบสารสนเทศในองค์กร รูปแบบและโครงสร้างของระบบสารสนเทศ ระบบสารสนเทศย่อยทางธุรกิจ การเข้าถึงระบบสารสนเทศ การประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงาน การสื่อสารข้อมูลในระบบสารสนเทศ และระบบเครือข่าย

AX008 การบัญชีภาษีอากร **3 (3-0-6)**
(Tax Accounting)
สอบผ่าน AX002 การบัญชีชั้นกลาง 1 หรือ
AX006 การภาษีอากร 1

ความหมายการบัญชีภาษีอากร กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำบัญชี การคำนวณภาษี เงินได้ ภาษีหัก ณ ที่จ่าย ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ รวมทั้งการจัดทำกระดาษทำการ เพื่อคำนวณภาษีอากร ตลอดจนศึกษาเปรียบเทียบระหว่างหลักเกณฑ์ และวิธีการคำนวณกำไรสุทธิเพื่อเสียภาษีเงินได้ แตกต่างจาก การคำนวณกำไรสุทธิตามมาตรฐานการบัญชี จัดทำรายงาน และการยื่นแบบแสดงรายการของภาษีต่าง ๆ

AX009 การบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อม **3 (3-0-6)**
(Environmental Management Accounting)
สอบผ่าน AX005 การบัญชีบริหาร

ความเป็นมาของบัญชีสิ่งแวดล้อม ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ การบัญชีสิ่งแวดล้อมในมุมมองด้านการบริหารจัดการ วิวัฒนาการของการบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อม การรวบรวม วิเคราะห์ข้อมูลด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมทั้งในส่วนของข้อมูลด้านกายภาพ และข้อมูลด้านการเงิน การคำนวณ การจำแนกต้นทุนและค่าใช้จ่ายด้านสิ่งแวดล้อม การปันส่วนต้นทุน รวมถึงมูลค่า รายได้ และรายการที่ประหยัดได้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสิ่งแวดล้อม การจัดทำรายงานด้านต้นทุนและผลได้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับผู้บริหารในการวางแผน ควบคุม และตัดสินใจในการลงทุน และบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม โดยใช้กรณีศึกษา

AX010 รายงานทางการเงินและการวิเคราะห์ **3 (3-0-6)**
(Financial Reporting and Analysis)
สอบผ่าน AX002 การบัญชีชั้นกลาง 1 หรือ
AX003 การบัญชีชั้นกลาง 2

การรับรู้ การวัดมูลค่า และการเปิดเผยข้อมูลในรายงานทางการเงินตามแม่บทการบัญชี และมาตรฐานการบัญชี วิธีการ และเครื่องมือในการวิเคราะห์งบการเงิน ตลอดจนอธิบายความหมาย และข้อจำกัดของข้อมูลในรายงานทางการเงิน เพื่อใช้ในการตัดสินใจ และผลกระทบจากการใช้นโยบายการบัญชีที่แตกต่างกัน โดยใช้กรณีศึกษาหรือเหตุการณ์จริง

วิชาโทคณะเศรษฐศาสตร์

วิชาโทสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์

EX001 เศรษฐศาสตร์ในชีวิตประจำวัน

3 (3-0-6)

(Economics in Daily Life)

การบริหารเศรษฐกิจส่วนบุคคล ทั้งรายได้ การบริโภค การออม และการลงทุน ความเชื่อมโยงระหว่างเศรษฐกิจส่วนบุคคล เศรษฐกิจครัวเรือน เศรษฐกิจองค์กร และเศรษฐกิจของประเทศ เครื่องมือวัดภาวะทางเศรษฐกิจ การรับรู้ข่าวสารเศรษฐกิจและใช้ประโยชน์จากข่าวสาร ผลกระทบจากนโยบายเศรษฐกิจสำคัญต่อฐานะทางเศรษฐกิจส่วนบุคคล

EX002 การศึกษาเศรษฐกิจไทย

3 (3-0-6)

(Thai Economy Studies)

โครงสร้างและการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของเศรษฐกิจไทย ความสำคัญของภาคต่างประเทศที่มีต่อเศรษฐกิจไทย ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจโลกที่มีต่อเศรษฐกิจไทย การค้าเสรี การขยายตัวของเศรษฐกิจสารสนเทศ นโยบายเศรษฐกิจและปัญหาเศรษฐกิจที่สำคัญ

EX003 การศึกษาเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

3 (3-0-6)

(International Economy Studies)

ความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจในประเทศและต่างประเทศ การค้าระหว่างประเทศ การลงทุนระหว่างประเทศ ดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ อัตราแลกเปลี่ยน ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ องค์กรระหว่างประเทศ ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลกที่มีต่อเศรษฐกิจไทย

EX004 ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและการประยุกต์

3 (3-0-6)

(Philosophy of Sufficiency Economy and Applications)

แนวคิดหลัก เป้าหมาย เงื่อนไข พื้นฐานการประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ ธุรกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ทั้งในระดับครัวเรือน ระดับภาคการผลิตในสาขาต่าง ๆ และระดับชาติ เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างสมดุลและยั่งยืน โดยเฉพาะในบริบทตัวอย่างของประเทศไทย

EX005 เศรษฐศาสตร์สิ่งแวดล้อมเบื้องต้น

3 (3-0-6)

(Introduction to Environmental Economics)

ความสัมพันธ์ระหว่างระบบเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ปัญหาสิ่งแวดล้อมการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม สาเหตุและผลกระทบของความเสื่อมโทรมของสภาพสิ่งแวดล้อม แนวคิดเกี่ยวกับการควบคุมมลภาวะ การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจกับปัญหาสิ่งแวดล้อม นโยบายและมาตรการต่าง ๆ ของรัฐบาลในการควบคุมมลภาวะ ตลอดจนการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

EX006 เศรษฐศาสตร์การเงินเบื้องต้น

3 (3-0-6)

(Introduction to Monetary Economics)

เงิน บทบาทของเงินและเครดิต อุปสงค์และอุปทานของเงิน เงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ยและโครงสร้างของอัตราดอกเบี้ย ตลาดการเงิน สถาบันการเงินและบทบาทของสถาบันการเงินที่มีต่อระบบเศรษฐกิจ แหล่งที่มาและการใช้ไปของเงินทุนของสถาบันการเงิน บทบาทและหน้าที่ของธนาคารกลาง นโยบายการเงินและระบบการเงินระหว่างประเทศของไทย

EX007 ธุรกิจและนโยบายสาธารณะ

3 (3-0-6)

(Business and Public Policy)

แนวความคิดทางเศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับระบบเศรษฐกิจ บทบาท และจุดมุ่งหมายในการดำเนินการทางเศรษฐกิจของรัฐบาล ตัดกำหนดนโยบายของรัฐบาล การใช้เครื่องมือของนโยบายเพื่อแก้ไขปัญหา และบรรลุเป้าหมายสูงสุดในการดำเนินการทางเศรษฐกิจของรัฐบาล ผลกระทบและการปรับตัวของธุรกิจเอกชนต่อการใช้นโยบายของรัฐบาล ตลอดจนความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจ และภาครัฐบาลในบริบททางเศรษฐกิจของประเทศไทย

EX008 เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น

3 (3-0-6)

(Introduction to Economics)

อุปสงค์ อุปทาน การทำงานของกลไกราคา พฤติกรรมการบริโภค การผลิต การกำหนดราคา และปริมาณในตลาดผลผลิต รายได้ประชาชาติ การบริโภค การออม การลงทุนของภาคเอกชนและรัฐบาล การค้าระหว่างประเทศ ปัญหาเศรษฐกิจที่สำคัญ รวมทั้งแนวทางแก้ไข

วิชาโทคณะมนุษยศาสตร์

วิชาโทสาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ

HX001 การสื่อสารธุรกิจ 1 3 (2-2-5)

(Business Communication 1)

หลักการเขียนจดหมายธุรกิจที่ดี และการฝึกเขียนโดยเน้นความถูกต้องของรูปแบบของจดหมาย ความเหมาะสมของถ้อยคำและความชัดเจนของข้อความ การฝึกเขียนจดหมายประเภทต่าง ๆ ทั้งในรูปแบบธรรมดาและอิเล็กทรอนิกส์ การเขียนประวัติย่อ การเขียนจดหมายสมัครงาน การกรอกใบสมัคร การสัมภาษณ์เข้าทำงาน

HX002 การสนทนาภาษาอังกฤษธุรกิจ 3 (1-4-4)

(Business English Conversation)

การฝึกทักษะการสนทนาเพื่อใช้ในการติดต่อทางธุรกิจ ได้แก่ การนำเสนอ การเจรจาต่อรอง โดยเน้นความคล่องในการใช้ภาษา และการเลือกใช้คำศัพท์และสำนวนที่ถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์ ต่าง ๆ

HX003 เทคนิคการอภิปราย 3 (2-2-5)

(Discussion Techniques)

สอบผ่าน HX002 การสนทนาภาษาอังกฤษธุรกิจ

หลักและวิธีการอภิปรายกลุ่ม การฝึกอภิปรายในหัวข้อต่าง ๆ ที่น่าสนใจและเหมาะสมกับระดับ

ของผู้เรียน การฝึกบทบาทในการอภิปรายทั้งในฐานะผู้ฟัง ผู้พูด และผู้ดำเนินการอภิปราย

HX004 การสื่อสารธุรกิจ 2 3 (2-2-5)

(Business Communication 2)

สอบผ่าน HX001 การสื่อสารธุรกิจ 1

หลักและการฝึกเขียนบันทึกข้อความที่ใช้ในสำนักงาน บันทึกการประชุม รายงานการปฏิบัติงานโดยสรุป และสารในวาระสำคัญขององค์กร การฝึกใช้ภาษาอังกฤษสำหรับการประชุมในสถานการณ์จำลอง (Simulation)

HX005 การเขียนทางธุรกิจ 3 (2-2-5)
(Writing for Business)
สอบผ่าน HX004 การสื่อสารธุรกิจ 2
หลักและการฝึกเขียนข้อความด้านธุรกิจในเรื่องการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า การบริการ และ
ข่าวประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์องค์กรผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อ
อิเล็กทรอนิกส์ การ สื่อความหมาย ลีลาภาษาที่ใช้ องค์ประกอบสำคัญของการเขียนแต่ละประเภท
และรูปแบบการนำเสนอ

วิชาโทสาขาวิชาภาษาอังกฤษและการแปล

HX101 การเขียนภาษาอังกฤษ 3 (1-4-4)
(English Writing)

หลักการเขียนย่อหน้า เรียงความและการเขียนสรุปความเบื้องต้น

HX102 การแปลอังกฤษ-ไทยเบื้องต้น 3 (1-4-4)
(Introduction to English – Thai Translation)

หลักการแปลและการแปลในระดับคำ วลี ประโยคและย่อหน้าจากภาษาอังกฤษเป็น
ภาษาไทย

HX103 การแปลไทย-อังกฤษเบื้องต้น 3 (1-4-4)
(Introduction to Thai – English Translation)

หลักการแปลและการแปลในระดับคำ วลี ประโยคและย่อหน้าจากภาษาไทยเป็น
ภาษาอังกฤษ

HX104 การแปลข่าวและสารคดี 1 3 (1-4-4)
(News and Documentary Translation 1)

ศึกษาก่อน HX102 การแปลอังกฤษ-ไทยเบื้องต้น

การแปลข่าวและสารคดีประเภทต่าง ๆ จากภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทย โดยเน้นความ
ถูกต้องและความเหมาะสมของภาษา

HX105 การแปลเพื่อธุรกิจและการประชาสัมพันธ์ 1 3 (1-4-4)
(Business and Public Relations Translation 1)

ศึกษาก่อน HX102 การแปลอังกฤษ-ไทยเบื้องต้น

การแปลผลงานด้านธุรกิจและประชาสัมพันธ์จากภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทย โดยเน้น
ความถูกต้องและความเหมาะสมของภาษา

วิชาโทสาขาวิชาภาษาญี่ปุ่น

HX201 ภาษาญี่ปุ่น 1

3 (2-2-5)

(Japanese 1)

ศึกษาอักษรญี่ปุ่นทั้ง 3 ประเภท ประมาณ 50 ตัว ฝึกฝนสำนวนแนะนำตนเอง คำทักทายที่ถูกต้องตามกาลเทศะ ตัวเลข โครงสร้างประโยคพื้นฐาน การใช้คำคุณศัพท์และคำกริยา เพื่อให้สามารถสื่อสารอย่างง่ายได้ ได้แก่ การถามราคา การบอกเวลา เป็นต้น

HX202 ภาษาญี่ปุ่น 2

3 (2-2-5)

(Japanese 2)

สอบผ่าน HX201 ภาษาญี่ปุ่น 1

ศึกษาอักษรคันจิเพิ่มขึ้นอีกประมาณ 100 ตัว ฝึกฝนการใช้รูปประโยคพื้นฐานต่าง ๆ อาทิ การแสดงความต้องการ การอธิบายเหตุผล การเปรียบเทียบ การอนุญาต การขอร้อง เสริมสร้างทักษะการ ฟัง พูด อ่านและเขียนในระดับที่สูงขึ้นโดยเน้นให้ผู้เรียนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ถูกต้อง และสามารถสร้างสัมพันธ์อันดีกับผู้อื่น

HX203 ภาษาญี่ปุ่น 3

3 (2-2-5)

(Japanese 3)

สอบผ่าน HX202 ภาษาญี่ปุ่น 2

ศึกษาอักษรคันจิเพิ่มขึ้นประมาณ 100 ตัว ฝึกฝนการใช้รูปประโยคต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการสื่อสาร อาทิ การห้ามปราม การชี้แจงกฎข้อบังคับ การบอกความสามารถ การเรียงลำดับเหตุการณ์ ก่อนหลัง การแสดงความคิดเห็น การถ่ายทอดคำพูดของผู้อื่น ประโยคความซ้อนต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างทักษะด้านการฟัง พูด อ่านและเขียนในระดับที่สูงขึ้น และสามารถนำความรู้ไปปรับใช้เองได้ตามสถานการณ์

HX204 ภาษาญี่ปุ่น 4

3 (2-2-5)

(Japanese 4)

สอบผ่าน HX203 ภาษาญี่ปุ่น 3

ศึกษาอักษรคันจิเพิ่มขึ้นประมาณ 150 ตัว ฝึกฝนการใช้โครงสร้างประโยคที่ซับซ้อนขึ้น อาทิ การตั้งเงื่อนไข การบรรยายสภาพของสิ่งต่าง ๆ การแสดงเจตนา การแนะนำ การใช้ภาษาให้เหมาะสมตามสถานการณ์และบุคคล ฯลฯ ตลอดจนฝึกการอ่านความเรียงขนาดสั้นเพื่อเสริมสร้างทักษะการฟัง พูด อ่านและเขียนในระดับที่สูงขึ้น

HX205 การสนทนาภาษาญี่ปุ่น 1 3 (2-2-5)
(Japanese Conversation 1)

สอบผ่าน HX202 ภาษาญี่ปุ่น 2

วิธีการสนทนาในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันโดยใช้คำศัพท์และรูปประโยคที่ได้เรียนมา โดยจะฝึกฝนจากสถานการณ์จำลอง เหตุการณ์สมมติ หรือสถานการณ์ตามที่คุณสอนกำหนด เพื่อให้สามารถใช้สำนวนภาษาได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม ทั้งนี้จะสอดแทรกทัศนคติ วิธีคิด ตลอดจนวัฒนธรรมของคนญี่ปุ่น ซึ่งจะนำมาซึ่งความเข้าใจอันดีระหว่างผู้พูดและผู้ฟัง

วิชาโทสาขาวิชาภาษาจีน

HX306 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร 1 3 (2-2-5)
(Chinese for Communication 1)

ระบบการถอดเสียงภาษาจีนกลางด้วยอักษรโรมัน(Pinyin Romanization) และการฝึกออกเสียงภาษาจีนให้ถูกต้อง โครงสร้างตัวอักษร หลักการเขียนตัวอักษร และหมวดนำอักษรจีนที่มีความถี่ในการ ใช้สูง คำศัพท์พื้นฐานเพื่อการสื่อสารเบื้องต้น ในวงคำศัพท์ที่ไม่ต่ำกว่า 200 คำ โครงสร้างไวยากรณ์พื้นฐาน การฝึกทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียนและแปล

HX307 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร 2 3 (2-2-5)
(Chinese for Communication 2)

สอบผ่าน HX306 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร 1

คำศัพท์พื้นฐานเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน ในวงคำศัพท์ที่เพิ่มขึ้นจากเดิมไม่ต่ำกว่า 200 คำ โครงสร้างไวยากรณ์พื้นฐานที่ซับซ้อนมากขึ้น การฝึกทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียน และแปล

HX308 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร 3 3 (2-2-5)
(Chinese for Communication 3)

สอบผ่าน HX307 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร 2

คำศัพท์เพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวันในวงคำศัพท์ที่เพิ่มขึ้นจากเดิมไม่ต่ำกว่า 200 คำ โครงสร้างไวยากรณ์ที่มีความซับซ้อน การฝึกทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียน และแปล

HX309 ภาษาจีนเพื่อธุรกิจขั้นพื้นฐาน 3 (2-2-5)
(Fundamental Chinese for Business)

สอบผ่าน HX308 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร 3

คำศัพท์ สำนวน โครงสร้างที่ใช้ในธุรกิจ การฝึกทักษะการฟัง พูด อ่านเขียน และแปล จากบทสนทนา บทความ ข่าวที่เกี่ยวข้อง

- HX310 ภาษาจีนเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยว 3 (2-2-5)
 (Business Chinese for Tourism)
 สอบผ่าน HX308 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร 3
 ศัพท์ จำนวนที่ใช้ในธุรกิจการท่องเที่ยว ข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมและสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญทั้งของไทยและจีน โดยเน้นการฝึกทักษะพูดทั้งในส่วนของผู้ใช้บริการและผู้ใช้บริการ
- HX311 ภาษาจีนเพื่อธุรกิจบันเทิง 3 (2-2-5)
 (Business Chinese for Entertainment)
 สอบผ่าน HX308 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร 3
 ศัพท์ จำนวนภาษาจีนที่ใช้ในธุรกิจบันเทิงประเภทต่าง ๆ ได้แก่ บทสารคดี บทภาพยนตร์ บทโทรทัศน์ บทละคร บทสัมภาษณ์ การ์ตูน เป็นต้น
- HX312 วัฒนธรรมทางธุรกิจของจีน 3 (2-2-5)
 (Chinese Business Culture)
 สอบผ่าน HX308 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร 3
 วัฒนธรรมและแนวคิดในการดำเนินธุรกิจของชาวจีน ความเคยชินในพฤติกรรมการทำงานธุรกิจของคนจีน อุปนิสัยการทำการค้าของคนจีนในท้องถิ่นต่าง ๆ
- วิชาโทสาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร
- HX416 ภาษาไทยธุรกิจ 3 (2-2-5)
 (Business Thai)
 หลักการใช้ภาษาที่เหมาะสมในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ การอ่านและการเขียนทางธุรกิจรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ จดหมาย รายงานการประชุม โครงการ ประกาศ คำสั่งและเอกสารทางธุรกิจอื่น ๆ เพื่อใช้ภาษาไทยธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- HX417 ภาษาในสังคมไทย 3 (3-0-6)
 (Language in Thai Society)
 ความหลากหลายทางภาษาที่ปรากฏในสังคมไทย ลักษณะของภาษาเฉพาะกลุ่มและภาษาเฉพาะวงการในสังคมไทย สาเหตุ ปัจจัย และองค์ประกอบที่ทำให้เกิดลักษณะเฉพาะทางภาษา ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับสังคมไทย

HX418 ภาษาไทยสำหรับการนำเสนอต่อประชุมชน 3 (2-2-5)
(Thai Language for Public Presentation)
หลักการใช้ภาษาไทยในการนำเสนอในที่ประชุมชน การกำหนดวัตถุประสงค์ของการนำเสนอ และการวิเคราะห์กลุ่มผู้ฟัง เพื่อจัดเตรียมเค้าโครงและรูปแบบในการนำเสนอที่เหมาะสม ฝึกทักษะการใช้ภาษาไทยในการนำเสนอโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปและอุปกรณ์สำหรับการนำเสนอ

HX419 วรรณกรรมไทยร่วมสมัย 3 (3-0-6)
(Contemporary Thai Literary Works)
ความหมายและความเป็นมาของวรรณกรรมไทยร่วมสมัย ลักษณะและการเปลี่ยนแปลงของวรรณกรรมไทยภายหลังการรับอิทธิพลจากตะวันตก รูปแบบ เนื้อหา แนวคิด และกลวิธีการประพันธ์ของวรรณกรรมไทยร่วมสมัย และเลือกอ่านวรรณกรรมไทยร่วมสมัยที่น่าสนใจ

HX420 ศิลปะการเขียนเพื่อสื่อร่วมสมัย 3 (2-2-5)
(Art of Writing for Contemporary Media)
ธรรมชาติและรูปแบบของสื่อต่าง ๆ ที่ปรากฏในสังคมร่วมสมัย ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต หลักการเขียนและศิลปะการใช้ภาษาที่เหมาะสมกับสื่อร่วมสมัยประเภทต่าง ๆ และฝึกปฏิบัติ

HX421 การสัมภาษณ์ในงานอาชีพ 3 (2-2-5)
(Interview in Career Professionals)
หลักการสัมภาษณ์ การเตรียมการสัมภาษณ์ การแก้ปัญหาระหว่างการสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์ในงานอาชีพ และฝึกปฏิบัติ

วิชาโทสาขาวิชาสารสนเทศศึกษา

HX501 ธุรกิจสารสนเทศ 3 (3-0-6)
(Information Business)
ความหมาย ขอบเขต และประเภทของธุรกิจสารสนเทศ หลักการบริหารจัดการเพื่อการค้า ดำเนินงานธุรกิจสารสนเทศ การบริหารและควบคุมการผลิต การตลาด การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการทำธุรกิจสารสนเทศและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

HX503 การตลาดเพื่อธุรกิจสารสนเทศ 3 (3-0-6)
(Marketing for Information Business)
ความหมาย ความสำคัญ แนวคิด ส่วนประสมทางการตลาด การวางแผนการตลาด การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การประยุกต์กลยุทธ์การตลาดในธุรกิจสารสนเทศ

- HX504 **การจัดการสารสนเทศสำนักงาน** 3 (3-0-6)
(Office Information Management)
หลักการจัดการสารสนเทศ ความสำคัญและประเภทของสารสนเทศสำนักงาน เทคโนโลยีที่ใช้ในการจัดการสารสนเทศสำนักงาน และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
- HX506 **การบริการ** 3 (3-0-6)
(Services)
ลักษณะและความสำคัญของการบริการ ความต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ เทคนิคการให้บริการ การสื่อสารกับผู้ใช้บริการ จิตวิทยาการให้บริการ บุคลิกภาพของผู้ให้บริการ เทคโนโลยีกับการให้บริการ คุณภาพของการบริการ
- HX507 **การสืบค้นสารสนเทศธุรกิจและอุตสาหกรรม** 3 (2-2-5)
(Information Searching for Business and Industry)
ความหมาย แหล่งสารสนเทศทางธุรกิจและอุตสาหกรรม วิธีการ กลยุทธ์การสืบค้นสารสนเทศธุรกิจและอุตสาหกรรม และการประเมินผลการสืบค้น
- HX508 **คลังความรู้** 3 (2-2-5)
(Knowledge Repositories)
บทบาท แนวคิด และกระบวนการในการสร้างคลังความรู้ ได้แก่ การแสวงหา การรวบรวม การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การทำเหมือง การนำเสนอและการเผยแพร่
- HX509 **การพัฒนาสื่อประสมเพื่อธุรกิจสารสนเทศ** 3 (2-2-5)
(Multimedia Development for Information Business)
ความสำคัญ แนวคิด หลักการ องค์ประกอบ ขั้นตอนการพัฒนาและการนำเสนอสื่อประสม การใช้โปรแกรมพัฒนาสื่อประสมเพื่อธุรกิจสารสนเทศ

วิชาโทสาขาวิชาศิลปะการแสดง

HX601 ศิลปะการแสดงปริทัศน์

3(3-0-6)

(Review of Performing Arts)

แนวคิดเกี่ยวกับศิลปะการแสดง รูปแบบ สุนทรียภาพ บทบาทของศิลปะการแสดงที่มีต่อสังคม โดยศึกษาจากผลงานนาฏกรรมดีเด่นประเภทต่างๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและซาบซึ้งในคุณค่าของศิลปะการแสดง

HX602 ทักษะการแสดง 1

3(2-2-5)

(Acting Skill 1)

หลักการแสดงและบทบาทหน้าที่ของนักแสดง การผ่อนคลายกล้ามเนื้อ การสร้างสมาธิและจินตนาการ การเทียบเคียงอารมณ์และความรู้สึก และการเคลื่อนไหวร่างกาย รวมทั้งฝึกปฏิบัติ

HX603 ทักษะการแสดง 2

3(2-2-5)

(Acting Skill 2)

ศึกษาก่อน HX602 ทักษะการแสดง 1

ทักษะการแสดง การวิเคราะห์ลักษณะนิสัยของตัวละคร การสร้างอารมณ์ความรู้สึกและลักษณะนิสัยของตัวละคร การแก้ปัญหาในการแสดง ฝึกแสดงละครฉากสั้น ๆ ที่มีตัวละคร 2 – 3 ตัว

HX604 การวิเคราะห์และตีความบทสำหรับการแสดง

3(2-2-5)

(Script Analysis and Interpretation)

หลักการวิเคราะห์และตีความบทสำหรับการแสดง การวิเคราะห์ความหมายใต้คำพูด การวิเคราะห์บริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่มีผลต่อพฤติกรรมและความคิดความรู้สึกของตัวละคร และฝึกปฏิบัติ

HX605 ศิลปะการกำกับการแสดง

3(2-2-5)

(Art of Directing)

หลักการกำกับการแสดงขั้นพื้นฐาน บทบาทและหน้าที่ของผู้กำกับการแสดง การเลือกบทละคร การวิเคราะห์และตีความบทละคร การกำหนดแนวคิดของการแสดง การกำหนดแนวทางการแสดง การคัดเลือกและฝึกฝนนักแสดง รวมทั้งฝึกปฏิบัติการกำกับการแสดงฉากสั้นๆ

HX606 วรรณกรรมการแสดงเอกของโลก

3(3-0-6)

(Masterpieces of World Dramatic Literature)

ลักษณะและแนวคิดพื้นฐานของวรรณกรรมการละคร การฝึกอ่านและวิเคราะห์บทละครที่สำคัญของโลก เพื่อให้เห็นมาตรฐานและตัวอย่างที่ดีของรูปแบบการประพันธ์ การแสดงความคิดเห็นและวิจารณ์บทละคร

วิชาโทสาขาวิชาการท่องเที่ยว

HX701 **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**

3(3-0-6)

(Tourism Industry)

ความหมายและความสำคัญของการท่องเที่ยว ประวัติความเป็นมา และองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นโยบายการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทย ความสัมพันธ์ระหว่างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกับสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ การเมือง และสิ่งแวดล้อม องค์การการท่องเที่ยวภายในและภายนอกประเทศ แนวโน้มอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

HX702 **ไทยศึกษาเพื่อการท่องเที่ยว**

3(3-0-6)

(Thai Studies)

ภูมิศาสตร์ โครงสร้างสังคม ความเป็นมาของชุมชนไทย พื้นฐานของสังคมไทย ประวัติศาสตร์ และวิวัฒนาการของสังคมและวัฒนธรรม ศาสนา ศิลปะ ดนตรี ภาษา วรรณคดี ขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยม ความเชื่อ และวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว บทบาทของประเทศไทยในประชาคมอาเซียน และแนวโน้มของสังคมไทยในอนาคต

HX703 **การจัดการธุรกิจนำเที่ยว**

3(3-0-6)

(Travel Agent and Tour Operator Management)

ประเภทและโครงสร้างองค์กรของธุรกิจนำเที่ยว การจัดตั้ง การดำเนินงาน ระบบอัตโนมัติ การวางแผนการผลิต การตลาด การบริหารงานบุคคลและการเงินของบริษัทนำเที่ยวประเภทและองค์ประกอบของการนำเที่ยว หลักการและกระบวนการจัดนำเที่ยว วิธีการและเทคนิคของการสำรวจเส้นทาง การเดินทางและการเขียนแผนที่ เทคนิคในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การคิดต้นทุนและการกำหนดราคาขายการนำเที่ยว เทคนิคการเขียนรายการนำเที่ยว มีการฝึกปฏิบัติ

HX704 **ภาษาอังกฤษสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว 1**

3(2-2-5)

(English for Tourism 1)

การประยุกต์ใช้ทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียนภาษาอังกฤษเพื่อใช้ในการปฏิบัติงานในธุรกิจท่องเที่ยวเบื้องต้น โดยเน้นความคล่องในการใช้ภาษา คำศัพท์และสำนวนภาษาที่ถูกต้องเหมาะสม การสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษผ่านกิจกรรมและสถานการณ์จำลองต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของบุคลากรในธุรกิจการท่องเที่ยว

HX705 ภาษาอังกฤษสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว 2 3(2-2-5)
(English for Tourism 2)

ศึกษาก่อน HX704 ภาษาอังกฤษสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว 1

การประยุกต์ใช้ทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียนภาษาอังกฤษเพื่อใช้ในการปฏิบัติงานในธุรกิจท่องเที่ยวในระดับที่มีความซับซ้อนมากขึ้น โดยเน้นความคล่องในการใช้ภาษา คำศัพท์และสำนวนภาษาที่ถูกต้องเหมาะสม การสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษผ่านกิจกรรมและสถานการณ์จำลองต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของบุคลากรในธุรกิจการท่องเที่ยว รวมทั้งการใช้กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว

วิชาโทสาขาวิชาศิลปะการแสดง

HX801 ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสาร 1 3(2-2-5)
(Korean for Communication 1)

ระบบการถอดเสียงภาษาเกาหลีด้วยอักษรโรมัน และการฝึกออกเสียงภาษาเกาหลีให้ถูกต้อง โครงสร้างตัวอักษร หลักการเขียนตัวอักษร และหมวดนำอักษรเกาหลีที่มีความถี่ในการใช้สูง คำศัพท์พื้นฐานเพื่อการสื่อสารเบื้องต้น ในวงคำศัพท์ที่ไม่ต่ำกว่า 200 คำ โครงสร้างไวยากรณ์พื้นฐาน การฝึกทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียนและแปล

HX802 ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสาร 2 3(2-2-5)
(Korean for Communication 2)

สอบผ่าน HX801 ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสาร 1

คำศัพท์พื้นฐานเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน ในวงคำศัพท์ที่เพิ่มขึ้นจากเดิมไม่ต่ำกว่า 200 คำ โครงสร้างไวยากรณ์พื้นฐานที่ซับซ้อนมากขึ้น การฝึกทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียนและแปล

HX803 ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสาร 3 3(2-2-5)
(Korean for Communication 3)

สอบผ่าน HX802 ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสาร 2

คำศัพท์เพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวันและการทำงาน ในวงคำศัพท์ที่เพิ่มขึ้นจากเดิมไม่ต่ำกว่า 200 คำ โครงสร้างไวยากรณ์ที่มีความซับซ้อนและหลากหลาย การฝึกทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียนและแปล

HX804 ภาษาเกาหลีเพื่อธุรกิจขั้นพื้นฐาน 3(2-2-5)
(Fundamental Business Korean)

สอบผ่าน HX803 ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสาร 3

คำศัพท์ สำนวน โครงสร้างที่ใช้ในแวดวงธุรกิจ การฝึกทักษะการฟัง พูด อ่านเขียนและแปล จากบทสนทนา บทความ ข่าวที่เกี่ยวข้อง

HX805 วัฒนธรรมทางธุรกิจของเกาหลี 3(2-2-5)
(Korean Business Culture)

สอบผ่าน HX803 ภาษาเกาหลีเพื่อการสื่อสาร 3

วัฒนธรรมและแนวคิดในการดำเนินธุรกิจของชาวเกาหลี ความเคยชินในพฤติกรรมการทำงาน
ธุรกิจของคนเกาหลี อุปนิสัยการทำงานการค้าของคนเกาหลีในท้องถิ่นต่างๆ และวัฒนธรรมองค์กรใน
สาธารณรัฐเกาหลี

วิชาโทคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

วิชาโทสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

SX001 หลักเทคโนโลยีสารสนเทศ 3 (2-2-5)
(Principles of Information Technology)

เทียบเท่า AC214 หลักเบื้องต้นระบบสารสนเทศทางการบัญชี

เทคโนโลยีสารสนเทศเบื้องต้น ระบบสารสนเทศ ความสำคัญ บทบาทและผลกระทบของ
เทคโนโลยีสารสนเทศต่อโลกปัจจุบัน การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปที่จำเป็นสำหรับงานธุรกิจ

SX002 การออกแบบและพัฒนาเว็บ 3 (2-2-5)
(Web Design and Development)

พื้นฐานและองค์ประกอบของเว็บไซต์ การเลือกใช้ภาษาและเครื่องมือในการพัฒนาเว็บ
แนวความคิด หลักการและกลยุทธ์การออกแบบเว็บไซต์กระบวนการพัฒนาเว็บไซต์การบริหารและ
จัดการเว็บไซต์ การทำการตลาดให้กับเว็บไซต์ เว็บโฮสติ้ง และจรรยาบรรณของการพัฒนาเว็บไซต์

SX003 การวิเคราะห์และออกแบบระบบ 3 (3-0-6)
(Systems Analysis and Design)

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการวิเคราะห์ และออกแบบระบบ วงจรการพัฒนาระบบ ศึกษา
ความเป็นไปได้ ตัวแบบการไหลของข้อมูล เครื่องมือในการวิเคราะห์ระบบ ศึกษาระบบเดิมที่มีอยู่
วิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้ กำหนดความต้องการ ออกแบบและพัฒนาระบบใหม่ กรณีศึกษา

SX004 หลักการจัดการฐานข้อมูล 3 (2-2-5)
(Principles of Databases Management)

ศึกษาก่อน SX001 หลักเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือ

AC214 หลักเบื้องต้นระบบสารสนเทศทางการบัญชี

ความหมายของระบบฐานข้อมูล ข้อได้เปรียบ และเสียเปรียบในการใช้ระบบฐานข้อมูล
แบบ ต่าง ๆ วิธีการนำฐานข้อมูลมาใช้ให้เป็นประโยชน์ ระบบการจัดการฐานข้อมูลที่สำคัญ การ
คืนสภาพ ระบบความปลอดภัย การศึกษาถึงวิธีการวิเคราะห์ระบบฐานข้อมูลรวมทั้งการออกแบบ
ฐานข้อมูล การทำให้เป็นรูปแบบบรรทัดฐาน

SX005 พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 (3-0-6)

(e-Commerce)

ศึกษาก่อน SX001 หลักเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือ

AC214 หลักเบื้องต้นระบบสารสนเทศทางการบัญชี และ

SX002 การออกแบบและพัฒนาเว็บ

ชนิด ขอบเขต ขั้นตอน และการใช้งานของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คุณลักษณะและแนวคิดของระบบเศรษฐกิจในยุคดิจิทัล แนวทางและกลยุทธ์การพัฒนารูปแบบธุรกิจสำหรับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โครงสร้างทางเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระบบการจ่ายเงินอิเล็กทรอนิกส์ ความปลอดภัยและความลับในการใช้งาน การทำการตลาดสำหรับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระบบการจัดส่งสินค้า กฎหมายและจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

SX006 จรรยาบรรณและกฎหมายทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ 3 (3-0-6)

(Information Technology Ethics and Law)

ความเสียงและผลกระทบของเทคโนโลยีสารสนเทศกับคุณภาพชีวิต การทำงานและการศึกษา กฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศ ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดจากการใช้ทรัพยากรสารสนเทศ ได้แก่ อาชญากรรมคอมพิวเตอร์ ไวรัสมัลแวร์ การละเมิดลิขสิทธิ์ การคุ้มครองข้อมูล การคุ้มครองความเป็นส่วนตัว รวมถึงจรรยาบรรณในการพัฒนาระบบสารสนเทศ และจรรยาบรรณในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้

SX007 การบริหารโครงการเทคโนโลยีสารสนเทศ 3 (3-0-6)

(Information Technology Project Management)

ศึกษาก่อน SX003 การวิเคราะห์และออกแบบระบบ

ภาพรวมของการบริหารโครงการเทคโนโลยีสารสนเทศ การทำงานเป็นขั้นเป็นตอน การติดตามการกำกับโครงการเทคโนโลยีสารสนเทศ การวางแผนโครงการเทคโนโลยีสารสนเทศ การประมาณโครงการเทคโนโลยีสารสนเทศ การประมาณการ การจัดองค์การโครงการเทคโนโลยีสารสนเทศ การศึกษาความเป็นไปได้ การศึกษาความต้องการ การประเมินและบริหารความเสี่ยง การประเมินผลหลังส่งมอบโครงการเทคโนโลยีสารสนเทศ

SX008 การสื่อสารข้อมูลและเครือข่ายคอมพิวเตอร์ 3 (3-0-6)
(Data Communication and Computer Network)

ศึกษาก่อน SX001 หลักเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือ

AC214 หลักเบื้องต้นระบบสารสนเทศทางการบัญชี

ระบบการสื่อสารข้อมูลทั่วไป ตัวกลางและอุปกรณ์สำหรับการสื่อสารข้อมูลแบบอนาล็อก และดิจิทัล การส่งข้อมูล การเข้ารหัสข้อมูลและการควบคุมความผิดพลาด สถาปัตยกรรมและพิธีการของเครือข่ายหลายชั้นการสื่อสารข้อมูลระยะใกล้และระยะไกล เครือข่ายแบบต่าง ๆ สถาปัตยกรรมในระดับชั้น

ของเครือข่ายและโปรโตคอล การเชื่อมระหว่างเครือข่าย ข่ายงานบริเวณเฉพาะที่ การจัดการระบบ ความ

มั่นคงของเครือข่าย การจัดการเครือข่ายและการประยุกต์ใช้งาน

วิชาโทคณะนิติศาสตร์

วิชาโทสาขาวิชานิติศาสตร์

LX001 หลักกฎหมายทั่วไป 3 (3-0-6)
(General Principles of Law)

ความสำคัญของกฎหมายต่อสังคมและบุคคล ความสัมพันธ์ของกฎหมายกับวิชา สังคมศาสตร์ วิทยาศาสตร์ หรือศาสตร์อื่น ๆ ได้แก่ กฎหมายกับเศรษฐศาสตร์ กฎหมายกับธุรกิจ กฎหมายกับเทคโนโลยี ฯลฯ ระบบกฎหมายในปัจจุบัน ประเภทของกฎหมาย ได้แก่ กฎหมาย มหาชน กฎหมายเอกชน กฎหมายระหว่างประเทศ กระบวนการนิติบัญญัติ การบังคับใช้กฎหมาย การตีความกฎหมาย หลักทั่วไปของกฎหมายรัฐธรรมนูญ หลักทั่วไปของกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ หลักทั่วไปของกฎหมายอาญา สถาบันทางกฎหมาย และกระบวนการยุติธรรม

LX002 กฎหมายสิ่งแวดล้อมเบื้องต้น 3 (3-0-6)
(Introduction to Environment Law)

ศึกษาก่อน LX001 หลักกฎหมายทั่วไป หรือ

LW931 หลักกฎหมายทั่วไป

วิกฤตการณ์ของสภาวะแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อโลก กฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครอง สภาวะแวดล้อมในด้านการควบคุมมลพิษ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ นโยบายของรัฐในการ ประกันสิทธิของประชาชน และมาตรการเกี่ยวกับการเรียกร้องค่าเสียหายจากคดีสภาวะ แวดล้อม ศึกษากฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการใช้ที่ดิน และกฎหมายผังเมือง

LX003 กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคและความรับผิดชอบในผลิตภัณฑ์เบื้องต้น 3 (3-0-6)
(Introduction to Consumer Protection Law and Product Liability Law)

ศึกษาก่อน LX001 หลักกฎหมายทั่วไป หรือ

LW931 หลักกฎหมายทั่วไป

แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ระเบียบปฏิบัติสำหรับการคุ้มครองของผู้บริโภค มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ ราคา การปิดฉลาก การบรรจุ หีบห่อ การโฆษณา หน่วยงานในการคุ้มครองผู้บริโภคตาม พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภค และตามกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนหลักกฎหมายความรับผิดชอบในผลิตภัณฑ์

LX004 กฎหมายเกี่ยวกับอาชญากรรมทางธุรกิจเบื้องต้น 3 (3-0-6)
(Introduction to Law of Business Crime)

ศึกษาก่อน LX001 หลักกฎหมายทั่วไป หรือ

LW931 หลักกฎหมายทั่วไป

ความหมายของอาชญากรรมทางธุรกิจ ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับการก่อตัวของอาชญากรรมทางธุรกิจ อาชญากรรมเกี่ยวกับความผิดของห้างหุ้นส่วนบริษัท (Corporate Crime) มาตรการตลอดจนกลไกของรัฐในการดำเนินการป้องกัน และปราบปรามอาชญากรรมประเภทนี้ รวมถึงการได้เปรียบในวิถีทางธุรกิจโดยการประกอบอาชญากรรมทางธุรกิจ ได้แก่ ความผิดเกี่ยวกับการจารกรรมข้อมูลทางโทรสาร การดักฟังทางโทรศัพท์ (Wire Tapping) ตลอดจนการศึกษากฎหมายเกี่ยวกับกฎหมายป้องกันการฟอกเงิน

LX005 กฎหมายเกี่ยวกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์เบื้องต้น 3 (3-0-6)
(Introduction to Securities and Securities Exchange Law)

ศึกษาก่อน LX001 หลักกฎหมายทั่วไป หรือ

LW931 หลักกฎหมายทั่วไป

แนวคิดเกี่ยวกับตลาดเงินและตลาดทุน การกำกับดูแลธุรกิจหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ องค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการเข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ การระดมทุนด้วยการออกและเสนอขายหลักทรัพย์ ความหมายและประเภทของหลักทรัพย์ การออกและเสนอขายหลักทรัพย์ ประเภทและลักษณะของธุรกิจหลักทรัพย์ การกระทำอันไม่เป็นธรรมเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ การเข้าถือหลักทรัพย์เพื่อครอบงำกิจการ และประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับกฎหมายธุรกิจหลักทรัพย์

LX006 กฎหมายเกี่ยวกับการลงทุนระหว่างประเทศเบื้องต้น 3 (3-0-6)

(Introduction to International Investment Law)

ศึกษาก่อน LX001 หลักกฎหมายทั่วไป หรือ

LW931 หลักกฎหมายทั่วไป

กฎเกณฑ์เกี่ยวกับการลงทุน กฎหมายเกี่ยวกับการประกอบอาชีพของคนต่างด้าว กฎหมายคนเข้าเมือง และกฎหมายการลงทุนของประเทศต่าง ๆ เกี่ยวกับการลงทุน ทั้งการลงทุนโดยตรง (Direct Investment) การลงทุนทางการเงิน (Portfolio Investment) อนุญาโตตุลาการระหว่างประเทศ กฎหมายและนโยบายขององค์การการค้าโลก (WTO) รวมทั้งนโยบาย หรือข้อปฏิบัติของ GATT ที่มีผลกระทบกับการลงทุนระหว่างประเทศ

▪ **กลุ่มวิชาโทที่คณะนิเทศศาสตร์จัดให้นักศึกษาต่างคณะเลือกเรียน**

วิชาโทสาขาวิชานิเทศศาสตร์

CX001 นิเทศศาสตร์เบื้องต้น 3 (3-0-6)

(Introduction to Communication Arts)

ความหมาย ความสำคัญ และประเภทของการสื่อสาร องค์ประกอบ แบบจำลองของกระบวนการสื่อสาร ลักษณะ บทบาท หน้าที่และวิวัฒนาการของการสื่อสารและการสื่อสารมวลชนที่มีต่อสังคม องค์การที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ

CX002 การสื่อสารเพื่อการพัฒนา 3 (3-0-6)

(Communication for Development)

แนวคิด หลักการ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารกับการพัฒนา ครอบคลุมทั้งแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา การสื่อสาร การสื่อสารเพื่อการพัฒนา การเปลี่ยนแปลงทางสังคม การแพร่กระจายนวัตกรรม การสื่อสารรณรงค์ การตลาดเพื่อสังคม และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยมีกรณีศึกษาประกอบ

CX003 การโฆษณากับสังคม 3 (3-0-6)

(Advertising and Society)

บทบาท อิทธิพล และผลกระทบของการโฆษณาและกิจกรรมการตลาดอื่น ๆ ที่มีต่อบุคคล ชุมชน และสังคม บทบาทของการโฆษณาในด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม จรรยาบรรณและความรับผิดชอบของนักโฆษณา การควบคุมโฆษณาทางกฎหมายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยใช้กรณีศึกษาในประเทศไทย

CX006 วารสารศาสตร์สากล
(Global Journalism)

3 (3-0-6)

แนวคิดเกี่ยวกับวารสารศาสตร์สากล การไหลเวียนของข่าวสารระหว่างประเทศ ภูมิทัศน์ของสื่อที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคหลอมรวมสื่อซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบกับประชาคมโลก ลักษณะและบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนทั้งในระดับสากล และ ระดับภูมิภาค โดยเฉพาะอย่างยิ่งภูมิภาคอาเซียน วิเคราะห์ปัญหาการนำเสนอข่าวสารของประเทศกำลังพัฒนา องค์การสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศปัจจุบันต่าง ๆ ด้านการสื่อสารที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลต่อการพัฒนา

CX007 การกระจายเสียงและแพร่ภาพนานาชาติ
(International Broadcasting)

3 (3-0-6)

โครงสร้าง ระบบ และการดำเนินงานของกิจการกระจายเสียงและแพร่ภาพผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ ทางภาคพื้นดิน อินเทอร์เน็ต เคเบิลทีวี การสื่อสารผ่านดาวเทียม และการสื่อสารรูปแบบอื่น ๆ ในบริบททางเศรษฐกิจ การเมืองและสังคมที่แตกต่างกันของนานาประเทศ

CX008 พื้นฐานการสื่อสารเชิงกลยุทธ์
(Fundamentals of Strategic Communication)

3 (3-0-6)

ศึกษาก่อน CX001 นิเทศศาสตร์เบื้องต้น

หลักการ แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ การสร้างและสื่อสารแบรนด์ระดับองค์กร ระดับสินค้าและบริการ การใช้เครื่องมือหลักในการสื่อสารแบรนด์ โดยเน้นหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และกระบวนการดำเนินงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา จรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อสังคมในการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ขององค์กร

(3) หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต

CA001 มนุษยสัมพันธ์

3 (3-0-6)

(Human Relations)

ความหมาย และความสำคัญของมนุษยสัมพันธ์ในชีวิตส่วนตัว ครอบครัว สังคม และการงาน ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อมนุษยสัมพันธ์ การสร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การปรับปรุงมนุษยสัมพันธ์ในการดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข การพัฒนาบุคลิกภาพของตนเองในการคบหาสมาคมกับผู้อื่นและการทำงานเป็นกลุ่ม บุคลิกภาพผู้นำและผู้ตาม เทคนิคการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนจรรยาบรรณและการแสดงออกอย่างเหมาะสมของพฤติกรรมบุคคลในพิธีการต่าง ๆ และในสภาพการณ์ทางสังคมทั่วไป

- CA002 **ศิลปะการพูด** 3 (3-0-6)
(Rhetorics)
ศิลปะการพูด การคิดและการฟัง การใช้ภาษาที่เหมาะสม การใช้อารมณ์ในการพูด และการฝึกปฏิบัติการพูด เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนด ได้แก่ การสนทนาเพื่อเพิ่มพูนไมตรีจิต การแสดงความคิดเห็น การนำเสนอผลงาน การขายผลิตภัณฑ์และบริการ การบำรุงขวัญบุคลากร และการพูดในฐานะพิธีกร
- CA003 **ธุรกิจสื่อสารมวลชน** 3 (3-0-6)
(Mass Communication Business)
ลักษณะ โครงสร้างองค์กร และการดำเนินธุรกิจขององค์กรด้านสื่อสารมวลชนทุก ประเภท ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจสื่อสารมวลชนแต่ละประเภท การซื้อ-ขาย เวลา หรือเนื้อที่ของสื่อเพื่อกิจกรรมส่งเสริมการตลาด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ นโยบายของรัฐ และการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจของโลกที่มีผลต่อแนวโน้มธุรกิจสื่อสารมวลชน
- CA004 **สัมมนาการสื่อสารกับสังคม** 3 (3-0-6)
(Seminar on Communication and Society)
การวิเคราะห์ โครงสร้าง บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของสื่อมวลชนต่อสังคม ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับสถาบันต่าง ๆ ในสังคม โดยเน้นบริบทของสังคมไทยและสังคมโลก
- CA005 **สื่อมวลชนและสิ่งแวดล้อมศึกษา** 3 (3-0-6)
(Mass Media and Environmental Study)
แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ปัญหาและแนวทางการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมระบบการผลิต การรวบรวม การกระจาย และการเผยแพร่ข่าวสารสาระเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมโดยสื่อสารมวลชน บทบาทของสื่อมวลชนในการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษาเกี่ยวกับการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมโดยใช้สื่อมวลชน และแนวปฏิบัติในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อมโดยเริ่มจากตนเอง
- CA006 **การแปลสำหรับนิเทศศาสตร์** 3 (3-0-6)
(Translation for Communication Arts)
หลัก เทคนิคการแปลและฝึกแปลข่าวประเภทต่าง ๆ บทความ และบทโฆษณาจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทย โดยเน้นความถูกต้องและภาษาที่เหมาะสมกับบริบท

- CA007 การแปลบันเทิงคดีสำหรับนิเทศศาสตร์** 3 (3-0-6)
(Fiction Translation for Communication Arts)
 หลัก เทคนิคการแปล และฝึกแปลบันเทิงคดีประเภทต่าง ๆ จากภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทย โดยเน้นความถูกต้องและภาษาที่เหมาะสมกับบริบท
- CA008 พัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อ** 3 (3-0-6)
(Media Literacy Skill Development)
 ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ อิทธิพลของสื่อที่มีต่อผู้บริโภค หลักการและแนวคิดสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อจำแนกตามประเภทของสื่อ ได้แก่ ภาพข่าว โฆษณา รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และสื่ออินเทอร์เน็ต โดยเน้นทำความเข้าใจเกี่ยวกับบริบทของสื่อต่าง ๆ อาทิ อุตสาหกรรมสื่อ เทคโนโลยีสื่อ จิตวิทยาการสื่อสาร รูปแบบและภาษาในสื่อ ฝึกวิเคราะห์ข่าวสารในสื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อการรู้เท่าทันสื่อ
- CA009 การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม** 3 (3-0-6)
(Intercultural Communication)
 ปรัชญาและแนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรม โลกาภิวัตน์ มิติทางวัฒนธรรม และความแตกต่างระหว่างกลุ่มวัฒนธรรมในสังคมโลก องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับค่านิยมทางวัฒนธรรม ภาษา และ อัตลักษณ์ บทบาทและความสำคัญของการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมที่มีต่อปัจเจกบุคคลและองค์กร การปรับตัวเพื่อกลมกลืนกับวัฒนธรรม แนวทางการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมเพื่อลดความขัดแย้งและสร้างการยอมรับทั้งในระดับบุคคลและระดับองค์กร
- CA010 คติชนอาเซียนสำหรับการสื่อสารเชิงธุรกิจ** 3 (3-0-6)
(ASEAN Folklore for Business Communication)
 ข้อมูลเบื้องต้นทางคติชนวิทยาของประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) คติชนที่สำคัญสำหรับงานสื่อสารเชิงธุรกิจ คติชนที่มีความคล้ายคลึงกันในกลุ่มอาเซียน วิเคราะห์และเปรียบเทียบคติชนของประเทศในกลุ่มอาเซียนที่แตกต่างกับประเทศไทย
- CA011 ศิลปวัฒนธรรมอาเซียนศึกษา** 3 (3-0-6)
(ASEAN Art and Cultural Studies)
 งานศิลปะ ข้อมูลเชิงวัฒนธรรม ประเพณี และค่านิยมพื้นฐานที่เป็นเอกลักษณ์ของชนชาติ ต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) ตัวอย่างชิ้นงานศิลปะร่วมสมัย กิจกรรมทางศาสนา วัฒนธรรม และประเพณีที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของประชาชนในประเทศกลุ่มอาเซียน

3.2 ชื่อ นามสกุล ตำแหน่งและคุณวุฒิของอาจารย์

3.2.1 อาจารย์ประจำหลักสูตร

ลำดับ	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ-นามสกุล	คุณวุฒิ	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจากสถาบัน	ปี พ.ศ.
1	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (การประชาสัมพันธ์)	นางรัตนาดี ศิริทองถาวร	นศ.ม.	นิเทศศาสตร์พัฒนาการ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2525
			ศษ.บ.	ศึกษาศาสตร์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2522
2	รองศาสตราจารย์ (นิเทศศาสตร์)	นางรุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ	Ph.D.	Communication	University of Kentucky, USA	2549
			นศ.ม.	การประชาสัมพันธ์ (นิเทศศาสตร์พัฒนาการ)	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2529
			นศ.บ.	การหนังสือพิมพ์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2527
3	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (นิเทศศาสตร์)	นายพิชัย นิรมานสกุล	นศ.ม.	นิเทศศาสตร์พัฒนาการ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2539
			B.A.	Radio Broadcasting	Friends University, USA	2531
			นศ.บ.	การประชาสัมพันธ์	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	2528
4	อาจารย์	นางสาวภัทรา แดงเที่ยง	Ph.D.	Film, Media and Journalism	University of Stirling, UK	2552
			M.A.	Mass Communication	University of Leicester, UK	2538
			ว.บ.	การโฆษณา	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	2535
5	อาจารย์	นางอัญชลี พิเศษฐพันธ์	นศ.ด.	นิเทศศาสตร์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2554
			นศ.ม.	การโฆษณา	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2541
			ศศ.บ.	การสื่อสารมวลชน	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2538

ลำดับ	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ-นามสกุล	คุณวุฒิ	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจากสถาบัน	ปี พ.ศ.
-------	-------------------	--------------	---------	----------	-------------------------	---------

6	อาจารย์	นายदनัย หวังบุญชัย	นศ.ม.	การหนังสือพิมพ์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2535
			นศ.ป.	การประชาสัมพันธ์ (โฆษณา)	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2530
			นศ.ป.	วิทยุโทรทัศน์	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช	2529
7	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (นิเทศศาสตร์)	นางสาวบุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์	ปร.ด.	สื่อสารมวลชน	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	2554
			นศ.ม.	การสื่อสารมวลชน	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2547
			บธ.ป.	การตลาด	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2544
8	อาจารย์	นางสาวเบญจพร วุฒิพันธ์ุ	Ph.D.	Public Communication	University of Technology Sydney, Australia	2553
			นศ.ม.	นิเทศศาสตร์พัฒนาการ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2541
			ศ.ป.	การสื่อสารมวลชน	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2536
9	อาจารย์	นางสาวศุภษา เขียมโสภาส	ปร.ด.	สื่อสารมวลชน	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	2557
			นศ.ม.	วาทวิทยา	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2542
			นศ.ป.	การประชาสัมพันธ์	มหาวิทยาลัยรังสิต	2538
10	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (การโฆษณา)	นายกมลวิทย์ วรพิทยุต	M.F.A.	Illustration	Academy of Arts College, USA	2539
			นศ.ป.	การโฆษณา	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	2535
11	อาจารย์	นายณริส พิเชษฐพันธ์	นศ.ม.	นิเทศศาสตร์การตลาด	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	2551
			ศ.ป.	การออกแบบนิเทศศิลป์	สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล	2535
12	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (การประชาสัมพันธ์)	ตระหนักจิต ยุตยรรยง	Ph.D.	Communication	University of Queensland, Australia	2553
			นศ.ม.	การสื่อสารมวลชน	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2542
			ว.ป.	การประชาสัมพันธ์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	2539

3.2.2 ผลงานทางวิชาการและการสอนของอาจารย์ประจำหลักสูตร

ลำดับ	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ-สกุล	ผลงานทางวิชาการ (การค้นคว้าวิจัยหรือการแต่งตำรา) ให้เขียนในรูปแบบของบรรณานุกรม	ประสบการณ์และการฝึกอบรม	ภาระงานสอน (คาบ/สัปดาห์)	
					ที่มีอยู่แล้ว	ที่มีในหลักสูตรที่จะเปิดใหม่
1	รองศาสตราจารย์	นางรุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ	รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ. (2556). ชื่อเสียงขององค์กร: การสำรวจวรรณกรรมและข้อเสนอกรอบแนวคิด เพื่อการศึกษาปัจจัยขับเคลื่อนชื่อเสียงผลสืบเนื่องต่อธุรกิจวารสารวิชาการ, <i>Veridian E-Journal</i> , 6(2),440-456.	หลักสูตร “นักบริหารระดับสูงด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (Broadcasting Executive Forum-BCF) รุ่นที่1” โดยสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) (พ.ค.-ส.ค. 2556) หลักสูตร “ผู้บริหารการสื่อสารมวลชนระดับสูง (บสส.)” รุ่นที่ 3 โดยสถาบันอิศรา มูลนิธิพัฒนาสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย (พ.ค.-พ.ย.2554) หลักสูตร “การเสริมสร้างศักยภาพการเป็นผู้บริหาร	6	6

				ระดับสูง (สศบส.)” โดย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (มี.ค.-พ.ค.2551)		
--	--	--	--	---	--	--

ลำดับ	ตำแหน่งทาง วิชาการ	ชื่อ-สกุล	ผลงานทางวิชาการ (การค้นคว้าวิจัย หรือการแต่งตำรา) ให้เขียนใน รูปแบบของบรรณานุกรม	ประสบการณ์และการ ฝึกอบรม	ภาระงานสอน (คาบ/ สัปดาห์	
					ที่มีอยู่แล้ว	ที่มีใน หลักสูตรที่ จะเปิดใหม่
2	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์	นางรัตนาดี ศิริทองถาวร	รัตนาดี ศิริทองถาวร. (2548). การ ประชาสัมพันธ์ธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (248 หน้า)	การอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่อง การเขียน มคอ.2	3	3
3	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์	นายพิชัย นิรมานสกุล	พิชัย นิรมานสกุล. (2558) ปัจจัยที่ส่งผล ต่อการท่องเที่ยวภูเก็ตของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ. วารสารการประชุมวิชาการ ระดับชาติ มหาวิทยาลัยบูรพา Communication Perspective: Social connection in the Age of Digital	-	12	12

			Technology Practice, 12-13 มิถุนายน พ.ศ.2558, 306-311.			
4	อาจารย์	นายदनัย หวังบุญชัย	-		12	12
5	อาจารย์	นางสาวภัทรา แต่งเที่ยง	-		6	6
6	อาจารย์	นางอัญชลี พิเศษสุพันธ์	Pichedpan, A., Kheokao, A., Yingrengrueng, S. & Krirkgulthorn, T. (2014). Alcohol product placement on television in Thailand. <i>Proceedings of ANPOR Conference: Public Opinion Research at Crossroads</i> (pp. 705-171), Niikita, Japan 29 November – 1 December 2014.	การอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่อง การเขียน มคอ.3 หลักสูตร การเป็น นักยุทธศาสตร์การตลาด รุ่นที่ 10 (4-22 มีนาคม 2557)	12	12
7	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์	นายกาลัญญ วรพิทยุต	กาลัญญ วรพิทยุต. (2557). การสื่อสารตราสินค้าผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และการจัดกิจกรรมพิเศษสำหรับกลุ่มเจเนอ-เรชั่นวาย : การศึกษาความ		12	12

			เป็นไปได้เบื้องต้น. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 34(1), 164-176.			
8	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	นางสาวตระหนักจิต ยุตยรรยง	ตระหนักจิต ยุตยรรยง. (2557). การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ในองค์กร. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัย หอการค้าไทย, 34(2), 155-160		12	12
9	อาจารย์	นายนิสิต พิเศษสุพันธ์	-		12	12
10	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์	นางสาวบุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์	บุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์. (2556). การเล่าเรื่องเกี่ยวกับ CSR. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัย หอการค้าไทย, 33(ฉบับพิเศษ), 430-443.	- กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ คณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง - ผู้เชี่ยวชาญใน โครงการวิจัยเรื่อง “การ พัฒนาตัวชี้วัดประสิทธิผล ของโครงการรณรงค์การ สื่อสารการตลาดเพื่อสังคม เพื่อลดพฤติกรรมเสี่ยงทาง สุขภาพของเยาวชนไทย” - ที่ปรึกษาด้านการสื่อสาร การตลาด โครงการวิจัยเรื่อง “การศึกษาอุปสงค์ อุปทาน และแผนการตลาดของ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากดอก	12	12

				เก็บขยบนพื้นที่สูงโครงการ หลวงสะโงะ		
11	อาจารย์	นางสาวเบญจพร วุฒิพันธุ์	-		12	12
12	อาจารย์	นางสาวศุภษา เอี่ยมโสภาส	Eamopas, S,. (2014). The environment and classified area of NR homestay Samutsongkhram province . <i>Proceedings of ANPOR Conference: Public Opinion Research at Crossroads</i> (pp. 449-462), Niikita, Japan 29 November – 1 December 2014.		12	6

3.2.3 อาจารย์ประจำ

ลำดับ	ตำแหน่งทางวิชาการ	ชื่อ-นามสกุล	คุณวุฒิ	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจากสถาบัน	ปี พ.ศ.
1	อาจารย์	นางสาวจันทร์ฉาย วิชญ์วิโรทัย	กศ.ม.	ภาษาไทย	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร	2526
			นศ.บ.	การโฆษณา	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมวิราช	2533
			กศ.บ.	ภาษาไทย	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร	2522
2	รองศาสตราจารย์ (นิเทศศาสตร์)	นางจันทิมา เขียวแก้ว	Ph.D.	Communication	University of the Philippines, Philippines	2538
			MLS	Library and Information Science	University of the Philippines, Philippines	2527
			ศศ.บ.	รัฐศาสตร์	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2531
			ศศ.บ.	บรรณารักษศาสตร์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2521
3	อาจารย์	นางสาวจิรา กฤตยพงษ์	Ph.D.	Communication Studies	Ohio University, USA	2555
			MA	Communication Studies	Ohio University, USA	2551
			MS	Technical Communication and Information Design	Illinois Institute of Technology, USA	2541
			ศศ.บ.	การละครคอน	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	2537
4	อาจารย์	นางสาวมานา คุณธรรมาภรณ์	M.A.	Integrated Marketing Communication	Emerson College, USA	2547
			ว.บ.	การประชาสัมพันธ์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	2543
5	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (นิเทศศาสตร์)	นายพิชัย นิรมานสกุล	นศ.ม.	นิเทศศาสตร์พัฒนาการ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2539
			B.A.	Radio Broadcasting	Friends University, USA	2531
			นศ.บ.	การประชาสัมพันธ์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2528

ลำดับ	ตำแหน่ง ทางวิชาการ	ชื่อ-นามสกุล	คุณวุฒิ	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจากสถาบัน	ปี พ.ศ.
6	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (นิเทศศาสตร์)	นายไพโรจน์ วิไลนุช	Ph.D.	Communication Studies	University of York, UK	2549
			ว.ม.	สื่อสารมวลชน	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	2542
			M.A.	Journalism Studies	Cardiff University of Wales, UK	2535
			อ.บ.	ภาษาอังกฤษ	มหาวิทยาลัยศิลปากร	2529
7	อาจารย์	นางสาวพัชรี พรหมคช	ค.ม.	เทคโนโลยีการศึกษา	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2538
			นศ.บ.	การประชาสัมพันธ์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2525
8	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (นิเทศศาสตร์)	นางสาววราภรณ์ ฉัตรชาติชาต	Ph.D.	Political Communication	Bournemouth University, UK	2553
			M.B.	Communication	Queensland University of Technology, Australia	2541
			นศ.บ.	การประชาสัมพันธ์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2538
9	อาจารย์	นางสาวสุทธนิภา ศรีไธย์	Ph.D.	Communication	University of Stirling, UK	2553
			นศ.ม.	นิเทศศาสตร์พัฒนาการ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2544
			วท.บ.	สถิติ	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	2542
10	อาจารย์	นางสาวสุจิตรา เปลี้นรุ่ง	นศ.ด.	นิเทศศาสตร์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2553
			นศ.ม.	นิเทศศาสตร์พัฒนาการ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2540
			นศ.บ.	การหนังสือพิมพ์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2538
11	อาจารย์	นายโสภาค พาณิชพาพิบูล	M.A.	International Studies	University of Leeds, UK	2545
			ร.บ.		จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2543

3.2.4 อาจารย์พิเศษ

ตำแหน่งวิชาการ	ชื่อ-สกุล	คุณวุฒิ	สาขาวิชา	สำเร็จการศึกษาจากสถาบัน
อาจารย์	นายกิ่งรัก อิงคะวัต	นศ.ม. สถ.ป.	การโฆษณา ศิลปอุตสาหกรรม	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า ลาดกระบัง
อาจารย์	นางสาวแจ๊คเกอร์ลิน เมอร์คาเดอร์	ว.ม. นศ.ป.	วางแผนและนโยบายการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อาจารย์	นายนครินทร์ ชานะมัย	M.A. M.B.A. ค.ป.	Communication Arts บริหารธุรกิจ ศิลปศึกษา	New York Institute of Technology, USA สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย
อาจารย์	นางสาวมนฤดี ธาดาอำนวยชัย	นศ.ด. ว.ม. นศ.ม. ปธ.ป.	นิเทศศาสตร์ สื่อสารมวลชน สื่อสารมวลชน การตลาด	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
อาจารย์	นางสาวเพ็ญจมาศ ศิริกิจวัฒนา	นศ.ม. ศษ.ป.	นิเทศศาสตร์พัฒนาการ เทคโนโลยีการศึกษา	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
อาจารย์	นายวีรชน วีรวิทย์	M.A นศ.ป.	Advertising Design การโฆษณาและประชาสัมพันธ์	Academy of Art University, USA จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
อาจารย์	นางสาวอรุณรุ่ง นามศิริ	M.M.D. ศศ.ป.	Multimedia Design ภาษาอังกฤษ	The University of Sydney, Australia สถาบันราชภัฏจันทรเกษม

4. องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม (ประสบการณ์วิชาชีพ และสหกิจศึกษา)

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ กำหนดให้นักศึกษามีประสบการณ์ภาคสนามโดยเลือกแนวทางใดแนวทางหนึ่งระหว่างรายวิชาประสบการณ์วิชาชีพและสหกิจศึกษา ดังนี้

4.1 องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม (รายวิชา ประสบการณ์วิชาชีพ)

4.1.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนาม (รายวิชา ประสบการณ์วิชาชีพ)

4.1.1.1 มีความรู้และทักษะการทำงานในผลงานด้านการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับกลุ่มวิชาเอกของนักศึกษา อาทิ การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การสื่อสารการตลาด และการสร้างสรรค์ และออกแบบสื่อ

4.1.1.2 มีทักษะการปฏิบัติงานด้านการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่ต้องมีการฝึกเฉพาะทาง เช่น การประชาสัมพันธ์ การสื่อสารองค์กร การโฆษณา การสื่อสารการตลาด การสร้างสรรค์และออกแบบ

4.1.1.3 มีพัฒนาการด้านต่าง ๆ ดังนี้

- ด้านทัศนคติ มีทัศนคติที่ดีต่อตนเอง ต่อการทำงาน ต่อเพื่อนร่วมงาน ต่อผู้บังคับบัญชา ต่อองค์กร และต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร ซึ่งจะนำไปสู่ความตั้งใจในการปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้มีประสิทธิภาพและเกิดการเรียนรู้
- ด้านคุณธรรม จริยธรรม มีคุณธรรมและจริยธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริตต่อตนเองและผู้อื่น ต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ต่อผู้บังคับบัญชา และต่อองค์กรที่ไปฝึกงาน โดยปฏิบัติตามกฎระเบียบขององค์กรอย่างเคร่งครัด
- ด้านบุคลิกภาพ เป็นผู้ที่แต่งกายสุภาพเรียบร้อย เหมาะสมกับการปฏิบัติงานในหน้าที่ มีกิริยามารยาทเหมาะสม มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีสัมมาคารวะ มีความรับผิดชอบ และมีความคิดสร้างสรรค์ในงานที่ทำ

4.1.2 ช่วงเวลา

ภาคปลาย ชั้นปีที่ 4 ระยะเวลารวม 12 สัปดาห์

4.1.2 จำนวนหน่วยกิต

3 หน่วยกิต

4.1.3 การจัดเวลาและตารางสอน

วันเวลาในการฝึกปฏิบัติงานรายวิชาประสบการณ์วิชาชีพ ให้เป็นไปตามที่ สถานประกอบการกำหนด

4.1.4 การเตรียมการ

มีกระบวนการเตรียมการ ให้คำแนะนำและช่วยเหลือทางวิชาการแก่นักศึกษา เช่น การเลือกสถานที่ฝึกปฏิบัติงาน การแนะนำแหล่งข้อมูล การจัดตารางเวลาเข้าพบ/ให้คำปรึกษา การจัดปฐมนิเทศและเตรียมความพร้อมแก่นักศึกษาก่อนไปฝึกงานจริง อย่างน้อย 1 สัปดาห์

4.1.5 กระบวนการประเมินผล

มีกระบวนการประเมินผลงานการฝึกปฏิบัติงานรายวิชาประสบการณ์วิชาชีพ ดังนี้

- การนิเทศการฝึกปฏิบัติงานของนักศึกษา ณ สถานประกอบการ โดยอาจารย์ที่ปรึกษาการฝึกงาน ไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง และการประเมินการปฏิบัติงานเมื่อสิ้นสุดการฝึกงาน โดยหัวหน้าหน่วยงาน/พนักงานที่ปรึกษา
- การเสนอบันทึกการปฏิบัติงานประจำวัน ซึ่งได้รับการลงนามรับรองโดยหัวหน้าหน่วยงาน/พนักงานที่ปรึกษา ต่ออาจารย์ที่ปรึกษาการฝึกงาน ทุก 2 สัปดาห์
- การประเมินความก้าวหน้าในการจัดทำรายงานการฝึกงาน โดยให้นักศึกษาส่ง โครงร่างรายงานครั้งที่ 1 เมื่อไปฝึกงานแล้ว 1 เดือน และมีการประเมินคุณภาพของรายงานฉบับสมบูรณ์ภายหลังเสร็จสิ้นการฝึกงานไม่เกิน 2 สัปดาห์ โดยอาจารย์ที่ปรึกษาการฝึกงาน

ทั้งนี้ หลังจากเสร็จสิ้นการฝึกงานแล้ว นักศึกษาจะต้องเข้าร่วมการสัมมนาเกี่ยวกับประสบการณ์ที่ได้รับจากการฝึกงาน 1 ครั้งและนำเสนอผลสรุปจากการสัมมนา กลุ่มย่อย ทั้งในรูปแบบปากเปล่าและเล่มรายงาน ต่อคณาจารย์ประจำสาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

4.2 องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม (สหกิจศึกษา)

4.2.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนาม (สหกิจศึกษา)

4.2.1.1 มีความรู้และทักษะด้านการทำงาน ในส่วนงานด้านการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับกลุ่มวิชาเอกของนักศึกษา อาทิ การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การสื่อสารการตลาด และการสร้างสรรค์ และออกแบบสื่อ

4.2.1.2 มีทักษะการปฏิบัติงานด้านการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่ต้องมีการฝึกเฉพาะทาง เช่น การประชาสัมพันธ์ การสื่อสารองค์กร การโฆษณา การสื่อสารการตลาด การสร้างสรรค์และออกแบบสื่อ เป็นต้น

4.2.1.3 มีพัฒนาการด้านต่าง ๆ ดังนี้

- ด้านทัศนคติ มีทัศนคติที่ดีต่อตนเอง ต่อการทำงาน ต่อเพื่อนร่วมงาน ต่อผู้บังคับบัญชา ต่อองค์กร และต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร ซึ่งจะนำไปสู่

ความตั้งใจในการปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้มีประสิทธิภาพและเกิดการเรียนรู้

- ด้านคุณธรรม จริยธรรม มีคุณธรรมและจริยธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริตต่อตนเองและผู้อื่น ต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ต่อผู้บังคับบัญชา และต่อองค์กรที่ไปฝึกงาน โดยปฏิบัติตามกฎ ระเบียบขององค์กรอย่างเคร่งครัด
- ด้านบุคลิกภาพ เป็นผู้ที่แต่งกายสุภาพเรียบร้อย เหมาะสมกับการปฏิบัติงานในหน้าที่ มีกิริยามารยาทเหมาะสม มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีสัมมาคารวะ มีความรับผิดชอบ และมีความคิดสร้างสรรค์ในงานที่ทำ

4.2.2 ช่วงเวลา

ภาคปลาย ชั้นปีที่ 4 ระยะเวลารวม 16 สัปดาห์ หรือหนึ่งภาคการศึกษาปกติ

4.2.3 จำนวนหน่วยกิต

6 หน่วยกิต

4.2.4 การจัดเวลาและตารางสอน

วันเวลาในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ให้เป็นไปตามที่สถานประกอบการกำหนด

4.2.5 การเตรียมการ

มีกระบวนการเตรียมการ ให้คำแนะนำและช่วยเหลือทางวิชาการแก่นักศึกษา เช่น การเลือกสถานที่ปฏิบัติงาน การเลือกหัวข้อรายงาน การแนะนำแหล่งข้อมูล การจัดทำตารางเวลาเข้าพบ/ให้คำปรึกษา และนักศึกษาต้องเข้ารับการอบรมเตรียมความพร้อมก่อนไปฝึกงานจริงจากส่วนกลาง และการอบรมหัวข้อเฉพาะคณะ/สาขาวิชาอย่างน้อย 2 สัปดาห์

4.2.6 กระบวนการประเมินผล

มีกระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ดังนี้

- การนิเทศการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาของนักศึกษา ณ สถานประกอบการ โดยอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา จำนวน 2 ครั้ง และการประเมินการปฏิบัติงาน โดยหัวหน้าหน่วยงาน/พนักงานที่ปรึกษา
- การประเมินความก้าวหน้าในการจัดทำรายงาน โดยให้นักศึกษาส่งร่างรายงานครั้งที่ 1 เมื่อไปฝึกงานแล้ว 1 เดือน และการประเมินคุณภาพของรายงานหรือผลงาน โดยหัวหน้าหน่วยงาน/พนักงานที่ปรึกษา และโดยอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา

ทั้งนี้ หลังจากเสร็จสิ้นการปฏิบัติงาน นักศึกษาจะต้องเข้าร่วมการสัมมนาสหกิจศึกษา เพื่อจัดนิทรรศการและนำเสนอผลงานการปฏิบัติงานต่อคณาจารย์ผู้ควบคุม สหกิจศึกษาประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการหรืองานวิจัย (ถ้ามี)

การกำหนดให้นักศึกษาจัดทำโครงการให้เฉพาะกรณีที่สาขาวิชาได้พิจารณาคุณสมบัติของนักศึกษาคนใดคนหนึ่งแล้วเห็นว่า เหมาะสมในการจัดทำโครงการเกี่ยวกับการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ โดยอาจเป็นด้านการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การสื่อสารการตลาด หรือการสร้างสรรค์และออกแบบสื่อ แทนการออกฝึกงานในหน่วยงานภายนอกตามรายวิชาประสบการณ์วิชาชีพหรือตามแผนสหกิจศึกษา

5.1 คำอธิบายโดยย่อ

การจัดทำโครงการเรื่องใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มวิชาเอกในสาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์นั้น นักศึกษาต้องเขียนโครงการและวางแผนการดำเนินงาน นำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อให้สาขาวิชาให้ความเห็นชอบ จากนั้นต้องดำเนินโครงการ และ/หรือ ผลิตผลงานตามขั้นตอนต่าง ๆ ที่กำหนด โดยอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ และในขั้นตอนสุดท้ายคือ นำเสนอผลงานที่แล้วเสร็จสมบูรณ์ทั้งในรูปแบบชิ้นงานและ/หรือเล่มรายงาน พร้อมนำเสนอปากเปล่าต่อคณาจารย์ผู้ควบคุมโครงการประจำสาขาวิชา ภายในระยะเวลาที่กำหนด

5.2 มาตรฐานผลการเรียนรู้

5.2.1 มีความรู้และทักษะด้านการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ตามกลุ่มวิชาเอกที่ศึกษา

5.2.2 มีทักษะการทำงานด้านการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่ต้องมีการฝึกเฉพาะทาง เช่น การประชาสัมพันธ์ การสื่อสารองค์กร การโฆษณา การสื่อสารการตลาด การสร้างสรรค์และออกแบบสื่อ เป็นต้น

5.2.3 มีการพัฒนาด้านทัศนคติ คุณธรรม จริยธรรม บุคลิกภาพ ฯลฯ

5.3 ช่วงเวลา

ภาคปลาย ชั้นปีที่ 4 ระยะเวลารวมทั้งภาคการศึกษา

5.4 จำนวนหน่วยกิต

3 หน่วยกิต

5.5 การเตรียมการ

มีกระบวนการเตรียมการ ให้คำแนะนำและช่วยเหลือทางวิชาการแก่นักศึกษา เช่น การเลือกหัวข้อในการจัดทำโครงการ การเขียนร่างโครงการเพื่อนำเสนอ การแนะนำแหล่งข้อมูล การ จัดตารางเวลาเข้าพบ/ให้คำปรึกษา ก่อนกำหนดการลงทะเบียนเรียน อย่างน้อย 2 สัปดาห์

5.6 กระบวนการประเมินผล

มีกระบวนการประเมินผลงานการทำโครงการของนักศึกษาตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

- การประเมินร่างโครงการที่นำเสนอเพื่อขอรับความเห็นชอบจากสาขาวิชาก่อนการลงทะเบียน
- การประเมินความก้าวหน้าในการดำเนินโครงการ โดยนักศึกษาต้องเสนอรายงานความก้าวหน้าต่ออาจารย์ที่ปรึกษา ครั้งที่ 1 เมื่อดำเนินโครงการแล้ว 4 สัปดาห์ และครั้งที่ 2 เมื่อดำเนินโครงการแล้ว 8 สัปดาห์
- การประเมินคุณภาพของผลงาน นักศึกษาต้องนำเสนอผลงานที่แล้วเสร็จสมบูรณ์ทั้งในรูปแบบชิ้นงาน และ/หรือ เล่มรายงาน พร้อมนำเสนอปากเปล่า เพื่อรับการประเมินโดยอาจารย์ที่ปรึกษาและคณาจารย์ผู้ควบคุมโครงการประจำสาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอน และการประเมินผล

1. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา

คุณลักษณะพิเศษ	กลยุทธ์หรือกิจกรรมของนักศึกษา
<p>(1) ทางกาย</p> <p>ก. แต่งกายเหมาะสมกับการปฏิบัติงาน</p> <p>ข. มีบุคลิกภาพของนักธุรกิจ และการเคลื่อนไหวที่ คล่องแคล่ว สง่างาม น่าประทับใจ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ฝึกการแสดงออกในชั้นเรียน - ฝึกการแสดงบทบาทในชั้นเรียน - ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการในกิจกรรมเสริมหลักสูตร - ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการในหลักสูตรอบรมพิเศษ เพื่อเตรียมความพร้อมในการประกอบอาชีพ
<p>(2) ทางวาจา</p> <p>ก. มีวาจาสุภาพ และรู้จักกาลเทศะในการพูด</p> <p>ข. มีทักษะในการพูดเพื่อนำเสนองาน</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ฝึกพูดในชั้นเรียน - ฝึกการนำเสนอในงานในชั้นเรียน - ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการในหลักสูตรอบรมพิเศษ เพื่อเตรียมความพร้อมในการประกอบอาชีพ
<p>(3) ทางใจ</p> <p>ก. มีความภาคภูมิใจในอาชีพนักนิเทศศาสตร์</p> <p>ข. มีจิตสำนึกรับใช้สังคม</p> <p>ค. มีความเข้าใจตนเอง และเข้าใจความแตกต่างระหว่างบุคคล ระหว่างวิชาชีพ ระหว่างสถานภาพ และรู้จักให้อภัย</p> <p>ง. มีจริยธรรมทางวิชาชีพและความรับผิดชอบต่อส่วนรวม</p>	<ul style="list-style-type: none"> - สอดแทรกในการสอนรายวิชา - เชิญผู้ประสบความสำเร็จ/มีชื่อเสียงทางวิชาชีพ มาเป็นวิทยากรบรรยายพิเศษให้ฟัง
<p>(4) คุณลักษณะพิเศษอื่น</p> <p>ก. มีความรู้พื้นฐานด้านธุรกิจ การค้า การบัญชี และศาสตร์อื่น ๆ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ศึกษารายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไป - ศึกษารายวิชาในกลุ่มวิชาโทต่างคณะ

2. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน

2.1 คุณธรรม จริยธรรม

2.1.1 ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- 2.1.1.1 มีคุณธรรมและจริยธรรมต่อการทำงานและต่อผู้อื่น อาทิ มีวินัย มีความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์สุจริต มีจิตสาธารณะ อดทน และเข้าใจมนุษย์
- 2.1.1.2 มีทัศนคติที่ดีและความภาคภูมิใจในวิชาชีพ
- 2.1.1.3 มีความรับผิดชอบต่อสังคม และปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพให้สอดคล้องกับลักษณะของธุรกิจหรือองค์กร

2.1.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- 2.1.2.1. กำหนดให้มีรายวิชาที่สอนจริยธรรมและจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ นิเทศศาสตร์
- 2.1.2.2. สอดแทรกคุณธรรมและจริยธรรมในการเรียนการสอนของรายวิชาต่าง ๆ
- 2.1.2.3. สอนโดยใช้กรณีศึกษา การอภิปรายร่วมกัน หรือการวิเคราะห์ตนเองและผู้อื่น
- 2.1.2.4. อาจารย์ผู้สอนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่นักศึกษา

2.1.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- 2.1.3.1. พิจารณาจากผลทดสอบในรายวิชาที่สอนจริยธรรมและจรรยาบรรณ
- 2.1.3.2. สังเกตพฤติกรรมของนักศึกษาในชั้นเรียน
- 2.1.3.3. พิจารณาจากผลการประเมินอาจารย์โดยนักศึกษา

2.2 ความรู้

2.2.1 ผลการเรียนรู้ด้านความรู้

- 2.2.1.1 มีความรู้ด้านนิเทศศาสตร์แบบหลอมรวมและสร้างสรรค์
- 2.2.1.2 มีความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การสื่อสารการตลาด และการสร้างสรรค์และออกแบบสื่อ ทั้งในทางทฤษฎีและปฏิบัติอย่างกว้างขวาง เป็นระบบ และทันสมัย
- 2.2.1.3 มีความรู้อันเกิดจากการบูรณาการศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับนิเทศศาสตร์
- 2.2.1.4 มีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการวิจัย เพื่อแก้ไขปัญหาและเสริมความรู้ในวิชาชีพ นิเทศศาสตร์

2.2.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

2.2.2.1. มีการจัดทำประมวลรายวิชาไว้ก่อนเริ่มการเรียนการสอน

2.2.2.2. สอนโดยใช้กรณีศึกษาที่ทันสมัย และสอดคล้องกับเนื้อหาความรู้ที่สอน

2.2.2.3. เชิญนักวิชาชีพด้านการสื่อสารเชิงกลยุทธ์มาเป็นวิทยากรพิเศษหรืออาจารย์พิเศษ

2.2.2.4. ทบทวนเนื้อหาสำคัญของวิชาที่นักศึกษาได้เรียนมาแล้ว และเชื่อมโยงกับเนื้อหาของวิชาที่กำลังเรียนอยู่

2.2.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้

2.2.3.1. แจกประมวลรายวิชาให้นักศึกษาก่อนการเรียนการสอน

2.2.3.2. พิจารณาจากผลงานของนักศึกษา

2.2.3.3. พิจารณาจากผลการสอบของนักศึกษา

2.2.3.4. สังเกตพฤติกรรมของนักศึกษาในชั้นเรียน

2.3 ทักษะทางปัญญา

2.3.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

2.3.1.1 สามารถเข้าใจแนวความคิดเกี่ยวกับนิเทศศาสตร์ โดยเน้นหนักด้านนวัตกรรมสื่อสารมวลชน และ/หรือ การสื่อสารเชิงกลยุทธ์

2.3.1.2 สามารถวิเคราะห์ข้อมูลหรือสถานการณ์ รวมทั้งสามารถวางแผนงานหรือแก้ไขปัญหาได้

2.3.1.3 สามารถประยุกต์ความรู้ในทางทฤษฎีไปใช้ในทางปฏิบัติได้ รวมทั้งสามารถประยุกต์ความรู้ในทางทฤษฎีและปฏิบัติไปใช้ในการฝึกประสบการณ์ภาคสนามหรือสถานการณ์จริง

2.3.1.4 สามารถประยุกต์แนวคิดใหม่หรือเทคโนโลยีใหม่จากศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการเรียนรู้หรือพัฒนาทักษะการทำงาน

2.3.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

2.3.2.1. สอนให้นักศึกษาสรุปประเด็นจากเนื้อหาที่ได้บรรยายไป

2.3.2.2. สอนโดยใช้กรณีศึกษา หรือการอภิปรายร่วมกัน

2.3.2.3. ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งแบบเดี่ยวและกลุ่ม

2.3.2.4. มอบหมายโครงการให้นักศึกษาได้วางแผนหรือทำวิจัย

2.3.2.5. ให้นักศึกษาฝึกงานตามหน่วยงานต่าง ๆ

2.3.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

2.3.3.1. พิจารณาจากผลการสอบ

2.3.3.2. พิจารณาจากผลงานของนักศึกษาทั้งงานเดี่ยวและงานกลุ่ม

2.3.3.3. สังเกตพฤติกรรมของนักศึกษาในชั้นเรียน

2.3.3.4. พิจารณาจากผลการประเมินการฝึกงานของหน่วยงานที่นักศึกษาเข้าฝึกงาน

2.4 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

2.4.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

2.4.1.1 สามารถรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายตามหน้าที่และบทบาทของตนได้อย่างเหมาะสม

2.4.1.2 สามารถแก้ไขปัญหาของตนเองและกลุ่มอย่างสร้างสรรค์

2.4.1.3 สามารถพัฒนาตนเองและวิชาชีพให้ทันสถานการณ์อยู่เสมอ

2.4.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

2.4.2.1. มอบหมายงานให้นักศึกษาทำงานเป็นกลุ่ม

2.4.2.2. สอนให้นักศึกษาแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบภายในกลุ่ม

2.4.2.3. ฝึกให้นักศึกษาแก้ไขปัญหาความขัดแย้งระหว่างตนเองและกลุ่ม และระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม

2.4.2.4. ให้นักศึกษาฝึกงานตามหน่วยงานต่าง ๆ

2.4.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

2.4.3.1. สังเกตพฤติกรรมของนักศึกษาในชั้นเรียน

2.4.3.2. พิจารณาจากผลการประเมินตนเอง และประเมินซึ่งกันและกัน

2.4.3.3. พิจารณาจากผลการประเมินการฝึกงานของหน่วยงานที่นักศึกษาเข้าฝึกงาน

2.5 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

2.5.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

2.5.1.1 สามารถใช้ทักษะการสื่อสาร ทั้งการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน อย่างมีประสิทธิภาพ

2.5.1.2 สามารถสรุปประเด็นและเลือกรูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสมกับเนื้อหาและ ผู้รับสารที่แตกต่างกันได้

2.5.1.3 สามารถสื่อสารโดยใช้ภาษาอังกฤษได้อย่างเหมาะสม

2.5.1.4 สามารถเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศให้เหมาะสมกับวิชาชีพ

2.5.1.5 สามารถใช้เทคนิคขั้นพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ในการคำนวณและสถิติในการ วิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมาย

2.5.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

2.5.2.1. ให้นักศึกษาฝึกพูดหน้าชั้นเรียนและนำเสนอผลงาน สรุปประเด็นจากการฟัง และการอ่าน รวมทั้งฝึกวิธีการเขียนที่หลากหลาย

2.5.2.2. ให้เจ้าของภาษาเป็นผู้สอนในรายวิชาภาษาอังกฤษ รวมทั้งการสอนโดย การจำลองสถานการณ์จริงในการสื่อสารกับชาวต่างชาติ

2.5.2.3. ให้นักศึกษาฝึกเก็บข้อมูลและประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

2.5.2.4. ฝึกแก้ปัญหาหรือโจทย์ที่จำเป็นต้องใช้ความรู้เบื้องต้นทางคณิตศาสตร์หรือ สถิติ

2.5.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

2.5.3.1. พิจารณาจากผลงานของนักศึกษาทั้งงานเดี่ยวและงานกลุ่ม

2.5.3.2. พิจารณาจากผลการประเมินทักษะภาษาอังกฤษจากอาจารย์เจ้าของภาษา

2.5.3.3. สังเกตพฤติกรรมของนักศึกษาในชั้นเรียน

3. ความคาดหวังของผลลัพธ์การเรียนรู้เมื่อสิ้นปีการศึกษา

ชั้นปีที่ 1	มีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับนิเทศศาสตร์และวิชาที่เกี่ยวข้อง
ชั้นปีที่ 2	มีความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การสื่อสารการตลาด และการสร้างสรรค์และออกแบบสื่อ ทั้งในทางทฤษฎีและปฏิบัติอย่างกว้างขวาง เป็นระบบและทันสมัย
ชั้นปีที่ 3	สามารถนำความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ไปวิเคราะห์กับสถานการณ์จริงและแนะนำวิธีการปรับปรุงและพัฒนา
ชั้นปีที่ 4	สามารถประยุกต์ใช้ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารเชิงกลยุทธ์กับสถานการณ์จริงและแนะนำวิธีการปรับปรุงและพัฒนา และมีประสบการณ์การทำงานจริงอย่างมีประสิทธิภาพ

4. แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

ผลการเรียนรู้ในตารางมีความหมายดังนี้

คุณธรรม จริยธรรม

- (1) มีคุณธรรมและจริยธรรมต่อการทำงานและต่อผู้อื่น อาทิ มีวินัย มีความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์สุจริต มีจิตสาธารณะ อดทน และเข้าใจมนุษย์
- (2) มีทัศนคติที่ดีและความภาคภูมิใจในวิชาชีพ
- (3) มีความรับผิดชอบต่อสังคม และปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพให้สอดคล้องกับลักษณะของธุรกิจหรือองค์กร

ความรู้

- (1) มีความรู้ด้านนิเทศศาสตร์แบบหลอมรวมและสร้างสรรค์
- (2) ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา และการสื่อสารการตลาด และการสร้างสรรค์และออกแบบสื่อ ทั้งในทางทฤษฎีและปฏิบัติอย่างกว้างขวาง เป็นระบบ และทันสมัย
- (3) มีความรู้อันเกิดจากการบูรณาการศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับนิเทศศาสตร์
- (4) มีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการวิจัย เพื่อแก้ไขปัญหาและเสริมความรู้ในวิชานิเทศศาสตร์

ทักษะทางปัญญา

- (1) สามารถเข้าใจแนวความคิดเกี่ยวกับนิเทศศาสตร์ โดยเน้นหนักด้านนวัตกรรม สื่อมวลชน และ/หรือ การสื่อสารเชิงกลยุทธ์
- (2) สามารถวิเคราะห์ข้อมูลหรือสถานการณ์ รวมทั้งสามารถวางแผนงานหรือแก้ไขปัญหาได้

- (3) สามารถประยุกต์ความรู้ในทางทฤษฎีไปใช้ในทางปฏิบัติได้ รวมทั้งสามารถประยุกต์ความรู้ในทางทฤษฎีและปฏิบัติไปใช้ในการฝึกประสบการณ์ภาคสนามหรือสถานการณ์จริง
- (4) สามารถประยุกต์แนวคิดใหม่หรือเทคโนโลยีใหม่จากศาสตร์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการเรียนรู้หรือพัฒนาทักษะการทำงาน

ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- (1) สามารถรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายตามหน้าที่และบทบาทของตนได้อย่างเหมาะสม
- (2) สามารถแก้ไขปัญหาของตนเองและกลุ่มอย่างสร้างสรรค์
- (3) สามารถพัฒนาตนเองและวิชาชีพให้ทันสถานการณ์อยู่เสมอ

ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- (1) สามารถใช้ทักษะการสื่อสาร ทั้งการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียนอย่างมีประสิทธิภาพ
- (2) สามารถสรุปประเด็นและเลือกรูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสมกับเนื้อหาและผู้รับสารที่แตกต่างกันได้
- (3) สามารถสื่อสารโดยใช้ภาษาอังกฤษได้อย่างเหมาะสม
- (4) สามารถเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศให้เหมาะสมกับวิชาชีพ
- (5) สามารถใช้เทคนิคขั้นพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ในการคำนวณและสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมาย

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

● ความรับผิดชอบหลัก

○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม			ความรู้				ทักษะทางปัญญา				ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ			ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ				
	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	5
กลุ่มวิชาแกนนิเทศศาสตร์																			
BA 961 หลักการตลาด			○			●					○			○	○	○			●
EC 961 เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น			○			●					○			○	○	○			●
LW 961 กฎหมาย การเมือง และการปกครองของไทย	●					●					○			○	○	○			○
CA 106 หลักนิเทศศาสตร์	●			●		○		●	○			●	○					○	○
CA 107 พื้นฐานการสื่อสารมวลชน	●		○	●				●	○			●	○					○	○
CA 108 พื้นฐานการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	●	○		○	●			●	○			●	○					○	○
CA 109 พัฒนาทักษะการอ่าน		●			●					●		●			●	○			
CA 110 พัฒนาทักษะการเขียน		●			●					●		●			●	○			

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม			ความรู้				ทักษะทางปัญญา				ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ			ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ				
	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	5
CA 202 วาณิชเทศ	●	○			○					●		●			●	○			
CA 205 ศิลปะการสื่อสารผ่านภาพและเสียง	●				○	●		●			○	●	○		●		○		○
CA 206 หลักการสื่อข่าวและเขียนข่าว	○		●		○	●			●	○		●			●		○		○
CA 303 ภาษาอังกฤษสำหรับงานนิเทศศาสตร์		●				●				●		●			○		●		
CA 304 การวิจัยเบื้องต้นทางนิเทศศาสตร์	●		○	○			●		●			●		○	○	●			●
CA 305 การจัดการสารสนเทศเพื่องานนิเทศศาสตร์	●		○				○		●		○	○	●			○		●	
CA 306 กฎหมายและจริยธรรมนิเทศศาสตร์	●	○	○			●		○	●			○	●			●			
กลุ่มวิชาแกนสาขาวิชา																			
CS 001 ความคิดสร้างสรรค์เพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	●			○	●			●			○			●	●	○			
CS 002 เครื่องมือเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	●				●	○		●			○			●	●	○			
CS 003 การวิจัยเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	●				○		●		●				●		○				●

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม			ความรู้				ทักษะทางปัญญา				ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ			ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ				
	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	5
กลุ่มวิชาเอกการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ - วิชาเอกบังคับ																			
CS 101 การสื่อสารองค์กร	●	○	○		●			●						○	○	○	○		
CS 102 การประชาสัมพันธ์การตลาด	●	○	○		●	○		●						○	○	○			
CS 103 การออกแบบสารและการเขียนเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ 1	●	○	○		●			○	●	○				○	○	○	●		
CS 104 การออกแบบสารและการเขียนเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ 2	●	○	○		●			○	●	○				○	○	○	●		
CS 105 การออกแบบและผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	●	○	○		●	○		○	●	●	○	●	○	○	○	○	●		
CS 106 การวางแผนและบริหารงานประชาสัมพันธ์ เชิงกลยุทธ์	●	○	○		●	○	○	○	●	●	○	●	●		●	●			○
CS 107 สัมมนาการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์	●				○			○	●	○		●	○	●	○	○			
CS 108 ประสบการณ์วิชาชีพทางการประชาสัมพันธ์	●	●						○	○	●	○	●		●			○	○	
CS 109 โครงการงานด้านการประชาสัมพันธ์	●							○	●		○	●		○		○			

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม			ความรู้				ทักษะทางปัญญา				ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ			ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศ				
	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	5
CS 110 สหกิจศึกษา	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
- วิชาเอกเลือก																			
CS 131 การประชาสัมพันธ์ธุรกิจบันเทิงและการท่องเที่ยว	●	○	○		●			●	○			○	○		○		○	○	
CS 132 การประชาสัมพันธ์ธุรกิจการเงิน	●	○	○		●			●	○			○	○		○				
CS 133 เทคนิคการพูดและนำเสนองานเพื่อการ ประชาสัมพันธ์	●	○	○		●			●	○	○		○			●	●	○		
CS 134 การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	●	○	○		●	○	○	●	●	○		●	●		○				
CS 135 กลยุทธ์สื่อใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์	●	○	○		●			●			●	○	○	○	○	●		○	
CS 136 ชุมชนสัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อสังคม	●	○	○		●			●	○		●	○	●		○				
CS 137 การบริหารความสัมพันธ์	●	○	○		●			●	○					○	○				
CS 138 การสื่อสารเพื่อการพัฒนา	●	○	○		●			●	○				○		●	○			
CS 139 การประชาสัมพันธ์ระดับสากล	●	○	○		●			●	○		○			●	●	○	○		
CS 140 การสื่อสารรณรงค์	●	○	○		●	○	○	●	●	●	○	●		○	○				○

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม			ความรู้				ทักษะทางปัญญา				ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ			ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศ				
	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	5
CS 141 การพูดภาษาอังกฤษเพื่อการประชาสัมพันธ์	●	○	○		●			●		●				○	●		●		
CS 142 การเขียนภาษาอังกฤษเพื่อการประชาสัมพันธ์	●	○	○		●			●						○	●		●		
CS 143 การศึกษาเฉพาะบุคคล	●	○	○	●	●			○	○	●				○	●		●	●	
CS 144 หัวข้อพิเศษทางการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์	●	○	○		●			○		●				○	●		●	○	
กลุ่มวิชาเอกการโฆษณา																			
- วิชาเอกบังคับ																			
CS 201 การโฆษณากับพฤติกรรมผู้บริโภค	●				●			●						○	●	●	○		
CS 202 การสื่อสารการตลาด	●	○			●	○			●		○			●	○	○	●		
CS 203 การสร้างสรรค์และเขียนบทโฆษณา	●	○		○	●					●	○			●	○	○	●		
CS 204 การผลิตงานโฆษณา	●	○		○	●					●	○	●	○	○	●	○	●		
CS 205 การวางแผนช่องทางทางการโฆษณา	●	○			●	○			●		○			●	○		○		●
CS 206 การรณรงค์ทางการโฆษณา	●	●	○		●	●			●		○	●	○	○	●				

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม			ความรู้				ทักษะทางปัญญา				ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ			ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ					
	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	5	
CS 207 สัมมนาการโฆษณา	●				○			○	●	○		●	○	●	○	○				
CS 208 ประสบการณ์วิชาชีพทางการโฆษณา	●	●						○	○	●	○	●		●	○		○	○		
CS 209 โครงการงานด้านการโฆษณา	●							○	●		○	●		○		○				
CS 210 สหกิจศึกษา	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
- วิชาเอกเลือก																				
CS 231 การโฆษณากับสังคม	●		●		●			●					○	●	●	○				
CS 232 เทคนิคการนำเสนอผลงานโฆษณา	●	○		○	●					●	○	●	○		○	●				
CS 233 ทฤษฎีการจูงใจเพื่องานโฆษณา	●				●			●					○	●	●	○				
CS 234 กลยุทธ์การโฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่	●	○		○	●					●	○		●	○	○	●				
CS 235 การออกแบบโฆษณา	●	○		○	●					●	○		●	○	○	●				
CS 236 การถ่ายภาพเพื่องานโฆษณา	●	○		○	●					●	○		●	○	○	●				
CS 237 คอมพิวเตอร์กราฟิกเพื่องานโฆษณา	●	○		○	●					●	○		●	○	○	●				

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม			ความรู้				ทักษะทางปัญญา				ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ			ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศ				
	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	5
CS 238 การจัดการโฆษณา	●	○			●			●					○	●	●	○			
CS 239 การกำกับศิลป์เพื่องานโฆษณา	●	○		○	●					●	○		●	○	○	●			
CS 240 การศึกษาเฉพาะบุคคล	●	○			●	○			●		○			●	○	●			
CS 241 หัวข้อพิเศษทางการโฆษณา	●	○			●	○			●		○		○	●	○	●			
กลุ่มวิชาเอกการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม - วิชาเอกบังคับ																			
CS 301 หลักการสื่อสารการตลาด	●	○			●	○		●				○	○	○	●	○			
CS 302 จิตวิทยาผู้บริโภคหลากหลายวัฒนธรรม	●				●	○		●	○				○	●	●	○			
CS 303 เครื่องมือสื่อสารการตลาดเชิงกลยุทธ์	●		●		●	○		●	○		●	○	○	●	●	○			
CS 304 สื่อดิจิทัลเพื่อการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม	●				●	○		●	○		●	○	○	●	●	○		●	
CS 305 การสร้างแบรนด์ข้ามวัฒนธรรม	●	○			●	○		●	●		○	○	○	○	○	●			

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม			ความรู้				ทักษะทางปัญญา				ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ			ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศ				
	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	5
CS 306 การรณรงค์ทางการสื่อสารการตลาด ข้ามวัฒนธรรม	●	●	○	○	●	●		●	●		○	●	○		○	●			
CS 307 สัมมนาการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม	●				○			○	●	○		●	○	●	○	○			
CS 308 ประสบการณ์วิชาชีพทางการสื่อสารการตลาด	●	●						○	○	●	○	●		●	○		○	○	
CS 309 โครงการงานด้านการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม	●							○	●		○	●		○		○			
CS 310 สหกิจศึกษา	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
- วิชาเอกเลือก																			
CS 331 การสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม เพื่อการท่องเที่ยว	●	○	○		●	○		●	●			●	○		●	●		○	
CS 332 การสื่อสารการตลาดสำหรับธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ	●	○	○		●	○		●	○			●	○		○	●			
CS 333 การสื่อสารการตลาดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม	●	○	○		●	○		●	○			●	○		●	●		○	
CS 334 การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม	●	○	○		●	○	○	●	●	○		●	●		●	●		○	
CS 335 ไม้ซีเพื่อการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม	●	○	○		●	○	○	●	●	○		●	●		●	●		○	

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม			ความรู้				ทักษะทางปัญญา				ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ			ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศ				
	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	5
CS 336 การออกแบบสารเพื่อการสื่อสารการตลาด	●	○	○	○	●	○		○	●	○		○	○		○	●			
CS 337 ภาษาอังกฤษเพื่องานสื่อสารการตลาด	●	○	○		●			●				●		○	●	○	●		
CS 338 การจัดการธุรกิจการสื่อสารการตลาด ข้ามวัฒนธรรม	●	○	○	●	●	○		●	●			○		●	●	○			
CS 339 การศึกษาเฉพาะบุคคล	●	○			●	○			●		○			●	○	●			
CS 340 หัวข้อพิเศษทางการสื่อสารการตลาด	●	○			●	○			●		○		○	●	○	●			
กลุ่มวิชาเอกการสร้างสรรค์และออกแบบสื่อ																			
- วิชาเอกบังคับ																			
CS 401 พื้นฐานการออกแบบ	●				●			●			○	●				●			
CS 402 ทักษะศิลป์เพื่อการสื่อสาร	●				●			●			○	●				●		○	
CS 403 เครื่องมือเพื่อการออกแบบสื่อและการสื่อสาร	●				●			●			○	●				●		○	
CS 404 การจัดการแบรนด์และการออกแบบสื่อ	●				●				●			●	○			●			

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม			ความรู้				ทักษะทางปัญญา				ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ			ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ				
	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	5
CS 405 การสร้างสรรค์และออกแบบเชิงธุรกิจ	●				●			●				●				●			
CS 406 โครงการด้านการออกแบบสื่อ 1	●							○	●		○	●		○		○			
CS 407 สัมมนาหลักสูตรแบรนด์และการออกแบบสื่อ	●				○			○	●	○		●	○	●	○	○			
CS 408 ประสบการณ์วิชาชีพทางการสร้างสรรค์และ ออกแบบสื่อ	●	●						○	○	●	○	●		●	○		○	○	
CS 409 โครงการด้านการออกแบบสื่อ 2	●							○	●		○	●		○		○			
CS 410 สหกิจศึกษา	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
- วิชาเอกเลือก																			
CS 431 ศูนย์ทรัพยากรทางศิลปะและการออกแบบ	●	●			●			○						○		○			
CS 432 การออกแบบสื่ออินเตอร์แอกทีฟ	●			○	●					●		●				●		○	
CS 433 การออกแบบภาพประกอบสื่อ	●			○	●					●		●				●		○	
CS 434 การสร้างภาพดิจิทัล	●			○	●					●		●				●		○	

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม			ความรู้				ทักษะทางปัญญา				ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ			ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ				
	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	5
CS 435 การออกแบบกราฟิกเพื่อองค์กรและผลิตภัณฑ์	●			○	●					●		●				●		○	
CS 436 การออกแบบเพื่อกิจกรรมพิเศษและนิทรรศการ	●			○	●	○			○	●		●	●	○	○	○		●	
CS 437 การจัดการธุรกิจการออกแบบสื่อ	●		○		●	●			●			●			●			●	
กลุ่มวิชาโทนิเทศศาสตร์ สำหรับนักศึกษาต่างคณะ																			
CX 001 นิเทศศาสตร์เบื้องต้น	○			●				●				○			○				
CX 002 การสื่อสารเพื่อการพัฒนา	○			●				●				○			○				
CX 003 การโฆษณากับสังคม	○				●			●				○			○				
CX 006 วารสารศาสตร์สากล	○				●			●				○			○				
CX 007 การกระจายเสียงและแพร่ภาพนานาชาติ	○				●			●				○			○				
CX 008 พื้นฐานการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	○				●			●				○			○				
หมวดวิชาเลือกเสรี																			
CA 001 มนุษย์สัมพันธ์	○					●		●				○			○				

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม			ความรู้				ทักษะทางปัญญา				ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ			ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศ				
	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	5
CA 002 ศิลปะการพูด	○					●		●				○			●				
CA 003 ธุรกิจสื่อสารมวลชน	○		●	●				●				○			○				
CA 004 สัมมนาการสื่อสารกับสังคม	○			○				●				○			○				
CA 005 สื่อมวลชนและสิ่งแวดล้อมศึกษา	○			●				●				○			○				
CA 006 การแปลสำหรับนิเทศศาสตร์	○					●		●				○			●		○		
CA 007 การแปลบันเทิงคดีนิเทศศาสตร์	○					●		●				○			●		○		
CA 008 พัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อ	○		●	●				●				○			○				
CA 009 การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม	○			●				●				○			○		○		
CA 010 คติชนอาเซียนสำหรับการสื่อสารเชิงธุรกิจ	○					●		●				○			○		○		
CA 011 ศิลปวัฒนธรรมอาเซียนศึกษา	○					●		●				○			○		○		

หมวดที่ 5 หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา

1. ภาวะเทียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

การวัดผลและการสำเร็จการศึกษาเป็นไปตามระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ว่าด้วยการศึกษาระบบหน่วยกิต ชั้นปริญญาบัณฑิต พ.ศ. 2545 (ภาคผนวก ก.)

2. กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

- 2.1 ให้อาจารย์แสดงหลักฐานวิธีการประเมินผลทุกรายวิชา
- 2.2 จัดทำข้อสอบมาตรฐานสำหรับรายวิชาเดียวกัน ในกรณีที่รายวิชาที่มีผู้สอนมากกว่า 1 คน
- 2.3 ให้เปรียบเทียบการให้คะแนนข้อสอบรายข้อ/ผลงานรายชิ้นตามเกณฑ์ที่กำหนด และ/หรือ เปรียบเทียบการให้คะแนนเก็บระหว่างภาค และ/หรือ เปรียบเทียบคะแนนรวม สำหรับทุกรายวิชาที่มีผู้สอนมากกว่า 1 คน
- 2.4 มีคณะกรรมการประเมินผลการศึกษา ซึ่งประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิทั้งนักวิชาการและผู้ใช้บัณฑิตจากภายนอก เพื่อตรวจรับรองข้อสอบได้และรายงานการวัดผลการสอบได้ ของทุกรายวิชาในกลุ่มวิชาเอก และบางรายวิชาในกลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ ทั้งภาคต้นและภาคปลาย

3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

3.1 นักศึกษาที่มีสิทธิ์ได้รับอนุปริญญา ปริญญา ต้องมีคุณสมบัติครบถ้วน ดังต่อไปนี้

3.1.1 การให้อนุปริญญา

นักศึกษาศึกษาได้หน่วยกิตครบถ้วนตามหลักสูตรชั้นปริญญา ได้แต้มเฉลี่ยสะสมไม่ถึง 2.00 แต่ไม่ต่ำกว่า 1.75 หรือสอบได้หน่วยกิตตามที่กำหนดไว้ในแต่ละสาขาวิชาของหลักสูตร แต่ยังไม่ถึงชั้นปริญญา มีสิทธิ์ขอรับอนุปริญญาได้

3.1.2 การอนุมัติปริญญา

3.1.2.1 นักศึกษาที่จะได้รับอนุมัติปริญญาจะต้องมีคุณสมบัติดังนี้

(1) สอบไล่ได้จำนวนหน่วยกิตครบตามหลักสูตรภายในระยะเวลาการศึกษาที่กำหนดไว้ในระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยว่าด้วยการศึกษาระบบหน่วยกิตชั้นปริญญาบัณฑิต พ.ศ. 2545 (ภาคผนวก ก.)

(2) ได้แต้มเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 2.00

(3) มีความประพฤติดี

(4) ไม่มีพันธะติดค้างหนี้สินใด ๆ กับมหาวิทยาลัย

(5) เข้าร่วมกิจกรรมบัณฑิตอุดมคติไทยรวม 60 ชั่วโมงตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด (ภาคผนวก ข.)

(6) สอบผ่านข้อสอบวัดมาตรฐานความรู้ด้านภาษาอังกฤษธุรกิจ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านบริหารธุรกิจ ตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด (ภาคผนวก ค.)

3.1.2.2 นักศึกษาที่สอบไล่ได้จำนวนหน่วยกิตครบตามหลักสูตร แต่แต้มเฉลี่ยสะสมไม่ถึง 2.00 จะได้รับอนุมัติปริญญาเมื่อ

(1) ลงทะเบียนศึกษาวิชาที่เปิดสอนตามหลักสูตรต่อไปอีกจนกว่าจะทำแต้มเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 2.00 ภายในระยะเวลาการศึกษาที่กำหนดไว้ในระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยว่าด้วยการศึกษาระบบหน่วยกิตชั้นปริญญาบัณฑิต พ.ศ. 2545 (ภาคผนวก ก.) ว่าด้วยเรื่องระยะเวลาการศึกษา

(2) ลงทะเบียนศึกษาซ้ำเฉพาะวิชาซึ่งนักศึกษาเคยสอบได้ลำดับชั้น D+ D หรือ F จนกว่าจะทำแต้มเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 2.00 ภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ในระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยว่าด้วยการศึกษาระบบหน่วยกิตชั้นปริญญาบัณฑิต พ.ศ.2545 (ภาคผนวก ก.) ว่าด้วยเรื่องระยะเวลาการศึกษา

3.1.2.3 ในกรณีที่ได้รับร้องเรียนหรือปรากฏแก่มหาวิทยาลัยว่า นักศึกษาผู้ใดมีพฤติกรรมที่เสื่อมเสียต่อเกียรติภูมิของมหาวิทยาลัยอย่างร้ายแรง สภามหาวิทยาลัยมีสิทธิที่จะชะลอการอนุมัติปริญญาเอาไว้ก่อน เพื่อสอบสวนพฤติกรรมและหาความจริง ในกรณีที่ผลของการสอบสวนเป็นที่ปรากฏชัดว่านักศึกษาผู้นั้นมีพฤติกรรมที่เสื่อมเสียต่อเกียรติภูมิของมหาวิทยาลัยอย่างร้ายแรงจริง สภามหาวิทยาลัยมีสิทธิที่จะไม่อนุมัติปริญญา

หมวดที่ 6 การพัฒนาอาจารย์

1. การเตรียมการสำหรับอาจารย์ใหม่

- 1.1 จัดเตรียมคู่มืออาจารย์และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานให้อาจารย์ใหม่
- 1.2 จัดปฐมนิเทศอาจารย์ใหม่ เรื่อง บทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบ และรายละเอียดหลักสูตรในระดับคณะ
- 1.3 จัดหลักสูตรการอบรมสำหรับอาจารย์ใหม่ เกี่ยวกับการจัดทำประมวลรายวิชาตามแบบ มคอ. 3 ภาระงานของอาจารย์ผู้สอนและภาระงานอาจารย์ที่ปรึกษา โดยอาจจัดขึ้นในระดับคณะหรือมหาวิทยาลัย
- 1.4 สนับสนุนให้อาจารย์ใหม่เข้ารับการอบรมในโครงการที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานภายนอก ซึ่งมีหัวข้อเกี่ยวข้องกับภาระงานของอาจารย์ผู้สอน (เช่น การออกข้อสอบ การตัดเกรด ฯลฯ) และภาระงานอาจารย์ที่ปรึกษา (เช่น จิตวิทยาการเป็นที่ปรึกษา ฯลฯ)
- 1.5 จัดระบบพี่เลี้ยง (Mentoring System) โดยให้อาจารย์ใหม่สอนรายวิชาพร้อมกับอาจารย์ที่มีประสบการณ์การสอนในระดับกลางขึ้นไป

2. การพัฒนาความรู้และทักษะให้แก่อาจารย์

2.1 การพัฒนาทักษะการจัดการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล

2.1.1 จัดอบรมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการเรียนการสอน กลวิธีในการสอน และการวัดประเมินผลรายวิชา

2.1.2 สนับสนุนให้อาจารย์ผู้สอนเข้าร่วมสัมมนาเชิงวิชาการในด้านการเรียนการสอน เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้สอนอื่น ๆ หรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง ทั้งในระดับคณะและระดับมหาวิทยาลัย รวมทั้งภายนอกสถาบัน

2.2 การพัฒนาวิชาการและวิชาชีพด้านอื่น ๆ

2.2.1 สนับสนุนให้อาจารย์ผู้สอนทำงานวิจัยที่สอดคล้องกับสาขาวิชาอันจะเป็นประโยชน์ต่อวงการและ/หรือวิชาชีพ

2.2.2 สนับสนุนให้อาจารย์ผู้สอนเข้าร่วมการประชุม สัมมนา การฝึกอบรมภายนอกสถาบันที่สอดคล้องกับศาสตร์ของสาขาวิชา

2.2.3 สนับสนุนให้อาจารย์ผู้สอนออกไปให้บริการทางวิชาการแก่สังคม เพื่อสามารถนำประสบการณ์มาพัฒนาการเรียนการสอน

2.2.4 สนับสนุนให้ผู้สอนได้รับประสบการณ์จริง โดยเปิดโอกาสให้ไปปฏิบัติงานใน สถานประกอบการที่ตรงกับสาขาวิชา ตามโครงการสหกิจศึกษาอาจารย์ของมหาวิทยาลัย

2.2.5 สนับสนุนให้ผู้สอนมีส่วนร่วมในการจัดทำ ปรับปรุง และ/หรือพัฒนาหลักสูตรใหม่ รวมทั้งการปรับปรุงรายวิชา

2.2.6 สนับสนุนให้อาจารย์ผู้สอนได้ศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น

หมวดที่ 7 การประกันคุณภาพหลักสูตร

1. การบริหารหลักสูตร

หัวหน้าหลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ เป็นผู้ที่ทำหน้าที่ในการบริหารหลักสูตรให้บรรลุวัตถุประสงค์ ตามแนวปฏิบัติงานซึ่งเป็นมติที่ประชุมคณะกรรมการฝ่ายวิชาการ และ/หรือได้รับความเห็นชอบจากกรรมการประจำคณะ โดยมีรองคณบดีฝ่ายวิชาการทำหน้าที่กำกับดูแลและประสานงานให้การบริหารหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนเป็นไปตามที่หลักสูตรกำหนด โดยมุ่งเน้นการพัฒนากระบวนการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และการเสริมสร้างการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในการผลิตและใช้สื่อการสอน ตลอดจนการวัดและประเมินผล การเรียนอย่างเป็นระบบ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 การเตรียมความพร้อมก่อนการเปิดการเรียนการสอน

1.1.1 จัดหาอาจารย์ผู้สอนที่มีคุณวุฒิหรือประสบการณ์ตรงและมีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ตามเนื้อหาวิชาที่เปิดสอน

1.1.2 มอบหมายอาจารย์ผู้สอนเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการวางแผนกระบวนการเรียนการสอนตาม มคอ.3 เอกสารประกอบการสอน สื่อการสอน อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ นอกเหนือจากที่มหาวิทยาลัยจัดหาไว้ให้ รวมทั้งการติดตามผลการเรียนการสอนและการจัดทำรายงาน

1.2 การติดตามการจัดการเรียนการสอน

จัดให้มีระบบติดตามการจัดการเรียนการสอน เพื่อให้ทราบปัญหา อุปสรรคเกี่ยวกับการเรียนการสอนทั้งจากอาจารย์ผู้สอนและจากนักศึกษาผู้เรียนรายวิชานั้น ๆ

1.3 การติดตามประเมินผลการเรียนการสอน

1.3.1 ในช่วง 2-3 สัปดาห์สุดท้ายของการเรียนการสอน จัดให้มีการประเมินผลผู้สอน โดยผู้เรียน ผู้สอนประเมินการสอนของตนเอง และผู้สอนได้รับการประเมินผลรายวิชาโดยคณะฯ

1.3.2 เมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษา สาขาวิชาติดตามผลการประเมินคุณภาพการสอน และการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียนโดยอาศัยกลไกคณะกรรมการมาตรฐานวิชาการประจำสาขาวิชา

1.3.3 เมื่อสิ้นสุดการเรียนการสอนแต่ละปี หัวหน้าหลักสูตรติดตามผลการประเมินคุณภาพการสอน

1.4 การติดตามประเมินผลหลักสูตร

1.4.1 เมื่อสิ้นสุดแต่ละปีการศึกษา หัวหน้าหลักสูตรจัดประชุมสัมมนาอาจารย์ประจำหลักสูตรเพื่อวิเคราะห์ผลการดำเนินงานประจำปี เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสภาพ ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ สำหรับใช้ในการปรับปรุงกระบวนการเรียนการสอน ตลอดจนปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของหลักสูตร และจัดทำรายงานผลการดำเนินงานหลักสูตรเสนอต่อคณบดี

1.4.2 เมื่อครบรอบ 4 ปี แต่งตั้งกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อประเมินผลการดำเนินงาน ของหลักสูตร โดยประเมินจากการรายงานผลการดำเนินงานหลักสูตร การเยี่ยมชม

1.4.3 แต่งตั้งคณะกรรมการปรับปรุงหลักสูตรตามหลักเกณฑ์ของสกอ. เพื่อให้มีการปรับปรุงหลักสูตรอย่างน้อยทุก 5 ปี โดยนำความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ บัณฑิต และผู้ใช้บัณฑิต รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิต มาประกอบการพิจารณา

2. การบริหารทรัพยากรการเรียนการสอน

หัวหน้าหลักสูตร ทำหน้าที่วางแผนการดำเนินงานและจัดทำงานงบประมาณประจำปีให้สอดคล้องกับรายได้และค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้น และเสนอขออนุมัติงบประมาณต่อมหาวิทยาลัย โดยผ่านการเห็นชอบจากคณะกรรมการบริหารคณะ เพื่อจัดให้มีห้องปฏิบัติการ วัสดุ ครุภัณฑ์และอุปกรณ์เฉพาะทางในการฝึกปฏิบัติการทั้งในและนอกห้องปฏิบัติการของสาขาวิชา ในรายวิชาที่นักศึกษาต้องฝึกภาคปฏิบัติ การจัดหาและสั่งซื้อทรัพยากรสารสนเทศเพื่อให้บริการแก่นักศึกษาในหอสมุดกลางของมหาวิทยาลัย รวมทั้งการบริหารการใช้ทรัพยากรการเรียนการสอนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีรองคณบดีฝ่ายบริหารเป็นผู้กำกับดูแล

2.1 การบริหารงบประมาณ

การบริหารงบประมาณเป็นไปตามระเบียบและแนวทางที่มหาวิทยาลัยและคณะกำหนดไว้ ทั้งนี้ อยู่ในกรอบของจำนวนเงินงบประมาณที่ได้รับอนุมัติ

2.2 ทรัพยากรการเรียนการสอนที่มีอยู่เดิม

การบริหารความพร้อมของทรัพยากรการเรียนการสอน ตำรา หนังสืออ้างอิง เอกสาร อุปกรณ์การเรียนการสอน ห้องปฏิบัติการ ห้องสมุด สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีอยู่เดิม เป็นไปตามแนวนโยบาย ระเบียบ และแนวปฏิบัติที่หลักสูตรสาขาวิชาอื่นที่เกี่ยวข้องและ/หรือหน่วยงานส่วนกลาง ของมหาวิทยาลัยเป็นผู้รับผิดชอบ โดยสาขาวิชารับผิดชอบต่อประสานงานเกี่ยวกับความต้องการ ปัญหา อุปสรรคการใช้ทรัพยากรกับหน่วยต่าง ๆ ดังกล่าว

2.3 การจัดหาทรัพยากรการเรียนการสอนเพิ่มเติม

2.3.1 ฝ่ายเทคโนโลยีและสารสนเทศของมหาวิทยาลัย จัดสรรงบประมาณประจำปี ในการจัดหาทรัพยากรการเรียนการสอน ตำรา วารสารทางวิชาการ ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

2.3.2 สาขาวิชา โดยหัวหน้าหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอนเสนอความต้องการทรัพยากร เพื่อการจัดหาต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2.3.3 คณาจารย์ประชุมร่วมกันเพื่อจัดทำข้อเสนอแนะสำหรับงบประมาณครุภัณฑ์และอุปกรณ์การเรียน โดยผ่านคณะกรรมการบริหารคณะ

2.4 การประเมินความเพียงพอของทรัพยากร

2.4.1 สำนวจความต้องการทรัพยากรการเรียนการสอนจากผู้สอนและผู้เรียนเป็นประจำทุกปี

2.4.2 ประเมินความเพียงพอของทรัพยากรการเรียนการสอนของทุกรายวิชา

2.4.3 สำนวจและระบุแหล่งทรัพยากรการเรียนการสอนในคณะและในมหาวิทยาลัยที่ผู้สอนและผู้เรียนสามารถใช้บริการได้

3. การบริหารคณาจารย์

3.1 การรับอาจารย์ใหม่

3.1.1 การกำหนดคุณสมบัติ

3.1.1.1 คุณสมบัติทั่วไปเป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

3.1.1.2 คุณสมบัติเฉพาะของผู้สมัคร โดยทั่วไปมีดังนี้

(1) สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอกด้านนิเทศศาสตร์ หรือ

(2) สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโทด้านนิเทศศาสตร์ หรือสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง และมีคุณวุฒิปริญญาตรีด้านนิเทศศาสตร์ โดยมีผลงานทางวิชาการหรือผลงานวิจัยด้านการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา หรือการสื่อสารการตลาด และ/หรือมีประสบการณ์ในการสอนด้านการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา หรือการสื่อสารการตลาด ไม่น้อยกว่า 3 ปี หรือ

(3) สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโทด้านนิเทศศาสตร์ หรือสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง และมีคุณวุฒิปริญญาตรีด้านนิเทศศาสตร์ โดยมีประสบการณ์ทำงานวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา หรือการสื่อสารการตลาด ไม่น้อยกว่า 5 ปี

ทั้งนี้ รายละเอียดคุณสมบัติเฉพาะอาจปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับตามความต้องการของหลักสูตรในแต่ละช่วง

3.1.2 การคัดเลือก

3.1.2.1 อธิการบดีแต่งตั้งคณะกรรมการสอบคัดเลือกอาจารย์ใหม่ประจำหลักสูตร เพื่อทำหน้าที่ดำเนินการสอบคัดเลือกอาจารย์ใหม่ตามเกณฑ์คุณสมบัติที่กำหนด

3.1.2.2 ผู้สมัครต้องผ่านการสอบข้อเขียน สอบสอน และสอบสัมภาษณ์ เพื่อประเมินและเปรียบเทียบศักยภาพในการเป็นอาจารย์ผู้สอน

3.2 การมีส่วนร่วมของคณาจารย์ในการวางแผน การติดตามและทบทวนหลักสูตร

3.2.1 จัดประชุมคณาจารย์ในสาขาวิชา เดือนละ 1 ครั้ง เพื่อแจ้งและร่วมพิจารณาการดำเนินงาน รวมทั้งติดตามการดำเนินงานตามแผนงานประจำปีของสาขาวิชา

3.2.2 สสำรวจความต้องการจากคณาจารย์ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลในการปรับปรุงหลักสูตร

3.3 การแต่งตั้งคณาจารย์พิเศษ

3.3.1 มหาวิทยาลัยมีนโยบายในการเชิญผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมาร่วมสอนบางรายวิชา หรือร่วมเป็นวิทยากรพิเศษในบางหัวข้อที่ต้องการผู้ที่มีประสบการณ์จริงในวิชาชีพ

3.3.2 สาขาวิชากำหนดเกณฑ์และแนวทางการคัดกรองผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกเพื่อเชิญเป็นอาจารย์พิเศษ เช่น คุณวุฒิทางการศึกษา ผลงานทางวิชาการ ตำแหน่งงานและประสบการณ์ในวิชาชีพ เป็นต้น

3.3.3 ขออนุมัติเชิญผู้ทรงคุณวุฒิที่ผ่านการคัดกรองตามเกณฑ์ให้เป็นอาจารย์พิเศษ

3.3.4 อาจารย์พิเศษที่สอนประจำหรือสอนร่วมประจำรายวิชาต้องมีแผนการสอนตามคำอธิบายรายวิชาที่หลักสูตรกำหนดไว้ โดยประสานงานกับหัวหน้าหลักสูตร

4. การบริหารบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอน

4.1 การกำหนดคุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่ง

4.1.1 คณะและมหาวิทยาลัยมีการกำหนดคุณสมบัติบุคลากรสายสนับสนุนตรงตามภาระหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบก่อนการสอบคัดเลือกเข้าปฏิบัติงาน

4.1.2 คณะและมหาวิทยาลัยมีระบบการสอบแข่งขันเพื่อคัดเลือกบุคคลเข้าบรรจุทดลองปฏิบัติงาน

4.2 การเพิ่มทักษะความรู้เพื่อการปฏิบัติงาน

4.2.1 คณะและมหาวิทยาลัยมีการจัดประชุม การฝึกอบรมเกี่ยวกับการปฏิบัติงานในหน้าที่ และการบริหารงานที่เกี่ยวข้องแก่พนักงานสายสนับสนุน

4.2.2 คณะและมหาวิทยาลัยจัดระบบการพัฒนาบุคลากรโดยจัดระบบการศึกษาดูงานภายในและต่างประเทศ รวมทั้งจัดการสัมมนาและฝึกอบรมแก่พนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การทำงาน

5. การสนับสนุนและการให้คำแนะนำนักศึกษา

5.1 การให้คำปรึกษาด้านวิชาการและอื่น ๆ แก่นักศึกษา

5.1.1 หัวหน้าหลักสูตร พิจารณาเสนอรายชื่ออาจารย์ในสาขาวิชาเพื่อขอแต่งตั้งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาต่อคณบดี

5.1.1.1 อาจารย์ที่ปรึกษา มีหน้าที่ให้คำแนะนำปรึกษาทางวิชาการแก่นักศึกษา ครอบคลุมกรณีที่นักศึกษามีปัญหาการเรียน การปรับตัว ให้คำแนะนำในการลงทะเบียน การเลือกเรียนในกลุ่มหรือรายวิชาที่เหมาะสมกับความสนใจและความถนัด การเลือกแผนการเรียน การฝึกงานหรือการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.1.1.2 อาจารย์ที่ปรึกษา มีหน้าที่ให้คำแนะนำปรึกษาด้านกิจกรรมแก่นักศึกษา โดยให้คำแนะนำและสนับสนุนการทำกิจกรรมเสริมหลักสูตร และการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนานักศึกษา ทั้งในระดับคณะและมหาวิทยาลัย

5.1.2 มีคณะกรรมการกิจการนักศึกษาในระดับคณะ ทำหน้าที่ส่งเสริม สนับสนุน ให้คำแนะนำ และจัดกิจกรรมอันเป็นประโยชน์แก่นักศึกษาทั้งรายบุคคลและรายกลุ่ม

5.1.3 จัดระบบแนะแนวรวม โดยการจัดประชุมนักศึกษาเป็นกลุ่มจำแนกตามชั้นปี เพื่อให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับการเตรียมตัวลงทะเบียนเรียน การเลือกรายวิชา การฝึกงาน การเตรียมตัวประกอบอาชีพ และอื่น ๆ

5.1.4 จัดระบบการดูแลนักศึกษาที่ประสบปัญหาเกรดเฉลี่ยต่ำกว่าเกณฑ์ โดยมีคลินิกวิทยาทัศน์

5.2 การอุทธรณ์ของนักศึกษา

คณะต้องมีการจัดระบบที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาอุทธรณ์ในเรื่องต่าง ๆ ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นเกี่ยวกับวิชาการ การเรียนการสอน และกิจกรรมเสริมหลักสูตร ซึ่งมีผลเกี่ยวเนื่องกับคุณภาพของหลักสูตรและนักศึกษา โดยกำหนดระเบียบการอุทธรณ์และกระบวนการพิจารณา คำอุทธรณ์ที่เป็นธรรมและไม่ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบแก่นักศึกษาผู้อุทธรณ์

6. ความต้องการของตลาดแรงงาน สังคม และ/หรือความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต

6.1 สาขาวิชาร่วมกับคณะกรรมการฝ่ายวิชาการของคณะ จัดการสำรวจความต้องการของตลาดงาน และความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต ก่อนการปรับปรุงหลักสูตรเดิมหรือการพัฒนาหลักสูตรใหม่

6.2 ติดตามข้อมูลเกี่ยวกับความมั่งคั่งและทักษะที่พึงประสงค์ของวิชาชีพการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ ซึ่งเปลี่ยนแปลงตามสภาพการขยายตัวและการแข่งขันของธุรกิจ รวมทั้งความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร

6.3 มีแผนการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตเมื่อครบรอบหลักสูตร 4 ปี เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงหลักสูตรครั้งต่อไป

6.4 กำหนดแนวทางการประเมินคุณภาพของบัณฑิต โดยพิจารณาจากปัจจัยความต้องการของตลาดแรงงาน

7. ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators)

ดัชนีบ่งชี้ผลการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
(1) อาจารย์ประจำมีส่วนร่วมในการวางแผน ติดตาม และทบทวน การดำเนินงานหลักสูตรอย่างน้อยร้อยละ 80	x	x	x	x	x
(2) มีการจัดทำรายละเอียดของหลักสูตร ตามแบบ มคอ.2 ที่ สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ หรือ มาตรฐานคุณวุฒิสถาวิชา (ถ้ามี)	x	x	x	x	x
(3) มีการจัดทำรายละเอียดของรายวิชา และรายละเอียดของ ประสพการณ์ภาคสนาม ตามแบบ มคอ.3 และ มคอ.4 ก่อน การเปิดสอนให้ครบทุกรายวิชา	x	x	x	x	x
(4) จัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา และรายงานผล การดำเนินการของประสพการณ์ภาคสนาม ตามแบบ มคอ.5 และ มคอ.6 ภายใน 30 วัน หลังสิ้นสุดภาคการศึกษาที่เปิดสอน ให้ครบทุกรายวิชา	x	x	x	x	x
(5) มีการจัดทำรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตรตามแบบ มคอ.7 ภายใน 60 วัน หลังสิ้นสุดปีการศึกษา	x	x	x	x	x

ดัชนีบ่งชี้ผลการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
(6) มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ที่กำหนดใน มคอ.3 และ มคอ.4 (ถ้ามี) อย่างน้อยร้อยละ 25 ของรายวิชาที่เปิดสอนในแต่ละปีการศึกษา	x	x	x	x	x
(7) มีการพัฒนา/ปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนกลยุทธ์การสอน หรือการประเมินผลการเรียนรู้จากผลการประเมินการดำเนินงานที่รายงานใน มคอ.7 ปีที่ผ่านมา		x	x	x	x
(8) อาจารย์ใหม่ (ถ้ามี) ทุกคนได้รับการปฐมนิเทศหรือได้รับคำแนะนำด้านการจัดการเรียนการสอน	x	x	x	x	x
(9) อาจารย์ประจำทุกคนได้รับการพัฒนาทางวิชาการ และ/หรือ วิชาชีพอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง	x	x	x	x	x
(10) จำนวนบุคลากรสนับสนุนการเรียนการสอนได้รับการพัฒนา วิชาการ และ/หรือวิชาชีพไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ต่อปี	x	x	x	x	x
(11) ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาปีสุดท้าย/บัณฑิตใหม่ที่มีต่อ คุณภาพหลักสูตร เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5.0				x	x
(12) ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อบัณฑิตใหม่ เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 3.51 จากคะแนนเต็ม 5.0					x

หมวดที่ 8 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของหลักสูตร

1. การประเมินประสิทธิผลการสอน

1.1 การประเมินกลยุทธ์การสอน

1.1.1 จัดการประชุมสัมมนาาร่วมกันของคณาจารย์ในสาขาวิชา เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะและ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การสอนที่มีประสิทธิผล เพื่อนำไปปรับใช้ในการวางแผน กลยุทธ์การสอน

1.1.2 อาจารย์ผู้สอนประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการเรียนรู้ โดยสังเกตจาก พฤติกรรมการแสดงออก การทำกิจกรรมในรายวิชา และผลการสอบ

1.1.3 อาจารย์ผู้สอนประเมินประสิทธิผลการเรียนรู้ของนักศึกษา ในระหว่างภาคการศึกษา โดยใช้แบบสอบถามหรือการสนทนากลุ่ม

1.2 การประเมินทักษะของอาจารย์ในการใช้แผนกลยุทธ์การสอน

1.2.1 จัดการประเมินการสอนโดยนักศึกษาผู้เรียน ทุกปลายภาคการศึกษา โดยใช้แบบประเมินการสอนที่มหาวิทยาลัยออกแบบไว้และให้บริการสำหรับนักศึกษาสามารถเข้าถึงได้ทางเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย

1.2.2 ให้มีการประเมินการสอนโดยอาจารย์ผู้สอน โดยวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนของกลยุทธ์ผลการเรียนของนักศึกษา และเขียนไว้ในรายงานรายวิชา

2. การประเมินหลักสูตรในภาพรวม

2.1 ประเมินจากนักศึกษาปัจจุบันและบัณฑิตใหม่ที่สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร โดยใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลในวันปัจฉิมนิเทศ การสัมภาษณ์กลุ่มย่อยกับตัวแทนของนักศึกษา และการเปิดรับข้อมูลป้อนกลับจากนักศึกษาและบัณฑิตผ่านเว็บไซต์ของคุณะ

2.2 ประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ และ/หรือ ผู้ประเมินภายนอก โดยดูจากรายงานผลการดำเนินงานหลักสูตร และการเยี่ยมชม

2.3 ประเมินจากนายจ้างหรือผู้ใช้บัณฑิต หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยพิจารณาความพึงพอใจต่อคุณภาพของบัณฑิต และการวิพากษ์หลักสูตร

3. การประเมินผลการดำเนินงานตามรายละเอียดหลักสูตร

ประเมินคุณภาพการศึกษาประจำปี ตามตัวบ่งชี้ในหมวดที่ 7 ข้อ 7 โดยคณะกรรมการประเมินคุณภาพภายในระดับสาขาวิชาที่แต่งตั้งโดยคณบดี

4. การทบทวนผลการประเมินและวางแผนปรับปรุง

4.1 ในระดับรายวิชา ให้อาจารย์ผู้สอนประจำวิชา ทบทวนผลการประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสอนในรายวิชาที่รับผิดชอบในระหว่างภาคการศึกษา ในกรณีที่จำเป็นก็ให้ปรับปรุงได้ทันที และให้อาจารย์ผู้สอนจัดทำรายงานผลการดำเนินงานรายวิชาเสนอต่อหัวหน้าหลักสูตร เมื่อสิ้นภาคการศึกษา

4.2 ในระดับสาขาวิชา

4.2.1 หัวหน้าหลักสูตรติดตามผลการดำเนินงานตามตัวบ่งชี้ ในหมวดที่ 7 ข้อ 7 จากการประเมินคุณภาพภายในของสาขาวิชา

4.2.2 หัวหน้าหลักสูตรจัดทำสรุปผลการดำเนินงานหลักสูตรประจำปี โดยรวบรวมข้อมูลการประเมินประสิทธิผลของการสอน รายงานผลการดำเนินงานของรายวิชา รายงานผลการดำเนินงานของประสบการณ์ภาคสนาม รายงานผลการประเมินการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวก รายงานผลการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา รายงานผลการประเมินหลักสูตร รายงานผลการประเมินคุณภาพภายใน ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

4.2.3 หัวหน้าหลักสูตรจัดประชุมคณาจารย์ประจำสาขาวิชา เพื่อพิจารณาทบทวนรายงานสรุปผลการดำเนินงานหลักสูตรในข้อ 4.2.2 เพื่อวางแผนปรับปรุงการดำเนินงานสำหรับใช้ใน ปี การศึกษาต่อไป และจัดทำรายงานผลการดำเนินงานหลักสูตรเพื่อเสนอต่อคณบดี

เอกสารแนบ

- ภาคผนวก ก. ระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ว่าด้วย การศึกษาระบบหน่วยกิต ชั้นปริญญา
บัณฑิต พ.ศ.2545
- ภาคผนวก ข. ระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ว่าด้วย การศึกษาระบบหน่วยกิตชั้นปริญญา
บัณฑิต (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2554
- ภาคผนวก ค. ระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ว่าด้วย การศึกษาระบบหน่วยกิตชั้นปริญญา
บัณฑิต (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2554
- ภาคผนวก ง. ระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ว่าด้วย การเทียบโอนหน่วยกิต ในการเข้าศึกษา
หลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ.2548
- ภาคผนวก จ. ระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ว่าด้วย การเทียบโอนความรู้ ทักษะและ
ประสบการณ์ จากการศึกษานอกระบบและ/หรือการศึกษาตามอัธยาศัยเข้าสู่
การศึกษาในระบบ ตามหลักสูตรระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ.2547
- ภาคผนวก ฉ. ตารางเปรียบเทียบหลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556 กับหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558
- ภาคผนวก ช. การพัฒนาผลการเรียนรู้และแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐาน
ผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา ของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป ฉบับปรับปรุง พ.ศ.
2553
- ภาคผนวก ซ. คำสั่งสภามหาวิทยาลัยที่ 11/2558 วันที่ 18 มิถุนายน 2558 เรื่อง แต่งตั้ง
คณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรและมาตรฐานการศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

ภาคผนวก ก.

ระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ว่าด้วย การศึกษาระบบหน่วยกิต ชั้นปริญญาบัณฑิต พ.ศ.2545

(สำเนา)

ระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ว่าด้วย การศึกษาระบบหน่วยกิต ชั้นปริญญาบัณฑิต
พ.ศ. ๒๕๔๕

โดยที่มหาวิทยาลัยเห็นสมควรให้มีการจัดทำระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ว่าด้วย การศึกษาระบบหน่วยกิตชั้นปริญญาบัณฑิตให้เหมาะสมกับกาลสมัย อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๓๓ แห่งพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ. ๒๕๒๒ แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๓๕ สภามหาวิทยาลัยในการประชุมครั้งที่ ๒๑๓ เมื่อวันที่ ๑๖ สิงหาคม ๒๕๔๕ จึงมีมติให้ตราระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ว่าด้วยการศึกษาระบบหน่วยกิตชั้นปริญญาบัณฑิต พ.ศ. ๒๕๔๕ ไว้ดังนี้

ข้อ ๑. ระเบียบนี้เรียกว่า "ระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ว่าด้วยการศึกษาระบบหน่วยกิตชั้นปริญญาบัณฑิต พ.ศ. ๒๕๔๕"

ข้อ ๒. ระเบียบนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่ปีการศึกษา ๒๕๔๕ เป็นต้นไป

ข้อ ๓. ให้ยกเลิกความในระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ว่าด้วย การศึกษาระบบหน่วยกิตชั้นปริญญาบัณฑิต พ.ศ. ๒๕๓๗ และระเบียบ ประกาศ คำสั่งหรือข้อบังคับอื่นที่ขัดต่อระเบียบนี้ ให้ใช้ระเบียบนี้แทน

ข้อ ๔. ระบบการศึกษา

๔.๑ มหาวิทยาลัยจัดการศึกษาในระบบทวิภาคโดยแบ่งเวลาการศึกษาในปีหนึ่ง ๆ ออกเป็นสองภาค การศึกษาปกติ คือ ภาคต้นและภาคปลาย และอาจจะมีภาคฤดูร้อนต่อจากภาคปลายอีกหนึ่งภาคก็ได้ ภาคการศึกษาปกติ มีระยะเวลาการศึกษาไม่น้อยกว่า ๑๕ สัปดาห์ ภาคฤดูร้อนมีระยะเวลาการศึกษาไม่น้อยกว่า ๘ สัปดาห์ และจัดให้มีชั่วโมงการศึกษาในแต่ละวิชารวมกันทั้งหมดเท่ากับการศึกษาในภาคปกติ

๔.๒ เวลาการศึกษาของภาคฤดูร้อน ๓ ภาค ให้เทียบเท่ากับเวลาการศึกษาของภาคการศึกษาปกติ ๑ ภาค

๔.๓ คำว่า "หน่วยกิต" หมายถึง หน่วยที่แสดงปริมาณการศึกษา ซึ่งมหาวิทยาลัยจัดให้แก่นักศึกษาตามปกติ หนึ่งหน่วยกิต หมายความว่า นักศึกษาต้องศึกษาในห้องเรียนสัปดาห์ละหนึ่งชั่วโมงต่อหนึ่งภาคการศึกษา และทำงานที่กำหนดให้ภายนอกห้องเรียนอีกไม่น้อยกว่าสองเท่าตัว

๔.๓.๑ วิชาภาคทฤษฎีที่ใช้เวลาบรรยายหรืออภิปรายปัญหาสัปดาห์ละ ๑ ชั่วโมงต่อหนึ่งภาคการศึกษาปกติให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต

๔.๓.๒ วิชาภาคปฏิบัติที่ใช้เวลาฝึกหรือทดลองสัปดาห์ละ ๒ ชั่วโมงต่อหนึ่งภาคการศึกษาปกติให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต ยกเว้นบางสาขาวิชา ซึ่งอาจจะกำหนดเวลาให้สูงกว่า ๒ ชั่วโมง ได้ตามความเหมาะสม

๔.๓.๓ การฝึกงานหรือการฝึกภาคสนาม ที่ใช้เวลาฝึกไม่น้อยกว่าสัปดาห์ละ ๓ ชั่วโมงต่อหนึ่งภาคการศึกษาปกติให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต

๔.๓.๔ การทำโครงการหรือกิจกรรมการเรียนรู้อื่นใดตามที่ได้รับมอบหมายที่ใช้เวลาทำ โครงการหรือกิจกรรมนั้น ๆ ไม่น้อยกว่าสัปดาห์ละ ๓ ชั่วโมง ต่อหนึ่งภาคการศึกษาปกติให้มีค่าเท่ากับ ๑ หน่วยกิต

ข้อ ๕. คุณสมบัติของผู้สมัครเข้าเป็นนักศึกษา

ผู้สมัครเข้าเป็นนักศึกษาจะต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

๕.๑ เป็นผู้ไม่มีโรคติดต่ออย่างร้ายแรง โรคที่สังคมรังเกียจ และโรคที่จะเบียดเบียนขัดขวางต่อการศึกษา

๕.๒ ไม่เป็นผู้มีความประพฤติเสื่อมเสียอย่างร้ายแรง

๕.๓ เป็นผู้สำเร็จการศึกษาประโยคมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญ (ม.๖ หรือ ม.ศ.๕) หรือประโยคมัธยมศึกษาตอนปลายสายอาชีพ (ม.ศ.๖ หรือ ปวช.) ที่หน่วยงานของรัฐรับรอง หรือประกาศนียบัตรอื่นที่กระทรวงศึกษาธิการเทียบเท่า หรือเป็นหรือเคยเป็นนักศึกษาของสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษาซึ่งหน่วยงานของรัฐรับรอง

๕.๔ เป็นผู้สำเร็จการศึกษาชั้นปริญญาตรีสาขาวิชาใดวิชาหนึ่งจากมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (วิทยาลัยการค้า) และสมัครเข้าศึกษาเพื่อรับปริญญาตรีในสาขาวิชาอื่น

๕.๕ เป็นผู้สำเร็จการศึกษาชั้นปริญญาตรีจากมหาวิทยาลัยอื่นหรือสถาบันการศึกษาชั้นสูงอื่นในประเทศ หรือต่างประเทศ ซึ่งทบวงมหาวิทยาลัยรับรอง และสมัครเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีในสาขาวิชาอื่น

ข้อ ๖. การคัดเลือกเข้าเป็นนักศึกษา

การรับสมัครและการสอบคัดเลือกผู้สมัครเป็นนักศึกษาตามข้อ ๕ ให้เป็นไปตามระเบียบและประกาศของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยที่เกี่ยวกับการสอบคัดเลือก

สภามหาวิทยาลัยหอการค้าไทยอาจจะอนุมัติให้ผู้มีคุณสมบัติตามข้อ ๕ เข้าศึกษาโดยไม่ต้องคัดเลือก แต่จะต้องเป็นผู้ที่หน่วยราชการหรือองค์การระหว่างประเทศเป็นผู้ขอให้เข้าศึกษา

ข้อ ๗. การขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษา

๗.๑ ผู้ที่ได้รับการคัดเลือกจะมีสถานะภาพเป็นนักศึกษาต่อเมื่อได้ขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษา โดยต้องขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาด้วยตนเองตามวัน เวลา และสถานที่ที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๗.๒ ผู้ที่ได้รับการคัดเลือกแต่ไม่สามารถขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาตามวันที่มหาวิทยาลัยกำหนดจะต้องได้รับอนุมัติจากอธิการบดี และต้องขึ้นทะเบียนภายใน ๗ วัน นับจากวันขึ้นทะเบียนที่มหาวิทยาลัยกำหนด มิฉะนั้นจะถือว่าสละสิทธิ์

ข้อ ๘. การเทียบวิชาเรียนและโอนหน่วยกิต

การเทียบวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตของนักศึกษาจากสถาบันอื่นเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย สำหรับหลักสูตรที่ไม่สูงกว่าปริญญาตรีให้มีลักษณะต่าง ๆ เป็นไปตามประกาศของทบวงมหาวิทยาลัยและระเบียบของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๙. การลงทะเบียน

๙.๑ การลงทะเบียนจะต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา ถ้ามีวิชาใดวิชาหนึ่งที่ต้องศึกษาก่อน (Prerequisite) ซึ่งได้กำหนดไว้ในหลักสูตร นักศึกษาจะต้องศึกษาวิชาที่ต้องศึกษาก่อนหรือสอบวิชาที่ต้องศึกษาก่อนให้ได้ หรือได้รับอนุมัติจากคณบดีเป็นกรณีพิเศษ จึงจะมีสิทธิลงทะเบียนวิชานั้นๆ

๙.๒ มหาวิทยาลัยจะกำหนดให้มีการลงทะเบียนศึกษาวิชาต่าง ๆ ในต้นภาคการศึกษา นักศึกษาที่มีได้ลงทะเบียนภายในเวลาที่กำหนดจะไม่มีสิทธิเข้าเรียนในภาคการศึกษานั้น ยกเว้นในกรณีซึ่งนักศึกษามีเหตุจำเป็นสุดวิสัย และได้รับอนุมัติให้ลงทะเบียนได้เป็นกรณีพิเศษจากคณบดี โดยจะต้องเสียค่าปรับตามประกาศของมหาวิทยาลัย

สำหรับนักศึกษาที่ไม่สามารถลงทะเบียนศึกษาวิชาในภาคการศึกษาปกติจะต้องยื่นคำร้องขออนุมัติจากคณบดีและปฏิบัติตามระเบียบฉบับนี้ ข้อ ๒๐. เพื่อรักษาสถานภาพนักศึกษาภายในระยะเวลาที่มหาวิทยาลัยประกาศ มิฉะนั้นจะถูกจำหน่ายชื่อออกจากทะเบียนนักศึกษา

๙.๓ จำนวนหน่วยกิตที่นักศึกษาจะลงทะเบียนศึกษาได้มีดังนี้

๙.๓.๑ ภาคปกติ

๙.๓.๑.๑ นักศึกษาปกติ จะต้องลงทะเบียนศึกษาในแต่ละภาคการศึกษาปกติไม่ต่ำกว่า ๙ หน่วยกิต และไม่เกิน ๒๒ หน่วยกิต สำหรับภาคฤดูร้อนจะลงทะเบียนได้ไม่เกิน ๑๐ หน่วยกิต

๙.๓.๑.๒ นักศึกษาวิทยาทัศน์ จะต้องลงทะเบียนศึกษาในภาคการศึกษาปกติไม่ต่ำกว่า ๙ หน่วยกิต และไม่เกิน ๑๖ หน่วยกิต สำหรับภาคฤดูร้อนลงทะเบียนได้ไม่เกิน ๗ หน่วยกิต แต่อาจจะยื่นคำร้องขออนุมัติจากคณบดี เพื่อลงทะเบียนศึกษามากกว่าที่กำหนดไว้ได้อีกไม่เกิน ๓ หน่วยกิต ทั้งภาคปกติและภาคฤดูร้อน

๙.๓.๒ ภาคค่ำ

๙.๓.๒.๑ นักศึกษาปกติ จะต้องลงทะเบียนศึกษาในแต่ละภาคการศึกษาปกติไม่ต่ำกว่า ๙ หน่วยกิต และไม่เกิน ๑๙ หน่วยกิต และในภาคฤดูร้อนจะลงทะเบียนได้ไม่เกิน ๗ หน่วยกิต

๙.๓.๒.๒ นักศึกษาวิทยาทัศน์ จะต้องลงทะเบียนศึกษาในภาคการศึกษาปกติไม่ต่ำกว่า ๖ หน่วยกิต และไม่เกิน ๑๖ หน่วยกิต และในภาคฤดูร้อนลงทะเบียนได้ไม่เกิน ๔ หน่วยกิต แต่อาจจะยื่นคำร้องขออนุมัติจากคณบดี เพื่อลงทะเบียนศึกษามากกว่าที่กำหนดไว้ได้อีกไม่เกิน ๓ หน่วยกิต ทั้งภาคปกติและภาคฤดูร้อน

๙.๔ นักศึกษาอาจจะลงทะเบียนศึกษาวิชาต่ำกว่าที่กำหนดไว้ตามข้อ ๙.๓.๑ และ ๙.๓.๒ ได้ในกรณีที่นักศึกษามีวิชาที่ต้องศึกษาให้ครบตามหลักสูตรภายในสองภาคการศึกษาปกติ โดยได้รับอนุมัติจากคณบดี

๙.๕ นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนศึกษาวิชาด้วยตนเองตามวัน เวลา และสถานที่ที่มหาวิทยาลัยกำหนด

๙.๖ ให้นักศึกษาภาคปกติและภาคค่ำลงทะเบียนเรียนร่วมกันได้ โดยมีเงื่อนไขดังนี้

๙.๖.๑ วิชาที่จะลงทะเบียนเรียนนั้นจะต้องเป็นวิชาที่ได้รับความเห็นชอบจากคณบดี

๙.๖.๒ นักศึกษาภาคปกติที่ลงทะเบียนเรียนวิชาที่เปิดสอนของภาคค่ำ และนักศึกษาภาคค่ำที่ลงทะเบียนเรียนวิชาที่เปิดสอนของนักศึกษาภาคปกตินั้นจะต้องเป็นนักศึกษาที่จะสำเร็จการศึกษาตามระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ว่าด้วยการศึกษาระบบหน่วยกิตขั้นปริญญาบัณฑิต พ.ศ. ๒๕๔๕

๙.๖.๓ การลงทะเบียนเรียนร่วมกันระหว่างนักศึกษาภาคปกติและภาคค่ำ ให้ลงทะเบียนได้เฉพาะในสองภาคการศึกษาปกติ และหนึ่งภาคฤดูร้อนที่จะสำเร็จการศึกษาเท่านั้น

๙.๖.๔ จำนวนหน่วยกิตในการลงทะเบียนและระยะเวลาศึกษาจะต้องเป็นไปตามระเบียบทั้งภาคปกติและภาคค่ำ

ข้อ ๑๐. การเพิ่มและการเพิกถอนวิชา

๑๐.๑ ภายใต้บังคับแห่งระเบียบฉบับนี้ ข้อ ๑๑ การขอเพิ่มวิชาจะกระทำได้ภายใน ๓ สัปดาห์ นับแต่วันเปิดภาคเรียนของภาคการศึกษาปกติ หรือภายใน ๑ ๑/๒ สัปดาห์ นับแต่วันเปิดภาคการศึกษาของภาคฤดูร้อน โดยได้รับอนุมัติจากอาจารย์ที่ปรึกษา

๑๐.๒ การขอเพิกถอนวิชาต้องได้รับอนุมัติจากอาจารย์ที่ปรึกษา และให้มีผลดังต่อไปนี้

๑๐.๒.๑ การขอเพิกถอนภายใน ๓ สัปดาห์ นับแต่วันเปิดภาคเรียนของภาคการศึกษาปกติ หรือภายใน ๑ ๑/๒ สัปดาห์ นับแต่วันเปิดภาคการศึกษาของภาคฤดูร้อน วิชาที่ขอเพิกถอนนั้นจะไม่บันทึกสัญลักษณ์ W ในใบแสดงผลการศึกษา (Transcript)

๑๐.๒.๒ การเพิกถอนในสัปดาห์ที่ ๑๓ ของภาคการศึกษา หรือในสัปดาห์ที่ ๖ ของภาคฤดูร้อนนับตั้งแต่วันเปิดภาคการศึกษา วิชาที่ขอเพิกถอนนั้นจะบันทึกสัญลักษณ์ W ในใบแสดงผลการศึกษา (Transcript)

๑๐.๓ การขอเพิ่มและการขอเพิกถอนวิชานี้ จะต้องไม่ขัดกับจำนวนหน่วยกิตต่อภาคตามข้อ ๙.๓

ข้อ ๑๑. เวลาเรียน

นักศึกษาจะมีสิทธิเข้าสอบวิชาใดจะต้องมีเวลาศึกษาไม่น้อยกว่าร้อยละ ๔๐ ของเวลาเรียนทั้งหมดในวิชานั้น ทั้งนี้ยกเว้นในวิชาที่คณบดีได้ประกาศไว้ก่อนว่าจะไม่คิดเวลาศึกษาในวิชานั้น

ข้อ ๑๒. ค่าเล่าเรียน ค่าบำรุง และค่าธรรมเนียมต่างๆ ให้เป็นไปตามประกาศมหาวิทยาลัย

ข้อ ๑๓. ระยะเวลาการศึกษา

๑๓.๑ ภาคปกติ นักศึกษาต้องศึกษามีกำหนดระยะเวลาการศึกษาไม่น้อยกว่า ๖ ภาคการศึกษาปกติหรือเทียบเท่า และอย่างมากไม่เกิน ๑๖ ภาคการศึกษาปกติหรือเทียบเท่า และต้องเรียนครบตามหลักสูตร

๑๓.๒ ภาคค่ำ นักศึกษาต้องศึกษามีกำหนดระยะเวลาการศึกษาไม่น้อยกว่า ๗ ภาคการศึกษาหรือเทียบเท่า และอย่างมากไม่เกิน ๒๐ ภาคการศึกษาปกติหรือเทียบเท่า และต้องเรียนครบตามหลักสูตร

๑๓.๓ นักศึกษาที่ได้รับอนุมัติจากมหาวิทยาลัยให้เทียบวิชาเรียนและโอนหน่วยกิตตามระเบียบฉบับนี้ ข้อ ๘ ให้มีระยะเวลาการศึกษาตามประกาศของทบวงมหาวิทยาลัยและระเบียบของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๑๔. สัญลักษณ์แสดงผลการศึกษา

๑๔.๑ ผลการสอบของแต่ละวิชา จะจัดออกมาเป็นลำดับชั้น ซึ่งมีแต้มประจำดังนี้

ลำดับชั้น	ความหมาย	แต้ม
A	ดีเลิศ Excellent	๔
B+	ดีมาก Very Good	๓.๕
B	ดี Good	๓
C+	ดีพอใช้ Fairly Good	๒.๕
C	พอใช้ Fair	๒
D+	อ่อน Poor	๑.๕
D	ผ่าน Pass	๑
F	ตก Failed	๐

การให้ F จะกระทำได้ในกรณีดังต่อไปนี้

- ๑๔.๑.๑ นักศึกษาเข้าสอบและสอบตก
- ๑๔.๑.๒ นักศึกษาขาดสอบ โดยไม่ได้รับอนุมัติจากคณบดี
- ๑๔.๑.๓ นักศึกษาไม่มีสิทธิเข้าสอบ เนื่องจากการตัดสินใจว่าไม่เรียนไม่ถึง ร้อยละ ๘๐ ของเวลาเรียนทั้งหมดในวิชานั้น

๑๔.๑.๔ นักศึกษาทำผิดระเบียบสอบได้ และได้รับการตัดสินใจให้สอบตก

๑๔.๒ นอกจากลำดับชั้นทั้ง ๘ ดังกล่าวในข้อ ๑๔.๑ ผลการศึกษาของวิชาหนึ่งๆ อาจจะแสดงด้วยสัญลักษณ์ต่อไปนี้

สัญลักษณ์	ความหมาย
W	เพิกถอนโดยได้รับอนุมัติ (Withdrawal with Permission)
I	การวัดผลไม่สมบูรณ์ (Incomplete)
S	พอใจ (Satisfactory)
U	ไม่พอใจ (Unsatisfactory)

๑๔.๒.๑ การให้สัญลักษณ์ W จะกระทำได้เฉพาะวิชาที่นักศึกษาได้ลงทะเบียนไว้แล้ว โดยนักศึกษาขอเพิกถอนวิชานั้นภายในเวลาที่ระบุไว้ในข้อ ๑๐.๒ และได้รับอนุมัติ

๑๔.๒.๒ การให้สัญลักษณ์ I ในวิชาใดจะกระทำได้ในกรณีต่อไปนี้

ก. อาจารย์ผู้สอนเห็นสมควรให้รอผลการศึกษาเพราะนักศึกษาทำงานที่เป็นส่วนประกอบการศึกษา หรือการวัดผลของวิชานั้นยังไม่สมบูรณ์ ทั้งนี้ต้องได้รับอนุมัติจากคณบดี

ข. นักศึกษาป่วยนอนพักรักษาตัวอยู่ในโรงพยาบาลในวันที่ต้องสอบวิชานั้น โดยมีใบรับรองแพทย์และใบแสดงการรักษาของสถานพยาบาลของทางราชการ หรือโรงพยาบาลเอกชน

ค. นักศึกษาป่วยและได้มาสอบในวันที่มีการสอบ หากนักศึกษาไม่สามารถทำการสอบได้ พยาบาลของมหาวิทยาลัยและกรรมการอำนวยการสอบ ๒ ท่านที่ได้รับมอบหมายได้ร่วมกันพิจารณาแล้วเห็นว่าไม่ควรให้ทำการสอบต่อไป ทั้งนี้ นักศึกษาต้องมาตามกำหนดเวลาที่มีสิทธิเข้าสอบในวิชานั้น

ง. นักศึกษาประสบอุบัติเหตุในวันที่มีการสอบจนไม่สามารถทำการสอบได้

จ. บิดา หรือมารดา หรือญาติใกล้ชิดของนักศึกษาถึงแก่กรรม และมีภารกิจจะต้องจัดงานศพ ทั้งนี้ต้องลาได้ไม่เกิน ๗ วัน

ฉ. นักศึกษาได้รับทุนไปต่างประเทศในระยะเวลาสั้นในช่วงที่มีการสอบ

ช. นักศึกษาได้รับเลือกให้เป็นตัวแทนระดับชาติในการแข่งขันกีฬา และ/หรือเผยแพร่ศิลปและวัฒนธรรม ทั้งนี้จะต้องอยู่ในระหว่างการสอบ

ซ. นักศึกษาได้รับหมายเรียกเกณฑ์ทหารเรียกระดมพล หรือหมายศาลในช่วงที่มีการสอบ

ทั้งนี้ จะต้องได้รับอนุมัติจากประธานกรรมการอำนวยการสอบ และนักศึกษาต้องทำการสอบ และ/หรือทำงานที่กำหนดให้ทำเพิ่มเติมให้เสร็จ เพื่อให้อาจารย์ผู้สอนรายงานผลการสอบได้ภายใน ๒ สัปดาห์แรกของภาคการศึกษาถัดไป มิฉะนั้นสัญลักษณ์ I จะเปลี่ยนเป็น F และการให้สัญลักษณ์ I ตามข้อ ข. ถึง ฉ. นักศึกษาจะต้องเสียค่าธรรมเนียมในการสอบแก่สัญลักษณ์ I ตามประกาศของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๑๕. การประเมินผลการศึกษา

๑๕.๑ การประเมินผลการศึกษาให้กระทำเมื่อสิ้นภาคการศึกษาแต่ละภาค

๑๕.๒ การนับจำนวนหน่วยกิตสะสมของนักศึกษาเพื่อให้ครบหลักสูตรให้นับเฉพาะหน่วยกิตของวิชาที่สอบได้เท่านั้น

ในกรณีที่นักศึกษาลงทะเบียนศึกษาซ้ำวิชาที่สอบได้ลำดับชั้นไม่สูงกว่า D^+ มากกว่าหนึ่งครั้ง ให้นับจำนวนหน่วยกิตของวิชาในหลักสูตรไปคิดหน่วยกิตสะสมเพียงครั้งเดียว ในกรณีที่นักศึกษาที่ลงทะเบียนศึกษาวิชาที่ระบุไว้ว่าเทียบเท่าวิชาอื่นที่ศึกษามาแล้วหรือกำลังศึกษาอยู่ การคิดหน่วยกิตสะสมให้นับหน่วยกิตของวิชาใดวิชาหนึ่งเท่านั้น

๑๕.๓ การรวมจำนวนหน่วยกิต เพื่อใช้ในการคำนวณแต้มเฉลี่ยสะสมจะนับจากหน่วยกิตของวิชาในหลักสูตรที่นักศึกษาสอบได้ลำดับชั้น A^+ B^+ C^+ C^- D^+ หรือ D เท่านั้น ในกรณีที่นักศึกษาลงทะเบียนศึกษาซ้ำวิชาที่สอบได้ลำดับชั้นไม่สูงกว่า D^+ มากกว่าหนึ่งครั้ง ให้นับจำนวนหน่วยกิตและแต้มที่ได้จากผลการศึกษาครั้งสุดท้ายไปใช้ในการคำนวณ ทั้งนี้การลงซ้ำวิชานั้น นักศึกษาจะได้ลำดับชั้นไม่สูงกว่า B

๑๕.๔ แด้มเฉลี่ยมี ๒ ประเภท ซึ่งคำนวณได้ดังนี้คือ

๑๕.๔.๑ แด้มเฉลี่ยประจำภาค ให้คำนวณจากผลการศึกษาของนักศึกษาในภาคการศึกษานั้น โดยเอาผลรวมของผลคูณของหน่วยกิตกับแด้้มของแต่ละวิชาตั้งหารด้วยผลรวมของหน่วยกิตของวิชาที่ศึกษาในภาคการศึกษานั้น ๆ

๑๕.๔.๒ แด้มเฉลี่ยสะสม ให้คำนวณจากผลการศึกษาของนักศึกษา ตั้งแต่เริ่มเข้าศึกษาจนถึงการสอบไล่ครั้งสุดท้าย โดยเอาผลรวมของผลคูณของหน่วยกิตกับแด้้มของแต่ละวิชาตั้งหารด้วยผลรวมของหน่วยกิตของวิชาที่ศึกษามาทั้งหมด ยกเว้นวิชาที่ได้ลำดับชั้น F

ข้อ ๑๖. การสอบตกและการเรียนซ้ำ

๑๖.๑ นักศึกษาที่สอบตกในวิชาบังคับ จะต้องลงทะเบียนศึกษาวิชานั้นซ้ำอีกจนกว่าจะสอบได้

๑๖.๒ นักศึกษาที่สอบตกในวิชาเลือก จะต้องลงทะเบียนวิชานั้นซ้ำอีกหรือเลือกศึกษาวิชาอื่นแทนก็ได้

๑๖.๓ นักศึกษาจะศึกษาซ้ำวิชาได้แต่เฉพาะวิชาที่สอบได้ลำดับชั้นไม่สูงกว่า D+ เท่านั้น

ข้อ ๑๗. สภาพนักศึกษา

๑๗.๑ การจำแนกสภาพนักศึกษา จะกระทำเมื่อสิ้นภาคการศึกษาภาคปกติแต่ละภาค ทั้งนี้ยกเว้นนักศึกษาที่เข้าศึกษาเป็นปีแรก การจำแนกสภาพนักศึกษาจะกระทำเมื่อสิ้นภาคการศึกษาปกติที่สองนับตั้งแต่เริ่มเข้าศึกษา สำหรับภาคฤดูร้อนให้นำผลการศึกษาไปรวมกับผลการศึกษาในภาคการศึกษาปกติถัดไป

๑๗.๒ นักศึกษาปกติ ได้แก่ นักศึกษาที่สอบได้แด้้มเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า ๒.๐๐

๑๗.๓ นักศึกษาวิทยาทันท์ ได้แก่ นักศึกษาที่สอบได้แด้้มเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๒.๐๐

ข้อ ๑๘. การพ้นสภาพ

๑๘.๑ นักศึกษาต้องสอบให้ได้แด้้มเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า ๑.๕๐ ในแต่ละภาคการศึกษาปกติ มิฉะนั้นจะพ้นสภาพนักศึกษา ยกเว้นนักศึกษาที่เข้าศึกษาเป็นภาคแรก

๑๘.๒ นักศึกษาต้องสอบให้ได้แด้้มเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า ๑.๗๕ เป็นเวลา ๒ ภาคการศึกษาปกติติดต่อกัน มิฉะนั้นจะพ้นสภาพนักศึกษา ทั้งนี้ไม่นับภาคการศึกษาแรกของนักศึกษา

๑๘.๓ นักศึกษาภาคปกติที่มีระยะเวลาการศึกษาครบ ๑๖ ภาคการศึกษาปกติหรือเทียบเท่า หรือ นักศึกษาภาคค่ำที่มีระยะเวลาการศึกษาครบ ๒๐ ภาคการศึกษาปกติหรือเทียบเท่าแล้ว แต่สอบได้หน่วยกิตยังไม่ครบตามหลักสูตรกิตติ หรือได้แด้้มเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า ๒.๐๐ กิตติ จะพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา

๑๘.๔ นักศึกษาที่ไม่ลงทะเบียน หรือไม่ติดต่อกองทะเบียนและประมวลผลตามข้อ ๙.๒ มหาวิทยาลัย จะจำหน่ายชื่อออกจากทะเบียนนักศึกษา

๑๘.๕ มหาวิทยาลัยสั่งให้พ้นสภาพนักศึกษาด้วยเหตุกระทำผิดวินัยอย่างร้ายแรง

๑๘.๖ มีคำพิพากษาของศาลถึงที่สุดให้ลงโทษจำคุก เว้นแต่ความผิดอันได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ

๑๘.๗ ลาออก

๑๘.๘ ตาย

ข้อ ๑๙. การเทียบฐานะชั้นปีของนักศึกษา

- ๑๙.๑ นักศึกษาที่สอบได้ต่ำกว่า ๓๓ หน่วยกิต ให้เทียบฐานะเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ ๑
- ๑๙.๒ นักศึกษาที่สอบได้ตั้งแต่ ๓๓ หน่วยกิต ขึ้นไปแต่ต่ำกว่า ๖๖ หน่วยกิต ให้เทียบฐานะเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ ๒
- ๑๙.๓ นักศึกษาที่สอบได้ตั้งแต่ ๖๖ หน่วยกิต ขึ้นไปแต่ต่ำกว่า ๙๙ หน่วยกิต ให้เทียบฐานะเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ ๓
- ๑๙.๔ นักศึกษาที่สอบได้ตั้งแต่ ๙๙ หน่วยกิต ขึ้นไปให้เทียบฐานะเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ ๔

ข้อ ๒๐. การลาพักการศึกษา

- ๒๐.๑ นักศึกษาอาจจะยื่นคำร้องขออนุมัติลาพักการศึกษาได้ในกรณีหนึ่งกรณีใดดังต่อไปนี้
- ๒๐.๑.๑ ถูกเกณฑ์ หรือระดมเข้ารับราชการทหารกองประจำการ
- ๒๐.๑.๒ ได้รับทุนแลกเปลี่ยนนักศึกษาระหว่างประเทศ หรือทุนอื่นใดซึ่งมหาวิทยาลัยเห็นสมควรสนับสนุน
- ๒๐.๑.๓ เจ็บป่วยจนต้องพักรักษาตัวเป็นเวลานานตามคำสั่งแพทย์ โดยมีใบรับรองแพทย์จากสถานพยาบาลของทางราชการหรือโรงพยาบาลเอกชน
- ๒๐.๑.๔ มีเหตุจำเป็นสุดวิสัยอันควรได้รับการพิจารณาให้ลาพักการศึกษาได้ ทั้งนี้ ให้นักศึกษายื่นคำร้องโดยเร็วที่สุดและให้คณบดีเป็นผู้พิจารณาอนุมัติ
- ๒๐.๒ นักศึกษาที่มีความจำเป็นส่วนตัวอื่นอาจยื่นคำร้องลาพักการศึกษาได้ถ้ามีคุณสมบัติดังต่อไปนี้
- ๒๐.๒.๑ ได้ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยมาแล้วอย่างน้อย ๑ ภาคการศึกษา
- ๒๐.๒.๒ มีแต้มเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า ๒.๐๐ ทั้งนี้ ให้นักศึกษายื่นคำร้องโดยเร็วที่สุดและให้คณบดีเป็นผู้พิจารณาอนุมัติ
- ๒๐.๓ การลาพักการศึกษาตามข้อ ๒๐.๑ และ ๒๐.๒ นั้น ให้อนุมัติได้ครั้งละไม่เกิน ๒ ภาคการศึกษาปกติ ถ้านักศึกษายังมีความจำเป็นที่จะต้องขอลาพักต่อไปอีก ให้อธิการบดีอนุมัติการลาพักเป็นกรณีพิเศษ
- ๒๐.๔ ในกรณีที่นักศึกษาได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษาได้ ให้นำระยะเวลาที่ลาอยู่ในระยะเวลาการศึกษาด้วย ยกเว้นนักศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้ลาพักได้ตามข้อ ๒๐.๑.๑
- ๒๐.๕ ระยะเวลาที่ได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษานักศึกษาจะต้องชำระค่ารักษาสุขภาพการเป็นนักศึกษาทุกภาคการศึกษาปกติ มิฉะนั้นจะพ้นสภาพนักศึกษา ยกเว้นนักศึกษาที่ลงทะเบียนและลาพักการศึกษานหลัง ๔ สัปดาห์ ของภาคการศึกษาปกติ
- ๒๐.๖ นักศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษาเมื่อจะกลับเข้าศึกษาต่อ ให้รายงานตัวต่อลงทะเบียนและประมวลผล และคณบดีที่นักศึกษาสังกัดอยู่ตามลำดับ
- ๒๐.๗ เมื่อนักศึกษาได้รับอนุมัติให้กลับเข้าศึกษาต่อแล้ว ให้มีสภาพนักศึกษาเหมือนก่อนได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษา

ข้อ ๒๑. นักศึกษาที่กระทำผิดระเบียบการสอบ

การลงโทษนักศึกษาที่กระทำผิดระเบียบการสอบไล่ปลายภาค หรือการสอบระหว่างภาคให้คนบตีที่นักศึกษาสังกัดอยู่ และ/หรือคณะกรรมการอำนวยการสอบเป็นผู้พิจารณาว่าเป็นความผิดทุจริตหรือส่อเจตนาทุจริต หรือเป็นความผิดอย่างอื่น

๒๑.๑ ถ้าเป็นความผิดประเภททุจริต ให้ลงโทษนักศึกษาผู้กระทำความผิดดังต่อไปนี้

๒๑.๑.๑ ให้อธิการบดีสั่งให้ลำดับชั้น F ในวิชาที่กระทำผิดระเบียบการสอบ ส่วนวิชาอื่นที่นักศึกษาลงทะเบียนไว้ ถ้าเป็นวิชาที่สอบมาแล้ว ให้ได้ผลการสอบตามที่สอบได้จริง ถ้าเป็นวิชาที่ยังไม่ได้สอบก็ให้ดำเนินการสอบตามปกติ และให้ได้ผลการสอบตามที่สอบได้จริง

๒๑.๑.๒ ให้อธิการบดีสั่งพักการศึกษา นักศึกษาผู้กระทำผิด ๑ ภาคการศึกษาปกติเป็นอย่างน้อย การสั่งพักการศึกษาของนักศึกษาผู้กระทำผิดนั้น ให้เริ่มในภาคการศึกษาปกติ ถัดจากภาคการศึกษาที่กระทำผิด หากภาคที่ถัดจากภาคการศึกษาที่กระทำผิดเป็นภาคฤดูร้อน ให้สั่งพักภาคต้นของปีการศึกษาถัดไป ยกเว้นนักศึกษาที่จะสำเร็จการศึกษาในภาคฤดูร้อนให้สั่งพักภาคฤดูร้อนนั้น และให้นับระยะเวลาที่ถูกสั่งพักการศึกษาเฉพาะภาคการศึกษาปกติในการคิดสภาพนักศึกษาและระยะเวลาการศึกษาด้วย เมื่อนักศึกษาจะกลับเข้ามาศึกษาตามปกติ จะต้องชำระค่ารักษาสถานภาพให้ครบถ้วนเสียก่อน

ในกรณีนักศึกษาที่ถูกสั่งพักการศึกษาไปลงทะเบียนเรียนวิชาใดก็ตามในสถาบันอุดมศึกษาอื่นๆ มหาวิทยาลัยจะไม่เทียบวิชาหรือรับโอนหน่วยกิตให้

๒๑.๒ ถ้าเป็นความผิดประเภททุจริตชั้นร้ายแรงให้สภามหาวิทยาลัยเป็นผู้สั่งให้พ้นสภาพจากการเป็นนักศึกษา

ข้อ ๒๒. การขอคืนค่าเล่าเรียน

เงินค่าเล่าเรียน ค่าหน่วยกิต ค่าบำรุง และค่าธรรมเนียมต่างๆ ยกเว้นค่าประกันของเสียหาย เมื่อมหาวิทยาลัยได้รับและออกใบเสร็จรับเงินให้นักศึกษาแล้ว มหาวิทยาลัยจะไม่คืนให้ เว้นแต่

๒๒.๑ นักศึกษาขอเพิกถอนวิชา เพราะมหาวิทยาลัยประกาศยกเลิกการสอนวิชานั้น นักศึกษามีสิทธิขอคืนค่าเล่าเรียนวิชานั้นได้เต็มจำนวนภายในกำหนด ๗ วัน นับถัดจากวันประกาศยกเลิก

๒๒.๒ นักศึกษาขอเพิกถอนวิชาภายใน ๓ สัปดาห์ของภาคการศึกษาปกติหรือภายใน ๑ ๑/๒ สัปดาห์ของภาคฤดูร้อน นับตั้งแต่วันเปิดภาคการศึกษา มีสิทธิขอคืนค่าเล่าเรียนวิชานั้นได้เต็มจำนวน แต่ทั้งนี้ไม่รวมถึงนักศึกษาที่สอบคัดเลือกเข้ามาได้ในการศึกษาภาคแรก จะไม่ได้รับสิทธิดังกล่าว

๒๒.๓ นักศึกษาขอเพิกถอนวิชาเมื่อพ้นกำหนดในข้อ ๒๒.๒ จะไม่มีสิทธิขอคืนค่าเล่าเรียนวิชานั้น

ข้อ ๒๓. ระยะเวลาการศึกษาและการขอรับปริญญา

ในภาคการศึกษาสุดท้าย เมื่อนักศึกษาสอบได้จำนวนหน่วยกิตครบถ้วนตามหลักสูตร และได้แต้มเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า ๒.๐๐ มีสิทธิยื่นคำร้องแสดงความจำนงรับปริญญาบัตรต่อกองทะเบียนและประมวลผล

เมื่อนักศึกษาสำเร็จการศึกษาแล้ว ให้ขึ้นทะเบียนบัณฑิตและขึ้นทะเบียนเป็นสามัญสมาชิกสมาคมศิษย์เก่ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ข้อ ๒๔. การให้อบรมปริญญา

นักศึกษาผู้ใดศึกษาได้หน่วยกิตครบถ้วนตามหลักสูตรชั้นปริญญา ได้แต้มเฉลี่ยสะสมไม่ถึง ๒.๐๐ แต่ไม่ต่ำกว่า ๑.๕๐ หรือสอบได้หน่วยกิตตามที่กำหนดไว้ในแต่ละสาขาวิชาของหลักสูตรแต่ยังไม่ถึงชั้นปริญญา มีสิทธิขอรับ
ยกเลิกลำโพงเรียนปริญญาตรี (เรียนที่ ๒) ๒๕๕๔
ศึกษาระบบหน่วยกิตชั้นปริญญาบัณฑิต (เรียนที่ ๒) ๒๕๕๔

ข้อ ๒๕. การอนุมัติปริญญา

๒๕.๑ นักศึกษาที่จะได้รับอนุมัติปริญญาจะต้องมีคุณสมบัติดังนี้

๒๕.๑.๑ สอบไล่ได้จำนวนหน่วยกิตครบตามหลักสูตร ภายในระยะเวลาการศึกษาที่กำหนด

ไว้ในข้อ ๑๓

๒๕.๑.๒ ได้แต้มเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า ๒.๐๐

๒๕.๑.๓ มีความประพฤติดี

๒๕.๑.๔ ไม่มีพันธะติดค้างหนี้สินใดๆ กับมหาวิทยาลัย

๒๕.๒ นักศึกษาที่สอบไล่ได้จำนวนหน่วยกิตครบตามหลักสูตร แต่แต้มเฉลี่ยสะสมไม่ถึง ๒.๐๐ จะได้รับอนุมัติปริญญาได้ก็ต่อเมื่อ

๒๕.๒.๑ ลงทะเบียนศึกษาวิชาที่เปิดสอนตามหลักสูตรต่อไปอีกจนกว่าจะทำแต้มเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า ๒.๐๐ ภายในระยะเวลาการศึกษาที่กำหนดไว้ในข้อ ๑๓ ว่าด้วยเรื่องระยะเวลาการศึกษา

๒๕.๒.๒ ลงทะเบียนศึกษาซ้ำเฉพาะวิชาซึ่งนักศึกษาเคยสอบได้ลำดับชั้น D+ D หรือ F จนกว่าจะทำแต้มเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า ๒.๐๐ ภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ในข้อ ๑๓ ว่าด้วยเรื่องระยะเวลาการศึกษา

๒๕.๓ ในกรณีที่ได้รับร้องเรียนหรือปรากฏแก่มหาวิทยาลัยว่า นักศึกษาผู้ใดมีพฤติกรรมที่เสื่อมเสียต่อเกียรติภูมิของมหาวิทยาลัยอย่างร้ายแรง สภามหาวิทยาลัยมีสิทธิที่จะชะลอการอนุมัติปริญญาเอาไว้ก่อน เพื่อสอบสวนพฤติกรรมและหาความจริง

ในกรณีที่ผลของการสอบสวนเป็นที่ปรากฏชัดว่านักศึกษาผู้นั้นมีพฤติกรรมที่เสื่อมเสียต่อเกียรติภูมิของมหาวิทยาลัยอย่างร้ายแรงจริง สภามหาวิทยาลัยมีสิทธิที่จะไม่อนุมัติปริญญา

ข้อ ๒๖. การให้ปริญญาเกียรติคุณ

๒๖.๑ นักศึกษาที่จะได้รับปริญญาเกียรติคุณนั้น จะต้องมีความประพฤติดีตามข้อ ๒๕ และคุณสมบัติอื่นครบถ้วนตามข้อ ๒๖.๒ ๒๖.๓ และ ๒๖.๔

๒๖.๒ ปริญญาเกียรติคุณอันดับหนึ่ง นักศึกษาที่มีสิทธิได้รับปริญญาเกียรติคุณอันดับหนึ่ง จะต้องมีความประพฤติดีดังนี้

๒๖.๒.๑ นักศึกษาภาคปกติหรือภาคค่ำ ต้องสอบไล่ได้หน่วยกิตครบตามหลักสูตรที่กำหนด ใ้ภายในเวลาที่กำหนดในหลักสูตรภาคปกติ (๔ ปี) หรือหลักสูตรภาคค่ำ (๕ ปี) ทั้งนี้ไม่นับภาคการศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษา และ

๒๖.๒.๒ เป็นผู้ที่ได้แต้มเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ ๓.๕๐ ขึ้นไป และไม่เคยสอบวิชาใดได้ในลำดับชั้น F และต้องไม่เคยสอบได้ในลำดับชั้น D+ หรือ D ในวิชาเอก

๒๖.๓ ปริญญาเกียรตินิยมอันดับสอง นักศึกษาที่มีสิทธิได้รับปริญญาเกียรตินิยมอันดับสองจะต้องมีคุณสมบัติดังนี้

๒๖.๓.๑ นักศึกษาภาคปกติหรือภาคค่ำ ต้องสอบไล่ได้หน่วยกิตครบตามหลักสูตรที่กำหนด ใ้ภายในเวลาที่กำหนดในหลักสูตรภาคปกติ (๔ ปี) หรือหลักสูตรภาคค่ำ (๕ ปี) ทั้งนี้ ไม่นับภาคการศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้ลาพักการศึกษาและ

๒๖.๓.๒ เป็นผู้ที่ได้แต้มเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ ๓.๒๕ ขึ้นไปและไม่เคยสอบวิชาใดได้ในลำดับชั้น F

๒๖.๔ นักศึกษาที่สอบไล่ได้หน่วยกิตครบตามหลักสูตรในกรณีระยะเวลาศึกษาเกินกว่าเวลาที่กำหนดในหลักสูตรภาคปกติ (๔ ปี) หรือหลักสูตรภาคค่ำ (๕ ปี) ทั้งนี้ไม่นับภาคการศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้ลาพัก มีสิทธิได้รับปริญญาเกียรตินิยม ตามข้อ ๒๖.๒.๒ หรือ ข้อ ๒๖.๓.๒ ในกรณีระยะเวลาศึกษาที่เกินไปนั้นเกิดจากข้อขัดข้องเกี่ยวกับการจัดตารางสอน หรือเกี่ยวข้องกับอุปกรณ์และ/หรือห้องปฏิบัติการที่ไม่ได้อยู่ในความรับผิดชอบของนักศึกษา

ข้อ ๒๗. การถอดถอนปริญญา

ผู้สำเร็จการศึกษาและได้รับอนุมัติจากสภามหาวิทยาลัยเป็นบัณฑิต ซึ่งมีลักษณะดังต่อไปนี้ อาจถูกถอดถอนปริญญาโดยสภามหาวิทยาลัย

๒๗.๑ เมื่อปรากฏแก่มหาวิทยาลัยในภายหลังว่าบัณฑิตผู้นั้นมีคุณสมบัติไม่เป็นไปตาม ข้อ ๕. และข้อ ๒๕. แห่งระเบียบนี้

๒๗.๒ บัณฑิตผู้นั้น ได้มาซึ่งปริญญาโดยทุจริต

ข้อ ๒๘. ให้ใช้ระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ว่าด้วยการศึกษาาระบบหน่วยกิตชั้นปริญญาบัณฑิต พ.ศ. ๒๕๓๗ บังคับแก่นักศึกษาที่เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยก่อนปีการศึกษา ๒๕๔๕ ไปจนกว่าจะสำเร็จการศึกษาหรือพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา

ข้อ ๒๙. ให้อธิการบดีเป็นผู้รักษาการตามระเบียบนี้และให้มีอำนาจออกประกาศ คำสั่ง กำหนดแนวทางปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินงานของมหาวิทยาลัยเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุผลตามเจตนารมณ์ของระเบียบนี้

ประกาศ ณ วันที่ ๓๐ สิงหาคม ๒๕๔๕

(ลงชื่อ) อาจารย์ เตาลานนท์
(ดร.อาจารย์ เตาลานนท์)
นายกสภามหาวิทยาลัย

สำเนาถูกต้อง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุไรวรรณ ธนสถิตย์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุไรวรรณ ธนสถิตย์)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

ภาคผนวก ข.

ระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ว่าด้วย การศึกษาระบบหน่วยกิตชั้นปริญญาบัณฑิต (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2554

(สำเนา)

ระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ว่าด้วย การศึกษาระบบหน่วยกิตชั้นปริญญาบัณฑิต (ฉบับที่ 2)
พ.ศ.2554

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยมีพันธกิจหลักในการมุ่งผลิตบัณฑิตให้มีคุณภาพและคุณธรรม ให้เป็นคนดี และเก่งสมบูรณ์พร้อมทั้งความรู้ ร่างกาย อารมณ์ และจิตใจ มหาวิทยาลัยจึงได้มีการกำหนดลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของมหาวิทยาลัย ฯ หรือที่เรียกว่า บัณฑิตในอุดมคติไทย เพื่อให้การดำเนินงานในกิจกรรมบัณฑิตอุดมคติไทยของมหาวิทยาลัยเป็นไปด้วยความเรียบร้อย อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 34 (2) แห่งพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ.2546 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2550 สภามหาวิทยาลัยหอการค้าไทยในการประชุมครั้งที่ 1/2554 (282) เมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2554 มีมติให้แก้ไขเพิ่มเติมระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยว่าด้วย การศึกษาระบบหน่วยกิตชั้นปริญญาบัณฑิต พ.ศ.2545 ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ระเบียบนี้ เรียกว่า "ระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยว่าด้วย การศึกษาระบบหน่วยกิตชั้นปริญญาบัณฑิต (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2554"

ข้อ 2 ระเบียบนี้ให้ใช้บังคับนับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศเป็นต้นไป

ข้อ 3 ให้เพิ่มเติมข้อความในข้อ 25 การขออนุมัติปริญญา

25.1.5 เข้าร่วมกิจกรรมบัณฑิตอุดมคติไทย อันประกอบด้วยกิจกรรมบังคับและกิจกรรมเลือกรวม 60 ชั่วโมง ตามที่มหาวิทยาลัยกำหนดไว้ หากนักศึกษาไม่เข้าร่วมกิจกรรมตามที่กำหนดให้ครบถ้วน นักศึกษาจะไม่สามารถยื่นขอสำเร็จการศึกษาได้

ข้อ 4 การเข้าร่วมกิจกรรมบัณฑิตอุดมคติไทยสำหรับนักศึกษาที่เข้าศึกษาก่อนปีการศึกษา 2551 ให้เป็นไปตามประกาศมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยที่ 319/2549

ประกาศ ณ วันที่ 15 มีนาคม พ.ศ. 2554

(ลงชื่อ)

ดุสิต นนทะนาคร

(นายดุสิต นนทะนาคร)

นายกสภามหาวิทยาลัย

สำเนาถูกต้อง

อุไรวรรณ นนทะนาคร

(รองศาสตราจารย์ ดร.อุไรวรรณ นนทะนาคร)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

ภาคผนวก ก.

ระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ว่าด้วยการศึกษาระบบหน่วยกิตชั้นปริญญาบัณฑิต (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2554

(สำเนา)

ระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ว่าด้วย การศึกษาระบบหน่วยกิตชั้นปริญญาบัณฑิต (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2554

เพื่อให้มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยบรรลุพันธกิจหลักในการมุ่งผลิตบัณฑิตให้มีลักษณะพึงประสงค์ตาม
อัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย กล่าวคือ มีความใฝ่รู้ พัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง และมีภาพลักษณ์ทางธุรกิจระดับสากล

นายกสภามหาวิทยาลัยอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 34(2) แห่งพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษา
เอกราช พ.ศ. 2546 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550 และมติสภามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ในการประชุมครั้งที่
5/2554 (286) เมื่อวันที่ 23 กันยายน 2554 จึงแก้ไขเพิ่มเติมระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยว่าด้วย การศึกษา
ระบบหน่วยกิตชั้นปริญญาบัณฑิต พ.ศ. 2545 ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ระเบียบนี้เรียกว่า "ระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยว่าด้วย การศึกษาระบบหน่วยกิตชั้นปริญญา
บัณฑิต (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2554"

ข้อ 2 ระเบียบนี้ให้ใช้บังคับนับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศเป็นต้นไป

ข้อ 3 ให้ยกเลิกข้อความแห่งระเบียบว่าด้วย การศึกษาระบบหน่วยกิตชั้นปริญญาบัณฑิต พ.ศ. 2545 ข้อ 24
การให้อนุปริญญา และให้ใช้ข้อความต่อไปนี้แทน

ผู้ที่สอบไล่ได้ครบทุกลักษณะวิชาตามหลักสูตรปริญญาตรี และได้แต้มระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมตลอด
หลักสูตรต่ำกว่าเกณฑ์การสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี แต่ไม่ต่ำกว่าหนึ่งจุดเจ็ดห้าจากระบบสี่แต้มระดับคะแนน
ให้ได้รับอนุปริญญา

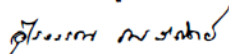
ข้อ 4 ให้เพิ่มเติมข้อความในข้อ 25 การอนุมัติปริญญา

25.1.6 สอบผ่านข้อสอบวัดมาตรฐานความรู้ด้านภาษาอังกฤษธุรกิจ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และ
ด้านบริหารธุรกิจ ตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนดไว้ หากนักศึกษาไม่สามารถสอบผ่านครบทั้งสามด้าน นักศึกษา
จะไม่สามารถยื่นขอสำเร็จการศึกษาได้ การสอบผ่านข้อสอบวัดมาตรฐานความรู้นี้ จะเริ่มต้นใช้บังคับสำหรับนักศึกษา
ที่เข้าศึกษาตั้งแต่ปีการศึกษา 2555 เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ ๑๗ ตุลาคม พ.ศ. 2554

(ลงชื่อ) ชิงชัย หาญเจนลักษณ์
(ดร.ชิงชัย หาญเจนลักษณ์)
อุปนายกสภามหาวิทยาลัย
ทำหน้าที่แทนนายกสภามหาวิทยาลัย

สำเนาถูกต้อง



(รองศาสตราจารย์ ดร.อุไรวรรณ นนสิดิษฐ์)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

ภาคผนวก ง.

ระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ว่าด้วยการเทียบโอนหน่วยกิตในการเข้าศึกษาหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ.2548

(สำเนา)

ระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ว่าด้วย การเทียบโอนหน่วยกิตในการเข้าศึกษาหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ.๒๕๔๘

.....

โดยที่พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๔๒ กำหนดให้มีการเทียบโอนผลการเรียนจากการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย เพื่อตอบสนองปรัชญาการศึกษาตลอดชีวิตและขยายโอกาสทางการศึกษา อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๕ แห่งพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.๒๕๔๒ และมาตรา ๓๔ แห่งพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษา เอกชน พ.ศ.๒๕๔๖ สภามหาวิทยาลัยในการประชุมครั้งที่ ๘/๒๕๔๘ (๒๔๑) เมื่อวันที่ ๑๖ ธันวาคม ๒๕๔๘ จึงมีมติให้ออกระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ว่าด้วย การเทียบโอนหน่วยกิตในการเข้าศึกษาหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ.๒๕๔๘ ไว้ดังนี้

ข้อ ๑ ระเบียบนี้เรียกว่า “ระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ว่าด้วย การเทียบโอนหน่วยกิตในการเข้าศึกษาหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๔๘ ”

ข้อ ๒ ระเบียบนี้ให้ใช้บังคับกับนักศึกษาที่ขอเทียบโอนหน่วยกิต จากการศึกษาในระบบ สำหรับหลักสูตรระดับปริญญาตรี ตั้งแต่ปีการศึกษา ๒๕๔๘ เป็นต้นไป

ข้อ ๓ ให้ยกเลิกความในระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยว่าด้วยการรับ โอนหน่วยกิตสำหรับหลักสูตรระดับที่ไม่สูงกว่าปริญญาตรี พ.ศ. ๒๕๔๔

ข้อ ๔ นักศึกษาที่มีสิทธิขอเทียบโอนหน่วยกิต ต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- ๔.๑ ผ่านการคัดเลือกและขึ้นทะเบียนเป็นนักศึกษาในภาคการศึกษาที่ประสงค์จะขอเทียบโอนหน่วยกิต การคัดเลือกนักศึกษาให้เป็นไปตามประกาศของมหาวิทยาลัย
- ๔.๒ เป็นหรือเคยเป็นนักศึกษาของสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่กระทรวงศึกษาธิการหรือสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษารับรองหรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจตามกฎหมายรับรองหรือเป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงจากสถาบันที่กระทรวงศึกษาธิการหรือสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษารับรอง

๔.๓ ต้องไม่มีลักษณะต้องห้ามดังต่อไปนี้

- ๑) เป็นผู้มึนโรคริดคดอย่างร้ายแรง โรคที่สังคมรังเกียจ โรคที่เป็นอุปสรรคต่อการศึกษา หรือติดยาเสพติด
- ๒) เป็นผู้มีความประพฤติเสื่อมเสียอย่างร้ายแรง
- ๓) เป็นผู้วิกลจริต

ข้อ ๕ การเทียบรายวิชาเรียน ให้ถือหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

- ๕.๑ เป็นรายวิชาในหลักสูตรระดับอุดมศึกษาหรือเทียบเท่าที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาให้ความเห็นชอบหรือเทียบคุณวุฒิให้
- ๕.๒ เป็นรายวิชาหรือกลุ่มรายวิชาที่มีเนื้อหาสาระครอบคลุมไม่น้อยกว่าสามในสี่ของรายวิชาที่ขอเทียบ โดยพิจารณาจากคำอธิบายรายวิชาตามหลักสูตร/สาขาวิชาของสถาบันอุดมศึกษาเดิมเทียบเคียงกับคำอธิบายรายวิชาตามหลักสูตร/สาขาวิชาของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- ๕.๓ เป็นรายวิชาในหมวดวิชาการศึกษาทั่วไป หมวดวิชาเฉพาะด้าน วิชาเอก วิชาแกน หรือวิชาชีพ วิชาโทและหมวดวิชาเลือกเสรี ที่สอบไล่ได้ในระดับคะแนนตัวอักษร (letter grade) ไม่ต่ำกว่า C หรือแต้มระดับคะแนน (grade point) ๒.๐๐ หรือเทียบเท่า โดยไม่ต้องพิจารณาระดับคะแนนตัวอักษร (letter grade) ของวิชาที่ต้องศึกษาก่อนตามหลักสูตร

ข้อ ๖ นักศึกษาที่ขอเทียบโอนหน่วยกิตจะต้องยื่นคำร้องต่อคณบดีในคณะวิชาที่ต้องการศึกษาภายใน ๑๔ วันนับตั้งแต่วันเปิดภาคการศึกษาแรกที่เข้าศึกษาเพื่อขอรับรองการอนุมัติเทียบโอนหน่วยกิตจากอธิการบดี

ข้อ ๗ นักศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้เทียบโอนหน่วยกิตจะต้องศึกษาเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่าหนึ่งปีการศึกษา โดยจะต้องลงทะเบียนศึกษาในสองภาคการศึกษาปกติแรกไม่ต่ำกว่า ๑๘ หน่วยกิตและลงทะเบียนศึกษาไม่น้อยกว่าร้อยละ ๒๕ ของจำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร จึงจะมีสิทธิ์สำเร็จการศึกษา

ข้อ ๘ การเทียบฐานะชั้นปีของนักศึกษาเทียบโอน

- ๘.๑ นักศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้เทียบโอนหน่วยกิตไม่เกิน ๑๒ หน่วยกิต ให้เทียบฐานะเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ ๑
- ๘.๒ นักศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้เทียบโอนหน่วยกิตตั้งแต่ ๑๓ หน่วยกิต แต่ไม่เกิน ๖๕ หน่วยกิต ให้เทียบฐานะเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ ๒
- ๘.๓ นักศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้เทียบโอนหน่วยกิตตั้งแต่ ๖๖ หน่วยกิตแต่ไม่เกิน ๘๘ หน่วยกิต ให้เทียบฐานะเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ ๓

๘.๔ นักศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้เทียบโอนหน่วยกิตตั้งแต่ ๘๘ หน่วยกิตขึ้นไป ให้เทียบฐานะเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ ๔

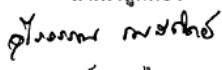
ข้อ ๘ นักศึกษาเทียบโอนจะต้องชำระค่าธรรมเนียมการเทียบโอนตามประกาศของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๑๐ นักศึกษาจะได้รับปริญญาเกียรตินิยมหากได้ลงทะเบียนศึกษาไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๘๕ ของจำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตรและมีคุณสมบัติเป็นไปตามระเบียบมหาวิทยาลัยว่าด้วยการศึกษาระบบหน่วยกิตชั้นปริญญาบัณฑิต พ.ศ. ๒๕๔๕ ข้อ ๒๖ การให้ปริญญาเกียรตินิยม

ข้อ ๑๑ ให้อธิการบดีเป็นผู้รักษาการตามระเบียบนี้และมีอำนาจออกประกาศ คำสั่ง กำหนดแนวทางปฏิบัติเพื่อดำเนินการให้เป็นไปตามระเบียบนี้ ในกรณีที่มีปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติตามระเบียบนี้หรือกรณีที่มีได้เป็นไปตามระเบียบนี้ให้อธิการบดีมีอำนาจวินิจฉัย การวินิจฉัยของอธิการบดีให้ถือเป็นที่สุด

ประกาศ ณ วันที่ ๒๘ ธันวาคม ๒๕๔๘

(ลงชื่อ) ประมณฑ์ สุธีวงศ์
(นายประมณฑ์ สุธีวงศ์)
นายกสภามหาวิทยาลัย

สำเนาถูกต้อง

(รองศาสตราจารย์ ดร.อุไรวรรณ ธนสถิตย์)
รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

ภาคผนวก จ.

ระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ว่าด้วย การเทียบโอนความรู้ ทักษะและประสบการณ์ จากการศึกษาในระบบ และ/หรือการศึกษาตามอัธยาศัยเข้าสู่การศึกษาในระบบ ตามหลักสูตรระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ.2547



ระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ว่าด้วย การเทียบโอนความรู้ ทักษะและประสบการณ์ จากการศึกษาในระบบและ/หรือ
การศึกษาตามอัธยาศัยเข้าสู่การศึกษาในระบบ ตามหลักสูตร
ระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ.2547

โดยที่พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 กำหนดให้มีการเทียบโอนผลการเรียนจากการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย เพื่อตอบสนองปรัชญาการศึกษาตลอดชีวิตและขยายโอกาสทางการศึกษา อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 15 แห่งพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 และมาตรา 34 แห่งพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ.2546 สภามหาวิทยาลัยในการประชุมครั้งที่ 6/2547 เมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2547 จึงมีมติให้ออกระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ว่าด้วย การเทียบโอนความรู้ ทักษะและประสบการณ์ จากการศึกษาในระบบและ/หรือการศึกษาตามอัธยาศัยเข้าสู่การศึกษาในระบบ ตามหลักสูตรระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ.2547 ไว้ดังนี้

ข้อ 1 ระเบียบนี้เรียกว่า "ระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยว่าด้วยการเทียบโอนความรู้ ทักษะและประสบการณ์ จากการศึกษาในระบบและ/หรือการศึกษาตามอัธยาศัยเข้าสู่การศึกษาในระบบ ตามหลักสูตร ระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ.2547 "

ข้อ 2 ระเบียบนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่ปีการศึกษา 2547 เป็นต้นไป

ข้อ 3 ระเบียบนี้ให้ใช้บังคับกับนักศึกษาที่เทียบโอนความรู้ ทักษะและประสบการณ์ จากการศึกษาในระบบและ/หรือการศึกษาตามอัธยาศัยเข้าสู่การศึกษาในระบบ ตามหลักสูตร ระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษา

ข้อ 4 การเทียบโอนที่นอกเหนือจากระเบียบนี้ให้ระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยว่าด้วยการศึกษาระบบหน่วยกิตชั้นปริญญาบัณฑิต พ.ศ.2545 ระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยว่าด้วย การรับโอนหน่วยกิตสำหรับหลักสูตรระดับที่ไม่สูงกว่าปริญญาตรี พ.ศ.2544 และข้อบังคับมหาวิทยาลัยว่าด้วยการศึกษาชั้นปริญญาโท พ.ศ.2534

ข้อ 5 ในระเบียบนี้

"มหาวิทยาลัย" หมายถึง มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

"นักศึกษา" หมายถึง นักศึกษามหาวิทยาลัยหอการค้าไทยที่ขอเทียบโอนความรู้ ทักษะและประสบการณ์จากการศึกษานอกระบบ และ/หรือการศึกษาตามอัธยาศัยของนักศึกษา เพื่อนับเป็นหน่วยกิตเทียบเท่ารายวิชาตามหลักสูตรการศึกษาในมหาวิทยาลัย

"การเทียบโอนความรู้ ทักษะและประสบการณ์" หมายถึง การเทียบโอนความรู้ ทักษะและประสบการณ์จากการศึกษานอกระบบ และ/หรือการศึกษาตามอัธยาศัยของนักศึกษา

เพื่อนับเป็นหน่วยกิตเทียบเท่ารายวิชาตามหลักสูตรการศึกษาในมหาวิทยาลัย

ข้อ 6 ผู้มีสิทธิขอเทียบโอนความรู้ ทักษะและประสบการณ์ ต้องมีความรู้พื้นฐานตามที่กำหนดในเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรการศึกษาของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาหรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจตามกฎหมายรับรองในระดับที่ขอเทียบโอนผลการเรียน ดังนี้

6.1 กรณีขอเทียบโอนความรู้ ทักษะและประสบการณ์ ระดับปริญญาตรี ต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าขึ้นไป

6.2 กรณีขอเทียบโอนความรู้ ทักษะและประสบการณ์ ระดับบัณฑิตศึกษา ต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าขึ้นไป

ข้อ 7 การเทียบโอนความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ มีหลักเกณฑ์ ดังนี้

7.1 นักศึกษาของมหาวิทยาลัยยื่นคำร้องต่อคณะวิชาให้เทียบโอนความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ ภายในระยะเวลา 7 วัน นับตั้งแต่เปิดภาคการศึกษา โดยให้คณะกรรมการวิชาการ/คณะกรรมการบริหารในคณะวิชา คณะกรรมการประจำหลักสูตร ดำเนินการดังนี้

7.1.1 ระดับปริญญาตรี ให้คณะกรรมการวิชาการ/คณะกรรมการบริหารในคณะวิชาพิจารณาดำเนินการเทียบโอนความรู้ ทักษะและประสบการณ์ของนักศึกษาที่ยื่นคำร้องแล้วนำเสนอคณบดีเพื่อพิจารณาอนุมัติ

7.1.2 ระดับบัณฑิตศึกษา ให้คณะกรรมการประจำหลักสูตรพิจารณาการเทียบโอนความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ ของนักศึกษาที่ยื่นคำร้อง แล้วนำเสนอคณบดีบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อพิจารณาอนุมัติ

7.2 จำนวนหน่วยกิตที่นักศึกษาระดับปริญญาตรีจะลงทะเบียนศึกษาให้เป็นไปตามระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยว่าด้วยการศึกษาระบบหน่วยกิตชั้นปริญญาบัณฑิต พ.ศ. 2545 และระเบียบมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยว่าด้วยการเทียบโอนหน่วยกิตสำหรับหลักสูตรระดับที่ไม่สูงกว่าปริญญาตรี พ.ศ.2544 จำนวนหน่วยกิตที่นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาจะลงทะเบียนศึกษาให้เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยว่าด้วยการศึกษาชั้นปริญญาโท พ.ศ.2534

7.3 การบันทึกผลการเรียนที่ได้จากการเทียบโอนความรู้ ทักษะและประสบการณ์ ให้บันทึกตามวิธีการประเมินผลดังนี้

7.3.1 หน่วยกิตจากการทดสอบมาตรฐาน ให้บันทึก "CS" (Credits from Standardized Test)

7.3.2 หน่วยกิตจากการทดสอบที่ไม่ใช่การทดสอบมาตรฐานให้บันทึก "CE" (Credits from Exam)

7.3.3 หน่วยกิตจากการประเมินการศึกษา / อบรมที่จัดโดยหน่วยงานอื่นที่ไม่ใช่สถาบันอุดมศึกษาให้บันทึก "CT" (Credits from Training)

7.3.4 หน่วยกิตจากการเสนอเพิ่มสะสมผลงานให้บันทึก "CP" (Credits from Portfolio)

7.4 นักศึกษาต้องชำระค่าธรรมเนียมการเทียบโอนความรู้ ทักษะและประสบการณ์ตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

7.5 ในการคิดแต้มเฉลี่ยสะสม จะไม่นำผลการเรียนรู้จากการเทียบโอนความรู้ ทักษะและประสบการณ์ มาคิดแต้มเฉลี่ยสะสม

ข้อ 8 นักศึกษามีระยะเวลาการศึกษาดังนี้

8.1 ระดับปริญญาตรี

8.1.1 นักศึกษาจะต้องศึกษาเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่าหนึ่งปีการศึกษา และลงทะเบียนศึกษาไม่น้อยกว่าหนึ่งในสี่ ของจำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร จึงจะมีสิทธิสำเร็จการศึกษา

8.1.2 นักศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้เทียบโอนหน่วยกิตต่ำกว่า 33 หน่วยกิต จะต้องศึกษาให้สำเร็จตามหลักสูตรภายในเวลา 7 ปีการศึกษา

8.1.3 นักศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้เทียบโอนหน่วยกิตตั้งแต่ 33 หน่วยกิต แต่ไม่เกิน 65 หน่วยกิต จะต้องศึกษาให้สำเร็จตามหลักสูตรภายในเวลา 6 ปีการศึกษา

8.1.4 นักศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้เทียบโอนหน่วยกิตตั้งแต่ 66 หน่วยกิต แต่ไม่เกิน 98 หน่วยกิต จะต้องศึกษาให้สำเร็จตามหลักสูตรภายในเวลา 5 ปีการศึกษา

8.1.5 นักศึกษาที่ได้รับอนุมัติให้เทียบโอนหน่วยกิตตั้งแต่ 99 หน่วยกิต แต่ต้องไม่เกินสามในสี่ของจำนวนหน่วยกิตในหลักสูตร จะต้องศึกษาให้สำเร็จตามหลักสูตรภายในเวลา 4 ปีการศึกษา

8.2 ระดับบัณฑิตศึกษา

นักศึกษาจะต้องศึกษาเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่าหนึ่งปีการศึกษาและลงทะเบียนศึกษาไม่น้อยกว่าสองในสามของจำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร จึงจะมีสิทธิสำเร็จการศึกษา ทั้งนี้จะต้องศึกษาให้สำเร็จตามหลักสูตรภายในเวลา 4 ปีการศึกษา

ข้อ 9. ให้อธิการบดีเป็นผู้รักษาการตามระเบียบนี้ และให้มีอำนาจออกประกาศ คำสั่ง กำหนดแนวทางปฏิบัติเพื่อให้การดำเนินงานของมหาวิทยาลัยเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุผลตามเจตนารมณ์ของระเบียบนี้

ประกาศ ณ วันที่ 24 ธันวาคม 2547



(ดร.อาชวี เตาลานนท์)

นายกสภามหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ฉ
ตารางเปรียบเทียบหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์
หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2555 กับหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2555	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>1. ชื่อหลักสูตร</p> <p>ภาษาไทย หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์</p> <p>ภาษาอังกฤษ Bachelor of Communication Arts Program in Strategic Communication</p>	<p>1. ชื่อหลักสูตร</p> <p>ภาษาไทย หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์</p> <p>ภาษาอังกฤษ Bachelor of Communication Arts Program in Strategic Communication</p>	คงเดิม
<p>2. ชื่อปริญญา</p> <p>ภาษาไทย นิเทศศาสตรบัณฑิต (การสื่อสารเชิงกลยุทธ์) นศ.บ. (การสื่อสารเชิงกลยุทธ์)</p> <p>ภาษาอังกฤษ Bachelor of Communication Arts (Strategic Communication) B.Com. Arts (Strategic Communication)</p>	<p>2. ชื่อปริญญา</p> <p>ภาษาไทย นิเทศศาสตรบัณฑิต (การสื่อสารเชิงกลยุทธ์) นศ.บ. (การสื่อสารเชิงกลยุทธ์)</p> <p>ภาษาอังกฤษ Bachelor of Communication Arts (Strategic Communication) B.Com. Arts (Strategic Communication)</p>	คงเดิม
<p>3. กลุ่มวิชาเอก</p> <p>1. การประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์</p> <p>2. การโฆษณา</p>	<p>3. กลุ่มวิชาเอก</p> <p>1. การประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์</p> <p>2. การโฆษณา</p> <p>3. การสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม</p> <p>4. การสร้างสรรค์และออกแบบสื่อ</p>	เพิ่มกลุ่มวิชาเอก การสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม เพื่อความทันสมัย สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันเพื่อรองรับการเข้าร่วมเป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC)

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
3. โครงสร้างหลักสูตร จำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตร 135 หน่วยกิต 1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต 2. หมวดวิชาเฉพาะ 99 หน่วยกิต 2.1 กลุ่มวิชาแกนนิเทศศาสตร์ 45 หน่วยกิต 2.2 กลุ่มวิชาแกนสาขา 9 หน่วยกิต 2.3 กลุ่มวิชาเอก 30 หน่วยกิต มี 2 แผนคือ หลักสูตรปกติ 1) กลุ่มวิชาเอกบังคับ 24 หน่วยกิต 2) กลุ่มวิชาเอกเลือก 6 หน่วยกิต สหกิจศึกษา 1) กลุ่มวิชาเอกบังคับ 18 หน่วยกิต 2) กลุ่มวิชาเอกเลือก 6 หน่วยกิต 3) วิชาสหกิจศึกษา 6 หน่วยกิต 2.4 กลุ่มวิชาโท 15 หน่วยกิต 3. หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต	3. โครงสร้างหลักสูตร จำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตร 135 หน่วยกิต 1. หมวดวิชาศึกษาทั่วไป 30 หน่วยกิต 2. หมวดวิชาเฉพาะ 99 หน่วยกิต 2.1 กลุ่มวิชาแกนนิเทศศาสตร์ 45 หน่วยกิต 2.2 กลุ่มวิชาแกนสาขา 9 หน่วยกิต 2.3 กลุ่มวิชาเอก 30 หน่วยกิต มี 2 แผนคือ หลักสูตรปกติ 1) กลุ่มวิชาเอกบังคับ 24 หน่วยกิต 2) กลุ่มวิชาเอกเลือก 6 หน่วยกิต สหกิจศึกษา 1) กลุ่มวิชาเอกบังคับ 18 หน่วยกิต 2) กลุ่มวิชาเอกเลือก 6 หน่วยกิต 3) วิชาสหกิจศึกษา 6 หน่วยกิต 2.4 กลุ่มวิชาโท 15 หน่วยกิต 3. หมวดวิชาเลือกเสรี 6 หน่วยกิต	คงเดิม
4. รายวิชา 4.1 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป HG008 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร HG009 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 1 HG010 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 2 HG011 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 3 HG012 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 4 SG004 วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ SG005 คณิตศาสตร์และสถิติสำหรับ ชีวิตประจำวัน BG002 ธุรกิจสมัยใหม่ HG022 การบริหารตนเอง HG032 ทักษะการดำรงชีวิตในสังคมโลก	4. รายวิชา 4.1 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป HG008 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร HG009 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 1 HG010 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 2 HG011 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 3 HG012 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 4 SG004 วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ SG005 คณิตศาสตร์และสถิติสำหรับ ชีวิตประจำวัน BG002 ธุรกิจสมัยใหม่ HG022 การบริหารตนเอง HG032 ทักษะการดำรงชีวิตในสังคมโลก	คงเดิม
4.2 หมวดวิชาเฉพาะ	4.2 หมวดวิชาเฉพาะ	
4.2.1 วิชาพื้นฐานวิชาชีพ	4.2.1 กลุ่มวิชาแกนนิเทศศาสตร์	
BA961 หลักการตลาด	BA961 หลักการตลาด	คงเดิม
EC961 เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น	EC961 เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น	คงเดิม
LW961 กฎหมาย การเมืองและการปกครอง ของไทย	LW961 กฎหมาย การเมืองและการปกครอง ของไทย	คงเดิม
CA106 หลักนิเทศศาสตร์	CA106 หลักนิเทศศาสตร์	คงเดิม
CA107 พื้นฐานการสื่อสารมวลชน	CA107 พื้นฐานการสื่อสารมวลชน	คงเดิม
CA108 พื้นฐานการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	CA108 พื้นฐานการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
CA109 พัฒนาทักษะการอ่าน	CA109 พัฒนาทักษะการอ่าน	คงเดิม
CA110 พัฒนาทักษะการเขียน	CA110 พัฒนาทักษะการเขียน	
CA202 วาณิชเทศ	CA202 วาณิชเทศ	คงเดิม
CA205 ศิลปะการสื่อสารผ่านภาพและเสียง	CA205 ศิลปะการสื่อสารผ่านภาพและเสียง	คงเดิม
CA206 หลักการสื่อข่าวและเขียนข่าว	CA206 หลักการสื่อข่าวและเขียนข่าว	คงเดิม
CA303 ภาษาอังกฤษสำหรับงาน นิเทศศาสตร์	CA303 ภาษาอังกฤษสำหรับงาน นิเทศศาสตร์	คงเดิม
CA304 การวิจัยเบื้องต้นทางนิเทศศาสตร์	CA304 การวิจัยเบื้องต้นทางนิเทศศาสตร์	คงเดิม
CA305 การจัดการสารสนเทศเพื่องาน นิเทศศาสตร์	CA305 การจัดการสารสนเทศเพื่องาน นิเทศศาสตร์	คงเดิม
CA306 กฎหมายและจริยธรรมนิเทศศาสตร์	CA306 กฎหมายและจริยธรรมนิเทศศาสตร์	คงเดิม
4.2.2 กลุ่มวิชาแกนสาขาวิชา	4.2.2 กลุ่มวิชาแกนสาขาวิชา	
CS001 ความคิดสร้างสรรค์เพื่อการสื่อสาร เชิงกลยุทธ์	CS001 ความคิดสร้างสรรค์เพื่อการสื่อสาร เชิงกลยุทธ์	คงเดิม
CS002 เครื่องมือเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	CS002 เครื่องมือเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	คงเดิม
CS003 การวิจัยเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	CS003 การวิจัยเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	คงเดิม
4.2.3 กลุ่มวิชาเอก (การประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์)	4.2.3 กลุ่มวิชาเอก (การประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์)	
4.2.3.1 วิชาเอกบังคับ	4.2.3.1 วิชาเอกบังคับ	
CS101 การสื่อสารองค์กร	CS101 การสื่อสารองค์กร	คงเดิม
CS102 การประชาสัมพันธ์การตลาด	CS102 การประชาสัมพันธ์การตลาด	คงเดิม
CS103 การออกแบบสารและการเขียนเพื่อ การประชาสัมพันธ์ 1	CS103 การออกแบบสารและการเขียนเพื่อ การประชาสัมพันธ์ 1	คงเดิม
CS104 การออกแบบสารและการเขียนเพื่อ การประชาสัมพันธ์ 2	CS104 การออกแบบสารและการเขียนเพื่อ การประชาสัมพันธ์ 2	คงเดิม
CS105 การออกแบบและผลิตสื่อเพื่อการ ประชาสัมพันธ์	CS105 การออกแบบและผลิตสื่อเพื่อการ ประชาสัมพันธ์	คงเดิม
CS106 การวางแผนและบริหารงาน ประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์	CS106 การวางแผนและบริหารงาน ประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์	คงเดิม
CS107 สัมมนาการประชาสัมพันธ์เชิง กลยุทธ์	CS107 สัมมนาการประชาสัมพันธ์เชิง กลยุทธ์	คงเดิม
CS108 ประสบการณ์วิชาชีพทาง การประชาสัมพันธ์	CS108 ประสบการณ์วิชาชีพทาง การประชาสัมพันธ์	คงเดิม
CS109 โครงการด้านการประชาสัมพันธ์	CS109 โครงการด้านการประชาสัมพันธ์	คงเดิม
CS110 สหกิจศึกษา	CS110 สหกิจศึกษา	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
4.2.3.2 รายวิชาเลือก	4.2.3.2 วิชาเอกเลือก	
CS131 การประชาสัมพันธ์ธุรกิจบันเทิงและการท่องเที่ยว	CS131 การประชาสัมพันธ์ธุรกิจบันเทิงและการท่องเที่ยว	คงเดิม
CS132 การประชาสัมพันธ์ธุรกิจการเงิน	CS132 การประชาสัมพันธ์ธุรกิจการเงิน	คงเดิม
CS133 เทคนิคการพูดและนำเสนอผลงานเพื่อการประชาสัมพันธ์	CS133 เทคนิคการพูดและนำเสนอผลงานเพื่อการประชาสัมพันธ์	คงเดิม
CS134 การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	CS134 การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	คงเดิม
CS135 กลยุทธ์สื่อใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์	CS135 กลยุทธ์สื่อใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์	คงเดิม
CS136 ชุมชนสัมพันธ์และความรับผิดชอบต่อสังคม	CS136 ชุมชนสัมพันธ์และความรับผิดชอบต่อสังคม	คงเดิม
CS137 การบริหารความสัมพันธ์	CS137 การบริหารความสัมพันธ์	คงเดิม
CS138 การสื่อสารเพื่อการพัฒนา	CS138 การสื่อสารเพื่อการพัฒนา	คงเดิม
CS139 การประชาสัมพันธ์ระดับสากล	CS139 การประชาสัมพันธ์ระดับสากล	คงเดิม
CS140 การสื่อสารรณรงค์	CS140 การสื่อสารรณรงค์	คงเดิม
CS141 การพูดภาษาอังกฤษเพื่อการประชาสัมพันธ์	CS141 การพูดภาษาอังกฤษเพื่อการประชาสัมพันธ์	คงเดิม
CS142 การเขียนภาษาอังกฤษเพื่อการประชาสัมพันธ์	CS142 การเขียนภาษาอังกฤษเพื่อการประชาสัมพันธ์	คงเดิม
CS143 การศึกษาเฉพาะบุคคล	CS143 การศึกษาเฉพาะบุคคล	คงเดิม
CS144 หัวข้อพิเศษทางการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์	CS144 หัวข้อพิเศษทางการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
4.2.4 วิชาเอก (การโฆษณา)	4.2.4 กลุ่มวิชาเอก(การโฆษณา)	
4.2.4.1 รายวิชาบังคับ	4.2.4.1 วิชาเอกบังคับ	
CS201 การโฆษณากับพฤติกรรมผู้บริโภค	CS201 การโฆษณากับพฤติกรรมผู้บริโภค	คงเดิม
CS202 การสื่อสารทางการตลาด	CS202 การสื่อสารทางการตลาด	คงเดิม
CS203 การสร้างสรรค์และเขียนบทโฆษณา	CS203 การสร้างสรรค์และเขียนบทโฆษณา	คงเดิม
CS204 การผลิตงานโฆษณา	CS204 การผลิตงานโฆษณา	คงเดิม
CS205 การวางแผนช่องทางการโฆษณา	CS205 การวางแผนช่องทางการโฆษณา	คงเดิม
CS206 การรณรงค์ทางการโฆษณา	CS206 การรณรงค์ทางการโฆษณา	คงเดิม
CS207 สัมมนาการโฆษณา	CS207 สัมมนาการโฆษณา	คงเดิม
CS208 ประสบการณ์วิชาชีพทางการโฆษณา	CS208 ประสบการณ์วิชาชีพทางการโฆษณา	คงเดิม
CS209 โครงการงานด้านการโฆษณา	CS209 โครงการงานด้านการโฆษณา	คงเดิม
CS210 สหกิจศึกษา	CS210 สหกิจศึกษา	คงเดิม
4.2.4.2 วิชาเอกเลือก	4.2.4.2 วิชาเอกเลือก	
CS231 การโฆษณากับสังคม	CS231 การโฆษณากับสังคม	คงเดิม
CS232 เทคนิคการนำเสนอผลงานโฆษณา	CS232 เทคนิคการนำเสนอผลงานโฆษณา	คงเดิม
CS233 ทฤษฎีการจูงใจเพื่องานโฆษณา	CS233 ทฤษฎีการจูงใจเพื่องานโฆษณา	คงเดิม
CS234 การสร้างสรรค์โฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่	CS234 การสร้างสรรค์โฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่	คงเดิม
CS235 การออกแบบโฆษณา	CS235 การออกแบบโฆษณา	คงเดิม
CS236 การถ่ายภาพเพื่องานโฆษณา	CS236 การถ่ายภาพเพื่องานโฆษณา	คงเดิม
CS237 คอมพิวเตอร์กราฟิกเพื่องานโฆษณา	CS237 คอมพิวเตอร์กราฟิกเพื่องานโฆษณา	คงเดิม
CS238 การจัดการโฆษณา	CS238 การจัดการโฆษณา	คงเดิม
CS239 การกำกับศิลป์เพื่องานโฆษณา	CS239 การกำกับศิลป์เพื่องานโฆษณา	คงเดิม
CS240 การศึกษาเฉพาะบุคคล	CS240 การศึกษาเฉพาะบุคคล	คงเดิม
CS241 หัวข้อพิเศษทางการโฆษณา	CS241 หัวข้อพิเศษทางการโฆษณา	คงเดิม
4.2.5 กลุ่มวิชาเอก (การสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม)	4.2.5 กลุ่มวิชาเอก (การสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม)	
4.2.5.1 วิชาเอกบังคับ	4.2.5.1 วิชาเอกบังคับ	
CS301 หลักการสื่อสารการตลาด	CS301 หลักการสื่อสารการตลาด	คงเดิม
CS302 จิตวิทยาผู้บริโภคหลากหลายวัฒนธรรม	CS302 จิตวิทยาผู้บริโภคหลากหลายวัฒนธรรม	คงเดิม
CS303 เครื่องมือสื่อสารการตลาดเชิงกลยุทธ์	CS303 เครื่องมือสื่อสารการตลาดเชิงกลยุทธ์	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
CS304 สื่อดิจิทัลเพื่อการสื่อสารการตลาด ข้ามวัฒนธรรม	CS304 สื่อดิจิทัลเพื่อการสื่อสารการตลาด ข้ามวัฒนธรรม	คงเดิม
CS305 การสร้างแบรนด์ข้ามวัฒนธรรม	CS305 การสร้างแบรนด์ข้ามวัฒนธรรม	คงเดิม
CS306 การรณรงค์ทางการสื่อสารการตลาด ข้ามวัฒนธรรม	CS306 การรณรงค์ทางการสื่อสารการตลาด ข้ามวัฒนธรรม	คงเดิม
CS307 สัมมนาการสื่อสารการตลาด ข้ามวัฒนธรรม	CS307 สัมมนาการสื่อสารการตลาด ข้ามวัฒนธรรม	คงเดิม
CS308 ประสบการณ์วิชาชีพทางการสื่อสาร การตลาด	CS308 ประสบการณ์วิชาชีพทางการสื่อสาร การตลาด	คงเดิม
CS309 โครงการด้านการสื่อสารการตลาด ข้ามวัฒนธรรม	CS309 โครงการด้านการสื่อสารการตลาด ข้ามวัฒนธรรม	คงเดิม
CS310 สหกิจศึกษา	CS310 สหกิจศึกษา	คงเดิม
4.2.5.2 วิชาเอกเลือก	4.2.5.2 วิชาเอกเลือก	
CS331 การสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม เพื่อการท่องเที่ยว การสื่อสารการตลาดหลากวัฒนธรรมเพื่อการ ท่องเที่ยว	CS331 การสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม เพื่อการท่องเที่ยว การสื่อสารการตลาดหลากวัฒนธรรมเพื่อการ ท่องเที่ยว	คงเดิม
CS332 การสื่อสารการตลาดสำหรับธุรกิจ ค้าปลีกข้ามชาติ	CS332 การสื่อสารการตลาดสำหรับธุรกิจ ค้าปลีกข้ามชาติ	คงเดิม
CS333 การสื่อสารการตลาดสำหรับ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม	CS333 การสื่อสารการตลาดสำหรับ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม	คงเดิม
CS334 การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม	CS334 การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม	คงเดิม
CS335 โฆษณาเพื่อการสื่อสารการตลาด ข้ามวัฒนธรรม	CS335 โฆษณาเพื่อการสื่อสารการตลาด ข้ามวัฒนธรรม	คงเดิม
CS336 การออกแบบสารเพื่อการ สื่อสารการตลาด การออกแบบสารเพื่อการสื่อสารการตลาด	CS336 การออกแบบสารเพื่อการ สื่อสารการตลาด การออกแบบสารเพื่อการสื่อสารการตลาด	คงเดิม
CS337 ภาษาอังกฤษเพื่องานสื่อสาร การตลาด	CS337 ภาษาอังกฤษเพื่องานสื่อสาร การตลาด	คงเดิม
CS338 การจัดการธุรกิจการสื่อสารการตลาด ข้ามวัฒนธรรม	CS338 การจัดการธุรกิจการสื่อสารการตลาด ข้ามวัฒนธรรม	คงเดิม
CS339 การศึกษาเฉพาะบุคคล	CS339 การศึกษาเฉพาะบุคคล	คงเดิม

CS340 หัวข้อพิเศษทางการสื่อสาร การตลาด	CS340 หัวข้อพิเศษทางการสื่อสาร การตลาด	คงเดิม
---	---	--------

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
4.2.6 -	4.2.6 กลุ่มวิชาเอก (การสร้างสรรค์และออกแบบสื่อ)	เพิ่มกลุ่มวิชาเอก
-	4.2.6.1 วิชาเอกบังคับ	
-	CS 401 พื้นฐานการออกแบบ	วิชาใหม่
-	CS 402 ทักษะศิลป์เพื่อการสื่อสาร	วิชาใหม่
-	CS 403 เครื่องมือเพื่อการออกแบบสื่อและการ สื่อสาร	วิชาใหม่
-	CS 404 การจัดการแบรนด์และการออกแบบ สื่อ	วิชาใหม่
-	CS 405 การสร้างสรรค์และออกแบบเชิงธุรกิจ	วิชาใหม่
-	CS 406 โครงการด้านการออกแบบสื่อ 1	วิชาใหม่
-	CS 407 สัมมนากลยุทธ์แบรนด์และการ ออกแบบสื่อ	วิชาใหม่
-	CS 408 ประสบการณ์วิชาชีพทางการสร้าง สรรค์และการออกแบบสื่อ	วิชาใหม่
-	CS 409 โครงการด้านการออกแบบสื่อ 2	วิชาใหม่
-	CS 410 สหกิจศึกษา	วิชาใหม่
-	4.2.6.2 วิชาเอกเลือก	
-	CS 431 สุนทรียภาพทางศิลปะและการ ออกแบบ	วิชาใหม่
-	CS 432 การออกแบบสื่ออินเทอร์เน็ตที่ฟ	วิชาใหม่
-	CS 433 การออกแบบภาพประกอบสื่อ	วิชาใหม่
-	CS 434 การสร้างภาพดิจิทัล	วิชาใหม่
-	CS 435 การออกแบบกราฟิกเพื่อองค์กรและ ผลิตภัณฑ์	วิชาใหม่
-	CS 436 การออกแบบเพื่อกิจกรรมพิเศษและ นิทรรศการ	วิชาใหม่
-	CS 437 การจัดการธุรกิจการออกแบบสื่อ	วิชาใหม่

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
4.2.5 กลุ่มวิชาโทสาขาวิชา นิเทศศาสตร์	4.2.5 กลุ่มวิชาโทสาขาวิชา นิเทศศาสตร์	
CX001 นิเทศศาสตร์เบื้องต้น	CX001 นิเทศศาสตร์เบื้องต้น	คงเดิม
CX002 การสื่อสารเพื่อการพัฒนา	CX002 การสื่อสารเพื่อการพัฒนา	คงเดิม
CX003 การโฆษณากับสังคม	CX003 การโฆษณากับสังคม	คงเดิม
CX006 วารสารศาสตร์สากล	CX006 วารสารศาสตร์สากล	คงเดิม
CX007 การกระจายเสียงและแพร่ภาพ นานาชาติ	CX007 การกระจายเสียงและแพร่ภาพ นานาชาติ	คงเดิม
CX008 พื้นฐานการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	CX008 พื้นฐานการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	คงเดิม
4.3 หมวดวิชาเลือกเสรี	4.3 หมวดวิชาเลือกเสรี	
CA001 มนุษย์สัมพันธ์	CA001 มนุษย์สัมพันธ์	คงเดิม
CA002 ศิลปะการพูด	CA002 ศิลปะการพูด	คงเดิม
CA003 ธุรกิจสื่อสารมวลชน	CA003 ธุรกิจสื่อสารมวลชน	คงเดิม
CA004 สัมมนาการสื่อสารกับสังคม	CA004 สัมมนาการสื่อสารกับสังคม	คงเดิม
CA005 สื่อมวลชนและสิ่งแวดล้อมศึกษา	CA005 สื่อมวลชนและสิ่งแวดล้อมศึกษา	คงเดิม
CA006 การแปลสำหรับนิเทศศาสตร์	CA006 การแปลสำหรับนิเทศศาสตร์	คงเดิม
CA007 การแปลบันเทิงคดีสำหรับ นิเทศศาสตร์	CA007 การแปลบันเทิงคดีสำหรับ นิเทศศาสตร์	คงเดิม
CA008 พัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อ	CA008 พัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อ	คงเดิม
CA009 การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม	CA009 การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม	คงเดิม
CA010 คติชนอาเซียนสำหรับการสื่อสาร เชิงธุรกิจ	CA010 คติชนอาเซียนสำหรับการสื่อสาร เชิงธุรกิจ	คงเดิม
CA011 ศิลปวัฒนธรรมอาเซียนศึกษา	CA011 ศิลปวัฒนธรรมอาเซียนศึกษา	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
5. คำอธิบายรายวิชา	5 คำอธิบายรายวิชา	
5.1 หมวดวิชาการศึกษาทั่วไป	5.1 หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	
5.1.1 กลุ่มวิชาภาษา	5.1.1 กลุ่มวิชาภาษา	
HG008 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร 3 (3-0-6) (Thai Language for Communication) พัฒนาทักษะการใช้ภาษาไทย มาตรฐาน หลักการฟัง การพูด การอ่าน และ การเขียน การใช้ภาษาไทยเพื่อถ่ายทอด ความคิดอย่างเป็นระบบ และสามารถสื่อสารได้ อย่างมีประสิทธิภาพ	HG008 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร 3 (3-0-6) (Thai Language for Communication) พัฒนาทักษะการใช้ภาษาไทย มาตรฐาน หลักการฟัง การพูด การอ่าน และ การเขียน การใช้ภาษาไทยเพื่อถ่ายทอด ความคิดอย่างเป็นระบบ และสามารถสื่อสารได้ อย่างมีประสิทธิภาพ	คงเดิม
HG009 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 1 3 (3-0-6) (English for Communication 1) พัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการ สื่อสารในชีวิตประจำวัน โดยเน้นทักษะการฟัง เพื่อจับใจความสำคัญและรายละเอียดจาก ข้อความหรือบทสนทนาสั้น ๆ การพูดทักทาย เริ่มต้นสนทนา แนะนำตนเอง ต้อนรับ ถามและ ตอบข้อมูลอย่างง่าย การอ่านข้อความระดับย่อ หน้าอย่างง่าย ๆ เพื่อจับใจความสำคัญและ แสดงความคิดเห็น การเขียนข้อความสั้น ๆ ใน รูปแบบทั่วไปและผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์	HG009 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 1 3 (3-0-6) (English for Communication 1) พัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการ สื่อสารในชีวิตประจำวัน โดยเน้นทักษะการฟัง เพื่อจับใจความสำคัญและรายละเอียดจาก ข้อความหรือบทสนทนาสั้น ๆ การพูดทักทาย เริ่มต้นสนทนา แนะนำตนเอง ต้อนรับ ถามและ ตอบข้อมูลอย่างง่าย การอ่านข้อความระดับย่อ หน้าอย่างง่าย ๆ เพื่อจับใจความสำคัญและ แสดงความคิดเห็น การเขียนข้อความสั้น ๆ ใน รูปแบบทั่วไปและผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>HG010 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 2 3 (3-0-6) (English for Communication 2) ศึกษาก่อน HG009 ภาษาอังกฤษ เพื่อการสื่อสาร 1 หรือ คะแนน TOEIC 250 หรือ เทียบเท่า</p> <p>พัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อ การสื่อสารในชีวิตประจำวัน โดยเน้นทักษะการ ฟังเพื่อจับใจความสำคัญและรายละเอียดจาก ข้อความหรือบทสนทนาที่ซับซ้อนขึ้น การมีส่วน ร่วมในการสนทนาโดยการถามตอบและแสดง ความคิดเห็น การพูดในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ พบในชีวิตประจำวัน รวมทั้งการนำเสนอและ เปรียบเทียบข้อมูลทางธุรกิจอย่างง่าย การอ่าน ข้อความในหัวข้อที่หลากหลายและสามารถ สรุปเรื่องได้ การเขียนข้อความในหัวข้อที่ หลากหลายทั้งในรูปแบบทั่วไปและผ่านสื่อ อิเล็กทรอนิกส์</p>	<p>HG010 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 2 3 (3-0-6) (English for Communication 2) ศึกษาก่อน HG009 ภาษาอังกฤษ เพื่อการสื่อสาร 1 หรือ คะแนน TOEIC 250 หรือ เทียบเท่า</p> <p>พัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อ การสื่อสารในชีวิตประจำวัน โดยเน้นทักษะการ ฟังเพื่อจับใจความสำคัญและรายละเอียดจาก ข้อความหรือบทสนทนาที่ซับซ้อนขึ้น การมีส่วน ร่วมในการสนทนาโดยการถามตอบและแสดง ความคิดเห็น การพูดในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ พบในชีวิตประจำวัน รวมทั้งการนำเสนอและ เปรียบเทียบข้อมูลทางธุรกิจอย่างง่าย การอ่าน ข้อความในหัวข้อที่หลากหลายและสามารถ สรุปเรื่องได้ การเขียนข้อความในหัวข้อที่ หลากหลายทั้งในรูปแบบทั่วไปและผ่านสื่อ อิเล็กทรอนิกส์</p>	คงเดิม
<p>HG011 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 3 3 (3-0-6) (English for Communication 3) ศึกษาก่อน HG010 ภาษาอังกฤษ เพื่อการสื่อสาร 2 หรือ คะแนน TOEIC 350 หรือ เทียบเท่า</p> <p>พัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษ เพื่อการสื่อสารทางธุรกิจในชีวิตประจำวัน ซึ่ง เป็นการบูรณาการทักษะการฟัง พูด อ่าน และ เขียน โดยเน้นการสนทนาทางโทรศัพท์ การ นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท สินค้า และบริการ การเปรียบเทียบและวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจ การเขียนบันทึกภายในและจดหมาย อิเล็กทรอนิกส์ การอ่านข่าวที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ และสรุปใจความสำคัญในเรื่องที่อ่าน</p>	<p>HG011 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 3 3 (3-0-6) (English for Communication 3) ศึกษาก่อน HG010 ภาษาอังกฤษ เพื่อการสื่อสาร 2 หรือ คะแนน TOEIC 350 หรือ เทียบเท่า</p> <p>พัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษ เพื่อการสื่อสารทางธุรกิจในชีวิตประจำวัน ซึ่ง เป็นการบูรณาการทักษะการฟัง พูด อ่าน และ เขียน โดยเน้นการสนทนาทางโทรศัพท์ การ นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท สินค้า และบริการ การเปรียบเทียบและวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจ การเขียนบันทึกภายในและจดหมาย อิเล็กทรอนิกส์ การอ่านข่าวที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ และสรุปใจความสำคัญในเรื่องที่อ่าน</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>HG012 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 4 3 (3-0-6) (English for Communication 4) ศึกษาก่อน HG011 ภาษาอังกฤษ เพื่อการสื่อสาร 3 หรือ คะแนน TOEIC 450 หรือ เทียบเท่า</p> <p>พัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อ การสื่อสารทางธุรกิจในชีวิตประจำวัน ซึ่งเป็น การบูรณาการทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียน โดยเน้นการประชุม การเจรจาต่อรองทางธุรกิจ เบื้องต้น การสัมภาษณ์งานในสถานการณ จำลอง การเขียนจดหมายสมัครงาน และ ประวัติส่วนตัวในรูปแบบทั่วไปและผ่านสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ การอ่านบทความและสรุปความ เกี่ยวกับสถานการณ์ธุรกิจในปัจจุบัน รวมทั้ง การสื่อสารทางธุรกิจในวัฒนธรรมที่แตกต่าง</p>	<p>HG012 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 4 3 (3-0-6) (English for Communication 4) ศึกษาก่อน HG011 ภาษาอังกฤษ เพื่อการสื่อสาร 3 หรือ คะแนน TOEIC 450 หรือ เทียบเท่า</p> <p>พัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อ การสื่อสารทางธุรกิจในชีวิตประจำวัน ซึ่งเป็น การบูรณาการทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียน โดยเน้นการประชุม การเจรจาต่อรองทางธุรกิจ เบื้องต้น การสัมภาษณ์งานในสถานการณ จำลอง การเขียนจดหมายสมัครงาน และ ประวัติส่วนตัวในรูปแบบทั่วไปและผ่านสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ การอ่านบทความและสรุปความ เกี่ยวกับสถานการณ์ธุรกิจในปัจจุบัน รวมทั้ง การสื่อสารทางธุรกิจในวัฒนธรรมที่แตกต่าง</p>	คงเดิม
5.1.2 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และ คณิตศาสตร์	5.1.2 กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และ คณิตศาสตร์	
<p>SG004 วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สมัยใหม่ 3 (3-0-6) (Modern Science and Technology) วิทยาการทางวิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยี สมัยใหม่ นวัตกรรม และการสร้าง องค์ความรู้ใหม่ ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีที่มีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม พลังงาน ผลิตภัณฑ์การเกษตร การแพทย์ การ สื่อสาร เศรษฐกิจ ธุรกิจและสังคม</p>	<p>SG004 วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สมัยใหม่ 3 (3-0-6) (Modern Science and Technology) วิทยาการทางวิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยี สมัยใหม่ นวัตกรรม และการสร้าง องค์ความรู้ใหม่ ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีที่มีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม พลังงาน ผลิตภัณฑ์การเกษตร การแพทย์ การ สื่อสาร เศรษฐกิจ ธุรกิจและสังคม</p>	คงเดิม
<p>SG005 คณิตศาสตร์และสถิติสำหรับ ชีวิตประจำวัน 3 (3-0-6) (Mathematics and Statistics for Daily Life) ความสำคัญและบทบาทของ คณิตศาสตร์และสถิติที่มีต่อวิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยี คณิตศาสตร์และสถิติที่ใช้ใน ชีวิตประจำวันและธุรกิจ การใช้โปรแกรม สำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลและการ แปลผล</p>	<p>SG005 คณิตศาสตร์และสถิติสำหรับ ชีวิตประจำวัน 3 (3-0-6) (Mathematics and Statistics for Daily Life) ความสำคัญและบทบาทของ คณิตศาสตร์และสถิติที่มีต่อวิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยี คณิตศาสตร์และสถิติที่ใช้ใน ชีวิตประจำวันและธุรกิจ การใช้โปรแกรม สำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลและการ แปลผล</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
5.1.3 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	5.1.3 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	
<p>BG002 ธุรกิจสมัยใหม่ 3 (3-0-6) (Modern Business) หลักการและการประยุกต์ใช้ความรู้พื้นฐานทางด้านธุรกิจ รูปแบบการทำธุรกิจสมัยใหม่ ความรู้เบื้องต้นทางการเงิน เศรษฐศาสตร์ การบัญชี กฎหมายธุรกิจ และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ หลักธรรมาภิบาลในองค์การ จรรยาบรรณทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม</p>	<p>BG002 ธุรกิจสมัยใหม่ 3 (3-0-6) (Modern Business) หลักการและการประยุกต์ใช้ความรู้พื้นฐานทางด้านธุรกิจ รูปแบบการทำธุรกิจสมัยใหม่ ความรู้เบื้องต้นทางการเงิน เศรษฐศาสตร์ การบัญชี กฎหมายธุรกิจ และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ หลักธรรมาภิบาลในองค์การ จรรยาบรรณทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม</p>	คงเดิม
5.1.4 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	5.1.4 กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์	
<p>HG022 การบริหารตนเอง 3 (3-0-6) (Self-Management) หลักการและการประยุกต์ใช้ความรู้เรื่องความแตกต่างระหว่างบุคคลทางจิตวิทยา พฤติกรรมทางสังคมของบุคคลและกลุ่มเกี่ยวกับการรับรู้ การเรียนรู้ แรงจูงใจ ความฉลาดทางอารมณ์ การมีวุฒิภาวะ และ สุขภาวะ การนำและการทำงานเป็นทีม การจัดการความขัดแย้งอย่างสร้างสรรค์ หลักการคิดและการใช้เหตุผล การวิเคราะห์และเข้าใจพฤติกรรมของมนุษย์และนำไปสู่การรู้จักตนเอง เข้าใจผู้อื่น และปรับตัวได้ มีคุณธรรมและจริยธรรมในการดำเนินชีวิต</p>	<p>HG022 การบริหารตนเอง 3 (3-0-6) (Self-Management) หลักการและการประยุกต์ใช้ความรู้เรื่องความแตกต่างระหว่างบุคคลทางจิตวิทยา พฤติกรรมทางสังคมของบุคคลและกลุ่มเกี่ยวกับการรับรู้ การเรียนรู้ แรงจูงใจ ความฉลาดทางอารมณ์ การมีวุฒิภาวะ และ สุขภาวะ การนำและการทำงานเป็นทีม การจัดการความขัดแย้งอย่างสร้างสรรค์ หลักการคิดและการใช้เหตุผล การวิเคราะห์และเข้าใจพฤติกรรมของมนุษย์และนำไปสู่การรู้จักตนเอง เข้าใจผู้อื่น และปรับตัวได้ มีคุณธรรมและจริยธรรมในการดำเนินชีวิต</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
5.1.5 กลุ่มวิชาพัฒนาคุณภาพชีวิต	5.1.5 กลุ่มวิชาพัฒนาคุณภาพชีวิต	
<p>HG032 ทักษะการดำรงชีวิตในสังคมโลก 3 (3-0-6)</p> <p>(Global Life Skills)</p> <p>ความรู้และทักษะที่จำเป็นในการดำรงชีวิต เกี่ยวกับสถาบันทางสังคม การเมือง และการปกครองในระบอบประชาธิปไตย การเปลี่ยนแปลงของสังคมโลกที่มีต่อเศรษฐกิจ และสังคมไทย และกลุ่มประเทศอาเซียน ตลอดจนความแตกต่างทางด้าน ศิลปวัฒนธรรม ทักษะทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร รวมทั้งการพัฒนาบุคลิกภาพ การสมาคม และการสร้างความน่าเชื่อถือในสังคม</p>	<p>HG032 ทักษะการดำรงชีวิตในสังคมโลก 3 (3-0-6)</p> <p>(Global Life Skills)</p> <p>ความรู้และทักษะที่จำเป็นในการดำรงชีวิต เกี่ยวกับสถาบันทางสังคม การเมือง และการปกครองในระบอบประชาธิปไตย การเปลี่ยนแปลงของสังคมโลกที่มีต่อเศรษฐกิจ และสังคมไทย และกลุ่มประเทศอาเซียน ตลอดจนความแตกต่างทางด้าน ศิลปวัฒนธรรม ทักษะทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร รวมทั้งการพัฒนาบุคลิกภาพ การสมาคม และการสร้างความน่าเชื่อถือในสังคม</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
5.2 หมวดวิชาเฉพาะ	5.2 หมวดวิชาเฉพาะ	
5.2.1 วิชาพื้นฐานวิชาชีพ	5.2.1 กลุ่มวิชาแกนนิเทศศาสตร์	
<p>BA961 หลักการตลาด 3 (3-0-6) (Principles of Marketing)</p> <p>ความหมายของการตลาด แนวความคิดทางการตลาด ความสำคัญของการตลาดที่มีต่อธุรกิจและเศรษฐกิจ หน้าที่ทางการตลาด สิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลทางการตลาด พฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจซื้อ ตลาดและส่วนแบ่งการตลาด การใช้ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด</p>	<p>BA961 หลักการตลาด 3 (3-0-6) (Principles of Marketing)</p> <p>ความหมายของการตลาด แนวความคิดทางการตลาด ความสำคัญของการตลาดที่มีต่อธุรกิจและเศรษฐกิจ หน้าที่ทางการตลาด สิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลทางการตลาด พฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจซื้อ ตลาดและส่วนแบ่งการตลาด การใช้ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด</p>	คงเดิม
<p>EC961 เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น 3 (3-0-6) (Introduction to Economics)</p> <p>หลักพื้นฐานทางเศรษฐศาสตร์ทั่วไป ระดับจุลภาคและมหภาค การทำงานของกลไกราคา โครงสร้างตลาดแบบต่าง ๆ การผลิตและต้นทุนการผลิต ปัญหาผลกระทบภายนอกและการจัดสรรสินค้าสาธารณะ หลักการเบื้องต้นของการคำนวณรายได้ประชาชาติ โครงสร้างของระบบเศรษฐกิจไทย การบริโภค การออม การลงทุน ตลาดเงินและตลาดทุน การค้าระหว่างประเทศ นโยบายการเงินและการคลัง ปัญหาเศรษฐกิจที่สำคัญ อาทิ เงินเฟ้อ การว่างงาน เงินฝืด เงินตึง รวมทั้งปัญหาเศรษฐกิจปัจจุบัน และแนวทางการแก้ไข</p>	<p>EC961 เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น 3 (3-0-6) (Introduction to Economics)</p> <p>หลักพื้นฐานทางเศรษฐศาสตร์ทั่วไป ระดับจุลภาคและมหภาค การทำงานของกลไกราคา โครงสร้างตลาดแบบต่าง ๆ การผลิตและต้นทุนการผลิต ปัญหาผลกระทบภายนอกและการจัดสรรสินค้าสาธารณะ หลักการเบื้องต้นของการคำนวณรายได้ประชาชาติ โครงสร้างของระบบเศรษฐกิจไทย การบริโภค การออม การลงทุน ตลาดเงินและตลาดทุน การค้าระหว่างประเทศ นโยบายการเงินและการคลัง ปัญหาเศรษฐกิจที่สำคัญ อาทิ เงินเฟ้อ การว่างงาน เงินฝืด เงินตึง รวมทั้งปัญหาเศรษฐกิจปัจจุบัน และแนวทางการแก้ไข</p>	คงเดิม
<p>LW961 กฎหมาย การเมือง และการปกครองของไทย 3 (3-0-6) (Thai Law Politics and Government)</p> <p>ความหมาย ความสำคัญของหลักการของกฎหมาย ระบบกฎหมาย หลักกฎหมายทั่วไป กฎหมายรัฐธรรมนูญ กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กฎหมายอาญา ศีกรูปแบบของการเมือง รัฐและสถาบันทางการเมือง โครงสร้างและวิวัฒนาการทางการเมือง การปกครองของไทย ระบบและกลไกการบริหารของรัฐ</p>	<p>LW961 กฎหมาย การเมือง และการปกครองของไทย 3 (3-0-6) (Thai Law Politics and Government)</p> <p>ความหมาย ความสำคัญของหลักการของกฎหมาย ระบบกฎหมาย หลักกฎหมายทั่วไป กฎหมายรัฐธรรมนูญ กฎหมายแพ่งและพาณิชย์กฎหมายอาญา ศีกรูปแบบของการเมือง รัฐและสถาบันทางการเมือง โครงสร้างและวิวัฒนาการทางการเมือง การปกครองของไทย ระบบและกลไกการบริหารของรัฐ</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CA106 หลักนิเทศศาสตร์ 3 (3-0-6) (Principles of Communication) ความหมาย ความสำคัญ ประเภท องค์ประกอบ และกระบวนการสื่อสาร หลักการสื่อสาร ปัจจัยและอุปสรรคของการสื่อสาร แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารในระดับต่าง ๆ ได้แก่ การสื่อสารภายในบุคคล การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่ม การสื่อสารมวลชน และบทบาทของการสื่อสารในการพัฒนาสังคม</p>	<p>CA106 หลักนิเทศศาสตร์ 3 (3-0-6) (Principles of Communication) ความหมาย ความสำคัญ ประเภท องค์ประกอบ และกระบวนการสื่อสาร หลักการสื่อสาร ปัจจัยและอุปสรรคของการสื่อสาร แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารในระดับต่าง ๆ ได้แก่ การสื่อสารภายในบุคคล การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่ม การสื่อสารมวลชน และบทบาทของการสื่อสารในการพัฒนาสังคม</p>	คงเดิม
<p>CA107 พื้นฐานการสื่อสารมวลชน 3 (3-0-6) (Fundamentals of Mass Communication) ศึกษาก่อน CA106 หลักนิเทศศาสตร์ ความหมาย ความสำคัญ ประเภท องค์ประกอบ กระบวนการ และแบบจำลองของการสื่อสารมวลชน วิวัฒนาการ บทบาทหน้าที่ โครงสร้าง ระบบสื่อสารมวลชน จรรยาบรรณและความรับผิดชอบของสื่อมวลชน อิทธิพลของการสื่อสารมวลชนต่อสังคม การวิเคราะห์ ผู้รับสารสื่อมวลชน องค์การสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ</p>	<p>CA107 พื้นฐานการสื่อสารมวลชน 3 (3-0-6) (Fundamentals of Mass Communication) ศึกษาก่อน CA106 หลักนิเทศศาสตร์ ความหมาย ความสำคัญ ประเภท องค์ประกอบ กระบวนการ และแบบจำลองของการสื่อสารมวลชน วิวัฒนาการ บทบาทหน้าที่ โครงสร้าง ระบบสื่อสารมวลชน จรรยาบรรณและความรับผิดชอบของสื่อมวลชน อิทธิพลของการสื่อสารมวลชนต่อสังคม การวิเคราะห์ผู้รับสารสื่อมวลชน องค์การสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ</p>	คงเดิม
<p>CA108 พื้นฐานการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ 3 (3-0-6) (Fundamentals of Strategic Communication) ศึกษาก่อน CA106 หลักนิเทศศาสตร์ หลักการ แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ การสร้างและสื่อสารแบรนด์ระดับองค์กร ระดับสินค้าและบริการ การใช้เครื่องมือหลักในการสื่อสารแบรนด์ โดยเน้นหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และกระบวนการดำเนินงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา จรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อสังคมในการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ขององค์กร</p>	<p>CA108 พื้นฐานการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ 3 (3-0-6) (Fundamentals of Strategic Communication) ศึกษาก่อน CA106 หลักนิเทศศาสตร์ หลักการ แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ การสร้างและสื่อสารแบรนด์ระดับองค์กร ระดับสินค้าและบริการ การใช้เครื่องมือหลักในการสื่อสารแบรนด์ โดยเน้นหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และกระบวนการดำเนินงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา จรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อสังคมในการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ขององค์กร</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CA109 พัฒนาทักษะการอ่าน 3 (3-0-6) (Reading Skill Development)</p> <p>ฝึกการอ่านเพื่อจับใจความสำคัญ ศึกษารูปแบบการเขียนของบทอ่าน วิเคราะห์ วิจรรณ์ และประเมินคุณค่าของบทอ่าน โดยเน้น บทอ่านจากสื่อต่าง ๆ ทั้งที่มีจุดมุ่งหมายเพื่องาน สื่อสารมวลชนและงานอื่น ๆ ได้แก่ ข่าว บทความ สารคดี สารคดีเชิงข่าว รายงาน</p>	<p>CA109 พัฒนาทักษะการอ่าน 3 (3-0-6) (Reading Skill Development)</p> <p>ฝึกการอ่านเพื่อจับใจความสำคัญ ศึกษารูปแบบการเขียนของบทอ่าน วิเคราะห์ วิจรรณ์ และประเมินคุณค่าของบทอ่าน โดย เน้นบทอ่านจากสื่อต่าง ๆ ทั้งที่มีจุดมุ่งหมาย เพื่องานสื่อสารมวลชนและงานอื่น ๆ ได้แก่ ข่าว บทความ สารคดี สารคดีเชิงข่าว รายงาน</p>	คงเดิม
<p>CA110 พัฒนาทักษะการเขียน 3 (3-0-6) (Writing Skill Development)</p> <p>ศึกษาก่อน HG008 ภาษาไทยเพื่อการ สื่อสาร</p> <p>ฝึกการเขียนอย่างมีระบบเพื่อให้บรรลุ จุดประสงค์ที่ต้องการ ได้แก่ การเขียนเพื่อ เล่าเรื่อง เพื่ออธิบายคำหรือข้อความ เพื่อแสดง ความคิดเห็น และเพื่อสร้างจินตนาการ โดย เริ่มต้นจากการกำหนดจุดมุ่งหมายของการเขียน การวางแผนโครงเรื่อง การนำเสนอ และการใช้ ภาษาในการสื่อสาร</p>	<p>CA110 พัฒนาทักษะการเขียน 3 (3-0-6) (Writing Skill Development)</p> <p>ศึกษาก่อน HG008 ภาษาไทยเพื่อการ สื่อสาร</p> <p>ฝึกการเขียนอย่างมีระบบเพื่อให้บรรลุ จุดประสงค์ที่ต้องการ ได้แก่ การเขียนเพื่อ เล่าเรื่อง เพื่ออธิบายคำหรือข้อความ เพื่อแสดง ความคิดเห็น และเพื่อสร้างจินตนาการ โดย เริ่มต้นจากการกำหนดจุดมุ่งหมายของการ เขียน การวางแผนโครงเรื่อง การนำเสนอ และ การใช้ภาษาในการสื่อสาร</p>	คงเดิม
<p>CA202 วาสนิเทศ 3 (3-0-6) (Speech Communication)</p> <p>ทฤษฎีหลักการพูด ความสำคัญ องค์ประกอบและประเภทของการพูด การ เตรียมการพูด ฝึกการพูดประเภทต่าง ๆ ในที่ ชุมชน ได้แก่ การพูดเล่าเรื่อง การพูดโน้มน้าวใจ การสัมภาษณ์ การประชุม การอภิปราย และการ ได้วาที รวมทั้งฝึกการวิเคราะห์ วิจรรณ์ และ ประเมินผลการพูด</p>	<p>CA202 วาสนิเทศ 3 (3-0-6) (Speech Communication)</p> <p>ทฤษฎีหลักการพูด ความสำคัญ องค์ประกอบและประเภทของการพูด การ เตรียมการพูด ฝึกการพูดประเภทต่าง ๆ ในที่ ชุมชน ได้แก่ การพูดเล่าเรื่อง การพูดโน้มน้าวใจ การสัมภาษณ์ การประชุม การอภิปราย และการได้วาที รวมทั้งฝึกการวิเคราะห์ วิจรรณ์ และประเมินผลการพูด</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CA205 ศิลปะการสื่อสารผ่านภาพและเสียง 3 (2-2-5)</p> <p>(Audio and Visual Arts for Communication)</p> <p>จิตวิทยาการสื่อสารด้วยภาพ ตัวอักษร และเสียง การใช้จิตวิทยาในการถ่ายทอดความคิดและความรู้สึกเพื่อให้สอดคล้องกับความรู้และความเข้าใจของผู้รับสาร การจัดองค์ประกอบของภาพและเสียง ทฤษฎีและเทคนิคเบื้องต้นเกี่ยวกับการถ่ายภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ฝึกการถ่ายภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวเบื้องต้นทั้งในสตูดิโอและนอกสถานที่</p>	<p>CA205 ศิลปะการสื่อสารผ่านภาพและเสียง 3 (2-2-5)</p> <p>(Audio and Visual Arts for Communication)</p> <p>จิตวิทยาการสื่อสารด้วยภาพ ตัวอักษร และเสียง การใช้จิตวิทยาในการถ่ายทอดความคิดและความรู้สึกเพื่อให้สอดคล้องกับความรู้และความเข้าใจของผู้รับสาร การจัดองค์ประกอบของภาพและเสียง ทฤษฎีและเทคนิคเบื้องต้นเกี่ยวกับการถ่ายภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ฝึกการถ่ายภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวเบื้องต้นทั้งในสตูดิโอและนอกสถานที่</p>	คงเดิม
<p>CA206 หลักการสื่อข่าวและเขียนข่าว 3 (3-0-6)</p> <p>(News Reporting and Writing)</p> <p>ความหมาย องค์ประกอบ และประเภทของข่าว คุณสมบัติ ความรับผิดชอบ และจริยธรรมของผู้สื่อข่าว การประเมินคุณค่าของแหล่งข่าว เน้นเทคนิคการจับประเด็นข่าว เทคนิคการสืบค้นและรวบรวมข้อมูล รวมทั้งฝึกการเขียนข่าวเพื่อรายงานทางหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์</p>	<p>CA206 หลักการสื่อข่าวและเขียนข่าว 3 (3-0-6)</p> <p>(News Reporting and Writing)</p> <p>ความหมาย องค์ประกอบ และประเภทของข่าว คุณสมบัติ ความรับผิดชอบ และจริยธรรมของผู้สื่อข่าว การประเมินคุณค่าของแหล่งข่าว เน้นเทคนิคการจับประเด็นข่าว เทคนิคการสืบค้นและรวบรวมข้อมูล รวมทั้งฝึกการเขียนข่าวเพื่อรายงานทางหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CA303 ภาษาอังกฤษสำหรับงานนิเทศ</p> <p>ศาสตร์ 3 (3-0-6) (English for Communication Arts)</p> <p>สอบผ่าน: HG012 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 4</p> <p>ฝึกการฟังเพื่อความเข้าใจ โดยสามารถจับใจความสำคัญและรายละเอียดของบทสนทนา ข่าว สารคดี รายงาน การบรรยาย ฝึกการพูด การแสดงความคิดเห็น การสัมภาษณ์ การเสนอรายงาน สรุปความจากที่ฟัง ฝึกการอ่านสิ่งตีพิมพ์ภาษาอังกฤษทางด้านนิเทศศาสตร์ ได้แก่ ข่าว โฆษณา บทความ เพื่อจับใจความสำคัญและรายละเอียด ฝึกการเขียนสรุปความข่าวและการรายงานข่าว</p>	<p>CA303 ภาษาอังกฤษสำหรับงานนิเทศ</p> <p>ศาสตร์ 3 (3-0-6) (English for Communication Arts)</p> <p>สอบผ่าน: HG012 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 4</p> <p>ฝึกการฟังเพื่อความเข้าใจ โดยสามารถจับใจความสำคัญและรายละเอียดของบทสนทนา ข่าว สารคดี รายงาน การบรรยาย ฝึกการพูด การแสดงความคิดเห็น การสัมภาษณ์ การเสนอรายงาน สรุปความจากที่ฟัง ฝึกการอ่านสิ่งตีพิมพ์ภาษาอังกฤษทางด้านนิเทศศาสตร์ ได้แก่ ข่าว โฆษณา บทความ เพื่อจับใจความสำคัญและรายละเอียด ฝึกการเขียนสรุปความข่าวและการรายงานข่าว</p>	คงเดิม
<p>CA304 การวิจัยเบื้องต้นทางนิเทศศาสตร์</p> <p>3 (3-0-6) (Introduction to Communication Research)</p> <p>หลัก และแนวคิดเกี่ยวกับระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์ กระบวนการวิจัย ตั้งแต่การตั้งปัญหามาวิจัย การสำรวจวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การตั้งสมมติฐาน การเลือกตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การใช้สถิติเบื้องต้นในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอผลการวิจัย</p>	<p>CA304 การวิจัยเบื้องต้นทางนิเทศศาสตร์</p> <p>3 (3-0-6) (Introduction to Communication Research)</p> <p>หลัก และแนวคิดเกี่ยวกับระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์ กระบวนการวิจัย ตั้งแต่การตั้งปัญหามาวิจัย การสำรวจวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การตั้งสมมติฐาน การเลือกตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การใช้สถิติเบื้องต้นในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอผลการวิจัย</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CA305 การจัดการสารสนเทศเพื่องาน นิเทศศาสตร์ 3 (2-2-5) (Information Management for Communication)</p> <p>แนวคิด หลักการ โครงสร้าง และ กระบวนการทางสารสนเทศ การใช้แหล่ง สารสนเทศ การสืบค้น การแปลผลข้อมูลที่ ซับซ้อน และการนำเสนอสารสนเทศ ฝึกทักษะ การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการจัดการและการ สื่อสารสารสนเทศสำหรับงานนิเทศศาสตร์</p>	<p>CA305 การจัดการสารสนเทศเพื่องาน นิเทศศาสตร์ 3 (2-2-5) (Information Management for Communication)</p> <p>แนวคิด หลักการ โครงสร้าง และ กระบวนการทางสารสนเทศ การใช้แหล่ง สารสนเทศ การสืบค้น การแปลผลข้อมูลที่ ซับซ้อน และการนำเสนอสารสนเทศ ฝึกทักษะ การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการจัดการและ การสื่อสารสารสนเทศสำหรับงานนิเทศศาสตร์</p>	<p>คงเดิม</p>
<p>CA306 กฎหมายและจริยธรรม นิเทศศาสตร์ 3 (3-0-6) (Law and Ethics for Communication)</p> <p>กฎหมายเกี่ยวกับงานนิเทศศาสตร์ การ โฆษณา การประชาสัมพันธ์และสื่อทุกประเภท เช่น กฎหมายอาญาว่าด้วยการหมิ่นประมาท ละเมิดและความรับผิดชอบทางแพ่ง กฎหมาย ลิขสิทธิ์และสิทธิบัตร จริยธรรมและจรรยาบรรณ ของนักนิเทศศาสตร์ โดยคำนึงถึงความ รับผิดชอบต่อสังคม</p>	<p>CA306 กฎหมายและจริยธรรม นิเทศศาสตร์ 3 (3-0-6) (Law and Ethics for Communication)</p> <p>กฎหมายเกี่ยวกับงานนิเทศศาสตร์ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์และสื่อทุก ประเภท เช่น กฎหมายอาญาว่าด้วยการหมิ่น ประมาท ละเมิดและความรับผิดชอบทางแพ่ง กฎหมายลิขสิทธิ์และสิทธิบัตร จริยธรรมและ จรรยาบรรณของนักนิเทศศาสตร์ โดยคำนึงถึง รับผิดชอบต่อสังคม</p>	<p>คงเดิม</p>

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
5.2.2 กลุ่มวิชาแกนสาขาวิชา	5.2.2 กลุ่มวิชาแกนสาขาวิชา	
<p>CS 001 ความคิดสร้างสรรค์เพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ 3 (3-0-6) (Creativity for Strategic Communication)</p> <p>หลักการ แนวคิด และทฤษฎีการพัฒนาความคิดเชิงสร้างสรรค์ การคิดเชิงวิเคราะห์ การคิดเชิงวิพากษ์ เพื่อพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารที่แตกต่าง การสร้างสรรค์เครื่องมือและเนื้อหาเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ต่าง ๆ โดยใช้กรณีศึกษาจากการสื่อสารเชิงกลยุทธ์เพื่อฝึกพัฒนาความคิดสร้างสรรค์</p>	<p>CS 001 ความคิดสร้างสรรค์เพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ 3 (3-0-6) (Creativity for Strategic Communication)</p> <p>หลักการ แนวคิด และทฤษฎีการพัฒนาความคิดเชิงสร้างสรรค์ การคิดเชิงวิเคราะห์ การคิดเชิงวิพากษ์ เพื่อพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารที่แตกต่าง การสร้างสรรค์เครื่องมือและเนื้อหาเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ต่าง ๆ โดยใช้กรณีศึกษาจากการสื่อสารเชิงกลยุทธ์เพื่อฝึกพัฒนาความคิดสร้างสรรค์</p>	คงเดิม
<p>CS 002 เครื่องมือเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ 3 (3-0-6) (Tools for Strategic Communication)</p> <p>หลักการ แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับเครื่องมือสื่อสารเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ ประเภทของเครื่องมือสื่อสารที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา รวมทั้งสื่อใหม่ การบูรณาการเครื่องมือสื่อสารที่เหมาะสมสำหรับการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ทั้งในระดับองค์กร และสินค้าหรือบริการ โดยฝึกออกแบบเครื่องมือสื่อสารเชิงกลยุทธ์เบื้องต้น</p>	<p>CS 002 เครื่องมือเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ 3 (3-0-6) (Tools for Strategic Communication)</p> <p>หลักการ แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับเครื่องมือสื่อสารเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ ประเภทของเครื่องมือสื่อสารที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา รวมทั้งสื่อใหม่ การบูรณาการเครื่องมือสื่อสารที่เหมาะสมสำหรับการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ทั้งในระดับองค์กร และสินค้าหรือบริการ โดยฝึกออกแบบเครื่องมือสื่อสารเชิงกลยุทธ์เบื้องต้น</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CS 003 การวิจัยเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ 3 (3-0-6) (Research for Strategic Communication) สอบผ่าน CA304 การวิจัยเบื้องต้นทางนิเทศศาสตร์</p> <p>แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับการวิจัยเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ กระบวนการวิจัยเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ โดยเน้นการฝึกเขียนโครงร่างการวิจัย การดำเนินงานวิจัย และการเขียนรายงานการวิจัยสำหรับงานสื่อสารเชิงกลยุทธ์ ได้แก่ การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารองค์กร การวิจัยเพื่อการโฆษณา และการสื่อสารการตลาด</p>	<p>CS 003 การวิจัยเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ 3 (3-0-6) (Research for Strategic Communication) สอบผ่าน CA304 การวิจัยเบื้องต้นทางนิเทศศาสตร์</p> <p>แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับการวิจัยเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ กระบวนการวิจัยเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ โดยเน้นการฝึกเขียนโครงร่างการวิจัย การดำเนินงานวิจัย และการเขียนรายงานการวิจัยสำหรับงานสื่อสารเชิงกลยุทธ์ ได้แก่ การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร การวิจัยเพื่อการโฆษณาและการสื่อสารการตลาด</p>	คงเดิม
5.2.3 วิชาเอก (การประชาสัมพันธ์)	5.2.3 กลุ่มวิชาเอก การประชาสัมพันธ์	
5.2.3.1 รายวิชาบังคับ	5.2.3.1 วิชาเอกบังคับ	
<p>CS 101 การสื่อสารองค์กร 3 (3-0-6) (Corporate Communication)</p> <p>แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับการสื่อสาร องค์กร และการสื่อสารองค์กร โดยครอบคลุมการสื่อสารองค์กรกับกลุ่มประชาชนเป้าหมายภายใน และการสื่อสารองค์กรกับกลุ่มประชาชนเป้าหมายต่าง ๆ ภายนอก รวมทั้งหลักการที่เป็นพื้นฐานสำคัญซึ่งเกี่ยวข้องกับการสื่อสารองค์กร ได้แก่ การสร้างอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์และชื่อเสียง ความรับผิดชอบต่อสังคม การโฆษณาองค์กร และการสื่อสารในภาวะวิกฤติ</p>	<p>CS 101 การสื่อสารองค์กร 3 (3-0-6) (Corporate Communication)</p> <p>แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับการสื่อสาร องค์กร และการสื่อสารองค์กร โดยครอบคลุมการสื่อสารองค์กรกับกลุ่มประชาชนเป้าหมายภายใน และการสื่อสารองค์กรกับกลุ่มประชาชนเป้าหมายต่าง ๆ ภายนอก รวมทั้งหลักการที่เป็นพื้นฐานสำคัญซึ่งเกี่ยวข้องกับการสื่อสารองค์กร ได้แก่ การสร้างอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์และชื่อเสียง ความรับผิดชอบต่อสังคม การโฆษณาองค์กร และการสื่อสารในภาวะวิกฤติ</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CS 102 การประชาสัมพันธ์การตลาด 3 (3-0-6) (Marketing Public Relations) แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การตลาด ความแตกต่างระหว่างการประชาสัมพันธ์การตลาดกับการประชาสัมพันธ์รูปแบบอื่น ๆ วิธีการและเครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การตลาด ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการประยุกต์ใช้การประชาสัมพันธ์การตลาด ตลอดจนการวางแผนและการประเมินผลการประชาสัมพันธ์การตลาด</p>	<p>CS 102 การประชาสัมพันธ์การตลาด 3 (3-0-6) (Marketing Public Relations) แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การตลาด ความแตกต่างระหว่างการประชาสัมพันธ์การตลาดกับการประชาสัมพันธ์รูปแบบอื่น ๆ วิธีการและเครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การตลาด ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการประยุกต์ใช้การประชาสัมพันธ์การตลาด ตลอดจนการวางแผนและการประเมินผลการประชาสัมพันธ์การตลาด</p>	คงเดิม
<p>CS 103 การออกแบบสารและการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ 1 3 (3-0-6) (Message Design and Writing for Public Relations I) แนวคิดและเทคนิคการวิเคราะห์ผู้รับสารและออกแบบเนื้อหาสารประเภทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ฝึกการคิดและวิเคราะห์เชิงสร้างสรรค์เพื่อผลิตงานเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทข่าวประชาสัมพันธ์ บทสัมภาษณ์ คำบรรยายภาพเพื่อเผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารประเภทต่าง ๆ</p>	<p>CS 103 การออกแบบสารและการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ 1 3 (3-0-6) (Message Design and Writing for Public Relations I) แนวคิดและเทคนิคการวิเคราะห์ผู้รับสารและออกแบบเนื้อหาสารประเภทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ฝึกการคิดและวิเคราะห์เชิงสร้างสรรค์เพื่อผลิตงานเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทข่าวประชาสัมพันธ์ บทสัมภาษณ์ คำบรรยายภาพเพื่อเผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารประเภทต่าง ๆ</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CS 104 การออกแบบสารและการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ 2 3 (3-0-6) (Message Design and Writing for Public Relations II) ศึกษาก่อน CS 103 การออกแบบสารและการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ 1</p> <p>แนวคิดและเทคนิคการวิเคราะห์ผู้รับสารและออกแบบเนื้อหาสารประเภทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ฝึกการคิดและวิเคราะห์เชิงสร้างสรรค์เพื่อผลิตงานเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทบทความ สารคดี ประกาศ แถลงการณ์ สุนทรพจน์ เพื่อเผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารประเภทต่าง ๆ</p>	<p>CS 104 การออกแบบสารและการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ 2 3 (3-0-6) (Message Design and Writing for Public Relations II) ศึกษาก่อน CS 103 การออกแบบสารและการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ 1</p> <p>แนวคิดและเทคนิคการวิเคราะห์ผู้รับสารและออกแบบเนื้อหาสารประเภทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ฝึกการคิดและวิเคราะห์เชิงสร้างสรรค์เพื่อผลิตงานเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทบทความ สารคดี ประกาศ แถลงการณ์ สุนทรพจน์ เพื่อเผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารประเภทต่าง ๆ</p>	คงเดิม
<p>CS 105 การออกแบบและผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ 3 (2-2-5) (Media Design and Production For Public Relations) ศึกษาก่อน CS 002 เครื่องมือเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์</p> <p>แนวคิด หลักการและเทคนิคเกี่ยวกับการออกแบบสร้างสรรค์สื่อและผลิตสื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กรและกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ทั้งวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ และสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ และการประเมินผลสื่อ ฝึกปฏิบัติการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์วิทยุกระจายเสียงและสื่อดิจิทัล</p>	<p>CS 105 การออกแบบและผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ 3 (2-2-5) (Media Design and Production For Public Relations) ศึกษาก่อน CS 002 เครื่องมือเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์</p> <p>แนวคิด หลักการและเทคนิคเกี่ยวกับการออกแบบสร้างสรรค์สื่อและผลิตสื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กรและกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ทั้งวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ และสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ และการประเมินผลสื่อ ฝึกปฏิบัติการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์วิทยุกระจายเสียงและสื่อดิจิทัล</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CS 106 การวางแผนและบริหารงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ 3 (3-0-6) (Planning and Management for Strategic Public Relations) แนวคิด หลักการเกี่ยวกับการวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ การวิเคราะห์สถานการณ์องค์กร ความท้าทายเชิงกลยุทธ์ และกลุ่มเป้าหมาย เทคนิคการวางแผนกลยุทธ์ และการประชาสัมพันธ์ การวางแผนสื่อ แนวทางการบริหารแผนงาน และการประเมินผล ฝึกการวิเคราะห์และเขียนแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์</p>	<p>CS 106 การวางแผนและบริหารงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ 3 (3-0-6) (Planning and Management for Strategic Public Relations) แนวคิด หลักการเกี่ยวกับการวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ การวิเคราะห์สถานการณ์องค์กร ความท้าทายเชิงกลยุทธ์ และกลุ่มเป้าหมาย เทคนิคการวางแผนกลยุทธ์และการประชาสัมพันธ์ การวางแผนสื่อ แนวทางการบริหารแผนงาน และการประเมินผล ฝึกการวิเคราะห์และเขียนแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์</p>	คงเดิม
<p>CS 107 สัมมนาการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ 3 (3-0-6) (Seminar on Strategic Public Relations) ศึกษาก่อน CS 101 การสื่อสารองค์กร การวิเคราะห์สถานการณ์ ปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาในกระบวนการสื่อสารองค์กรและการประชาสัมพันธ์ ทั้งในระดับการบริหารจัดการและระดับปฏิบัติการ การสื่อสารในภาวะวิกฤติ โดยศึกษาจากกรณีตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร และพิจารณาความรับผิดชอบต่อสังคมบนพื้นฐานของจรรยาบรรณวิชาชีพและจริยธรรม</p>	<p>CS 107 สัมมนาการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ 3 (3-0-6) (Seminar on Strategic Public Relations) ศึกษาก่อน CS 101 การสื่อสารองค์กร การวิเคราะห์สถานการณ์ ปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาในกระบวนการสื่อสารองค์กรและการประชาสัมพันธ์ ทั้งในระดับการบริหารจัดการและระดับปฏิบัติการ การสื่อสารในภาวะวิกฤติ โดยศึกษาจากกรณีตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร และพิจารณาความรับผิดชอบต่อสังคมบนพื้นฐานของจรรยาบรรณวิชาชีพและจริยธรรม</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CS 108 ประสบการณ์วิชาชีพ 3 (0-6-3) ทางการประชาสัมพันธ์ (Public Relations Practicum) <u>สอบผ่าน</u> รายวิชาในหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิตและตามเกณฑ์ที่ สาขาวิชากำหนด</p> <p>จัดให้นักศึกษาออกฝึกงานสื่อสาร องค์กรหรืองานประชาสัมพันธ์ ในหน่วยงานทั้ง ภาครัฐและภาคเอกชน โดยได้รับความเห็นชอบ จากสาขาวิชา ให้มีระยะเวลาการฝึกงานไม่น้อย กว่า 12 สัปดาห์ หรือไม่ต่ำกว่า 400 ชั่วโมง ตามที่สาขาวิชากำหนด และให้เสนอรายงานการ ฝึกงานประกอบ</p>	<p>CS 108 ประสบการณ์วิชาชีพ 3 (0-6-3) ทางการประชาสัมพันธ์ (Public Relations Practicum) <u>สอบผ่าน</u> รายวิชาในหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิตและตามเกณฑ์ที่ สาขาวิชากำหนด</p> <p>จัดให้นักศึกษาออกฝึกงานสื่อสาร องค์กรหรืองานประชาสัมพันธ์ ในหน่วยงานทั้ง ภาครัฐและภาคเอกชน โดยได้รับความ เห็นชอบจากสาขาวิชา ให้มีระยะเวลาการ ฝึกงานไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ หรือไม่ต่ำกว่า 400 ชั่วโมงตามที่สาขาวิชากำหนด และให้ เสนอรายงานการฝึกงานประกอบ</p>	<p>คงเดิม</p>
<p>CS 109 โครงการด้านการ 3(1-0-8) ประชาสัมพันธ์ 3 (1-0-8) (Public Relations Project) <u>สอบผ่าน</u> รายวิชาในหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิตและตามเกณฑ์ที่ สาขาวิชากำหนด</p> <p>นักศึกษาที่สาขาวิชาพิจารณาว่า มี คุณสมบัติเหมาะสมในการจัดทำโครงการด้าน การประชาสัมพันธ์ แทนการออกฝึกงานใน หน่วยงานภายนอก ตามรายวิชา CS 108 ประสบการณ์วิชาชีพทางการประชาสัมพันธ์ ให้ จัดทำโครงการเรื่องใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการ สื่อสารองค์กรหรือการประชาสัมพันธ์ โดย นักศึกษาต้องเขียนโครงการและนำเสนอต่อ อาจารย์ที่ปรึกษา ดำเนินโครงการ และ/หรือ ผลิตผลงาน ตามโครงการที่ได้รับความเห็นชอบ</p>	<p>CS 109 โครงการด้านการ 3(1-0-8) ประชาสัมพันธ์ 3 (1-0-8) (Public Relations Project) <u>สอบผ่าน</u> รายวิชาในหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิตและตามเกณฑ์ที่ สาขาวิชากำหนด</p> <p>นักศึกษาที่สาขาวิชาพิจารณาว่า มี คุณสมบัติเหมาะสมในการจัดทำโครงการด้าน การประชาสัมพันธ์ แทนการออกฝึกงานใน หน่วยงานภายนอก ตามรายวิชา CS 108 ประสบการณ์วิชาชีพทางการประชาสัมพันธ์ ให้จัดทำโครงการเรื่องใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการ สื่อสารองค์กรหรือการประชาสัมพันธ์ โดย นักศึกษาต้องเขียนโครงการและนำเสนอต่อ อาจารย์ที่ปรึกษา ดำเนินโครงการ และ/หรือ ผลิตผลงาน ตามโครงการที่ได้รับความ เห็นชอบ</p>	<p>คงเดิม</p>

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CS 110 สหกิจศึกษา 6 (0-40-20) (Co-operative Education) สอบผ่าน รายวิชาในหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิตและตามเกณฑ์ที่ สาขาวิชากำหนด</p> <p>การปฏิบัติงานจริงในสถาน ประกอบการอย่างมีระบบ ตามสาขาวิชาที่ศึกษา เป็นระยะเวลา 1 ภาคการศึกษาในฐานะ พนักงานชั่วคราว นักศึกษาจะต้องเข้ารับการ เตรียมความพร้อมทั้งทางด้านวิชาการ และการ ปฏิบัติตนในสังคม การทำงาน รวมทั้งดำเนินการ ตามขั้นตอนของสหกิจศึกษาที่มหาวิทยาลัย กำหนด การปฏิบัติงานและการประเมินผล อยู่ ภายใต้การกำกับดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาของ สาขาวิชา และพนักงานที่ปรึกษาที่สถาน ประกอบการมอบหมาย</p>	<p>CS 110 สหกิจศึกษา 6 (0-40-20) (Co-operative Education) สอบผ่าน รายวิชาในหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิตและตามเกณฑ์ที่ สาขาวิชากำหนด</p> <p>การปฏิบัติงานจริงในสถาน ประกอบการอย่างมีระบบ ตามสาขาวิชาที่ ศึกษาเป็นระยะเวลา 1 ภาคการศึกษาในฐานะ พนักงานชั่วคราว นักศึกษาจะต้องเข้ารับการ เตรียมความพร้อมทั้งทางด้านวิชาการ และการ ปฏิบัติตนในสังคม การทำงาน รวมทั้ง ดำเนินการตามขั้นตอนของสหกิจศึกษาที่ มหาวิทยาลัยกำหนด การปฏิบัติงานและการ ประเมินผล อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ อาจารย์ที่ปรึกษาของสาขาวิชา และพนักงานที่ ปรึกษาที่สถานประกอบการมอบหมาย</p>	คงเดิม
5.2.3.2 รายวิชาเลือก	5.2.3.2 วิชาเอกเลือก	
<p>CS 131 การประชาสัมพันธ์ธุรกิจบันเทิง และการท่องเที่ยว 3 (3-0-6) (Public Relations for Entertainment and Tourism Businesses)</p> <p>แนวคิด หลักการและแนวทางการ ดำเนินงานของธุรกิจบันเทิงและการท่องเที่ยว บทบาทและความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ ที่มีต่อธุรกิจบันเทิงและการท่องเที่ยว โครงสร้าง องค์กรและการจัดหน่วยงานประชาสัมพันธ์ เทคนิค กระบวนการวางแผนและดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ รวมทั้งเครื่องมือสื่อสารเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ธุรกิจบันเทิงและการท่องเที่ยว ฝึกวิเคราะห์การประชาสัมพันธ์ธุรกิจบันเทิงและ การท่องเที่ยวจากกรณีศึกษา</p>	<p>CS 131 การประชาสัมพันธ์ธุรกิจบันเทิง และการท่องเที่ยว 3 (3-0-6) (Public Relations for Entertainment and Tourism Businesses)</p> <p>แนวคิด หลักการและแนวทางการ ดำเนินงานของธุรกิจบันเทิงและการท่องเที่ยว บทบาทและความสำคัญของการ ประชาสัมพันธ์ที่มีต่อธุรกิจบันเทิงและการ ท่องเที่ยว โครงสร้างองค์กรและการจัด หน่วยงานประชาสัมพันธ์ เทคนิค กระบวนการ วางแผนและดำเนินงานประชาสัมพันธ์ รวมทั้ง เครื่องมือสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ธุรกิจ บันเทิงและการท่องเที่ยว ฝึกวิเคราะห์การ ประชาสัมพันธ์ธุรกิจบันเทิงและการท่องเที่ยว จากกรณีศึกษา</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CS 132 การประชาสัมพันธ์ธุรกิจการเงิน 3 (3-0-6)</p> <p>(Public Relations for Financial Businesses)</p> <p>แนวคิด หลักการและแนวทางการดำเนินงานของธุรกิจการเงิน บทบาทและความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อธุรกิจการเงิน โครงสร้างองค์กรและการจัดหน่วยงานประชาสัมพันธ์ เทคนิค กระบวนการวางแผนและดำเนินงานประชาสัมพันธ์ รวมทั้งเครื่องมือสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ธุรกิจการเงิน ฝึกวิเคราะห์การประชาสัมพันธ์ธุรกิจการเงินจากกรณีศึกษา</p>	<p>CS 132 การประชาสัมพันธ์ธุรกิจการเงิน 3 (3-0-6)</p> <p>(Public Relations for Financial Businesses)</p> <p>แนวคิด หลักการและแนวทางการดำเนินงานของธุรกิจการเงิน บทบาทและความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อธุรกิจการเงิน โครงสร้างองค์กรและการจัดหน่วยงานประชาสัมพันธ์ เทคนิค กระบวนการวางแผนและดำเนินงานประชาสัมพันธ์ รวมทั้งเครื่องมือสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ธุรกิจการเงิน ฝึกวิเคราะห์การประชาสัมพันธ์ธุรกิจการเงินจากกรณีศึกษา</p>	คงเดิม
<p>CS 133 เทคนิคการพูดและนำเสนอ งานเพื่อการประชาสัมพันธ์ 3 (3-0-6)</p> <p>(Speaking and Presentation Techniques for Public Relations)</p> <p>หลักการพูดและการนำเสนองานเพื่อการประชาสัมพันธ์ การเตรียมการพูดและการนำเสนองาน การใช้ภาษาในการพูดและการนำเสนองาน เทคนิค การวางแผนและการใช้สื่อเพื่อการนำเสนองานประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ฝึกการพูดเพื่อการประชาสัมพันธ์ลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ การบรรยายสรุป การแถลงข่าว การสัมภาษณ์ การประชุม การเป็นพิธีกร การพูดในโอกาสต่าง ๆ และฝึกการนำเสนองานเพื่อการประชาสัมพันธ์</p>	<p>CS 133 เทคนิคการพูดและนำเสนอ งานเพื่อการประชาสัมพันธ์ 3 (3-0-6)</p> <p>(Speaking and Presentation Techniques for Public Relations)</p> <p>หลักการพูดและการนำเสนองานเพื่อการประชาสัมพันธ์ การเตรียมการพูดและการนำเสนองาน การใช้ภาษาในการพูดและการนำเสนองาน เทคนิค การวางแผนและการใช้สื่อเพื่อการนำเสนองานประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ฝึกการพูดเพื่อการประชาสัมพันธ์ลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ การบรรยายสรุป การแถลงข่าว การสัมภาษณ์ การประชุม การเป็นพิธีกร การพูดในโอกาสต่าง ๆ และฝึกการนำเสนองานเพื่อการประชาสัมพันธ์</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CS 134 การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อ การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ 3 (3-0-6) (Special Events for Strategic Communication)</p> <p>แนวคิด หลักการเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ รูปแบบและเทคนิคการสร้างสรรคกิจกรรมพิเศษเพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ และสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย กระบวนการและวิธีการดำเนินงานในการจัดกิจกรรมพิเศษ ฝึกปฏิบัติการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์</p>	<p>CS 134 การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อ การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ 3 (3-0-6) (Special Events for Strategic Communication)</p> <p>แนวคิด หลักการเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ รูปแบบและเทคนิคการสร้างสรรคกิจกรรมพิเศษเพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ และสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย กระบวนการและวิธีการดำเนินงานในการจัดกิจกรรมพิเศษ ฝึกปฏิบัติการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์</p>	คงเดิม
<p>CS 135 กลยุทธ์สื่อใหม่เพื่อการ ประชาสัมพันธ์ 3 (2-2-5) (New Media Strategy for Public Relations)</p> <p>แนวคิด หลักการเกี่ยวกับสื่อใหม่ คุณลักษณะของสื่อใหม่ประเภทต่าง ๆ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายของสื่อใหม่ การกำหนดกลยุทธ์ การใช้สื่อใหม่ที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เทคนิคการวางแผนและออกแบบสื่อใหม่เพื่องานประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอก ฝึกการวางแผน ออกแบบและผลิตสื่อใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์</p>	<p>CS 135 กลยุทธ์สื่อใหม่เพื่อการ ประชาสัมพันธ์ 3 (2-2-5) (New Media Strategy for Public Relations)</p> <p>แนวคิด หลักการเกี่ยวกับสื่อใหม่ คุณลักษณะของสื่อใหม่ประเภทต่าง ๆ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายของสื่อใหม่ การกำหนดกลยุทธ์การใช้สื่อใหม่ที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เทคนิคการวางแผนและออกแบบสื่อใหม่เพื่องานประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอก ฝึกการวางแผน ออกแบบและผลิตสื่อใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CS 136 ชุมชนสัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อสังคม 3 (3-0-6) (Community Relations and Social Responsibility)</p> <p>แนวคิด หลักการเกี่ยวกับชุมชนและการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน การวิเคราะห์สถานการณ์และบริบทของชุมชนประเภทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร การวิเคราะห์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน การกำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร การดำเนินกิจกรรมการสื่อสาร และการประเมินผลการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์ โดยเชื่อมโยงกับการหลักความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ฝึกปฏิบัติกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์</p>	<p>CS 136 ชุมชนสัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อสังคม 3 (3-0-6) (Community Relations and Social Responsibility)</p> <p>แนวคิด หลักการเกี่ยวกับชุมชนและการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน การวิเคราะห์สถานการณ์และบริบทของชุมชนประเภทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร การวิเคราะห์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน การกำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร การดำเนินกิจกรรมการสื่อสาร และการประเมินผลการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์ โดยเชื่อมโยงกับหลักความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ฝึกปฏิบัติกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์</p>	คงเดิม
<p>CS 137 การบริหารความสัมพันธ์ 3 (3-0-6) (Relationship Management)</p> <p>แนวคิด หลักการ ทฤษฎีเกี่ยวกับความสัมพันธ์ และการบริหารความสัมพันธ์ กลยุทธ์และวิธีการดำเนินงานบริหารความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ทั้งภายในและภายนอก ได้แก่ การบริหารความสัมพันธ์กับพนักงาน สื่อมวลชน ชุมชนลูกค้า</p>	<p>CS 137 การบริหารความสัมพันธ์ 3 (3-0-6) (Relationship Management)</p> <p>แนวคิด หลักการ ทฤษฎีเกี่ยวกับความสัมพันธ์ และการบริหารความสัมพันธ์ กลยุทธ์และวิธีการดำเนินงานบริหารความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ทั้งภายในและภายนอก ได้แก่ การบริหารความสัมพันธ์กับพนักงาน สื่อมวลชน ชุมชนลูกค้า</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CS 138 การสื่อสารเพื่อการพัฒนา 3 (3-0-6) (Communication for Development) แนวคิด หลักการ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารกับการพัฒนา ครอบคลุมทั้งแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา การสื่อสาร การสื่อสารเพื่อการพัฒนา การเปลี่ยนแปลงทางสังคม การแพร่กระจายนวัตกรรม การสื่อสารรณรงค์ การตลาดเพื่อสังคม และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยมีกรณีศึกษาประกอบ</p>	<p>CS 138 การสื่อสารเพื่อการพัฒนา 3 (3-0-6) (Communication for Development) แนวคิด หลักการ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารกับการพัฒนา ครอบคลุมทั้งแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา การสื่อสาร การสื่อสารเพื่อการพัฒนา การเปลี่ยนแปลงทางสังคม การแพร่กระจายนวัตกรรม การสื่อสารรณรงค์ การตลาดเพื่อสังคม และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยมีกรณีศึกษาประกอบ</p>	คงเดิม
<p>CS 139 การประชาสัมพันธ์ระดับสากล 3 (3-0-6) (Global Public Relations) หลัก แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ข้ามชาติ สถานการณ์ปัจจุบันและโอกาสในการทำงานประชาสัมพันธ์ข้ามชาติ ผลกระทบด้านการเมือง เศรษฐกิจ ประวัติศาสตร์ สังคมและวัฒนธรรมที่มีต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรสมัยใหม่ บทบาทของโลกาภิวัตน์ อินเทอร์เน็ต และการเข้าถึงข้อมูลที่มีต่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ระดับสากล</p>	<p>CS 139 การประชาสัมพันธ์ระดับสากล 3 (3-0-6) (Global Public Relations) หลัก แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ระดับสากล สถานการณ์ปัจจุบันและโอกาสในการทำงานประชาสัมพันธ์ระดับสากล ผลกระทบด้านการเมือง เศรษฐกิจ ประวัติศาสตร์ สังคมและวัฒนธรรมที่มีต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรสมัยใหม่ บทบาทของ โลกาภิวัตน์ อินเทอร์เน็ต และการเข้าถึงข้อมูลที่มีต่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ระดับสากล</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CS 140 การสื่อสารรณรงค์ 3 (3-0-6) (Communication Campaign)</p> <p>แนวคิด หลักการเกี่ยวกับการสื่อสารรณรงค์เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจกับกลุ่มประชาชนเป้าหมาย เกี่ยวกับกิจกรรม โครงการ และ/หรือองค์กร เพื่อมุ่งผลลัพธ์ด้านชื่อเสียงและความสัมพันธ์อันดี โดยมุ่งเน้นการวางแผนการสื่อสารรณรงค์เชิงกลยุทธ์ ตั้งแต่การวิเคราะห์สถานการณ์เกี่ยวกับองค์กรและสภาพแวดล้อม การกำหนดประเด็นรณรงค์ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การวางแผนกลยุทธ์ทางการสื่อสาร การจัดกิจกรรมการสื่อสารรณรงค์ ตลอดจนการประเมินผลการสื่อสารรณรงค์ ฝึกปฏิบัติการวางแผนและดำเนินงานสื่อสารรณรงค์</p>	<p>CS 140 การสื่อสารรณรงค์ 3 (3-0-6) (Communication Campaign)</p> <p>แนวคิด หลักการเกี่ยวกับการสื่อสารรณรงค์เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจกับกลุ่มประชาชนเป้าหมาย เกี่ยวกับกิจกรรม โครงการ และ/หรือองค์กร เพื่อมุ่งผลลัพธ์ด้านชื่อเสียงและความสัมพันธ์อันดี โดยมุ่งเน้นการวางแผนการสื่อสารรณรงค์เชิงกลยุทธ์ ตั้งแต่การวิเคราะห์สถานการณ์เกี่ยวกับองค์กรและสภาพแวดล้อม การกำหนดประเด็นรณรงค์ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การวางแผนกลยุทธ์ทางการสื่อสาร การจัดกิจกรรมการสื่อสารรณรงค์ ตลอดจนการประเมินผลการสื่อสารรณรงค์ ฝึกปฏิบัติการวางแผนและดำเนินงานสื่อสารรณรงค์</p>	คงเดิม
<p>CS 141 การพูดภาษาอังกฤษเพื่อการประชาสัมพันธ์ 3 (3-0-6) (Speaking English for Public Relations)</p> <p>สอบผ่าน CA303 ภาษาอังกฤษ สำหรับงานนิเทศศาสตร์</p> <p>หลักและวิธีการพูดภาษาอังกฤษเพื่อการประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท ได้แก่ การกล่าวต้อนรับ การแนะนำบุคคลและสถานที่ การตอบข้อซักถาม</p>	<p>CS 141 การพูดภาษาอังกฤษเพื่อการประชาสัมพันธ์ 3 (3-0-6) (Speaking English for Public Relations)</p> <p>สอบผ่าน CA303 ภาษาอังกฤษ สำหรับงานนิเทศศาสตร์</p> <p>หลักและวิธีการพูดภาษาอังกฤษเพื่อการประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท ได้แก่ การกล่าวต้อนรับ การแนะนำบุคคลและสถานที่ การตอบข้อซักถาม</p>	คงเดิม
<p>CS 142 การเขียนภาษาอังกฤษเพื่อการประชาสัมพันธ์ 3 (3-0-6) (Writing English for Public Relations)</p> <p>สอบผ่าน CA303 ภาษาอังกฤษ สำหรับงานนิเทศศาสตร์</p> <p>หลักและวิธีการเขียนภาษาอังกฤษเพื่อการประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท ได้แก่ การเขียนบันทึกภายใน การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ การบรรยายภาพข่าวประชาสัมพันธ์</p>	<p>CS 142 การเขียนภาษาอังกฤษเพื่อการประชาสัมพันธ์ 3 (3-0-6) (Writing English for Public Relations)</p> <p>สอบผ่าน CA303 ภาษาอังกฤษ สำหรับงานนิเทศศาสตร์</p> <p>หลักและวิธีการเขียนภาษาอังกฤษเพื่อการประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท ได้แก่ การเขียนบันทึกภายใน การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ การบรรยายภาพข่าวประชาสัมพันธ์</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CS 143 การศึกษาเฉพาะบุคคล 3 (1-0-8) (Individual Study) เรื่องเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ โดย นักศึกษาจะต้องเสนอโครงร่างของเรื่องที่สนใจ จะศึกษา พร้อมเสนอชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อ ขออนุมัติจากสาขาวิชาก่อนการลงทะเบียน</p>	<p>CS 143 การศึกษาเฉพาะบุคคล 3 (1-0-8) (Individual Study) เรื่องเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ โดยนักศึกษาจะต้องเสนอโครงร่างของเรื่องที่ สนใจจะศึกษา พร้อมเสนอชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อขออนุมัติจากสาขาวิชาก่อนการ ลงทะเบียน</p>	คงเดิม
<p>CS 144 หัวข้อพิเศษทางการ 3 (3-0-6) ประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ (Special Topic in Strategic Public Relations) เรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงาน ประชาสัมพันธ์ โดยสาขาวิชาเป็นผู้คัดเลือก และ กำหนดหัวข้อในการศึกษาแต่ละภาคการศึกษา ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน</p>	<p>CS 144 หัวข้อพิเศษทางการ 3 (3-0-6) ประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ (Special Topic in Strategic Public Relations) เรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงาน ประชาสัมพันธ์ โดยสาขาวิชาเป็นผู้คัดเลือก และกำหนดหัวข้อในการศึกษาแต่ละภาค การศึกษาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน</p>	คงเดิม
5.2.4 วิชาเอก (การโฆษณา)	5.2.4 กลุ่มวิชาเอกการโฆษณา	
5.2.4.1 รายวิชาบังคับ	5.2.4.1 วิชาเอกบังคับ	
<p>CS 201 การโฆษณากับพฤติกรรมผู้บริโภค 3 (3-0-6) (Advertising and Consumer Behavior) การวิเคราะห์ผู้บริโภคในฐานะผู้รับสาร และเป้าหมายในการจูงใจ ปัจจัยทางจิตวิทยา และปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีอิทธิพล ต่อพฤติกรรมผู้บริโภค กระบวนการตัดสินใจซื้อ ของผู้บริโภค การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อสร้างคุณค่าตราสินค้าในงานโฆษณา การนำ พฤติกรรมผู้บริโภคมาใช้ในการวางกลยุทธ์ โฆษณา</p>	<p>CS 201 การโฆษณากับพฤติกรรมผู้บริโภค 3 (3-0-6) (Advertising and Consumer Behavior) การวิเคราะห์ผู้บริโภคในฐานะผู้รับ สารและเป้าหมายในการจูงใจ ปัจจัยทาง จิตวิทยาและปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมที่ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค กระบวนการ ตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค การวิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อสร้างคุณค่าตราสินค้า ในงานโฆษณา การนำพฤติกรรมผู้บริโภคมา ใช้ในการวางกลยุทธ์โฆษณา</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CS 202 การสื่อสารการตลาด 3 (3-0-6) (Marketing Communication) แนวคิดและหลักการของการสื่อสารการตลาด เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารการตลาด อาทิ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การตลาดตรง การวิเคราะห์ผู้รับสารเป้าหมาย การสร้างตราสินค้าและคุณค่าตราสินค้า การพัฒนากลยุทธ์สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ รวมถึงการนำเสนอกลยุทธ์สื่อสารการตลาด</p>	<p>CS 202 การสื่อสารการตลาด 3 (3-0-6) (Marketing Communication) แนวคิดและหลักการของการสื่อสารการตลาด เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารการตลาด อาทิ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การตลาดตรง การวิเคราะห์ผู้รับสารเป้าหมาย การสร้างตราสินค้าและคุณค่าตราสินค้า การพัฒนากลยุทธ์สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ รวมถึงการนำเสนอกลยุทธ์สื่อสารการตลาด</p>	คงเดิม
<p>CS 203 การสร้างสรรค์และเขียนบทโฆษณา 3 (3-0-6) (Creative and Copywriting) ศึกษาก่อน CS001 ความคิดสร้างสรรค์เพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ แนวคิด วิธีการ และขั้นตอนของการวางแผนกลยุทธ์ความคิดสร้างสรรค์สำหรับการโฆษณา การสร้างสรรค์งานโฆษณาสินค้าและบริการประเภทต่าง ๆ การออกแบบและการเขียนบทโฆษณา การเขียนคำขวัญ ฝึกการสร้างสรรค์งานโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อดั้งเดิม อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ และสื่อสมัยใหม่ อาทิ อินเทอร์เน็ต มัลติมีเดีย</p>	<p>CS 203 การสร้างสรรค์และเขียนบทโฆษณา 3 (3-0-6) (Creative and Copywriting) ศึกษาก่อน CS001 ความคิดสร้างสรรค์เพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ แนวคิด วิธีการ และขั้นตอนของการวางแผนกลยุทธ์ความคิดสร้างสรรค์สำหรับการโฆษณา การสร้างสรรค์งานโฆษณาสินค้าและบริการประเภทต่าง ๆ การออกแบบและการเขียนบทโฆษณา การเขียนคำขวัญ ฝึกการสร้างสรรค์งานโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อดั้งเดิม อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ และสื่อสมัยใหม่ อาทิ อินเทอร์เน็ต มัลติมีเดีย</p>	คงเดิม
<p>CS 204 การผลิตงานโฆษณา 3 (2-2-5) (Advertising Production) หลักการและกระบวนการพื้นฐานสำหรับการผลิตงานโฆษณาในสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อสมัยใหม่ เทคนิคและแนวทางในการติดต่อประสานงานระหว่างบริษัทโฆษณากับหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการผลิตงานโฆษณา การดำเนินงานของหน่วยงานภายนอก ฝึกปฏิบัติการผลิตงานโฆษณาในสื่อรูปแบบต่าง ๆ ตั้งแต่การเตรียมการผลิต การผลิต และงานภายหลังการผลิต</p>	<p>CS 204 การผลิตงานโฆษณา 3 (2-2-5) (Advertising Production) หลักการและกระบวนการพื้นฐานสำหรับการผลิตงานโฆษณาในสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อสมัยใหม่ เทคนิคและแนวทางในการติดต่อประสานงานระหว่างบริษัทโฆษณากับหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการผลิตงานโฆษณา การดำเนินงานของหน่วยงานภายนอก ฝึกปฏิบัติการผลิตงานโฆษณาในสื่อรูปแบบต่าง ๆ ตั้งแต่การเตรียมการผลิต การผลิต และงานภายหลังการผลิต</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CS 205 การวางแผนช่องทางการโฆษณา 3 (3-0-6)</p> <p>(Advertising Channel Planning)</p> <p>ศึกษาก่อน CS002 เครื่องมือเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์</p> <p>ช่องทางการสื่อสารประเภทต่าง ๆ ที่ใช้ในการโฆษณา ศัพท์เทคนิคที่ใช้ในการวางแผนสื่อโฆษณา กระบวนการวางแผนสื่อโฆษณา การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด การนำข้อมูลวิจัยเกี่ยวกับผู้บริโภคมาใช้ในการวางแผนสื่อ การวางกลยุทธ์ช่องทางการสื่อสารเพื่อสร้างตราสินค้า การจัดทำตารางแผนสื่อ ตลอดจนการประเมินผลแผนสื่อโฆษณา</p>	<p>CS 205 การวางแผนช่องทางการโฆษณา 3 (3-0-6)</p> <p>(Advertising Channel Planning)</p> <p>ศึกษาก่อน CS002 เครื่องมือเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์</p> <p>ช่องทางการสื่อสารประเภทต่าง ๆ ที่ใช้ในการโฆษณา ศัพท์เทคนิคที่ใช้ในการวางแผนสื่อโฆษณา กระบวนการวางแผนสื่อโฆษณา การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด การนำข้อมูลวิจัยเกี่ยวกับผู้บริโภคมาใช้ในการวางแผนสื่อ การวางกลยุทธ์ช่องทางการสื่อสารเพื่อสร้างตราสินค้า การจัดทำตารางแผนสื่อ ตลอดจนการประเมินผลแผนสื่อโฆษณา</p>	คงเดิม
<p>CS 206 การรณรงค์ทางการโฆษณา 3 (3-0-6)</p> <p>(Advertising Campaign)</p> <p>ศึกษาก่อน CS202 การสื่อสารการตลาด</p> <p>กระบวนการและการดำเนินงานแผนรณรงค์โฆษณา การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การวางกลยุทธ์โฆษณา การผลิตงานโฆษณา การบูรณาการสาร สื่อ และเครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ตลอดจนการประเมินผลแผนรณรงค์โฆษณา ฝึกปฏิบัติการวางแผนและการดำเนินงานรณรงค์โฆษณา รวมทั้งการนำเสนอแผนรณรงค์</p>	<p>CS 206 การรณรงค์ทางการโฆษณา 3 (3-0-6)</p> <p>(Advertising Campaign)</p> <p>ศึกษาก่อน CS202 การสื่อสารการตลาด</p> <p>กระบวนการและการดำเนินงานแผนรณรงค์โฆษณา การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การวางกลยุทธ์โฆษณา การผลิตงานโฆษณา การบูรณาการสาร สื่อ และเครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ตลอดจนการประเมินผลแผนรณรงค์โฆษณา ฝึกปฏิบัติการวางแผนและการดำเนินงานรณรงค์โฆษณา รวมทั้งการนำเสนอแผนรณรงค์</p>	คงเดิม
<p>CS 207 สัมมนาการโฆษณา 3 (3-0-6)</p> <p>(Seminar on Advertising)</p> <p>ศึกษาก่อน CS 202 การสื่อสารการตลาด</p> <p>ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสภาพและปัญหาของการสื่อสารการตลาดหรือการโฆษณา โดยเน้นกรณีศึกษาซึ่งเป็นที่สนใจในแวดวงธุรกิจ สื่อสารการตลาดหรือธุรกิจโฆษณาและสาธารณชน รวมทั้งศึกษาแนวความคิดของนักสื่อสารการตลาดหรือนักโฆษณาที่มีชื่อเสียงเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างทักษะแนวคิดในการวิเคราะห์และแก้ไขปัญหา</p>	<p>CS 207 สัมมนาการโฆษณา 3 (3-0-6)</p> <p>(Seminar on Advertising)</p> <p>ศึกษาก่อน CS 202 การสื่อสารการตลาด</p> <p>ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสภาพและปัญหาของการสื่อสารการตลาดหรือการโฆษณา โดยเน้นกรณีศึกษาซึ่งเป็นที่สนใจในแวดวงธุรกิจ สื่อสารการตลาดหรือธุรกิจโฆษณาและสาธารณชน รวมทั้งศึกษาแนวความคิดของนักสื่อสารการตลาดหรือนักโฆษณาที่มีชื่อเสียงเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างทักษะแนวคิดในการวิเคราะห์และแก้ไขปัญหา</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CS 208 ประสบการณ์วิชาชีพทางการโฆษณา 3 (0-6-3) (Advertising Practicum) สอบผ่าน รายวิชาในหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิตและตามเกณฑ์ ที่สาขาวิชากำหนด</p> <p>จัดให้นักศึกษาออกฝึกงานใน หน่วยงานต่าง ๆ หรือฝึกกลุ่มปฏิบัติการวิชาชีพ สื่อสารการตลาดหรือโฆษณา โดยได้รับความ เห็นชอบจากสาขาวิชา ให้มีระยะเวลาการ ฝึกงานไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ หรือไม่น้อยกว่า 400 ชั่วโมง ตามที่สาขาวิชากำหนด และให้เสนอ รายงานการฝึกงานประกอบ</p>	<p>CS 208 ประสบการณ์วิชาชีพทางการโฆษณา 3 (0-6-3) (Advertising Practicum) สอบผ่าน รายวิชาในหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิตและตามเกณฑ์ ที่สาขาวิชากำหนด</p> <p>จัดให้นักศึกษาออกฝึกงานใน หน่วยงานต่าง ๆ หรือฝึกกลุ่มปฏิบัติการวิชาชีพ สื่อสารการตลาดหรือโฆษณา โดยได้รับความ เห็นชอบจากสาขาวิชา ให้มีระยะเวลาการ ฝึกงานไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ หรือไม่น้อยกว่า 400 ชั่วโมง ตามที่สาขาวิชากำหนด และให้ เสนอรายงานการฝึกงานประกอบ</p>	คงเดิม
<p>CS 209 โครงการด้านการโฆษณา 3 (1-0-8) (Advertising Project) สอบผ่าน รายวิชาในหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิตและตามเกณฑ์ ที่สาขาวิชากำหนด</p> <p>นักศึกษาที่สาขาวิชาพิจารณาว่า มี คุณสมบัติเหมาะสมในการจัดทำโครงการด้าน การโฆษณา แทนการออกฝึกงานในหน่วยงาน ภายนอก ตามรายวิชา CS 208 ประสบการณ์ วิชาชีพทางการโฆษณา ให้จัดทำโครงการเรื่อง ใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา โดยนักศึกษา ต้องเขียนโครงการและนำเสนอต่ออาจารย์ที่ ปรึกษา ดำเนินโครงการ และ/หรือ ผลิตผลงาน ตามโครงการที่ได้รับความเห็นชอบ</p>	<p>CS 209 โครงการด้านการโฆษณา 3 (1-0-8) (Advertising Project) สอบผ่าน รายวิชาในหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิตและตามเกณฑ์ ที่สาขาวิชากำหนด</p> <p>นักศึกษาที่สาขาวิชาพิจารณาว่า มี คุณสมบัติเหมาะสมในการจัดทำโครงการด้าน การโฆษณา แทนการออกฝึกงานในหน่วยงาน ภายนอก ตามรายวิชา CS 208 ประสบการณ์ วิชาชีพทางการโฆษณา ให้จัดทำโครงการเรื่อง ใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา โดยนักศึกษา ต้องเขียนโครงการและนำเสนอต่ออาจารย์ที่ ปรึกษา ดำเนินโครงการ และ/หรือ ผลิตผลงาน ตามโครงการที่ได้รับความเห็นชอบ</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CS 210 สหกิจศึกษา 6 (0-40-20) (Co-operative Education) สอบผ่าน รายวิชาในหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิตและตามเกณฑ์ ที่สาขาวิชากำหนด</p> <p>การปฏิบัติงานจริงในสถาน ประกอบการอย่างมีระบบ ตามสาขาวิชาที่ศึกษา เป็นระยะเวลา 1 ภาคการศึกษาในฐานะ พนักงานชั่วคราว นักศึกษาจะต้องเข้ารับการ เตรียมความพร้อมทั้งทางด้านวิชาการ และการ ปฏิบัติตนในสังคม การทำงาน รวมทั้งดำเนินการ ตามขั้นตอนของสหกิจศึกษาที่มหาวิทยาลัย กำหนด การปฏิบัติงานและการประเมินผล อยู่ ภายใต้การกำกับดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาของ สาขาวิชา และพนักงานที่ปรึกษาที่สถาน ประกอบการมอบหมาย</p>	<p>CS 210 สหกิจศึกษา 6 (0-40-20) (Co-operative Education) สอบผ่าน รายวิชาในหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิตและตามเกณฑ์ ที่สาขาวิชากำหนด</p> <p>การปฏิบัติงานจริงในสถาน ประกอบการอย่างมีระบบ ตามสาขาวิชาที่ ศึกษาเป็นระยะเวลา 1 ภาคการศึกษาในฐานะ พนักงานชั่วคราว นักศึกษาจะต้องเข้ารับการ เตรียมความพร้อมทั้งทางด้านวิชาการ และการ ปฏิบัติตนในสังคม การทำงาน รวมทั้ง ดำเนินการตามขั้นตอนของสหกิจศึกษาที่ มหาวิทยาลัยกำหนด การปฏิบัติงานและการ ประเมินผล อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ อาจารย์ที่ปรึกษาของสาขาวิชา และพนักงานที่ ปรึกษาที่สถานประกอบการมอบหมาย</p>	คงเดิม
5.2.4.2 รายวิชาเลือก	5.2.4.2 วิชาเอกเลือก	
<p>CS 231 การโฆษณากับสังคม 3 (3-0-6) (Advertising and Society) บทบาท อิทธิพล และผลกระทบของ การโฆษณาและกิจกรรมการตลาดอื่น ๆ ที่มีต่อ บุคคล ชุมชน และสังคม บทบาทของการโฆษณา ในด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม จรรยาบรรณและความรับผิดชอบของนัก โฆษณา การควบคุมโฆษณาทางกฎหมายและ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยใช้กรณีศึกษาใน ประเทศไทย</p>	<p>CS 231 การโฆษณากับสังคม 3 (3-0-6) (Advertising and Society) บทบาท อิทธิพล และผลกระทบของ การโฆษณาและกิจกรรมการตลาดอื่น ๆ ที่มี ต่อบุคคล ชุมชน และสังคม บทบาทของการ โฆษณาในด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และ วัฒนธรรม จรรยาบรรณและความรับผิดชอบ ของนักโฆษณา การควบคุมโฆษณาทาง กฎหมายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยใช้ กรณีศึกษาในประเทศไทย</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
5.2.4.2 รายวิชาเลือก	5.2.4.2 วิชาเอกเลือก	
<p>CS 232 เทคนิคการนำเสนอผลงานโฆษณา 3 (3-0-6)</p> <p>(Advertising Presentation Techniques)</p> <p>หลักการและวิธีการในการนำเสนอผลงานแก่บริษัทลูกค้า เพื่อการแข่งขันกับบริษัทตัวแทนโฆษณาอื่น ๆ ฝึกปฏิบัติการเตรียม การผลิต และการนำเสนอผลงานโฆษณา อาทิ แผนรณรงค์โฆษณา แผนงานความคิดสร้างสรรค์ ผลการวิจัยตลาดและผู้บริโภค ให้ลูกค้าอนุมัติ ตลอดจนแนวทางในการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอผลงานโฆษณาในสถานการณ์ต่าง ๆ</p>	<p>CS 232 เทคนิคการนำเสนอผลงานโฆษณา 3 (3-0-6)</p> <p>(Advertising Presentation Techniques)</p> <p>หลักการและวิธีการในการนำเสนอผลงานแก่บริษัทลูกค้า เพื่อการแข่งขันกับบริษัทตัวแทนโฆษณาอื่น ๆ ฝึกปฏิบัติการเตรียม การผลิต และการนำเสนอผลงานโฆษณา อาทิ แผนรณรงค์โฆษณา แผนงานความคิดสร้างสรรค์ ผลการวิจัยตลาดและผู้บริโภค ให้ลูกค้าอนุมัติ ตลอดจนแนวทางในการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอผลงานโฆษณาในสถานการณ์ต่าง ๆ</p>	คงเดิม
<p>CS 233 ทฤษฎีการจูงใจเพื่องานโฆษณา 3 (3-0-6)</p> <p>(Persuasive Theory for Advertising)</p> <p>แนวคิดและทฤษฎีการจูงใจโดยใช้สื่อประเภทต่าง ๆ เพื่องานโฆษณา องค์ประกอบเกี่ยวกับทฤษฎีการจูงใจทั้งด้านจิตวิทยา สังคมวิทยา มานุษยวิทยา และเศรษฐศาสตร์ การนำทฤษฎีการจูงใจมาใช้ในการวางกลยุทธ์โฆษณา รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการจูงใจอันส่งผลต่องานโฆษณา</p>	<p>CS 233 ทฤษฎีการจูงใจเพื่องานโฆษณา 3 (3-0-6)</p> <p>(Persuasive Theory for Advertising)</p> <p>แนวคิดและทฤษฎีการจูงใจโดยใช้สื่อประเภทต่าง ๆ เพื่องานโฆษณา องค์ประกอบเกี่ยวกับทฤษฎีการจูงใจทั้งด้านจิตวิทยา สังคมวิทยา มานุษยวิทยา และเศรษฐศาสตร์ การนำทฤษฎีการจูงใจมาใช้ในการวางกลยุทธ์โฆษณา รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการจูงใจอันส่งผลต่องานโฆษณา</p>	คงเดิม
<p>CS 234 กลยุทธ์การโฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่ 3 (3-0-6)</p> <p>(Advertising Strategy in New Media)</p> <p>หลักการและกลยุทธ์สำหรับการโฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต มัลติมีเดีย สื่อแวดล้อม สื่อดิจิทัล และสื่ออื่น ๆ โดยการสร้างสรรค์และเลือกใช้สื่อเพื่อใช้ในการสื่อสารการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ</p>	<p>CS 234 กลยุทธ์การโฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่ 3 (3-0-6)</p> <p>(Advertising Strategy in New Media)</p> <p>หลักการและกลยุทธ์สำหรับการโฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต มัลติมีเดีย สื่อแวดล้อม สื่อดิจิทัล และสื่ออื่น ๆ โดยการสร้างสรรค์และเลือกใช้สื่อเพื่อใช้ในการสื่อสารการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CS 235 การออกแบบโฆษณา 3 (2-2-5) (Advertising Design) หลักการเบื้องต้นของนิเทศศิลป์ที่นำมาใช้ในงานโฆษณา การออกแบบเครื่องหมายสัญลักษณ์และตัวอักษร การเลือกใช้สี กระบวนการผลิตวัสดุโฆษณาและต้นฉบับที่ใช้ในงานสิ่งพิมพ์ การใช้ระบบการพิมพ์ ฝึกปฏิบัติการออกแบบสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ กระบวนการทำอาร์ตเวิร์ค ตลอดจนการออกแบบและผลิตวัสดุโฆษณาในสื่อประเภทอื่นๆ</p>	<p>CS 235 การออกแบบโฆษณา 3 (2-2-5) (Advertising Design) หลักการเบื้องต้นของนิเทศศิลป์ที่นำมาใช้ในงานโฆษณา การออกแบบเครื่องหมายสัญลักษณ์และตัวอักษร การเลือกใช้สี กระบวนการผลิตวัสดุโฆษณาและต้นฉบับที่ใช้ในงานสิ่งพิมพ์ การใช้ระบบการพิมพ์ ฝึกปฏิบัติการออกแบบสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ กระบวนการทำอาร์ตเวิร์ค ตลอดจนการออกแบบและผลิตวัสดุโฆษณาในสื่อประเภทอื่นๆ</p>	คงเดิม
<p>CS 236 การถ่ายภาพเพื่องานโฆษณา 3 (2-2-5) (Advertising Photography) หลักการถ่ายภาพจากความคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อใช้ในงานโฆษณา เกณฑ์ต่าง ๆ สำหรับประเมินคุณภาพผลงาน เทคนิคการจัดองค์ประกอบภาพ การจัดแสง และฝึกปฏิบัติการถ่ายภาพนิ่ง เพื่อใช้ในงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อสมัยใหม่ที่ต้องใช้ภาพนิ่งในการโฆษณา</p>	<p>CS 236 การถ่ายภาพเพื่องานโฆษณา 3 (2-2-5) (Advertising Photography) หลักการถ่ายภาพจากความคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อใช้ในงานโฆษณา เกณฑ์ต่าง ๆ สำหรับประเมินคุณภาพผลงาน เทคนิคการจัดองค์ประกอบภาพ การจัดแสง และฝึกปฏิบัติการถ่ายภาพนิ่ง เพื่อใช้ในงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อสมัยใหม่ที่ต้องใช้ภาพนิ่งในการโฆษณา</p>	คงเดิม
<p>CS 237 คอมพิวเตอร์กราฟิกเพื่องานโฆษณา 3 (2-2-5) (Computer Graphics for Advertising) การออกแบบและฝึกปฏิบัติการจัดทำชิ้นงานโฆษณาด้วยคอมพิวเตอร์ในสื่อประเภทต่าง ๆ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ และสื่อประสม (Multimedia) กระบวนการและขั้นตอนการออกแบบ และการนำเสนองานโฆษณาแบบสองมิติและสามมิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์</p>	<p>CS 237 คอมพิวเตอร์กราฟิกเพื่องานโฆษณา 3 (2-2-5) (Computer Graphics for Advertising) การออกแบบและฝึกปฏิบัติการจัดทำชิ้นงานโฆษณาด้วยคอมพิวเตอร์ในสื่อประเภทต่าง ๆ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ และสื่อประสม (Multimedia) กระบวนการและขั้นตอนการออกแบบ และการนำเสนองานโฆษณาแบบสองมิติและสามมิติ ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CS 238 การจัดการโฆษณา 3 (3-0-6) (Advertising Management) การดำเนินงานธุรกิจของหน่วยงานโฆษณาและบริษัทตัวแทนโฆษณา ในด้านการจัดโครงสร้างองค์กร การจัดสรรบุคลากรงบประมาณ และทรัพยากรอื่น ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ กลยุทธ์การจัดหา การให้บริการ และการประสานงานแก่บริษัทลูกค้า การเสริมสร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทลูกค้า ตลอดจนการติดตามประเมินผล เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขวิธีการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ</p>	<p>CS 238 การจัดการโฆษณา 3 (3-0-6) (Advertising Management) การดำเนินงานธุรกิจของหน่วยงานโฆษณาและบริษัทตัวแทนโฆษณา ในด้านการจัดโครงสร้างองค์กร การจัดสรรบุคลากรงบประมาณ และทรัพยากรอื่น ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ กลยุทธ์การจัดหา การให้บริการ และการประสานงานแก่บริษัทลูกค้า การเสริมสร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทลูกค้า ตลอดจนการติดตามประเมินผล เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขวิธีการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ</p>	คงเดิม
<p>CS 239 การกำกับศิลป์เพื่องานโฆษณา 3 (2-2-5) (Advertising Art Direction) <u>ศึกษาก่อน</u> CS325 ศิลปะการออกแบบโฆษณา หลักการและวิธีการกำกับศิลป์ ความเกี่ยวข้องเนื่องกับการสื่อสารในด้านการเลือกใช้สี การวางรูปแบบ การออกแบบหน้า การจัดวางองค์ประกอบตัวอักษรและภาพ ฝึกปฏิบัติงานด้านกำกับศิลป์เพื่อใช้ในงานโฆษณาทางสื่อต่างๆ ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อสมัยใหม่ที่ต้องใช้ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวในการโฆษณา</p>	<p>CS 239 การกำกับศิลป์เพื่องานโฆษณา 3 (2-2-5) (Advertising Art Direction) <u>ศึกษาก่อน</u> CS325 ศิลปะการออกแบบโฆษณา หลักการและวิธีการกำกับศิลป์ ความเกี่ยวข้องเนื่องกับการสื่อสารในด้านการเลือกใช้สี การวางรูปแบบ การออกแบบหน้า การจัดวางองค์ประกอบตัวอักษรและภาพ ฝึกปฏิบัติงานด้านกำกับศิลป์เพื่อใช้ในงานโฆษณาทางสื่อต่างๆ ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อสมัยใหม่ที่ต้องใช้ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวในการโฆษณา</p>	คงเดิม
<p>CS 240 การศึกษาเฉพาะบุคคล 3 (1-0-8) (Individual Study) การศึกษาเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับการโฆษณา โดยนักศึกษาจะต้องเสนอโครงร่างของเรื่องที่สนใจศึกษา พร้อมเสนอชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อขออนุมัติจากสาขาวิชาก่อนการลงทะเบียน</p>	<p>CS 240 การศึกษาเฉพาะบุคคล 3 (1-0-8) (Individual Study) การศึกษาเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับการโฆษณา โดยนักศึกษาจะต้องเสนอโครงร่างของเรื่องที่สนใจศึกษา พร้อมเสนอชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อขออนุมัติจากสาขาวิชาก่อนการลงทะเบียน</p>	คงเดิม
<p>CS 241 หัวข้อพิเศษทางการโฆษณา 3 (3-0-6) (Special Topic in Advertising) ประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการโฆษณา โดยสาขาวิชาเป็นผู้คัดเลือกและกำหนดหัวข้อการศึกษาในแต่ละภาค ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน</p>	<p>CS 241 หัวข้อพิเศษทางการโฆษณา 3 (3-0-6) (Special Topic in Advertising) ประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการโฆษณา โดยสาขาวิชาเป็นผู้คัดเลือกและกำหนดหัวข้อการศึกษาในแต่ละภาค ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
CS 240 การศึกษาเฉพาะบุคคล 3 (1-0-8) (Individual Study) การศึกษาเรื่องต่างๆ เกี่ยวกับการโฆษณา โดยนักศึกษาจะต้องเสนอโครงร่างของเรื่องที่สนใจศึกษา พร้อมเสนอชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อขออนุมัติจากสาขาวิชาก่อนการลงทะเบียน	CS 240 การศึกษาเฉพาะบุคคล 3 (1-0-8) (Individual Study) การศึกษาเรื่องต่างๆ เกี่ยวกับการโฆษณา โดยนักศึกษาจะต้องเสนอโครงร่างของเรื่องที่สนใจศึกษา พร้อมเสนอชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อขออนุมัติจากสาขาวิชาก่อนการลงทะเบียน	คงเดิม
CS 241 หัวข้อพิเศษทางการโฆษณา 3 (3-0-6) (Special Topic in Advertising) ประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการโฆษณา โดยสาขาวิชาเป็นผู้คัดเลือกและกำหนดหัวข้อการศึกษาในแต่ละภาค ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน	CS 241 หัวข้อพิเศษทางการโฆษณา 3 (3-0-6) (Special Topic in Advertising) ประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการโฆษณา โดยสาขาวิชาเป็นผู้คัดเลือกและกำหนดหัวข้อการศึกษาในแต่ละภาค ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน	คงเดิม
5.2.5 กลุ่มวิชาเอกการสื่อสาร การตลาดข้ามวัฒนธรรม	5.2.5 กลุ่มวิชาเอกการสื่อสาร การตลาดข้ามวัฒนธรรม	
5.2.5.1 วิชาเอกบังคับ	5.2.5.1 วิชาเอกบังคับ	
CS 301 หลักการสื่อสารการตลาด 3 (3-0-6) (Principles of Marketing Communication) หลักการ แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด ความเชื่อมโยงระหว่างการสื่อสารกับการตลาด บทบาทของการสื่อสารการตลาดในส่วนประสมทางการตลาด องค์ประกอบของการสื่อสารการตลาด เครื่องมือสื่อสารการตลาดรูปแบบต่าง ๆ พฤติกรรมผู้บริโภคภายใต้ความหลากหลายทางวัฒนธรรม การวางแผนงานด้านการสื่อสารการตลาด ตลอดจนการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อสร้างแบรนด์ของธุรกิจทั้งในระดับประเทศและในระดับสากล	CS 301 หลักการสื่อสารการตลาด 3 (3-0-6) (Principles of Marketing Communication) หลักการ แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด ความเชื่อมโยงระหว่างการสื่อสารกับการตลาด บทบาทของการสื่อสารการตลาดในส่วนประสมทางการตลาด องค์ประกอบของการสื่อสารการตลาด เครื่องมือสื่อสารการตลาดรูปแบบต่าง ๆ พฤติกรรมผู้บริโภคภายใต้ความหลากหลายทางวัฒนธรรม การวางแผนงานด้านการสื่อสารการตลาด ตลอดจนการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อสร้างแบรนด์ของธุรกิจทั้งในระดับประเทศและในระดับสากล	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CS 302 จิตวิทยาผู้บริโภคหลากหลายวัฒนธรรม 3 (3-0-6)</p> <p>(Multicultural Consumer Psychology)</p> <p>แนวคิดและทฤษฎีทางจิตวิทยาและพฤติกรรมศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาผู้บริโภค การศึกษาปัจจัยภายใน การรับรู้ ความจำ บุคลิกภาพ และปัจจัยแวดล้อมทางสังคม ได้แก่ ค่านิยม ครอบครัวยุค กลุ่มอ้างอิงที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค การสื่อสารกับผู้บริโภคที่มีปัจจัยทางจิตวิทยาและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน กระบวนการทางจิตวิทยาที่เป็นพื้นฐานความคิด ความรู้สึก การตัดสินใจ และพฤติกรรมของผู้บริโภค การประยุกต์ใช้ทฤษฎีและงานวิจัยสำหรับการสื่อสารการตลาดกับกลุ่มผู้บริโภคภายใต้ระบบวัฒนธรรมต่าง ๆ</p>	<p>CS 302 จิตวิทยาผู้บริโภคหลากหลายวัฒนธรรม 3 (3-0-6)</p> <p>(Multicultural Consumer Psychology)</p> <p>แนวคิดและทฤษฎีทางจิตวิทยาและพฤติกรรมศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาผู้บริโภค การศึกษาปัจจัยภายใน การรับรู้ ความจำ บุคลิกภาพ และปัจจัยแวดล้อมทางสังคม ได้แก่ ค่านิยม ครอบครัวยุค กลุ่มอ้างอิงที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค การสื่อสารกับผู้บริโภคที่มีปัจจัยทางจิตวิทยาและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน กระบวนการทางจิตวิทยาที่เป็นพื้นฐานความคิด ความรู้สึก การตัดสินใจ และพฤติกรรมของผู้บริโภค การประยุกต์ใช้ทฤษฎีและงานวิจัยสำหรับการสื่อสารการตลาดกับกลุ่มผู้บริโภคภายใต้ระบบวัฒนธรรมต่าง ๆ</p>	คงเดิม
<p>CS 303 เครื่องมือสื่อสารการตลาดเชิงกลยุทธ์ 3 (2-2-5)</p> <p>(Strategic Marketing Communication Tools)</p> <p>ศึกษา ก่อน CS301 หลักการสื่อสารการตลาด</p> <p>หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับเครื่องมือสื่อสารการตลาดตราสินค้าและตราองค์กรข้ามวัฒนธรรม การออกแบบและสร้างสรรค์เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง การส่งเสริมการขาย การตลาดเชิงกิจกรรม รวมถึงการประยุกต์ใช้สื่อประเพณี สื่อพื้นบ้าน สื่อใหม่ และสื่อสังคมออนไลน์ การประเมินผลเครื่องมือสื่อสารการตลาด กฎระเบียบและจริยธรรมที่เกี่ยวข้อง ฝึกผลิตสื่อและสร้างสรรค์เครื่องมือสื่อสารการตลาด</p>	<p>CS 303 เครื่องมือสื่อสารการตลาดเชิงกลยุทธ์ 3 (2-2-5)</p> <p>(Strategic Marketing Communication Tools)</p> <p>ศึกษา ก่อน CS301 หลักการสื่อสารการตลาด</p> <p>หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับเครื่องมือสื่อสารการตลาดตราสินค้าและตราองค์กรข้ามวัฒนธรรม การออกแบบและสร้างสรรค์เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง การส่งเสริมการขาย การตลาดเชิงกิจกรรม รวมถึงการประยุกต์ใช้สื่อประเพณี สื่อพื้นบ้าน สื่อใหม่ และสื่อสังคมออนไลน์ การประเมินผลเครื่องมือสื่อสารการตลาด กฎระเบียบและจริยธรรมที่เกี่ยวข้อง ฝึกผลิตสื่อและสร้างสรรค์เครื่องมือสื่อสารการตลาด</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CS 304 สื่อดิจิทัลเพื่อการสื่อสาร การตลาดข้ามวัฒนธรรม 3 (2-2-5) (Digital Media for Cross-Cultural Marketing Communication) ศึกษาก่อน CS301 หลักการสื่อสารการตลาด หลักการ แนวคิด รูปแบบ และพัฒนาการของการใช้สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการสื่อสารการตลาด เทคนิคและวิธีการใช้สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคในสภาพแวดล้อมข้ามวัฒนธรรม การวัดและประเมินผลการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์</p>	<p>CS 304 สื่อดิจิทัลเพื่อการสื่อสาร การตลาดข้ามวัฒนธรรม 3 (2-2-5) (Digital Media for Cross-Cultural Marketing Communication) ศึกษาก่อน CS301 หลักการสื่อสารการตลาด หลักการ แนวคิด รูปแบบ และพัฒนาการของการใช้สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการสื่อสารการตลาด เทคนิคและวิธีการใช้สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคในสภาพแวดล้อมข้ามวัฒนธรรม การวัดและประเมินผลการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์</p>	คงเดิม
<p>CS 305 การสร้างแบรนด์ข้ามวัฒนธรรม 3 (3-0-6) (Cross-Cultural Branding) หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับแบรนด์และการสร้างแบรนด์ข้ามวัฒนธรรม องค์ประกอบของแบรนด์ คุณค่าเชิงมูลค่าของแบรนด์ (Brand Equity) บทบาทและความสำคัญของการสื่อสารการตลาดกับการสร้างแบรนด์ข้ามวัฒนธรรม กรณีศึกษาเทคนิคการสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างแบรนด์ระดับภูมิภาคและแบรนด์ระดับโลก</p>	<p>CS 305 การสร้างแบรนด์ข้ามวัฒนธรรม 3 (3-0-6) (Cross-Cultural Branding) หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับแบรนด์และการสร้างแบรนด์ข้ามวัฒนธรรม องค์ประกอบของแบรนด์ คุณค่าเชิงมูลค่าของแบรนด์ (Brand Equity) บทบาทและความสำคัญของการสื่อสารการตลาดกับการสร้างแบรนด์ข้ามวัฒนธรรม กรณีศึกษาเทคนิคการสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างแบรนด์ระดับภูมิภาคและแบรนด์ระดับโลก</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CS 306 การรณรงค์ทางการสื่อสาร การตลาดข้ามวัฒนธรรม 3 (3-0-6) (Cross-Cultural Marketing Communication Campaign) ศึกษาท่อน CS303 เครื่องมือ สื่อสารการตลาด เชิงกลยุทธ์ บทบาทและความสำคัญของการ รณรงค์ทางการสื่อสารการตลาด กระบวนการ วางแผนรณรงค์ ประกอบด้วยการวิเคราะห์ ผลิตภัณฑ์และองค์กร การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมทางการตลาดทั้งภายในประเทศ และระหว่างประเทศ การวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภค เป้าหมาย การพัฒนา กลยุทธ์การสื่อสาร การตลาดที่สอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภคใน สภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน และ การประเมินผลการรณรงค์ ฝึกวางแผนและ นำเสนอแผนรณรงค์ทางการสื่อสารการตลาด</p>	<p>CS 306 การรณรงค์ทางการสื่อสาร การตลาดข้ามวัฒนธรรม 3 (3-0-6) (Cross-Cultural Marketing Communication Campaign) ศึกษาท่อน CS303 เครื่องมือ สื่อสารการตลาด เชิงกลยุทธ์ บทบาทและความสำคัญของการ รณรงค์ทางการสื่อสารการตลาด กระบวนการ วางแผนรณรงค์ ประกอบด้วยการวิเคราะห์ ผลิตภัณฑ์และองค์กร การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมทางการตลาดทั้ง ภายในประเทศและระหว่างประเทศ การ วิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย การพัฒนา กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่สอดคล้องกับ กลุ่มผู้บริโภคในสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม ที่แตกต่างกัน และการประเมินผลการรณรงค์ ฝึกวางแผนและนำเสนอแผนรณรงค์ทางการ สื่อสารการตลาด</p>	<p>คงเดิม</p>

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CS 307 สัมมนาการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม</p> <p style="text-align: right;">3 (3-0-6)</p> <p>(Seminar on Cross-Cultural Marketing Communication)</p> <p><u>ศึกษาก่อน</u> CS301 หลักการสื่อสารการตลาด</p> <p>การวิเคราะห์สถานการณ์ ปัญหา และแนวทางแก้ไขปัญหาในกระบวนการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม โดยศึกษาจากกรณีตัวอย่างการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรมของประเทศไทย แนวความคิดและผลงานของนักสื่อสารการตลาดที่มีชื่อเสียง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแนวคิด ทักษะการวิเคราะห์และการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ รวมทั้งกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม</p>	<p>CS 307 สัมมนาการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม</p> <p style="text-align: right;">3 (3-0-6)</p> <p>(Seminar on Cross-Cultural Marketing Communication)</p> <p><u>ศึกษาก่อน</u> CS301 หลักการสื่อสารการตลาด</p> <p>การวิเคราะห์สถานการณ์ ปัญหา และแนวทางแก้ไขปัญหาในกระบวนการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม โดยศึกษาจากกรณีตัวอย่างการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรมของประเทศไทย แนวความคิดและผลงานของนักสื่อสารการตลาดที่มีชื่อเสียง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแนวคิด ทักษะการวิเคราะห์และการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ รวมทั้งกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม</p>	คงเดิม
<p>CS 308 ประสบการณ์วิชาชีพทางการสื่อสารการตลาด</p> <p>(Marketing Communication Practicum)</p> <p><u>สอบผ่าน</u> รายวิชาในหลักสูตร</p> <p style="text-align: center;">จำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิตและตามเกณฑ์ที่สาขาวิชากำหนด</p> <p>จัดให้นักศึกษาออกฝึกงานสื่อสารการตลาดในหน่วยงานต่าง ๆ โดยได้รับความเห็นชอบจากสาขาวิชา ให้มีระยะเวลาการฝึกงานไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ หรือไม่น้อยกว่า 400 ชั่วโมง ตามที่สาขาวิชากำหนด และให้เสนอรายงานการฝึกงานประกอบ</p>	<p>CS 308 ประสบการณ์วิชาชีพทางการสื่อสารการตลาด</p> <p>(Marketing Communication Practicum)</p> <p><u>สอบผ่าน</u> รายวิชาในหลักสูตร</p> <p style="text-align: center;">จำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิตและตามเกณฑ์ที่สาขาวิชากำหนด</p> <p>จัดให้นักศึกษาออกฝึกงานสื่อสารการตลาดในหน่วยงานต่าง ๆ โดยได้รับความเห็นชอบจากสาขาวิชา ให้มีระยะเวลาการฝึกงานไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ หรือไม่น้อยกว่า 400 ชั่วโมง ตามที่สาขาวิชากำหนด และให้เสนอรายงานการฝึกงานประกอบ</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CS 309 โครงการด้านการ 3 (1-0-8) สื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม (Cross-Cultural Marketing Communication Project) <u>สอบผ่าน</u> รายวิชาในหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิตและตามเกณฑ์ที่ สาขาวิชากำหนด นักศึกษาที่สาขาวิชาพิจารณาว่ามี คุณสมบัติเหมาะสมในการจัดทำโครงการด้าน การสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรมแทนการ ออกฝึกงานในหน่วยงานภายนอก ตามรายวิชา CS 308 ประสบการณ์วิชาชีพทางการสื่อสาร การตลาด ให้จัดทำโครงการเรื่องใด ๆ ที่ เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม โดยนักศึกษาต้องเขียนโครงการและนำเสนอต่อ อาจารย์ที่ปรึกษา ดำเนินโครงการ และ/หรือ ผลิตผลงาน ตามโครงการที่ได้รับความเห็นชอบ</p>	<p>CS 309 โครงการด้านการ 3 (1-0-8) สื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม (Cross-Cultural Marketing Communication Project) <u>สอบผ่าน</u> รายวิชาในหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิตและตามเกณฑ์ที่ สาขาวิชากำหนด นักศึกษาที่สาขาวิชาพิจารณาว่ามี คุณสมบัติเหมาะสมในการจัดทำโครงการด้าน การสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรมแทนการ ออกฝึกงานในหน่วยงานภายนอก ตามรายวิชา CS 308 ประสบการณ์วิชาชีพทางการสื่อสาร การตลาด ให้จัดทำโครงการเรื่องใด ๆ ที่ เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาดข้าม วัฒนธรรม โดยนักศึกษาต้องเขียนโครงการ และนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา ดำเนิน โครงการ และ/หรือ ผลิตผลงาน ตามโครงการ ที่ได้รับความเห็นชอบ</p>	คงเดิม
<p>CS 310 สหกิจศึกษา 6 (0-40-20) (Co-operative Education) <u>สอบผ่าน</u> รายวิชาในหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิตและตามเกณฑ์ ที่สาขาวิชากำหนด การปฏิบัติงานจริงในสถาน ประกอบการอย่างมีระบบ ตามสาขาวิชาที่ศึกษา เป็นระยะเวลา 1 ภาคการศึกษาในฐานะ พนักงานชั่วคราว นักศึกษาจะต้องเข้ารับการ เตรียมความพร้อมทั้งทางด้านวิชาการ และการ ปฏิบัติตนในสังคม การทำงาน รวมทั้งดำเนินการ ตามขั้นตอนของสหกิจศึกษาที่มหาวิทยาลัย กำหนด การปฏิบัติงานและการประเมินผล อยู่ ภายใต้การกำกับดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาของ สาขาวิชา และพนักงานที่ปรึกษาที่สถาน ประกอบการมอบหมาย</p>	<p>CS 310 สหกิจศึกษา 6 (0-40-20) (Co-operative Education) <u>สอบผ่าน</u> รายวิชาในหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิตและตามเกณฑ์ ที่สาขาวิชากำหนด การปฏิบัติงานจริงในสถาน ประกอบการอย่างมีระบบ ตามสาขาวิชาที่ ศึกษาเป็นระยะเวลา 1 ภาคการศึกษาในฐานะ พนักงานชั่วคราว นักศึกษาจะต้องเข้ารับการ เตรียมความพร้อมทั้งทางด้านวิชาการ และการ ปฏิบัติตนในสังคม การทำงาน รวมทั้ง ดำเนินการตามขั้นตอนของสหกิจศึกษาที่ มหาวิทยาลัยกำหนด การปฏิบัติงานและการ ประเมินผล อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ อาจารย์ที่ปรึกษาของสาขาวิชา และพนักงานที่ ปรึกษาที่สถานประกอบการมอบหมาย</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
5.2.5.2 วิชาเอกเลือก	5.2.5.2 วิชาเอกเลือก	
<p>CS 331 การสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว</p> <p>3 (3-0-6)</p> <p>(Cross-Cultural Marketing Communication for Tourism)</p> <p>หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บทบาทของการตลาดต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ส่วนผสมทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว การวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวหลากหลายวัฒนธรรม การวางแผนการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว กลยุทธ์การใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว</p>	<p>CS 331 การสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว</p> <p>3 (3-0-6)</p> <p>(Cross-Cultural Marketing Communication for Tourism)</p> <p>หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บทบาทของการตลาดต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ส่วนผสมทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว การวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวหลากหลายวัฒนธรรม การวางแผนการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว กลยุทธ์การใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว</p>	คงเดิม
<p>CS 332 การสื่อสารการตลาดสำหรับธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ</p> <p>3 (3-0-6)</p> <p>(Marketing Communication for Multinational Retail Business)</p> <p>แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ เครื่องมือสื่อสารการตลาดสำหรับธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ รูปแบบการใช้ชีวิต และพฤติกรรมของผู้บริโภคเป้าหมายภายใต้ความหลากหลายทางวัฒนธรรม การสื่อสาร อัตลักษณ์ของธุรกิจและการสร้างประสบการณ์ให้แก่ลูกค้า ณ ทุกจุดสัมผัส การสร้างแบรนด์ธุรกิจค้าปลีกในระดับสากล การสร้างความผูกพันและความภักดีของผู้บริโภค</p>	<p>CS 332 การสื่อสารการตลาดสำหรับธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ</p> <p>3 (3-0-6)</p> <p>(Marketing Communication for Multinational Retail Business)</p> <p>แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ เครื่องมือสื่อสารการตลาดสำหรับธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ รูปแบบการใช้ชีวิต และพฤติกรรมของผู้บริโภคเป้าหมายภายใต้ความหลากหลายทางวัฒนธรรม การสื่อสาร อัตลักษณ์ของธุรกิจและการสร้างประสบการณ์ให้แก่ลูกค้า ณ ทุกจุดสัมผัส การสร้างแบรนด์ธุรกิจค้าปลีกในระดับสากล การสร้างความผูกพันและความภักดีของผู้บริโภค</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CS 333 การสื่อสารการตลาดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม</p> <p>3 (3-0-6)</p> <p>(Marketing Communication for Small and Medium Enterprises)</p> <p>แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันภายใต้งบประมาณที่จำกัดและแบรนด์ยังไม่เป็นที่รู้จักในตลาด การวางแผนและพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจ</p>	<p>CS 333 การสื่อสารการตลาดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม</p> <p>3 (3-0-6)</p> <p>(Marketing Communication for Small and Medium Enterprises)</p> <p>แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันภายใต้งบประมาณที่จำกัดและแบรนด์ยังไม่เป็นที่รู้จักในตลาด การวางแผนและพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจ</p>	<p>คงเดิม</p>
<p>CS 334 การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม</p> <p>3 (2-2-5)</p> <p>(Event Marketing Communication)</p> <p>แนวคิดและองค์ประกอบของการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม การวิเคราะห์ผู้บริโภคและปัจจัยในการกำหนดรูปแบบของการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม กระบวนการวางแผนและดำเนินงานสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม เทคนิคการจัดกิจกรรมเพื่อการสื่อสารการตลาด วิธีการประเมินผลการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม ฝึกปฏิบัติการจัดกิจกรรมเพื่อการสื่อสารการตลาด</p>	<p>CS 334 การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม</p> <p>3 (2-2-5)</p> <p>(Event Marketing Communication)</p> <p>แนวคิดและองค์ประกอบของการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม การวิเคราะห์ผู้บริโภคและปัจจัยในการกำหนดรูปแบบของการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม กระบวนการวางแผนและดำเนินงานสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม เทคนิคการจัดกิจกรรมเพื่อการสื่อสารการตลาด วิธีการประเมินผลการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม ฝึกปฏิบัติการจัดกิจกรรมเพื่อการสื่อสารการตลาด</p>	<p>คงเดิม</p>

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CS 335 ไมซ์เพื่อการสื่อสารการตลาด ข้ามวัฒนธรรม</p> <p style="text-align: right;">3 (3-0-6)</p> <p>(MICE for Cross-Cultural Marketing Communication)</p> <p>หลักการเกี่ยวกับการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติ (MICE- Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions) เพื่อการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม การวางแผนและกำหนด กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมกิจกรรมไมซ์ การดำเนินงาน และการประเมินผลการจัดกิจกรรมไมซ์</p>	<p>CS 335 ไมซ์เพื่อการสื่อสารการตลาด ข้ามวัฒนธรรม</p> <p style="text-align: right;">3 (3-0-6)</p> <p>(MICE for Cross-Cultural Marketing Communication)</p> <p>หลักการเกี่ยวกับการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติ (MICE- Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions) เพื่อการสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม การวางแผนและกำหนด กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมกิจกรรมไมซ์ การดำเนินงาน และการประเมินผลการจัดกิจกรรมไมซ์</p>	คงเดิม
<p>CS 336 การออกแบบสารเพื่อการสื่อสาร การตลาด</p> <p style="text-align: right;">3 (3-0-6)</p> <p>(Message Design for Marketing Communication)</p> <p>การแปลงแนวคิดทางการตลาดสู่การสร้างสารเพื่อการสื่อสารการตลาด แนวคิดและเทคนิคการวิเคราะห์ผู้รับสาร ฝึกวิเคราะห์เชิงสร้างสรรค์เพื่อออกแบบเนื้อหาสารประเภทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ สารทางการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย สารทางการประชาสัมพันธ์</p>	<p>CS 336 การออกแบบสารเพื่อการสื่อสาร การตลาด</p> <p style="text-align: right;">3 (3-0-6)</p> <p>(Message Design for Marketing Communication)</p> <p>การแปลงแนวคิดทางการตลาดสู่การสร้างสารเพื่อการสื่อสารการตลาด แนวคิดและเทคนิคการวิเคราะห์ผู้รับสาร ฝึกวิเคราะห์เชิงสร้างสรรค์เพื่อออกแบบเนื้อหาสารประเภทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ สารทางการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย สารทางการประชาสัมพันธ์</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CS 337 ภาษาอังกฤษเพื่องานสื่อสาร การตลาด 3 (3-0-6) (English for Marketing Communication) สอบผ่าน CA303 ภาษาอังกฤษ สำหรับงานนิเทศศาสตร์ การอ่าน การแปลความหมาย และ การเขียนภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้องกับงานสื่อสาร การตลาด ได้แก่ การอ่านข่าวและการสรุปข่าว ภาษาอังกฤษ การแปลข่าวภาษาอังกฤษ การ อ่านและสรุปใจความของงานโฆษณา การเขียน บรรยายภาพข่าวประชาสัมพันธ์การตลาด การ แปลข่าวประชาสัมพันธ์การตลาด การเขียน บันทึกภายในและจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และ คำศัพท์ภาษาอังกฤษที่ใช้ในงานสื่อสาร การตลาด</p>	<p>CS 337 ภาษาอังกฤษเพื่องานสื่อสาร การตลาด 3 (3-0-6) (English for Marketing Communication) สอบผ่าน CA303 ภาษาอังกฤษ สำหรับงานนิเทศศาสตร์ การอ่าน การแปลความหมาย และ การเขียนภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้องกับงาน สื่อสารการตลาด ได้แก่ การอ่านข่าวและการ สรุปข่าวภาษาอังกฤษ การแปลข่าว ภาษาอังกฤษ การอ่านและสรุปใจความของ งานโฆษณา การเขียนบรรยายภาพข่าว ประชาสัมพันธ์การตลาด การแปลข่าว ประชาสัมพันธ์การตลาด การเขียนบันทึก ภายในและจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และ คำศัพท์ภาษาอังกฤษที่ใช้ในงานสื่อสาร การตลาด</p>	คงเดิม
<p>CS 338 การจัดการธุรกิจการสื่อสาร การตลาดข้ามวัฒนธรรม 3 (3-0-6) (Business Management for Cross-Cultural Marketing Communication) หลักการและแนวคิดการบริหารธุรกิจ การสื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม โครงสร้าง และการจัดการหน่วยปฏิบัติการสื่อสาร การตลาด การบริหารนโยบายและการจัดการ ทรัพยากรด้านงบประมาณ บุคลากร ข้อมูลเพื่อ การตัดสินใจ ศึกษาเปรียบเทียบการจัดการธุรกิจ สื่อสารการตลาดในบริบทของสังคมไทยและ นานาชาติ เน้นประเทศในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน</p>	<p>CS 338 การจัดการธุรกิจการสื่อสาร การตลาดข้ามวัฒนธรรม 3 (3-0-6) (Business Management for Cross-Cultural Marketing Communication) หลักการและแนวคิดการบริหาร ธุรกิจการสื่อสารการตลาดข้าม วัฒนธรรม โครงสร้างและการจัดการหน่วย ปฏิบัติการสื่อสารการตลาด การบริหาร นโยบายและการจัดการทรัพยากรด้าน งบประมาณ บุคลากร ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ ศึกษาเปรียบเทียบการจัดการธุรกิจสื่อสาร การตลาดในบริบทของสังคมไทยและ นานาชาติ เน้นประเทศในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
CS 339 การศึกษาเฉพาะบุคคล 3 (1-0-8) (Individual Study) การศึกษาเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับการ สื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม โดยนักศึกษา จะต้องเสนอโครงร่างของเรื่องที่สนใจศึกษา พร้อมเสนอชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อขออนุมัติ จากสาขาวิชาก่อนการลงทะเบียน	CS 339 การศึกษาเฉพาะบุคคล 3 (1-0-8) (Individual Study) การศึกษาเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับการ สื่อสารการตลาดข้ามวัฒนธรรม โดยนักศึกษา จะต้องเสนอโครงร่างของเรื่องที่สนใจศึกษา พร้อมเสนอชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อขออนุมัติ จากสาขาวิชาก่อนการลงทะเบียน	คงเดิม
CS 340 หัวข้อพิเศษทางการสื่อสาร การตลาด 3 (3-0-6) (Special Topic in Marketing Communication) ประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงาน สื่อสารการตลาด โดยสาขาวิชาเป็นผู้คัดเลือก และกำหนดหัวข้อในการศึกษาแต่ละภาค การศึกษาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน	CS 340 หัวข้อพิเศษทางการสื่อสาร การตลาด 3 (3-0-6) (Special Topic in Marketing Communication) ประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงาน สื่อสารการตลาด โดยสาขาวิชาเป็นผู้คัดเลือก และกำหนดหัวข้อในการศึกษาแต่ละภาค การศึกษาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน	คงเดิม
	5.2.6 กลุ่มวิชาเอกการสร้างสรรค และออกแบบสื่อ	เพิ่มกลุ่มวิชาเอก
	5.2.6.1 วิชาเอกบังคับ	
	CS 401 พื้นฐานการออกแบบ 3 (2-2-5) (Fundamental of Design) ประวัติ แนวคิด ทฤษฎีเบื้องต้นของ การออกแบบ ฝึกปฏิบัติงานด้านการสร้างสรรค์ □ การออกแบบสื่อ โดยใช้ศิลปะพื้นฐานการ ออกแบบ ได้แก่ จุด เส้น ระนาบ รูปร่าง รูปทรง ลักษณะพื้นผิว สี น้ำหนัก พื้นที่ว่าง และ หลักการออกแบบ ได้แก่ เอกภาพ จังหวะ ความสมดุล สัดส่วน รวมถึงการใช้สี และการ สื่อสัญลักษณ์ทางการออกแบบ	วิชาใหม่
	CS 402 ทักษะศิลป์เพื่อการสื่อสาร 3 (2-2-5) (Visual Art for Communication) หลักการ แนวคิดและเทคนิคการ สื่อสารผ่านภาพ การออกแบบและจัด องค์ประกอบภาพ ทั้งภาพนิ่ง และ ภาพเคลื่อนไหว ฝึกปฏิบัติทักษะของการ ออกแบบภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ การ โฆษณา การสื่อสารการตลาด	วิชาใหม่

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
	<p>CS 403 เครื่องมือเพื่อการออกแบบสื่อและการสื่อสาร 3 (2-2-5) (Tools for Media and Communication Design) ศึกษาก่อน CS401 พื้นฐานการออกแบบ</p> <p>หลักการ แนวคิดและเทคนิคการออกแบบสื่อและการสื่อสาร ได้แก่ การออกแบบตัวอักษร การออกแบบอินเตอร์แอคทีฟ การออกแบบอินโฟกราฟิก ฝึกปฏิบัติการออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อการออกแบบสื่อที่สนับสนุนการสร้างแบรนด์</p>	วิชาใหม่
	<p>CS 404 การจัดการแบรนด์และการออกแบบ 3 (3-0-6) (Brand Strategy and Media Design)</p> <p>หลักการและความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการแบรนด์กับการออกแบบสื่อ การสร้างและปรับคุณค่า ความหมาย อัตลักษณ์ การวางตำแหน่ง และบุคลิกภาพของแบรนด์สินค้า บริการ หรือองค์กร การออกแบบสื่อเพื่อเชื่อมโยงกลยุทธ์แบรนด์ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เน้นกรณีศึกษาการจัดการแบรนด์ด้วยการออกแบบ</p>	วิชาใหม่
	<p>CS 405 การสร้างสรรค์และออกแบบเชิงธุรกิจ 3 (3-0-6) (Creativity and Design for Business)</p> <p>ความสัมพันธ์ของธุรกิจกับการสร้างสรรค์และออกแบบ กระบวนการและขั้นตอนการออกแบบ ตั้งแต่การวิเคราะห์บริบททางการตลาด สังคม และวัฒนธรรม การศึกษาพฤติกรรมความต้องการผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ฝึกปฏิบัติสร้างสรรค์งานออกแบบให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจ</p>	วิชาใหม่

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
	<p>CS 406 โครงการด้านการออกแบบสื่อ 1 3 (1-0-8) (Media Design Project 1) ศึกษาก่อน CS 401 พื้นฐานการ ออกแบบ CS 402 ทักษะศิลป์เพื่อ การสื่อสาร การจัดทำโครงการด้านการ ออกแบบสื่อในเรื่องใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับศิลปะ และการออกแบบสื่อ โดยนักศึกษาต้องเขียน โครงการและนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา ดำเนินโครงการ และ/หรือ ผลิตผลงาน ตาม โครงการที่ได้รับความเห็นชอบ</p>	วิชาใหม่
	<p>CS 407 สัมมนากลยุทธ์แบรนด์และการ ออกแบบสื่อ 3 (3-0-6) (Seminar on Brand Strategy and Media Design) ศึกษาก่อน CS 404 การจัดการ แบรนด์กับการ ออกแบบสื่อ การวิเคราะห์สถานการณ์ ปัญหา และแนวทางการพัฒนากลยุทธ์แบรนด์และ การออกแบบสื่อเพื่อสนับสนุนงานสื่อสาร เชิงกลยุทธ์ โดยเน้นศึกษาจากกรณีตัวอย่างที่ เกี่ยวข้องกับการสร้างแบรนด์องค์กรและ แ รณด์ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียง รวมถึงพิจารณา ความรับผิดชอบต่อลูกค้า ผู้บริโภค และผู้มี ส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องบนพื้นฐานของ จรรยาบรรณวิชาชีพและจริยธรรม</p>	วิชาใหม่

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
------------------------	----------------------------	--------------

	<p>CS 408 ประสบการณ์วิชาชีพทางการสร้างสรรค์และการออกแบบสื่อ 3 (0-6-3) (Media Arts and Design Practicum)</p> <p><u>สอบผ่าน</u> รายวิชาในหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิตและ ตามเกณฑ์ที่สาขาวิชา กำหนด</p> <p>จัดให้นักศึกษาออกฝึกงานด้านการสร้างสรรค์และออกแบบสื่อในหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยได้รับความเห็นชอบจากสาขาวิชา ให้มีระยะเวลาการฝึกงานไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ หรือไม่ต่ำกว่า 400 ชั่วโมงตามที่สาขาวิชากำหนด และให้เสนอรายงานการฝึกงานประกอบ</p>	วิชาใหม่
	<p>CS 409 โครงการด้านการออกแบบสื่อ 2 3 (1-0-8) (Media Design Project 2)</p> <p><u>สอบผ่าน</u> รายวิชาในหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต และ ตามเกณฑ์ที่สาขาวิชา กำหนด</p> <p>นักศึกษาที่สาขาวิชาพิจารณาว่ามีคุณสมบัติเหมาะสมในการจัดทำโครงการด้านการออกแบบสื่อ แทนการออกฝึกงานในหน่วยงานภายนอก ตามรายวิชา CS 408 ประสบการณ์วิชาชีพทางศิลปะและการออกแบบสื่อ ให้จัดทำโครงการเรื่องใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับศิลปะและการออกแบบสื่อ โดยนักศึกษาต้องเขียนโครงการและนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา ดำเนินโครงการ และ/หรือ ผลิตผลงาน ตามโครงการที่ได้รับความเห็นชอบ</p>	วิชาใหม่

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
------------------------	----------------------------	--------------

	<p>CS 410 สหกิจศึกษา 6 (0-40-20)</p> <p>6 (0-40-20) (Co-operation Education) สอบผ่าน รายวิชาในหลักสูตร จำนวนไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิตและ ตามเกณฑ์ที่สาขาวิชา กำหนด</p> <p>การปฏิบัติงานจริงในสถาน ประกอบการอย่างมีระบบ ตามสาขาวิชาที่ ศึกษาเป็นระยะเวลา 1 ภาคการศึกษาในฐานะ พนักงานชั่วคราว นักศึกษาจะต้องเข้ารับการ เตรียมความพร้อมทั้งทางด้านวิชาการ และการ ปฏิบัติตนในสังคม การทำงาน รวมทั้ง ดำเนินการตามขั้นตอนของสหกิจศึกษาที่ มหาวิทยาลัยกำหนด การปฏิบัติงานและการ ประเมินผล อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ อาจารย์ที่ปรึกษาของสาขาวิชา และพนักงานที่ ปรึกษาที่สถานประกอบการมอบหมาย</p>	วิชาใหม่
	5.2.6.2 วิชาเอกเลือก	
	<p>CS 431 สุนทรียภาพทางศิลปะและการ ออกแบบ 3 (3-0-6) (Art and Design Appreciation) หลักการสุนทรียศาสตร์ ความเข้าใจ ในทัศนศิลป์สาขาต่าง ๆ ความชื่นชมในความ เป็นมา รูปแบบของศิลปะและการออกแบบ ของไทยและสากล เน้นความเข้าใจและ ประสบการณ์ในการดูงานศิลปะและการ ออกแบบเพื่อเป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์งาน ออกแบบสื่อ</p>	วิชาใหม่

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
	<p>CS 432 การออกแบบสื่ออินเทอร์แอกทีฟ 3 (2-2-5) (Interactive Media Design)</p> <p>หลักการ แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบสื่อเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมกับผู้ใช้ ผ่านเนื้อหาในรูปแบบต่างๆ ทั้งตัวอักษร กราฟิก แอนิเมชัน วิดีทัศน์ และเสียง เพื่อใช้ในสื่อดิจิทัลและ สื่อใหม่ต่างๆ ฝึกปฏิบัติการออกแบบสื่ออินเทอร์แอกทีฟโดยคำนึงถึงการออกแบบพื้นที่การใช้งาน และประสบการณ์การใช้งานของผู้ใช้</p>	วิชาใหม่
	<p>CS 433 การออกแบบภาพประกอบสื่อ 3 (2-2-5) (Visual Design for Media)</p> <p>หลักการ กระบวนการ และเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบของการสื่อสาร เพื่อพัฒนาความคิดรวบยอดในการสร้างสรรค์ภาพประกอบสำหรับการสื่อความหมายในการออกแบบสื่อ ฝึกปฏิบัติการออกแบบภาพประกอบ ทั้งภาพถ่าย ภาพวาด ภาพกราฟิก ภาพเคลื่อนไหว</p>	วิชาใหม่
	<p>CS 434 การสร้างภาพดิจิทัล 3 (2-2-5) (Digital Imaging)</p> <p>หลักการ กระบวนการสร้างและตกแต่งภาพ ระบบการจัดการสี และกระบวนการทำงานด้านภาพดิจิทัล เพื่องานโฆษณา ประชาสัมพันธ์และการสื่อสารการตลาด ฝึกปฏิบัติสร้างสรรค์ภาพด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล</p>	วิชาใหม่

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
	<p>CS 435 การออกแบบกราฟิกเพื่อองค์กรและผลิตภัณฑ์ 3 (2-2-5) (Graphic Design for Corporate and Product)</p> <p>หลักการ วิธีการออกแบบกราฟิก โดยการนำเอารูปประกอบ ภาพถ่าย สัญลักษณ์ รูปแบบ ขนาดตัวอักษร มาจัดวางเพื่อสื่อความหมาย และสะท้อนภาพลักษณ์ขององค์กรและผลิตภัณฑ์ ฝึกปฏิบัติการออกแบบกราฟิกเพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์องค์กร ตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์</p>	วิชาใหม่
	<p>CS 436 การออกแบบเพื่อกิจกรรมพิเศษและนิทรรศการ 3 (2-2-5) (Design for Special Event and Exhibition)</p> <p>แนวคิด หลักการเกี่ยวกับการวางแผนและออกแบบประสบการณ์การรับรู้ผ่านกิจกรรมพิเศษ และนิทรรศการ การวิเคราะห์ความต้องการขององค์กรหรือลูกค้า การบริหารจัดการพื้นที่ การสร้างสรรค์ด้วยเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง ฝึกปฏิบัติการออกแบบกิจกรรมพิเศษและนิทรรศการเพื่อสร้างความเข้าใจ การมีส่วนร่วม การมีปฏิสัมพันธ์ และความรู้สึกผูกพันทางใจ</p>	วิชาใหม่
	<p>CS 437 การจัดการธุรกิจการออกแบบสื่อ 3 (3-0-6) (Communication Design Management)</p> <p>การดำเนินงานของธุรกิจการออกแบบสื่อ ได้แก่ ระบบและกลไกการตลาดของธุรกิจออกแบบสื่อ การจัดองค์กร การบริหารการเงิน การคำนวณต้นทุน กลไกลิขสิทธิ์ รวมทั้งแนวโน้มทางธุรกิจและเทคโนโลยีกับการปรับตัวของธุรกิจการออกแบบสื่อ</p>	

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
5.2.7 วิชาโทสาขานิเทศศาสตร์	5.2.7 วิชาโทสาขาวิชานิเทศศาสตร์	
<p>CX 001 นิเทศศาสตร์เบื้องต้น 3 (3-0-6) (Introduction to Communication Arts)</p> <p>ความหมาย ความสำคัญ และประเภทของการสื่อสาร องค์ประกอบ แบบจำลองของกระบวนการสื่อสาร ลักษณะ บทบาท หน้าที่และวิวัฒนาการของการสื่อสารมวลชน ระบบและอิทธิพลของการสื่อสารมวลชนที่มีต่อสังคม องค์กรที่เกี่ยวข้อง ทั้งในและต่างประเทศ การสื่อสารกับการพัฒนาประเทศ</p>	<p>CX 001 นิเทศศาสตร์เบื้องต้น 3 (3-0-6) (Introduction to Communication Arts)</p> <p>ความหมาย ความสำคัญ และประเภทของการสื่อสาร องค์ประกอบแบบจำลองของกระบวนการสื่อสาร ลักษณะ บทบาท หน้าที่และวิวัฒนาการของการสื่อสารมวลชน ระบบและอิทธิพลของการสื่อสารมวลชนที่มีต่อสังคม องค์กรที่เกี่ยวข้อง ทั้งในและต่างประเทศ การสื่อสารกับการพัฒนาประเทศ</p>	คงเดิม
<p>CX 002 การสื่อสารเพื่อการพัฒนา 3 (3-0-6)</p> <p>3(3-0-6) (Communication for Development)</p> <p>แนวคิด หลักการ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารกับการพัฒนา ครอบคลุมทั้งแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา การสื่อสาร การสื่อสารเพื่อการพัฒนา การเปลี่ยนแปลงทางสังคม การแพร่กระจายนวัตกรรม การสื่อสารรณรงค์ การตลาดเพื่อสังคม และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยมีกรณีศึกษาประกอบ</p>	<p>CX 002 การสื่อสารเพื่อการพัฒนา 3 (3-0-6)</p> <p>3(3-0-6) (Communication for Development)</p> <p>แนวคิด หลักการ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารกับการพัฒนา ครอบคลุมทั้งแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา การสื่อสาร การสื่อสารเพื่อการพัฒนา การเปลี่ยนแปลงทางสังคม การแพร่กระจายนวัตกรรม การสื่อสารรณรงค์ การตลาดเพื่อสังคม และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยมีกรณีศึกษาประกอบ</p>	คงเดิม
<p>CX 003 การโฆษณากับสังคม 3 (3-0-6) (Advertising and Society)</p> <p>บทบาท อิทธิพล และผลกระทบของการโฆษณาและกิจกรรมการตลาดอื่น ๆ ที่มีต่อบุคคล ชุมชน และสังคม บทบาทของการโฆษณาในด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม จรรยาบรรณและความรับผิดชอบของนักโฆษณา การควบคุมโฆษณาทางกฎหมายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยใช้กรณีศึกษาในประเทศไทย</p>	<p>CX 003 การโฆษณากับสังคม 3 (3-0-6) (Advertising and Society)</p> <p>บทบาท อิทธิพล และผลกระทบของการโฆษณาและกิจกรรมการตลาดอื่น ๆ ที่มีต่อบุคคล ชุมชน และสังคม บทบาทของการโฆษณาในด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม จรรยาบรรณและความรับผิดชอบของนักโฆษณา การควบคุมโฆษณาทางกฎหมายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยใช้กรณีศึกษาในประเทศไทย</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CX 006 วารสารศาสตร์สากล 3 (3-0-6) (Global Journalism) แนวคิดเกี่ยวกับวารสารศาสตร์สากล</p> <p>การไหลเวียนของข่าวสารระหว่างประเทศ ภูมิทัศน์ของสื่อที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคหลอมรวมสื่อซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบกับประชาคมโลก ลักษณะและบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนทั้งในระดับสากล และ ระดับภูมิภาค โดยเฉพาะอย่างยิ่งภูมิภาคอาเซียน วิเคราะห์ปัญหาการนำเสนอข่าวสารของประเทศกำลังพัฒนา องค์กรสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ ปัจจัยต่าง ๆ ด้านการสื่อสารที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลต่อการพัฒนา</p>	<p>CX 006 วารสารศาสตร์สากล 3 (3-0-6) (Global Journalism) แนวคิดเกี่ยวกับวารสารศาสตร์สากล</p> <p>การไหลเวียนของข่าวสารระหว่างประเทศ ภูมิทัศน์ของสื่อที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคหลอมรวมสื่อซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบกับประชาคมโลก ลักษณะและบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนทั้งในระดับสากลและระดับภูมิภาค โดยเฉพาะอย่างยิ่งภูมิภาคอาเซียน วิเคราะห์ปัญหาการนำเสนอข่าวสารของประเทศกำลังพัฒนา องค์กรสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศปัจจัยต่าง ๆ ด้านการสื่อสารที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลต่อการพัฒนา</p>	คงเดิม
<p>CX 007 การกระจายเสียง 3 (3-0-6) และแพร่ภาพนานาชาติ 3(3-0-6) (International Broadcasting) โครงสร้าง ระบบ และการดำเนินงาน</p> <p>ของกิจการกระจายเสียงและแพร่ภาพผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ ทางภาคพื้นดิน อินเทอร์เน็ต เคเบิลทีวี การสื่อสารผ่านดาวเทียม และการสื่อสารรูปแบบอื่น ๆ ในบริบททางเศรษฐกิจ การเมืองและสังคมที่แตกต่างกันของนานาประเทศ</p>	<p>CX 007 การกระจายเสียง 3 (3-0-6) และแพร่ภาพนานาชาติ 3(3-0-6) (International Broadcasting) โครงสร้าง ระบบ และการดำเนินงาน</p> <p>ของกิจการกระจายเสียงและแพร่ภาพผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ ทางภาคพื้นดิน อินเทอร์เน็ต เคเบิลทีวี การสื่อสารผ่านดาวเทียม และการสื่อสารรูปแบบอื่น ๆ ในบริบททางเศรษฐกิจ การเมืองและสังคมที่แตกต่างกันของนานาประเทศ</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CX008 พื้นฐานการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ 3 (3-0-6) (Fundamentals of Strategic Communication) ศึกษาก่อน CX001 นิเทศศาสตร์ เบื้องต้น</p> <p>หลักการ แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ การสร้างและสื่อสารแบรนด์ระดับองค์กร ระดับสินค้าและบริการ การใช้เครื่องมือหลักในการสื่อสารแบรนด์ โดยเน้นหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และกระบวนการดำเนินงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา จรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อสังคมในการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ขององค์กร</p>	<p>CX008 พื้นฐานการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ 3 (3-0-6) (Fundamentals of Strategic Communication) ศึกษาก่อน CX001 นิเทศศาสตร์ เบื้องต้น</p> <p>หลักการ แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ การสร้างและสื่อสารแบรนด์ระดับองค์กร ระดับสินค้าและบริการ การใช้เครื่องมือหลักในการสื่อสารแบรนด์ โดยเน้นหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และกระบวนการดำเนินงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา จรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อสังคมในการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ขององค์กร</p>	คงเดิม
<p>5.3 หมวดวิชาเลือกเสรี</p>	<p>5.3 หมวดวิชาเลือกเสรี</p>	<p>เหตุผลประกอบ</p>
<p>CA001 มนุษย์สัมพันธ์ 3 (3-0-6) (Human Relations) ความหมาย และความสำคัญของมนุษย์สัมพันธ์ในชีวิตส่วนตัว ครอบครัว สังคม และการงาน ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อมนุษย์สัมพันธ์ การสร้างมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี การปรับปรุงมนุษย์สัมพันธ์ในการดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข การพัฒนาบุคลิกภาพของตนเองในการคบหาสมาคมกับผู้อื่นและการทำงานเป็น</p> <p>ความหมาย และความสำคัญของมนุษย์สัมพันธ์ในชีวิตส่วนตัว ครอบครัว สังคม และการงาน ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อมนุษย์สัมพันธ์ การสร้างมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี การปรับปรุง มนุษย์สัมพันธ์ในการดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข การพัฒนาบุคลิกภาพของตนเองในการคบหา</p>	<p>CA001 มนุษย์สัมพันธ์ 3 (3-0-6) (Human Relations) ความหมาย และความสำคัญของมนุษย์สัมพันธ์ในชีวิตส่วนตัว ครอบครัว สังคม และการงาน ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อมนุษย์สัมพันธ์ การสร้างมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี การปรับปรุงมนุษย์สัมพันธ์ในการดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข การพัฒนาบุคลิกภาพของตนเองในการคบหาสมาคมกับผู้อื่นและการทำงานเป็น</p> <p>ความหมาย และความสำคัญของมนุษย์สัมพันธ์ในชีวิตส่วนตัว ครอบครัว สังคม และการงาน ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ มนุษย์สัมพันธ์ การสร้างมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี การปรับปรุงมนุษย์สัมพันธ์ในการดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข การพัฒนาบุคลิกภาพของตนเองในการคบหาสมาคมกับผู้อื่นและการทำงาน</p>	คงเดิม

<p>สมาคมกับผู้อื่นและการทำงานเป็นกลุ่ม บุคลิกภาพผู้นำและผู้ตาม เทคนิคการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนทักษะการแสดงออกอย่างเหมาะสมของพฤติกรรมบุคคลในพิธีการต่าง ๆ และในสภาพการณ์ทางสังคมทั่วไป</p>	<p>เป็นกลุ่ม บุคลิกภาพผู้นำและผู้ตาม เทคนิคการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนทักษะการแสดงออกอย่างเหมาะสมของพฤติกรรมบุคคลในพิธีการต่าง ๆ และในสภาพการณ์ทางสังคมทั่วไป</p>	
--	--	--

5.3 หมวดวิชาเลือกเสรี	5.3 หมวดวิชาเลือกเสรี	เหตุผลประกอบ
<p>CA002 ศิลปะการพูด 3 (3-0-6) (Rhetorics)</p> <p>ศิลปะการพูด การคิดและการฟัง การใช้ภาษาที่เหมาะสม การใช้อารมณ์ในการพูด และการฝึกปฏิบัติการพูด เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนด ได้แก่ การสนทนา เพื่อเพิ่มพูนไมตรีจิต การแสดงความคิดเห็น การนำเสนอผลงาน การขายผลิตภัณฑ์และบริการ การบำรุงขวัญบุคลากร และการพูดในฐานะพิธีกร</p>	<p>CA002 ศิลปะการพูด 3 (3-0-6) (Rhetorics)</p> <p>ศิลปะการพูด การคิดและการฟัง การใช้ภาษาที่เหมาะสม การใช้อารมณ์ในการพูด และการฝึกปฏิบัติการพูด เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนด ได้แก่ การสนทนา เพื่อเพิ่มพูนไมตรีจิต การแสดงความคิดเห็น การนำเสนอผลงาน การขายผลิตภัณฑ์และบริการ การบำรุงขวัญบุคลากร และการพูดในฐานะพิธีกร</p>	คงเดิม
<p>CA003 ธุรกิจสื่อสารมวลชน 3 (3-0-6) (Mass Communication Business)</p> <p>ลักษณะ โครงสร้างองค์กร และการดำเนินธุรกิจขององค์กรด้านสื่อสารมวลชนทุกประเภท ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจสื่อสารมวลชนแต่ละประเภท การซื้อ-ขาย เวลา หรือเนื้อที่ของสื่อเพื่อกิจกรรมส่งเสริมการตลาด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ นโยบายของรัฐ และการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจของโลกที่มีผลต่อแนวโน้มธุรกิจสื่อสารมวลชน</p>	<p>CA003 ธุรกิจสื่อสารมวลชน 3 (3-0-6) (Mass Communication Business)</p> <p>ลักษณะ โครงสร้างองค์กร และการดำเนินธุรกิจขององค์กรด้านสื่อสารมวลชนทุกประเภท ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจสื่อสารมวลชนแต่ละประเภท การซื้อ-ขาย เวลา หรือเนื้อที่ของสื่อเพื่อกิจกรรมส่งเสริมการตลาด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ นโยบายของรัฐ และการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจของโลกที่มีผลต่อแนวโน้มธุรกิจสื่อสารมวลชน</p>	คงเดิม
<p>CA004 สัมมนาการสื่อสารกับสังคม 3(3-0-6) (Seminar on Communication and</p>	<p>CA004 สัมมนาการสื่อสารกับสังคม 3 (3-0-6)</p>	คงเดิม

<p>Society) การวิเคราะห์ โครงสร้าง บทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบของสื่อมวลชนต่อสังคม ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับสถาบัน ต่าง ๆ ในสังคม โดยเน้นบริบทของสังคมไทย และสังคมโลก</p>	<p>(Seminar on Communication and Society) การวิเคราะห์ โครงสร้าง บทบาท หน้าที่และความรับผิดชอบของสื่อมวลชนต่อ สังคม ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับ สถาบันต่าง ๆ ในสังคม โดยเน้นบริบทของ สังคมไทยและสังคมโลก</p>	
---	--	--

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CA005 สื่อมวลชนและสิ่งแวดล้อมศึกษา 3 (3-0-6) (Mass Media and Environmental Study) แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ปัญหาและแนวทางการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม ระบบการผลิตและการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมโดยสื่อมวลชน บทบาทของสื่อมวลชนในการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ ทักษะ และส่งเสริมพฤติกรรมที่พึงประสงค์เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม แนวปฏิบัติในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อมโดยเริ่มจากตนเอง วิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมโดยใช้สื่อมวลชน</p>	<p>CA005 สื่อมวลชนและสิ่งแวดล้อมศึกษา 3 (3-0-6) (Mass Media and Environmental Study) แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ปัญหาและแนวทางการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม ระบบการผลิต และการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมโดยสื่อมวลชน บทบาทของสื่อมวลชนในการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ ทักษะ และส่งเสริมพฤติกรรมที่พึงประสงค์เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม แนวปฏิบัติในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อมโดยเริ่มจากตนเอง วิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมโดยใช้สื่อมวลชน</p>	คงเดิม
<p>CA006 การแปลสำหรับนิเทศศาสตร์ 3 (3-0-6) 3(2-2-5) (Translation for Communication Arts) หลัก เทคนิคการแปลและฝึกแปลข่าวประเภทต่าง ๆ บทความ และบทโฆษณาจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทย โดยเน้นความถูกต้องและภาษาที่เหมาะสมกับบริบท</p>	<p>CA006 การแปลสำหรับนิเทศศาสตร์ 3 (3-0-6) 3(2-2- (Translation for Communication Arts) หลัก เทคนิคการแปลและฝึกแปลข่าวประเภทต่าง ๆ บทความ และบทโฆษณาจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทย โดยเน้นความถูกต้องและภาษาที่เหมาะสมกับบริบท</p>	คงเดิม
<p>CA007 การแปลบันเทิงคดีสำหรับนิเทศศาสตร์ 3 (3-0-6) (Fiction Translation for Communication Arts) หลัก เทคนิคการแปล และฝึกแปลบันเทิงคดีประเภทต่าง ๆ เพื่องานนิเทศศาสตร์ จากภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทย โดยเน้นความถูกต้องและภาษาที่เหมาะสมกับบริบท</p>	<p>CA007 การแปลบันเทิงคดีสำหรับนิเทศศาสตร์ 3 (3-0-6) (Fiction Translation for Communication Arts) หลัก เทคนิคการแปล และฝึกแปลบันเทิงคดีประเภทต่าง ๆ เพื่องานนิเทศศาสตร์ จากภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทย โดยเน้นความถูกต้องและภาษาที่เหมาะสมกับบริบท</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CA008 พัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อ 3 (3-0-6)</p> <p>(Media Literacy Skill Development) ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ อิทธิพลของสื่อที่มีต่อผู้บริโภค หลักการและแนวคิดสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ จำแนกตามประเภทของสื่อ ได้แก่ ภาพข่าว โฆษณา รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และสื่ออินเทอร์เน็ต โดยเน้นทำความเข้าใจเกี่ยวกับบริบทของสื่อต่าง ๆ อาทิ อุตสาหกรรมสื่อ เทคโนโลยีสื่อ จิตวิทยาการสร้างสาร รูปแบบและภาษาในสื่อ ฝักวิเคราะห์ข่าวสารในสื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อการรู้เท่าทันสื่อ</p>	<p>CA008 พัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อ 3 (3-0-6)</p> <p>(Media Literacy Skill Development) ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ อิทธิพลของสื่อที่มีต่อผู้บริโภค หลักการและแนวคิดสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ จำแนกตามประเภทของสื่อ ได้แก่ ภาพข่าว โฆษณา รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และสื่ออินเทอร์เน็ต โดยเน้นทำความเข้าใจเกี่ยวกับบริบทของสื่อต่าง ๆ อาทิ อุตสาหกรรมสื่อ เทคโนโลยีสื่อ จิตวิทยาการสร้างสาร รูปแบบและภาษาในสื่อ ฝักวิเคราะห์ข่าวสารในสื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อการรู้เท่าทันสื่อ</p>	คงเดิม
<p>CA009 การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม 3 (3-0-6)</p> <p>(Intercultural Communication) ปรัชญาและแนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรม โลกาภิวัตน์ มิติทางวัฒนธรรม และความแตกต่างระหว่างกลุ่มวัฒนธรรมในสังคมโลก องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับค่านิยมทางวัฒนธรรม ภาษา และอัตลักษณ์ บทบาทและความสำคัญของการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมที่มีต่อปัจเจกบุคคลและองค์กร การปรับตัวเพื่อกลมกลืนกับวัฒนธรรม แนวทางการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมเพื่อลดความขัดแย้งและสร้างการยอมรับทั้งในระดับบุคคลและระดับองค์กร</p>	<p>CA009 การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม 3 (3-0-6)</p> <p>(Intercultural Communication) ปรัชญาและแนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรม โลกาภิวัตน์ มิติทางวัฒนธรรม และความแตกต่างระหว่างกลุ่มวัฒนธรรมในสังคมโลก องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับค่านิยมทางวัฒนธรรม ภาษา และอัตลักษณ์ บทบาทและความสำคัญของการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมที่มีต่อปัจเจกบุคคลและองค์กร การปรับตัวเพื่อกลมกลืนกับวัฒนธรรม แนวทางการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมเพื่อลดความขัดแย้งและสร้างการยอมรับทั้งในระดับบุคคลและระดับองค์กร</p>	คงเดิม

หลักสูตรเดิม พ.ศ. 2556	หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558	เหตุผลประกอบ
<p>CA010 คติชนอาเซียนสำหรับการสื่อสารเชิงธุรกิจ 3 (3-0-6) (ASEAN Folklore for Business Communication) ข้อมูลเบื้องต้นทางคติชนวิทยาของประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) คติชนที่สำคัญสำหรับงานสื่อสารเชิงธุรกิจ คติชนที่มีความคล้ายคลึงกันในกลุ่มอาเซียน วิเคราะห์และเปรียบเทียบคติชนของประเทศในกลุ่มอาเซียนที่แตกต่างกับประเทศไทย</p>	<p>CA010 คติชนอาเซียนสำหรับการสื่อสารเชิงธุรกิจ 3 (3-0-6) (ASEAN Folklore for Business Communication) ข้อมูลเบื้องต้นทางคติชนวิทยาของประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) คติชนที่สำคัญสำหรับงานสื่อสารเชิงธุรกิจ คติชนที่มีความคล้ายคลึงกันในกลุ่มอาเซียน วิเคราะห์และเปรียบเทียบคติชนของประเทศในกลุ่มอาเซียนที่แตกต่างกับประเทศไทย</p>	คงเดิม
<p>CA011 ศิลปวัฒนธรรมอาเซียนศึกษา 3 (3-0-6) (ASEAN Art and Cultural Studies) งานศิลปะ ข้อมูลเชิงวัฒนธรรม ประเพณี และค่านิยมพื้นฐานที่เป็นเอกลักษณ์ของชนชาติต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) ตัวอย่างชิ้นงานศิลปะร่วมสมัย กิจกรรมทางศาสนา วัฒนธรรม และประเพณีที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของประชาชนในประเทศกลุ่มอาเซียน</p>	<p>CA011 ศิลปวัฒนธรรมอาเซียนศึกษา 3 (3-0-6) (ASEAN Art and Cultural Studies) งานศิลปะ ข้อมูลเชิงวัฒนธรรม ประเพณี และค่านิยมพื้นฐานที่เป็นเอกลักษณ์ของชนชาติต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) ตัวอย่างชิ้นงานศิลปะร่วมสมัย กิจกรรมทางศาสนา วัฒนธรรม และประเพณีที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของประชาชนในประเทศกลุ่มอาเซียน</p>	คงเดิม

ภาคผนวก ซ.

การพัฒนาผลการเรียนรู้และแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐาน
ผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา ของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป
ฉบับปรับปรุง พ.ศ.2553

ภาคผนวก ช.
การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษาและแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบ
มาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา ของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป
ฉบับปรับปรุง พ.ศ.2553

การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา (Learning Outcome)

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- 1) มีวินัย ตรงต่อเวลา ความรับผิดชอบ ต่อตนเองและสังคม
- 2) มีความซื่อสัตย์ต่อหน้าที่
- 3) เคารพกฎระเบียบ และข้อบังคับของส่วนรวม
- 4) มีจิตสำนึกที่ดีต่อสังคม
- 5) มีความเสียสละและมีความอดทน

1.2 วิธีการสอน

- 1) สอนโดยเป็นต้นแบบที่ดี เพื่อเป็นตัวอย่างที่ดีให้นักศึกษา
- 2) มอบหมายงานให้นักศึกษาทำงานทั้งที่เป็นงานเดี่ยวและงานกลุ่มโดยกำหนดเวลาส่งงานชัดเจน
- 3) บรรยาย/ ฝึกปฏิบัติ/ กรณีศึกษา/ กิจกรรม (activity base)

1.3 วิธีการประเมินผล

- 1) การเช็คชื่อเข้าห้องเรียนระบบ student attendant
- 2) การส่งงานที่ได้รับมอบหมายตรงเวลาที่กำหนด
- 3) การส่งงานที่ได้รับมอบหมายครบถ้วน
- 4) มีการอ้างอิงแหล่งข้อมูลได้อย่างถูกต้อง

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- 1) ความรู้พื้นฐานด้านธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ การบัญชี และคณิตศาสตร์
- 2) ความรู้และทักษะการใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษธุรกิจ
และสามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 3) ความรู้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสมัยใหม่
- 4) ความรู้เรื่องบุคลิกภาพของการเป็นนักธุรกิจและการเข้าสังคม
- 5) ความรู้และตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม
- 6) ความรู้ความเข้าใจในตนเองและผู้อื่น

2.2 วิธีการสอน

บรรยาย อภิปราย กรณีศึกษา บทบาทสมมติ สถานการณ์จำลอง การใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และศึกษาผ่านระบบ e-learning

2.3 วิธีการประเมินผล

- 1) การนำเสนองานที่ได้รับมอบหมาย
- 2) ทดสอบย่อยในห้องเรียน
- 3) สอบกลางภาคและปลายภาค
- 4) ศึกษาและทดสอบย่อยผ่านระบบ e-learning

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- 1) มีความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบ
- 2) มีความสามารถในการคิดสร้างสรรค์
- 3) มีความสามารถในการแก้ปัญหาในสถานการณ์ต่าง ๆ
- 4) มีความสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน

3.2 วิธีการสอน

กรณีศึกษา โครงการ การแก้ปัญหา การจำลองสถานการณ์ อภิปรายกลุ่ม ระดมสมอง

3.3 วิธีการประเมินผล

สอบย่อย สอบกลางภาค และสอบไล่ปลายภาค โดยเน้นข้อสอบที่ใช้การวิเคราะห์ การนำไปใช้ การแสดงเหตุผล ประเมินผลงานของนักศึกษา

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- 1) พัฒนาทักษะในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียนและผู้เรียนกับผู้สอน ตลอดจนสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี
- 2) มีการพัฒนาภาวะผู้นำ
- 3) เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น
- 4) สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมที่หลากหลาย
- 5) มีบุคลิกภาพที่ดีทั้งภายในและภายนอก รวมทั้งมีความสามารถในการเข้าสังคม

4.2 วิธีการสอน

- 1) มอบหมายงานทั้งงานเดี่ยว และงานกลุ่ม และการนำเสนอผลงาน
- 2) การทำกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย
- 3) สถานการณ์จำลอง

4.3 วิธีการประเมินผล

- 1) ทำแบบทดสอบ on-line ในระบบ e-learning
- 2) การส่งงานผ่านระบบ web board
- 3) ประเมินการนำเสนอผลงาน

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- 1) ทักษะการคิดคำนวณเชิงตัวเลข
- 2) ทักษะในการสื่อสาร ได้แก่ การพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน โดยการทำงานกลุ่ม
- 3) ทักษะการสืบค้นข้อมูลจาก internet
- 4) ทักษะการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อคำนวณ นำเสนอ วิเคราะห์ และแปลผลข้อมูล
- 5) ทักษะการเรียนรู้ด้วยระบบ e-learning
- 6) ทักษะในการนำเสนอข้อมูล โดยใช้รูปแบบ เครื่องมือ และเทคโนโลยีที่เหมาะสม

5.2 วิธีการสอน

- 1) มอบหมายงานให้นักศึกษาฝึกฝนด้วยตนเองจากโปรแกรมสำเร็จรูป
- 2) มอบหมายคว้าข้อมูลจาก website และสื่อการสอน e-learning โดยเน้นข้อมูลเชิงตัวเลข และสถิติอ้างอิง
- 3) ฝึกทักษะทางการสื่อสาร

5.3 วิธีการประเมินผล

- 1) ทำรายงาน และนำเสนอโดยใช้เทคโนโลยีประเภทต่างๆ
- 2) ทำแบบฝึกทักษะแบบ on-line

ภาคผนวก ซ.

คำสั่งสภามหาวิทยาลัยที่ 11/2558 วันที่ 18 มิถุนายน 2558 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร
และมาตรฐานการศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

(สำเนา)

คำสั่งสภามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ที่ || /2558

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรและมาตรฐานการศึกษา
หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

สภามหาวิทยาลัยในการประชุม ครั้งที่ 2/2558 (309) เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2558 ได้มีมติอนุมัติให้แต่งตั้ง
คณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรและมาตรฐานการศึกษา หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์
เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีมาตรฐานทางวิชาการตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรสำนักงาน
คณะกรรมการการอุดมศึกษา

นายกสภามหาวิทยาลัย อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 35 แห่งพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษา
เอกชน พ.ศ. 2546 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550 จึงแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรและมาตรฐานการศึกษา
หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ ดังรายนามต่อไปนี้

- | | |
|--|----------------------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัฒน์พันธุ์ คุรุฑะเสน | ประธานกรรมการ |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มล.วิภาธร จิระประวัติ | กรรมการ |
| 3. นายชัยประนิน วิสุทธิผล | กรรมการ (ผู้เชิญบัณฑิต) |
| 4. คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ | กรรมการและเลขานุการ |
| 5. หัวหน้าหลักสูตรปริญญาตรี
สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |

หน้าที่ของคณะกรรมการฯ มีดังนี้

1. พิจารณาหลักสูตรให้สอดคล้องกับมาตรฐานทางวิชาการและเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร
ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.)
2. ปรับปรุงหลักสูตรให้มีความเหมาะสมทันสมัย และสอดคล้องกับความต้องการของตลาดงาน

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 7 มกราคม 2558 เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ 18 มิถุนายน พ.ศ. 2558

(ลงชื่อ) อิศระ ว่องกุลกิจ
(นายอิสระ ว่องกุลกิจ)
นายกสภามหาวิทยาลัย

สำเนาถูกต้อง

(อาจารย์ ดร.มานะ ดิระยาภิวัฒน์)

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์