

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารบูรณาการ
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567

รหัสและชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย : หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารบูรณาการ
ภาษาอังกฤษ : Master of Arts Program in Integrated Communication

ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ภาษาไทย : ชื่อเต็ม ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การสื่อสารบูรณาการ)
: ชื่อย่อ ศศ.ม. (การสื่อสารบูรณาการ)
ภาษาอังกฤษ : ชื่อเต็ม Master of Arts (Integrated Communication)
: ชื่อย่อ M.A. (Integrated Communication)

จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

แผน 2 (แบบวิชาการ) จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 36 หน่วยกิต
แผน 3 (แบบวิชาชีพ) จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 36 หน่วยกิต

วิชาเอก

- การสื่อสารศึกษา
- การสื่อสารการตลาด

รูปแบบของหลักสูตร

หลักสูตร 2 ปี และใช้เวลาศึกษาอย่างมากไม่เกิน 5 ปีการศึกษา ในสถานะของการเป็นนักศึกษาเต็มเวลา โดยไม่นับระยะเวลาที่นักศึกษาลาพัก จัดการเรียนการสอนนอกเวลาราชการ ในวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 09.00-16.30 น.

ปรัชญาของหลักสูตร

หลักสูตร แผน 2 (แบบวิชาการ)

หลักสูตรที่มุ่งผลิตมหาบัณฑิตที่มีทั้งความรู้ด้านทฤษฎีและหลักการเชิงลึกด้านการสื่อสาร เป็นผู้มีจริยธรรม คุณธรรม อีกทั้งยังสามารถบูรณาการความรู้ด้านการสื่อสารกับศาสตร์อื่นที่เชื่อมโยงกัน มุ่งเน้นการใช้ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์ในกระบวนการแสวงหาความรู้ทางวิชาการของศาสตร์การสื่อสารเชิงบูรณาการ นอกจากนี้ หลักสูตรยังต้องการเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ให้สามารถปฏิบัติงานโดยตอบสนองต่อความต้องการและความยั่งยืนขององค์กร ชุมชน และสังคม

หลักสูตร แผน 3 (แบบวิชาชีพ)

หลักสูตรที่มุ่งผลิตมหาบัณฑิตที่มีทั้งความรู้ด้านทฤษฎีและหลักการเชิงลึกด้านการสื่อสารการตลาด เป็นผู้มีจริยธรรม คุณธรรม อีกทั้งยังสามารถบูรณาการความรู้ด้านการสื่อสารการตลาดเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ มุ่งเน้นการใช้ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์ในกระบวนการแสวงหาความรู้ทางวิชาการของศาสตร์การสื่อสารเชิงบูรณาการ นอกจากนี้ หลักสูตรยังต้องการเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ให้สามารถปฏิบัติงานโดยตอบสนองต่อความต้องการและความยั่งยืนขององค์กร ชุมชน และสังคม

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร เพื่อผลิตมหาบัณฑิตที่:

หลักสูตร แผน 2 (แบบวิชาการ)

1. มีความรู้ความเข้าใจในกระบวนทัศน์และทฤษฎีทางการสื่อสาร รวมทั้งสามารถบูรณาการองค์ความรู้ด้านการสื่อสารกับศาสตร์อื่น ๆ เพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม
2. มีความรู้ความสามารถด้านการวิจัยทางการสื่อสาร และสามารถใช้ความรู้ดังกล่าวไปแก้ไขปัญหาในองค์กร รวมทั้งสามารถต่อยอดให้เกิดความรู้ใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม
3. เป็นนักวิชาการและนักวิชาชีพที่มีความสามารถในการนำความรู้ด้านการสื่อสารไปประยุกต์ใช้เพื่อแก้ปัญหาสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยความมีคุณธรรมและจริยธรรม
4. มีทักษะและความสามารถในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

หลักสูตร แผน 3 (แบบวิชาชีพ)

1. มีความรู้ความเข้าใจในกระบวนทัศน์และทฤษฎีทางการสื่อสารการตลาด รวมทั้งสามารถบูรณาการองค์ความรู้ด้านการสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม
2. มีความรู้ความสามารถด้านการวิจัยทางการสื่อสารการตลาด และสามารถใช้ความรู้ดังกล่าวไปแก้ไขปัญหาในองค์กรวิชาชีพ รวมทั้งสามารถต่อยอดให้เกิดความรู้ใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม
3. เป็นนักวิชาการและนักวิชาชีพที่มีความสามารถในการนำความรู้ด้านการสื่อสารการตลาดไปประยุกต์ใช้เพื่อแก้ปัญหาสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยความมีคุณธรรมและจริยธรรม
4. มีทักษะและความสามารถในการสื่อสารการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

โครงสร้างหลักสูตร แผน 2 (แบบวิชาการ) กลุ่มวิชาการสื่อสารศึกษา

จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร

ไม่น้อยกว่า 36 หน่วยกิต

ก. กระบวนวิชาเรียน

ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต

1. กระบวนวิชาในระดับบัณฑิตศึกษา

ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต

1.1 กระบวนวิชาในสาขาวิชาเฉพาะ

ไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต

1.1.1 กระบวนวิชาบังคับ

13 หน่วยกิต

851701 กระบวนทัศน์และทฤษฎีทางการสื่อสาร

3 หน่วยกิต

851703 จริยธรรมวิชาชีพและกฎหมายการสื่อสาร

3 หน่วยกิต

851704 การวิจัยการสื่อสาร

3 หน่วยกิต

851705 สัมมนาสื่อกับบริบททางสังคม

3 หน่วยกิต

851709 สัมมนาประเด็นการสื่อสาร

1 หน่วยกิต

1.1.2 กระบวนวิชาเลือก

ไม่น้อยกว่า 11 หน่วยกิต

851708 การบริหารจัดการสื่อ

3 หน่วยกิต

851711 การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

3 หน่วยกิต

851714 การสื่อสารการเมือง

3 หน่วยกิต

851715 เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสาร

3 หน่วยกิต

851717 การสื่อสารโลก

3 หน่วยกิต

851723 การสื่อสารในประชาคมอาเซียน

3 หน่วยกิต

851726 การสื่อสารในภาวะวิกฤติ

3 หน่วยกิต

851727 สื่อและวัฒนธรรมศึกษา

3 หน่วยกิต

851728 จิตวิทยาการสื่อสาร

3 หน่วยกิต

851729 สื่อและประชาสังคม

3 หน่วยกิต

851789 หัวข้อเลือกสรร

2 หน่วยกิต

1.2 กระบวนวิชานอกสาขาวิชาเฉพาะ

2. กระบวนวิชาระดับปริญญาตรีชั้นสูง (ถ้ามี)

นักศึกษาอาจเลือกเรียนกระบวนวิชานอกสาขาวิชาเฉพาะได้ตามความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษากรณีที่นักศึกษาขาดความรู้พื้นฐานบางประการที่จำเป็นสำหรับการเรียน การศึกษา นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนเรียนกระบวนวิชาระดับปริญญาตรีชั้นสูง ตามความเห็นชอบของคณะกรรมการบริหารหลักสูตรประจำสาขาวิชาการสื่อสารบูรณาการ

ข. ปริญญาโท

851799 วิทยานิพนธ์ปริญญาโท

12 หน่วยกิต

ค. กระบวนวิชาที่ไม่นับหน่วยกิตสะสม

1. ตามเงื่อนไขของบัณฑิตวิทยาลัย ภาษาต่างประเทศ
2. ตามเงื่อนไขของสาขาวิชา ไม่มี

ง. กิจกรรมทางวิชาการ ประกอบด้วย

ผลงานวิทยานิพนธ์ หรือส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ได้รับการตีพิมพ์ หรืออย่างน้อยได้รับการตอบรับให้เผยแพร่ในรูปแบบบทความในวารสารระดับนานาชาติ หรือ ในวารสารระดับชาติที่อยู่ในฐานข้อมูล TCI Tier1 หรือ ในวารสารระดับชาติที่มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับในวงวิชาการในสาขาวิชานั้น ๆ หรือสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง โดยวารสารนั้นต้องมีการตีพิมพ์อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เป็นระยะเวลาอย่างน้อย 3 ปี และมีการตรวจสอบคุณภาพของบทความโดยผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบบทความ (peer reviewer) ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกจากหลากหลายสถาบัน อย่างน้อย 3 คน ทั้งนี้วารสารวิชาการนั้นอาจเผยแพร่เป็นรูปเล่มสิ่งพิมพ์ หรือเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีกำหนดการเผยแพร่อย่างแน่นอนชัดเจน หรือ บทความฉบับเต็ม (Full Paper) ในเอกสารเผยแพร่การประชุมวิชาการ (Proceedings) ระดับนานาชาติที่เป็นที่ยอมรับในสาขาวิชานั้น ๆ อย่างน้อยจำนวน 1 เรื่อง และระบุนักศึกษาเป็นชื่อแรกอย่างน้อย 1 เรื่อง พร้อมกับระบุสังกัด (Affiliation) อย่างน้อยว่า “สาขาวิชาการสื่อสารบูรณาการ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่” ในผลงานเผยแพร่หลัก

จ. การสอบประมวลความรู้

ผ่านการสอบประมวลความรู้ (Comprehensive Examination) โดยนักศึกษายื่นคำร้องขอสอบต่อบัณฑิตวิทยาลัยโดยผ่านความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษาทั่วไป หรืออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

แผนการศึกษา แผน 2 (แบบวิชาการ) กลุ่มวิชาการสื่อสารศึกษา

ปีที่ 1

ภาคการศึกษาที่ 1		หน่วยกิต	ภาคการศึกษาที่ 2		หน่วยกิต
851701	กระบวนทัศน์และการสื่อสารศึกษา Communication Paradigms and Theories	3	851703	จริยธรรมวิชาชีพและกฎหมายการสื่อสาร Professional Ethics and Law of Communication	3
851705	สัมมนาสื่อกับบริบททางสังคม Seminar Media and Social Contexts	3	851704	การวิจัยการสื่อสาร Communication Research	3
xxxxxx	กระบวนวิชาเลือก Elective courses	3	xxxxxx	กระบวนวิชาเลือก Elective courses	3
	สอบผ่านความรู้ภาษาต่างประเทศ Pass the Foreign Language Conditions			เสนอโครงร่างวิทยานิพนธ์ปริญญาโท Present thesis proposal	-
รวม		9	รวม		9

ปีที่ 2

ภาคการศึกษาที่ 1		หน่วยกิต	ภาคการศึกษาที่ 2		หน่วยกิต
851709	สัมมนาประเด็นการสื่อสาร Seminar in Communication Topics	1	851799	วิทยานิพนธ์ปริญญาโท Master's Thesis	9
xxxxxx	กระบวนวิชาเลือก Elective courses	5		การสอบประมวลความรู้ Comprehensive Examination	-
851799	วิทยานิพนธ์ปริญญาโท Master's Thesis	3		สอบวิทยานิพนธ์ปริญญาโท Thesis defense	-
รวม		9	รวม		9

รวมหน่วยกิตตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 36 หน่วยกิต

โครงสร้างหลักสูตร แผน 3 (แบบวิชาชีพ) กลุ่มวิชาการสื่อสารการตลาด

จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร

ไม่น้อยกว่า 36 หน่วยกิต

ก. กระบวนวิชาเรียน

ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต

1. กระบวนวิชาในระดับบัณฑิตศึกษา

ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต

1.1 กระบวนวิชาในสาขาวิชาเฉพาะ

ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต

1.1.1 กระบวนวิชาบังคับ

13 หน่วยกิต

851701 กระบวนทัศน์และทฤษฎีทางการสื่อสาร

3 หน่วยกิต

851704 การวิจัยการสื่อสาร

3 หน่วยกิต

851705 สัมมนาสื่อกับบริบททางสังคม

3 หน่วยกิต

851709 สัมมนาประเด็นการสื่อสาร

1 หน่วยกิต

851754 กระบวนการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

3 หน่วยกิต

1.1.2 กระบวนวิชาเลือก

ไม่น้อยกว่า 17 หน่วยกิต

851703 จริยธรรมวิชาชีพและกฎหมายการสื่อสาร

3 หน่วยกิต

851752 การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

3 หน่วยกิต

851761 สื่อสังคมกับการสื่อสารการตลาด

3 หน่วยกิต

851762 การสื่อสารในสถานการณ์วิกฤติ

3 หน่วยกิต

851763 การบริหารกิจการสื่อสารการตลาดสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย

3 หน่วยกิต

851764 การสื่อสารเพื่อสร้างสรรค์คุณค่าร่วมขององค์กรต่อสังคม

3 หน่วยกิต

851765 การสื่อสารการตลาดในกัมพูชา ลาว เมียนมา และเวียดนาม

3 หน่วยกิต

851766 การบริหารจัดการภาพลักษณ์และการสื่อสารตรา

3 หน่วยกิต

851767 การบริหารประสบการณ์ของลูกค้า

3 หน่วยกิต

851768 การสื่อสารและการตลาดเชิงเนื้อหา

3 หน่วยกิต

851789 หัวข้อเลือกสรร

2 หน่วยกิต

1.2 กระบวนวิชานอกสาขาวิชาเฉพาะ

นักศึกษาอาจเลือกเรียนกระบวนวิชานอกสาขาวิชาเฉพาะได้ตามความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษา

2. กระบวนวิชาระดับปริญญาตรีชั้นสูง (ถ้ามี)

กรณีที่นักศึกษาขาดความรู้พื้นฐาน
บางประการที่จำเป็นสำหรับ
การศึกษา นักศึกษาจะต้อง
ลงทะเบียนเรียนกระบวนวิชาระดับ
ปริญญาตรีชั้นสูง ตามความเห็นชอบ
ของคณะกรรมการบริหารหลักสูตร
ประจำสาขาวิชาการสื่อสารบูรณาการ

ข. ปริญญาโท

851798 การค้นคว้าอิสระ

6 หน่วยกิต

ค. กระบวนวิชาที่ไม่นับหน่วยกิตสะสม

1. ตามเงื่อนไขของบัณฑิตวิทยาลัย ภาษาต่างประเทศ
2. ตามเงื่อนไขของสาขาวิชา ไม่มี

ง. กิจกรรมทางวิชาการ ประกอบด้วย

ผลงานการค้นคว้าอิสระ หรือส่วนหนึ่งของผลงานการค้นคว้าอิสระต้องได้รับการเผยแพร่ในแหล่ง
เผยแพร่ผลงานทางวิชาการอื่นที่สาขาวิชาและที่ประชุมคณะกรรมการบริหารวิชาการประจำบัณฑิต
วิทยาลัยให้ความเห็นชอบ

จ. การสอบประเมินผลความรู้

ผ่านการสอบประเมินผลความรู้ (Comprehensive Examination) โดยนักศึกษายื่นคำร้องขอสอบ
ต่อบัณฑิตวิทยาลัยโดยผ่านความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษาทั่วไป หรืออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

แผนการศึกษา แผน 3 (แบบวิชาชีพ) กลุ่มวิชาการสื่อสารการตลาด

ปีที่ 1

ภาคการศึกษาที่ 1		หน่วยกิต	ภาคการศึกษาที่ 2		หน่วยกิต
851701	กระบวนทัศน์และทฤษฎีทางการสื่อสาร Communication Paradigms and Theories	3	851704	การวิจัยการสื่อสาร Communication Research	3
851705	สัมมนาสื่อกับบริบททางสังคม Seminar Media and Social Contexts	3	851754	กระบวนการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ Integrated Marketing Communication Process	3
xxxxxx	กระบวนวิชาเลือก Elective course	3	xxxxxx	กระบวนวิชาเลือก Elective courses	3
				เสนอโครงร่างการค้นคว้าอิสระ Present Independent study proposal	-
				สอบผ่านความรู้ภาษาต่างประเทศ Pass the Foreign Language Conditions	
รวม		9	รวม		9

ปีที่ 2

ภาคการศึกษาที่ 1		หน่วยกิต	ภาคการศึกษาที่ 2		หน่วยกิต
851709	สัมมนาประเด็นการสื่อสาร Seminar in Communication Topics	1	851798	การค้นคว้าอิสระ Independent Study	6
xxxxxx	กระบวนวิชาเลือก Elective courses	11		การสอบประมวลความรู้ Comprehensive Examination	-
				สอบการค้นคว้าอิสระ Independent study defense	-
รวม		12	รวม		6

รวมหน่วยกิตตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 36 หน่วยกิต

คำอธิบายลักษณะกระบวนวิชา

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารบูรณาการ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567

สม.701 (851701) : กระบวนทัศน์และทฤษฎีทางการสื่อสาร 3(3-0-6)

MC 701 : Communication Paradigms and Theories

เงื่อนไขที่ต้องผ่านก่อน : ไม่มี

ปรัชญาและกระบวนทัศน์ทางการสื่อสารศึกษา การปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์และพัฒนาการของทฤษฎีการสื่อสาร ทฤษฎีการสื่อสารและการแบ่งกลุ่มทฤษฎีตามเกณฑ์ต่าง ๆ ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล ทฤษฎีการสื่อสารในกลุ่มและองค์กร ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน ทฤษฎีทางด้านวัฒนธรรมศึกษา แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารตามบริบทและประเด็นทางสังคมการนำแนวคิดและทฤษฎีทางการสื่อสารมาประยุกต์ใช้ในการศึกษา

Philosophies and paradigms in communication studies, paradigms change and communication theories development, communication theories and theories categorization based on different criteria; interpersonal communication theories, group and organizational communication theories, mass communication theories, cultural studies theories, concepts and communication theories in social contexts and issues, an application of communication concepts and theories in individual study

สม.703 (851703) : จริยธรรมวิชาชีพและกฎหมายการสื่อสาร 3(3-0-6)

MC 703 : Professional Ethics and Law of Communication

เงื่อนไขที่ต้องผ่านก่อน : ไม่มี

ปรัชญา แนวคิด และพัฒนาการเกี่ยวกับจริยธรรมและกฎหมายการสื่อสาร การปรับกระบวนทัศน์ทางจริยธรรมและกฎหมายเชิงประวัติศาสตร์ในบริบทของสังคมตะวันตกและสังคมไทย การเชื่อมโยงปรัชญาความคิดทางจริยธรรมสู่นิติปรัชญา แนวคิดเชิงโครงสร้างเรื่องอำนาจและการกำกับดูแลการสื่อสาร กฎหมายที่เป็นเครื่องมือในการทำงานสื่อ การกำกับดูแลตนเองของสื่อ

Philosophical concepts and development of professional ethics and law of communication, historical development of paradigm shifts in ethics and law in both western and thai contexts, linkages between concepts of ethics and philosophy of law, structural concepts of power and media regulation, law as a tool to work in the media, media self-regulation

สม.704 (851704) : การวิจัยการสื่อสาร 3(3-0-6)

MC 704 : Communication Research

เงื่อนไขที่ต้องผ่านก่อน : ไม่มี

บทนำ : นิยามและจริยธรรมการวิจัย ประเภทและขอบเขตการวิจัยทางการสื่อสาร บริบท การกำหนดปัญหานำการวิจัยและวัตถุประสงค์การวิจัยทางการสื่อสาร การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดการวิจัย โครงสร้างการวิจัย วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ การสุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ การสุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ การเขียนรายงาน และการนำเสนอผลงานวิจัยทางการสื่อสาร

Introduction : definitions and research ethics, Types and scopes of communication research, Context, research questions, and objectives of communication research, Literature review and research conceptual framework, Research proposal, Quantitative research, samplings, data analysis for quantitative research, Qualitative research, samplings, data analysis for qualitative research, Report writing and communication research presentation

สม.705 (851705) : สัมมนาสื่อกับบริบททางสังคม 3(3-0-6)
 MC 705 : Seminar Media and Social Contexts
 เงื่อนไขที่ต้องผ่านก่อน : ไม่มี

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการศึกษาความสัมพันธ์ของสื่อกับสังคม ได้แก่ แนวคิดโลกาภิวัตน์ จักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม การกำกับดูแลสื่อ จริยธรรมและกฎหมายการสื่อสาร ทฤษฎีผลกระทบของสื่อ ทฤษฎีวัฒนธรรมศึกษา ทฤษฎีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม สัมมนาบทบาทของสื่อในมิติทางสังคม วัฒนธรรม การเมือง และเศรษฐกิจ ภายใต้กรอบทฤษฎีการสื่อสาร ได้แก่ สัมมนาประเด็นโลกาภิวัตน์ จักรวรรดินิยมทาง วัฒนธรรม การกำกับดูแลสื่อ จริยธรรมและกฎหมายการสื่อสาร ผลกระทบของสื่อ วัฒนธรรมศึกษา และการ สื่อสารแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษาสื่อกับบริบททางสังคม ได้แก่ สื่อกับมิติทางสังคม ทางวัฒนธรรม และทาง การเมือง

Concepts and theories for studying media and society relations; Globalization concept, Cultural imperialism concept, Media regulation, media ethics and law concept, Media effect concepts and theories, Cultural study theories, Participatory communication theories, Seminar media roles in social, cultural, political, and economics dimensions under communication theories framework; Seminar in globalization, Seminar in cultural imperialism, Seminar in media regulation, Seminar in media effect, Seminar in cultural study, Seminar in participatory communication, Media and society case studies; Media and social dimension, Media and cultural dimension, Media and political dimension

สม.708 (851708) : การบริหารจัดการสื่อ 3(3-0-6)
 MC 708 : Media Management
 เงื่อนไขที่ต้องผ่านก่อน : ไม่มี

แนวคิดและทฤษฎีการบริหารและการจัดการสื่อในองค์กรวม ลักษณะและประเภทของสื่อ กลยุทธ์ การจัดการและการบริหารภายใต้ภาวะการแข่งขัน ธุรกิจสื่อสารมวลชนกับสังคม โลกาภิวัตน์และการจัดการสื่อ ความร่วมมือและการสร้างเครือข่ายของสื่อ ปัญหาและอุปสรรคการจัดการสื่อ

Concept and theories of media management, characteristics and types of media, strategies for managing organization under competitive environment, mass communication business and society, globalization and information management of media, coordinating and networking among media, problems and obstacles against media management

สม.709 (851709) : สัมมนาประเด็นการสื่อสาร 1(1-0-3)

MC 709 : Seminar in Communication Topics

เงื่อนไขที่ต้องผ่านก่อน : ไม่มี

การกำหนดประเด็นวิจัยด้านการสื่อสารตามบริบทของสังคมที่นักศึกษาสนใจ ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ
ด้านการเมือง ด้านสังคม และสิ่งแวดล้อม ด้านวัฒนธรรม และสื่อ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

Student selections in communication research topics based on social contexts;
Economics topics, Political topics, Social and environment topics, cultural and media topics,
Information and communication topics

สม.711 (851711) : การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม 3(3-0-6)

MC 711 : Intercultural Communication

เงื่อนไขที่ต้องผ่านก่อน : ไม่มี

ความหมายและคุณค่าของวัฒนธรรมในฐานะสัญลักษณ์ของโลกทัศน์ อิทธิพลของวัฒนธรรมใน
กระบวนการสื่อสาร ปัจจัยพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร การแก้ไขปัญหาความขัดแย้ง
ของการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม

Meaning and value of culture as symbols of worldview, the influence of culture on
communication processes, cultural foundations that effect communication behavior, conflict
solution in cross-cultural communication

สม.714 (851714) : การสื่อสารการเมือง 3(3-0-6)

MC 714 : Political Communication

เงื่อนไขที่ต้องผ่านก่อน : ไม่มี

แนวคิดและพัฒนาการของการสื่อสารการเมือง ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับการเมืองระบอบ
ต่าง ๆ ขอบเขตการศึกษาการสื่อสารการเมือง กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อรณรงค์ทางการเมือง

Concepts and development of politics, relationship between communication and
different kinds of political regime, scope of political communication study, communication
strategies for political campaigning

สม.715 (851715) : เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสาร 3(3-0-6)

MC 715 : Information Technology for Communication

เงื่อนไขที่ต้องผ่านก่อน : ไม่มี

บทบาท ความสำคัญและพัฒนาการของเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้สำหรับการสื่อสารประเภทต่าง ๆ
หลักการและกลยุทธ์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

Roles, importance and evolution of information technology utilized for various kinds of
communication, principles and strategies of applying information technology to communicate
efficiently

สม.717 (851717)	: การสื่อสารโลก	3(3-0-6)
MC 717	: Global Communication	
เงื่อนไขที่ต้องผ่านก่อน	: ไม่มี	

แนวคิด และทฤษฎีการสื่อสารโลก ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร และสถาบันสื่อระดับโลกประเภทต่าง ๆ โดยเน้นบทบาทในด้านการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ สงครามและสันภาพ วัฒนธรรมประชานิยม ผลกระทบของสื่อข้ามพรมแดน และสื่อข้ามชาติต่อค่านิยม สากลนิยม และชาตินิยม

Concepts and theories of global communication concerned with various types of global media organizations and institutions; emphasizing the study of its roles in creating international relations, war and peace, popular culture, effects of cross-border and transnational media toward values of universalism and nationalism

สม.723 (851723)	: การสื่อสารในประชาคมอาเซียน	3(3-0-6)
MC 723	: Communication in Asean Community	
เงื่อนไขที่ต้องผ่านก่อน	: ไม่มี	

ความเป็นมาและความร่วมมือของประชาคมอาเซียน ธรรมชาติ บทบาท ความสำคัญ และความรับผิดชอบของสื่อในประเทศประชาคมอาเซียน

Background and cooperation of ASEAN community, nature, roles, significance and responsibilities of the media in ASEAN community in various aspects

สม.726 (851726)	: การสื่อสารในภาวะวิกฤติ	3(3-0-6)
MC 726	: Crisis Management Communication	
เงื่อนไขที่ต้องผ่านก่อน	: ไม่มี	

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารภาวะวิกฤติ การจัดการภาวะวิกฤติในมิติทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม การสื่อสารระหว่างบุคคลกับการจัดการภาวะวิกฤติ บทบาทการโน้มน้าวใจของผู้นำทางความคิดและผู้บริหารองค์กร สื่อมวลชนกับบทบาทการโน้มน้าวใจมวลชน การสื่อสารองค์กร การสื่อสารมวลชนกับการจัดการภาวะวิกฤติ และแนวโน้มการสื่อสารภาวะวิกฤติเพื่อการจัดการภาวะวิกฤติ

Concepts and theories of crisis communication, crisis management in political, economic, social and cultural dimensions; interpersonal communication and crisis management, persuasive roles of opinion leaders, organization administrators and mass media; organization communication and mass communication in crisis management; trends of crisis communication for crisis management

สม.727 (851727) : สื่อและวัฒนธรรมศึกษา 3(3-0-6)

MC 727 : Media and Cultural Study

เงื่อนไขที่ต้องผ่านก่อน : ไม่มี

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อ วัฒนธรรมศึกษา และวัฒนธรรมประชานิยม อุดมการณ์ อุตสาหกรรม วัฒนธรรม และการปฏิบัติการทางอุดมการณ์ เทคโนโลยีสื่อใหม่ โครงสร้างนิยมและสัญวิทยา การสร้าง “ความเป็นอื่น” ว่าด้วยชาติพันธุ์วรรณา เพศสภาพและเพศภาวะ วัฒนธรรมประชานิยมแบบหลังสมัยใหม่ วัฒนธรรมย่อยและรูปแบบชีวิตในสื่อใหม่ ผู้ผลิตวัฒนธรรมประชานิยม

Basic knowledge of media, culture studies, and popular culture, ideology, culture industry, and operation of ideology, new media technology, structuralism and semiology, construction of “otherness” by ethnography, gender, and sexuality, postmodern popular culture, subculture and lifestyle in new media, constructors of popular culture

สม.728 (851728) : จิตวิทยาการสื่อสาร 3(3-0-6)

MC 728 : Psychology for Communication

เงื่อนไขที่ต้องผ่านก่อน : ไม่มี

แนวคิดเบื้องต้นจิตวิทยาและการสื่อสาร การรับรู้และการสื่อสาร การเรียนรู้และการสื่อสาร การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ จิตวิทยากับการตัดสินใจ จิตวิทยาในงานโฆษณา จิตวิทยาในการสื่อสารเพื่อสร้างความบันเทิง จิตวิทยากับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ จิตวิทยาในงานวารสารศาสตร์ และการสื่อสารการเมือง

Basic concepts of psychology for communication, recognition and communication, comprehension and communication, persuasive communication, psychology and decision-making, psychology in advertising, psychology for entertainment communication, psychology and information technology, psychology in journalism and political communication

สม.729 (851729) : สื่อและประชาสังคม 3(3-0-6)

MC 729 : Media and Civil Society

เงื่อนไขที่ต้องผ่านก่อน : ไม่มี

แนวคิดและมุมมองทางทฤษฎีเกี่ยวกับประชาสังคม แนวคิดพื้นที่สาธารณะ แนวคิดการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่ บทบาทและหน้าที่ของประชาสังคม สื่อและประชาสังคม กรณีศึกษาการใช้สื่อของภาคประชาสังคม

Concepts and perspectives on related theories on media and civil society, concept of public sphere, concept of new political movement, roles and functions of civil society, media and civil society, case studies on media usage in civil society

สม.752 (851752)	: การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ	3(3-0-6)
MC 752	: Persuasive Communication	
เงื่อนไขที่ต้องผ่านก่อน	: ไม่มี	

หลักการสื่อสาร แนวทางการศึกษาพฤติกรรมของสังคมในประเด็นการโน้มน้าวใจ ความหมาย คุณลักษณะ และหน้าที่ของทัศนคติ การโน้มน้าวใจ บุคลิก และตัวตนของผู้รับสาร พฤติกรรมผู้รับสาร และการวางแผนทางการตลาด ปฏิบัติการโน้มน้าวใจ และการตอบสนองของผู้รับสาร ทัศนคติ ความเชื่อ ความตั้งใจ และพฤติกรรมผู้รับสาร ทางเลือกการโน้มน้าวใจ และการตัดสินใจของผู้รับสาร กลยุทธ์การโน้มน้าวใจ การจำแนกทางการตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การโน้มน้าวด้วยราคา และพฤติกรรมผู้รับสาร กลยุทธ์การโน้มน้าวด้วยการส่งเสริม และพฤติกรรมผู้รับสาร กลยุทธ์การโน้มน้าวด้วยผลิตภัณฑ์ สถานที่จำหน่าย และพฤติกรรมผู้รับสาร การโน้มน้าวใจ ความยั่งยืน และพฤติกรรมผู้รับสาร

Principles of communications: an approach to study social behavior and persuasion, definitions, characteristics and roles of attitudes, characteristics and identity of audience; audience behavior and marketing plan; persuasion strategies and audiences' response, attitudes, beliefs, intentions and audience behavior, persuasion and consumer's purchase decision, persuasion strategies, marketing segmentation, target market and brand positioning, pricing strategy and audience behavior, promotional strategy and audience behavior, product and place strategy and audience behavior, persuasion, sustainability and consumer behavior

สม.754 (851754)	: กระบวนการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3(3-0-6)
MC 754	: Integrated Marketing Communication Process	
เงื่อนไขที่ต้องผ่านก่อน	: ไม่มี	

หลักการและวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ความหมาย ขอบเขต และขั้นตอนการดำเนินงานสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการบริหารจัดการการสื่อสารระหว่างองค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประเภทต่าง ๆ รวมถึงการเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง การรวบรวมข้อมูลลูกค้าจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า การแบ่งกลุ่มและประเมินมูลค่าของลูกค้า การวิเคราะห์ฐานข้อมูลพฤติกรรมลูกค้า การใช้ตราสินค้าเป็นพลังสำคัญในการบูรณาการ และผนวกจุดติดต่อสื่อสารต่าง ๆ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน การวางแผนสื่อ การจัดสรรทรัพยากรสื่อสารการตลาด และการประมาณการผลตอบแทนจากการลงทุนด้านการสื่อสารการตลาด

Principles and practices of integrated marketing communications, definitions, scope and process of integrated marketing communications for managing communications between organizations and stakeholders, and customer-centric marketing, building customer profiles and database to understand customers, market segmentation and consumer valuation, target market and consumer behavior analysis, brand as a main driving force of integration to communicate and deliver consistent message, media planning, marketing communication resources management and return on investment forecast

สม.761 (851761)	: สื่อสังคมกับการสื่อสารการตลาด	3(3-0-6)
MC 761	: Social Media and Marketing Communication	
เงื่อนไขที่ต้องผ่านก่อน	: ไม่มี	

ความหมายและความสำคัญของการสื่อสาร การวางแผนการสื่อสาร และการตลาดผ่านสื่อสังคม ประวัติและการพัฒนาการของการวางแผนการสื่อสารเพื่อสนับสนุนการตลาดผ่านสื่อสังคม หลักการวางแผนการสื่อสารเพื่อสนับสนุนการตลาดผ่านสื่อสังคม กลยุทธ์การวางแผนการสื่อสารเพื่อสนับสนุนการตลาดผ่านสื่อสังคม ขั้นตอนการวางแผนการสื่อสารเพื่อสนับสนุนการตลาดผ่านสื่อสังคม ช่องทางการสื่อสารเพื่อสนับสนุนการตลาดผ่านสื่อสังคม เช่น บล็อก ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก ยูทูบ อินสตาแกรม

Definition and importance of communication, communication planning, and social media marketing activities, history and development of communication planning for social media marketing activities, principles of communication planning for social media marketing activities, communication planning strategy for social media marketing activities, process of communication planning for social media marketing activities, communication channels for social media marketing, including Blog, Twitter, Facebook, Youtube, Instagram, mobile and location-based social network

สม.762 (851762)	: การสื่อสารในสถานการณ์วิกฤติ	3(3-0-6)
MC 762	: Communication in Crisis Situations	
เงื่อนไขที่ต้องผ่านก่อน	: ไม่มี	

สถานการณ์วิกฤติ การจัดการสถานการณ์วิกฤติ และการสื่อสารในสถานการณ์วิกฤติ ทฤษฎีการสื่อสารภาวะในสถานการณ์วิกฤติ การสื่อสารและการป้องกันสถานการณ์วิกฤติ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการสื่อสารในสถานการณ์วิกฤติ การวางแผนการสื่อสารในสถานการณ์วิกฤติ การสื่อสารในสถานการณ์วิกฤติ เกี่ยวกับประเด็นด้านวัฒนธรรม สภาพแวดล้อม และการทำลายทรัพยากรธรรมชาติในระดับชาติและนานาชาติ

Crisis situation, management and communication in crisis situations, theories of communication in crisis situations, communication and crisis prevention, stakeholders and communication in crisis situations, communication planning in crisis situations, communication in crisis situations in areas of culture, environment, natural destroying in national and international levels

- สม.763 (851763) : การบริหารกิจการสื่อสารการตลาดสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย 3(3-0-6)
 MC 763 : Management of Marketing Communication for SME
 เงื่อนไขที่ต้องผ่านก่อน : ไม่มี

การจัดการและความเป็นผู้ประกอบการ ตัวแบบการจัดการและทรัพย์สินทางปัญญา การจัดการนวัตกรรม การจัดการเชิงกลยุทธ์และการจัดการปฏิบัติการ พฤติกรรมองค์กรและการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การบัญชี การเงินและการวิเคราะห์รายงานธุรกิจ การตลาดและการจัดการ การจัดการโครงการ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการบริหารสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย

Management and entrepreneurship, management models and intellectual property, innovation management, strategic management, and operational management, organizational behavior and human resource management, accounting, finance, and analysis of business report, marketing and management, project management, business and management laws for SME entrepreneurs

- สม.764 (851764) : การสื่อสารเพื่อสร้างสรรค์คุณค่าร่วมขององค์กรต่อสังคม 3(3-0-6)
 MC 764 : Communication for Creating Shared Valued
 เงื่อนไขที่ต้องผ่านก่อน : ไม่มี

หลักการและแนวคิดของการสื่อสารเพื่อสร้างสรรค์คุณค่าร่วมขององค์กรต่อสังคม ระบบสังคมและสภาพแวดล้อมของการสื่อสารเพื่อสร้างสรรค์คุณค่าร่วมขององค์กรต่อสังคม กลยุทธ์ กระบวนการและการจัดการ การสื่อสารเพื่อการสื่อสารเพื่อสร้างสรรค์คุณค่าร่วมขององค์กรต่อสังคม กิจกรรมและเป้าหมายขององค์กรในการสื่อสารเพื่อสร้างสรรค์คุณค่าร่วมขององค์กรต่อสังคม การประเมินผลกระทบของการสื่อสารเพื่อสร้างสรรค์คุณค่าร่วมขององค์กรต่อสังคมด้านสังคมและธุรกิจ เป้าหมายของการสื่อสารและผลกระทบของการสร้างสรรค์คุณค่าร่วมขององค์กรต่อสังคม การสื่อสารเพื่อสร้างสรรค์คุณค่าร่วมขององค์กรต่อสังคมและจริยธรรมในธุรกิจ กรณีศึกษา แนวทาง การปฏิบัติที่ดีของการสื่อสารเพื่อสร้างสรรค์คุณค่าร่วมขององค์กรต่อสังคม

Principles and concept of communication for creating shared valued, social and environmental system of communication for creating shared valued, communication for creating shared valued: strategy, process and management, communication for creating shared valued activities and organizational goals, evaluating social and business impact from communication for creating shared valued activities, communicating goals and impact of creating shared valued, communication for creating shared valued and business ethics, communication for creating shared valued: case studies and best practices

- สม.765 (851765) : การสื่อสารการตลาดในกัมพูชา ลาว เมียนมา และเวียดนาม 3(3-0-6)
 MC 765 : Integrated Marketing Communication in CLMV
 เงื่อนไขที่ต้องผ่านก่อน : ไม่มี

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและการเปิดรับสื่อ การวางแผนการสื่อสารการตลาด การใช้เครื่องมือทางการสื่อสารการตลาด การประเมินผลการสื่อสารการตลาด กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาดในกัมพูชา ลาว เมียนมา และเวียดนาม

Study consumer behavior and media exposure, marketing communication planning, marketing communication implementation, marketing communication evaluation, laws related to marketing communications in Cambodia, Laos, Myanmar and Vietnam

สม.766 (851766) : การบริหารจัดการภาพลักษณ์และการสื่อสารตรา 3(3-0-6)
 MC 766 : Brand Communication Management
 เงื่อนไขที่ต้องผ่านก่อน : ไม่มี

ความหมายของการบริหารจัดการภาพลักษณ์และการสื่อสารตรา กลยุทธ์ทางการตลาดและเครื่องมือการสื่อสาร การบริหารจัดการภาพลักษณ์และการสื่อสารตรา นวัตกรรมของการบริหารจัดการภาพลักษณ์และการสื่อสารตรา ประสบการณ์ของลูกค้า การบริหารจัดการภาพลักษณ์และการสื่อสารตราในระดับประเทศและระดับโลก

Definitions of brand image management and brand communication, marketing strategies and communication tools, brand image management and brand communication, brand communication management and innovation, customer experience, brand image management and brand communication in local and global context

สม.767 (851767) : การบริหารประสบการณ์ของลูกค้า 3(3-0-6)
 MC 767 : Customer Experience Management
 เงื่อนไขที่ต้องผ่านก่อน : ไม่มี

แนวคิดและขอบเขตของการบริหารประสบการณ์ของลูกค้า ปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จของการสื่อสารการตลาดเพื่อการบริหารประสบการณ์ของลูกค้า การรวบรวมข้อมูล วางแผนและความมุ่งหมายของการสื่อสารเพื่อการบริหารประสบการณ์ของลูกค้า การนำแนวคิดของการสื่อสารเพื่อการบริหารประสบการณ์ของลูกค้าไปปฏิบัติ การประเมินผลกิจกรรมการสื่อสารเพื่อการบริหารประสบการณ์ของลูกค้า การสื่อสารเพื่อการบริหารประสบการณ์ของลูกค้าในบริบทของระดับประเทศและระดับโลก

Concepts and framework of marketing communication for customer experience management, Key factors for successful marketing communication for customer experience management, Data collection, planning process, and setting communication objectives for customer experience management, Implementation of customer experience management, Evaluation of communication activities for customer experience management, Marketing communication for customer experience management in local and global context

สม.768 (851768) : การสื่อสารและการตลาดเชิงเนื้อหา 3(3-0-6)
 MC 768 : Communication and Content Marketing
 เงื่อนไขที่ต้องผ่านก่อน : ไม่มี

ความหมาย คุณสมบัติและประโยชน์ของการตลาดเชิงเนื้อหา หลักการ กลยุทธ์ และประเภทของการตลาดเชิงเนื้อหา กระบวนการและขั้นตอนในการวางแผนสื่อสารเนื้อหา ได้แก่ การวิจัย การสร้างสรรค์ การเล่าเรื่อง การส่งเสริม การเผยแพร่ การประเมินผล การนำเสนอเนื้อหาสู่กลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางและสื่อประเภทต่าง ๆ ที่หลากหลาย ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์ และสื่อดิจิทัล

Definitions and attributes of content marketing, principles, strategies and types of content marketing, process of content marketing planning: research, creative process, storytelling, promotion, distribution, evaluation, distribution of content to target market through different media channels: social media, digital media

สม.789 (851789) : หัวข้อเลือกสรร 2(2-0-4)
 MC 789 : Selected Topics
 เงื่อนไขที่ต้องผ่านก่อน : ไม่มี

บริบทและการกำหนดข้อการวิจัยทางการสื่อสาร ด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้านวัฒนธรรมและสื่อ แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสารเพื่อใช้ในงานวิจัย ระเบียบวิธีวิจัยทางการสื่อสาร ผลการวิจัยและการวิเคราะห์ช่องว่างความรู้ทางการสื่อสาร

Contexts and communication research selection; Economics topics, Political topics, Social and environment topics, cultural and media topics, Information and communication topics, Communication concepts and theories for research, Communication research methodology, Findings and communication knowledge gaps analysis

สม.798 (851798) : การค้นคว้าอิสระ 6 หน่วยกิต
 MC 798 : Independent Study
 เงื่อนไขที่ต้องผ่านก่อน : ได้รับอนุมัติหัวข้อโครงร่างแล้ว หรือลงทะเบียนพร้อมกับการเสนอขออนุมัติหัวข้อโครงร่าง
 Prerequisite : Approved proposal or concurrent to Independent study proposal

สม.799 (851799) : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท 12 หน่วยกิต
 MC 799 : Master's Thesis
 เงื่อนไขที่ต้องผ่านก่อน : ได้รับอนุมัติหัวข้อโครงร่างแล้ว หรือลงทะเบียนพร้อมกับการเสนอขออนุมัติหัวข้อโครงร่าง
 Prerequisite : Approved proposal or concurrent to Master's Thesis proposal