

หลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารสื่อและคอนเทนต์

หลักสูตรที่ผสมผสานศาสตร์การสื่อสาร การจัดการคอนเทนต์ และเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างครบวงจรสำหรับผู้ผลิตสื่อในยุคแพลตฟอร์มใหม่ เสริมทักษะคิดวิเคราะห์ สร้างสรรค์คอนเทนต์อย่างมืออาชีพ ด้วยข้อมูลเชิงลึกและการใช้เครื่องมือดิจิทัล ปลูกฝังความรับผิดชอบ จริยธรรม และความสามารถในการทำงานแบบคล่องตัว พร้อมต่อยอดสู่ภาวะผู้นำด้านสื่อ

- เรียนวันหยุด เสาร์ - อาทิตย์ เวลา 09.00 - 16.00 น.
- ค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตรโดยประมาณ 220,000 บาท
- ระยะเวลาการศึกษา 2 ปีการศึกษา (ไม่เกิน 4 ปีการศึกษา)

ระบบการศึกษาแบบไตรภาค ภาคการศึกษาที่ 1 เดือนสิงหาคม - เดือนพฤศจิกายน

ภาคการศึกษาที่ 2 เดือนธันวาคม - เดือนมีนาคม

ภาคการศึกษาที่ 3 เดือนเมษายน - เดือนกรกฎาคม

- จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร 45 หน่วยกิต

โครงสร้างหลักสูตร 2 แผนการศึกษา

- แผน 1 แบบวิชาการ (ศึกษารายวิชา 30 หน่วยกิต และทำวิทยานิพนธ์ 15 หน่วยกิต)
- แผน 2 แบบวิชาชีพ (ศึกษารายวิชา 39 หน่วยกิต และทำการค้นคว้าอิสระ 6 หน่วยกิต)

➔ คุณสมบัติผู้เข้าศึกษา

- 1) เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีทุกสาขาวิชาทั้งในหรือต่างประเทศ
- 2) คุณสมบัติด้านภาษา
 - ผู้เข้าศึกษาต้องมีผลทดสอบภาษาอังกฤษประเภท TU-GET หรือ TOEFL หรือ IELTS หรือ TOEIC (ผลการทดสอบต้องไม่เกิน 2 ปี นับถึงวันสมัคร หรือภายในภาคการศึกษาแรกที่เข้าศึกษา) ไม่กำหนดคะแนนขั้นต่ำ

➔ การคัดเลือกผู้เข้าศึกษา

- 1) ผู้เข้าศึกษาต้องผ่านกระบวนการสอบคัดเลือกโดยวิธีการยื่นเอกสารแนะนำตัว Statement of Purpose (SOP) และการสอบสัมภาษณ์
- 2) ผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านการสื่อสารจะได้รับการพิจารณาประกอบ

◆ เปิดเรียนเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา เดือนมิถุนายน

หลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารสื่อและคอนเทนต์ (MCA)
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569)

ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ภาษาไทย	ชื่อเต็ม	วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารสื่อและคอนเทนต์)
	ชื่อย่อ	ว.ม. (การบริหารสื่อและคอนเทนต์)
ภาษาอังกฤษ	ชื่อเต็ม	Master of Arts (Media and Content Administration)
	ชื่อย่อ	M.A. (Media and Content Administration)

ปรัชญาของหลักสูตร

หลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารสื่อและคอนเทนต์ มุ่งพัฒนามหาบัณฑิตด้านการบริหารสื่อและคอนเทนต์ในลักษณะสหสาขาวิชา โดยผสมองค์ความรู้ด้านการสื่อสาร ธุรกิจ เทคโนโลยี และปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงระดับโลกของภูมิทัศน์สื่อยุคดิจิทัล และเสริมสร้างศักยภาพผู้นำสื่อที่มีจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม

หลักสูตรนี้สอดคล้องกับปรัชญามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ “ปัญญาชนเสรีและนวัตกรรมที่มีความรับผิดชอบต่อสู่การเป็นพลเมืองโลก” โดยหลักสูตรเน้นการสร้างนวัตกรรมสื่อที่มีวิสัยทัศน์สากลและความตระหนักต่อสังคม

หลักสูตรนี้สอดคล้องกับปรัชญาคณะวารสารศาสตร์ “พัฒนาองค์ความรู้ด้านสื่อเพื่อพัฒนาสังคม และผลิตบัณฑิตที่มีจริยธรรมและเป็นผู้นำสังคม” โดยหลักสูตรมุ่งสร้างบัณฑิตที่มีความสามารถในการบริหาร จัดการ และสร้างคอนเทนต์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม และมีบทบาทในระดับวิชาชีพและสาธารณะ

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

เพื่อให้บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาในหลักสูตร มีลักษณะดังนี้

- 1) เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้และความเข้าใจด้านการบริหารสื่อ การจัดการคอนเทนต์ และเทคโนโลยีสื่อดิจิทัลในบริบทสังคมร่วมสมัย
- 2) เพื่อเสริมสร้างทักษะการคิดวิเคราะห์ การออกแบบคอนเทนต์ การใช้เทคโนโลยี และการสื่อสารในระดับวิชาชีพ เพื่อสามารถนำไปใช้ได้จริงในสถานประกอบการ
- 3) เพื่อปลูกฝังความเป็นผู้นำที่มีรับผิดชอบต่อสังคม จริยธรรมวิชาชีพ และแนวทางการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อความก้าวหน้าในวิชาชีพหรือการศึกษาต่อ

ระบบการจัดการศึกษาและระยะเวลาการศึกษา

ใช้ระบบการศึกษาแบบไตรภาค โดย 1 ปีการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ภาคการศึกษาปกติ 1 ภาคการศึกษาปกติ มีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์ และไม่เกิน 14 สัปดาห์

วัน - เวลา ในการดำเนินการเรียนการสอน

เรียนวันเสาร์ - อาทิตย์ เวลา 09.00 ถึง 16.00 น.

ภาคการศึกษาที่ 1 เดือนสิงหาคม - เดือนพฤศจิกายน

ภาคการศึกษาที่ 2 เดือนธันวาคม - เดือนมีนาคม

ภาคการศึกษาที่ 3 เดือนเมษายน - เดือนกรกฎาคม

โครงสร้างหลักสูตร

นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนศึกษารายวิชา รวมไม่น้อยกว่า 45 หน่วยกิต โดยศึกษารายวิชาต่าง ๆ ครอบคลุมโครงสร้างองค์ประกอบ และข้อกำหนดของหลักสูตรดังนี้

1) แผน 1 แบบวิชาการ (ศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์)

วิชาเสริมพื้นฐาน (ไม่นับหน่วยกิตรวม)	6	หน่วยกิต
วิชาบังคับ	15	หน่วยกิต
วิชาเลือก	15	หน่วยกิต
วิทยานิพนธ์	15	หน่วยกิต

2) แผน 2 แบบวิชาชีพ (ไม่ทำวิทยานิพนธ์)

วิชาเสริมพื้นฐาน (ไม่นับหน่วยกิตรวม)	6	หน่วยกิต
วิชาบังคับ	15	หน่วยกิต
วิชาเลือก	24	หน่วยกิต
ค้นคว้าอิสระ	6	หน่วยกิต

รายวิชาในหลักสูตร

วิชาเสริมพื้นฐาน (ไม่นับหน่วยกิต)		หน่วยกิต
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	(ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
วบ. 611	ภูมิทัศน์สื่อและระบบนิเวศธุรกิจสื่อ	3 (3-0-9)
CA 611	Media Landscape and Media Business Ecosystems	
วบ. 612	ปัญญาประดิษฐ์เพื่อการบริหารสื่อและคอนเทนต์	3 (3-0-9)
CA 612	AI for Media and Content Administration	

วิชาบังคับ

นักศึกษาทั้งสองแผนการศึกษา ต้องศึกษาวิชาบังคับทั้ง 5 วิชา รวม 15 หน่วยกิต

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
วบ. 621	ทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อและเทคโนโลยีการสื่อสาร	3 (3-0-9)
CA 621	Media and Communication Technology Theories	
วบ. 622	การวิจัยเชิงปริมาณเพื่อการบริหารสื่อและคอนเทนต์	3 (3-0-9)
CA 622	Quantitative Research for Media and Content Administration	
วบ. 623	การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อการบริหารสื่อและคอนเทนต์	3 (3-0-9)
CA 623	Qualitative Research for Media and Content Administration	
วบ. 624	กลยุทธ์การบริหารธุรกิจสื่อร่วมสมัย	3 (3-0-9)
CA 624	Strategies for Contemporary Media Business Management	
วบ. 625	สัมมนาการบริหารสื่อและคอนเทนต์	3 (3-0-9)
CA 625	Seminar in Media and Content Administration	

วิชาเลือก

นักศึกษา แผน 1 ให้เลือกศึกษา 5 วิชา รวม 15 หน่วยกิต

นักศึกษา แผน 2 ให้เลือกศึกษา 8 วิชา รวม 24 หน่วยกิต

ทั้งนี้ ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาของหลักสูตรนี้ หรือเลือกเรียนรายวิชาที่หลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิตกำหนด โดยสามารถเรียนข้ามหลักสูตรได้ไม่เกิน 2 วิชา รวม 6 หน่วยกิต

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
วบ. 631	การกำกับดูแลและความเป็นมืออาชีพของสื่อ	3 (3-0-9)
CA 631	Regulation and Professionalism of Media	
วบ. 632	การออกแบบสารและการจัดการคอนเทนต์	3 (3-0-9)
CA 632	Message Design and Content Management	
วบ. 633	การจัดการการผลิตสื่อเชิงกลยุทธ์	3 (3-0-9)
CA 633	Strategic Media Production Management	
วบ. 634	การสื่อสารเชิงกลยุทธ์และการจัดการชื่อเสียงในองค์กรสื่อยุคดิจิทัล	3 (3-0-9)
CA 634	Strategic Communication and Reputation Management for Media in Digital Era	
วบ. 635	การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสื่อด้วยข้อมูล	3 (3-0-9)
CA 635	Data-driven Strategies for Media Industry	
วบ. 636	กระบวนการคิดเชิงออกแบบเพื่ออุตสาหกรรมสื่อ	3 (3-0-9)
CA 636	Design Thinking for Media Industry	

วบ. 637	ภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลงและการบริหารการเปลี่ยนแปลงในองค์กรสื่อ 3 (3-0-9)	
CA 637	Transformational Leadership & Change Management in Media Organizations	
วบ. 638	ความเป็นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสื่อสร้างสรรค์และการเป็นฟรีแลนซ์มืออาชีพ 3 (3-0-9)	
CA 638	Entrepreneurship and Professional Freelancing in Creative Media Industry	
วบ. 639	สื่อกับการบริหารจัดการความหลากหลาย	3 (3-0-9)
CA 639	Media and Diversity Management	
วบ. 640	การจัดการแบรนด์อินฟลูเอนเซอร์และกลยุทธ์ด้านคอนเทนต์สำหรับผู้สร้างสรรค์ดิจิทัล 3 (3-0-9)	
CA 640	Influencer Branding & Content Strategy for Digital Creators	
วบ. 641	การออกแบบตัวละครและกลยุทธ์แบรนด์คาแรกเตอร์ในอุตสาหกรรมสื่อ	3 (3-0-9)
CA 641	Character Design and Branding Strategy in Media Industry	
วบ. 642	การศึกษาเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับการบริหารสื่อและคอนเทนต์	3 (3-0-9)
CA 642	Selected Topic in Media and Content Administration	

การค้นคว้าอิสระ/วิทยานิพนธ์

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
วบ. 700	การค้นคว้าอิสระ	6
CA 700	Independent Study	
วบ. 801	วิทยานิพนธ์	15
CA 801	Thesis	

แผนการศึกษา

วิชาเสริมพื้นฐาน (ไม่นับหน่วยกิต) เรียนวิชาเสริมพื้นฐานก่อนเปิดภาคแรกในปีการศึกษาที่ 1

ก่อนเปิดภาคแรกในปีการศึกษาที่ 1			
แผน 1		แผน 2	
วบ.611 ภูมิทัศน์สื่อและระบบนิเวศธุรกิจสื่อ	3 หน่วยกิต	วบ.611 ภูมิทัศน์สื่อและระบบนิเวศธุรกิจสื่อ	3 หน่วยกิต
วจ. 612 ปัญญาประดิษฐ์เพื่อการบริหารสื่อและคอนเทนต์	3 หน่วยกิต	วจ. 612 ปัญญาประดิษฐ์เพื่อการบริหารสื่อและคอนเทนต์	3 หน่วยกิต
รวม	6 หน่วยกิต	รวม	6 หน่วยกิต

แผนการศึกษา วิชาบังคับ และวิชาเลือก

ปีการศึกษาที่ 1			
แผน 1		แผน 2	
ภาคเรียนที่ 1		ภาคเรียนที่ 1	
วบ. 621 ทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อและเทคโนโลยีการสื่อสาร	3 หน่วยกิต	วบ. 621 ทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อและเทคโนโลยีการสื่อสาร	3 หน่วยกิต
วบ. 622 การวิจัยเชิงปริมาณเพื่อการบริหารสื่อและคอนเทนต์	3 หน่วยกิต	วบ. 622 การวิจัยเชิงปริมาณเพื่อการบริหารสื่อและคอนเทนต์	3 หน่วยกิต
วบ. 624 กลยุทธ์การบริหารธุรกิจสื่อร่วมสมัย	3 หน่วยกิต	วบ. 624 กลยุทธ์การบริหารธุรกิจสื่อร่วมสมัย	3 หน่วยกิต
รวม	9 หน่วยกิต	รวม	9 หน่วยกิต
ภาคเรียนที่ 2		ภาคเรียนที่ 2	
วบ. 623 การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อการบริหารสื่อและคอนเทนต์	3 หน่วยกิต	วบ. 623 การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อการบริหารสื่อและคอนเทนต์	3 หน่วยกิต
วบ. XXX วิชาเลือก 1	3 หน่วยกิต	วบ. XXX วิชาเลือก	3 หน่วยกิต
วบ. XXX วิชาเลือก 2	3 หน่วยกิต	วบ. XXX วิชาเลือก	3 หน่วยกิต
รวม	9 หน่วยกิต	รวม	9 หน่วยกิต
ภาคเรียนที่ 3		ภาคเรียนที่ 3	
วบ. 625 สัมมนาการบริหารสื่อและคอนเทนต์	3 หน่วยกิต	วบ. 625 สัมมนาการบริหารสื่อและคอนเทนต์	3 หน่วยกิต
วบ. XXX วิชาเลือก 3	3 หน่วยกิต	วบ. XXX วิชาเลือก 3	3 หน่วยกิต
วบ. XXX วิชาเลือก 4	3 หน่วยกิต	วบ. XXX วิชาเลือก 4	3 หน่วยกิต
สอบประมวลความรู้		สอบประมวลความรู้	
รวม	9 หน่วยกิต	รวม	9 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 2			
แผน 1		แผน 2	
ภาคเรียนที่ 1		ภาคเรียนที่ 1	
วบ. xxx วิชาเลือก 5	3 หน่วยกิต	วบ. xxx วิชาเลือก 5	3 หน่วยกิต
วบ. 801 วิทยานิพนธ์	6 หน่วยกิต	วบ. xxx วิชาเลือก 6	3 หน่วยกิต
		วบ. xxx วิชาเลือก 7	3 หน่วยกิต
รวม	9 หน่วยกิต	รวม	9 หน่วยกิต
ภาคเรียนที่ 2		ภาคเรียนที่ 2	
วบ. 801 วิทยานิพนธ์	6 หน่วยกิต	วบ. XXX วิชาเลือก 8	3 หน่วยกิต
		วบ. 700 การค้นคว้าอิสระ	3 หน่วยกิต
รวม	6 หน่วยกิต	รวม	6 หน่วยกิต
ภาคเรียนที่ 3		ภาคเรียนที่ 3	
วบ. 801 วิทยานิพนธ์	3 หน่วยกิต	วบ. 700 การค้นคว้าอิสระ	3 หน่วยกิต
รวม	3 หน่วยกิต	รวม	3 หน่วยกิต

คำอธิบายรายวิชา

วิชาเสริมพื้นฐาน (6 หน่วยกิต)

วบ. 611 ภูมิทัศน์สื่อและระบบนิเวศธุรกิจสื่อ

3 (3-0-9)

ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology) ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อ สภาพการณ์สื่อในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต รวมทั้งความเข้าใจเกี่ยวกับระบบนิเวศธุรกิจสื่อ เพื่อให้องค์กรสื่อสามารถทำงานร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) ที่เกี่ยวข้อง อันจะนำมาซึ่งการสร้างสรรค์รูปแบบและคอนเทนต์ใหม่ ๆ รวมทั้งการเผยแพร่ทางแพลตฟอร์ม (Platform) ที่หลากหลายทั้งในสื่อแบบออนไลน์ (On Cloud) และกิจกรรมพิเศษ (On Ground)

CA 611 Media Landscape and Media Business Ecosystems

The understanding of digital technology's impact on media landscape changes, current media situation and future trends, and the media ecosystem to enable mass media organizations to collaborate with relevant stakeholders. This will lead to the creation of new formats and content, as well as diverse distribution platforms both online (On Cloud) and thru special events (On Ground).

วบ. 612 ปัญญาประดิษฐ์เพื่อการบริหารสื่อและคอนเทนต์

3 (3-0-9)

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) สำหรับการบริหารจัดการสื่อและคอนเทนต์ในยุคดิจิทัล การใช้ AI เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการวางแผน การผลิต การจัดการข้อมูล การกระจายคอนเทนต์ และการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ชม รวมทั้งเรียนรู้การใช้เครื่องมือ AI ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านสื่อ เช่น ระบบแนะนำคอนเทนต์ (Recommendation Systems), การจัดการคอนเทนต์อัตโนมัติ การสร้างคอนเทนต์ด้วย Generative AI การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย Machine Learning และการใช้ AI เพื่อการวางกลยุทธ์สื่ออย่างแม่นยำ พร้อมทั้งวิเคราะห์ประเด็นด้านจริยธรรม ความโปร่งใส และความรับผิดชอบในการใช้งาน AI เพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืน

CA 612 AI for Media and Content Administration

The application of Artificial Intelligence to manage mass media and content in the digital era to analyze audience's behavior and to familiarize the relevant AI tools such as Content Recommendation Systems, content automation systems, Generative AI-contented creating, data analysis with machine learning and using AI for precise media strategy planning, along with analysis of ethics, transparency, and responsibility in AI usage for effective and sustainable communication.

วิชาบังคับ (15 หน่วยกิต)

วบ. 621 ทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อและเทคโนโลยีการสื่อสาร

3 (3-0-9)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อ ซึ่งครอบคลุมทั้งสื่อเดิม สื่อใหม่ และสื่อหลอมรวม ตลอดจนการทำความเข้าใจสื่อโดยใช้ทฤษฎีเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ตลอดจนแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสารรวมทั้งปัญหาประติสฐ์ที่สามารถนำมาอธิบายและประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมสื่อได้

CA 621 Media and Communication Technology Theories

Concepts and theories of media, including traditional media, new media, and convergent media, as well as media understanding using theoretical frameworks for analysis, along with concepts and theories of communication technology and Artificial Intelligence that can be applied to explain and implement in the media industry.

วบ. 622 การวิจัยเชิงปริมาณเพื่อการบริหารสื่อและคอนเทนต์

3 (3-0-9)

กระบวนการค้นคว้าในการแสวงหาความรู้ จริยธรรมในการวิจัย การออกแบบวิจัยเชิงปริมาณ การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล การใช้ปัญหาประติสฐ์ในขั้นตอนต่าง ๆ ของการวิจัยเชิงปริมาณ การเขียนและการนำเสนอข้อเสนอโครงการวิจัยและรายงานวิจัยเชิงปริมาณอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการประยุกต์ใช้การวิจัยเชิงปริมาณเพื่อการตัดสินใจในการบริหารสื่อและคอนเทนต์

CA 622 Quantitative Research for Media and Content Administration

Research paradigms in the pursuit of knowledge, research ethics, quantitative research design, use of computer software for data analysis, application of Artificial Intelligence in various stages of quantitative research, effective writing and presentation of research proposals and quantitative research reports, including application of quantitative research as part of the decision-making in media and content management.

วบ. 623 การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อการบริหารสื่อและคอนเทนต์

3 (3-0-9)

กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งครอบคลุมเทคนิคการวิจัยแบบต่าง ๆ ที่ใช้ในการบริหารสื่อและคอนเทนต์ ทั้งการสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์กลุ่ม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการวิเคราะห์ตัวบท รวมทั้งการใช้ปัญหาประติสฐ์ในขั้นตอนต่าง ๆ ของการวิจัยเชิงคุณภาพ การเขียนและการนำเสนอข้อเสนอโครงการวิจัยและรายงานวิจัยเชิงคุณภาพอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งหลักการใช้การวิจัยแบบผสมวิธี ตลอดจนการประยุกต์ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อการตัดสินใจในการบริหารสื่อและคอนเทนต์

CA 623 Qualitative Research for Media and Content Administration

Analysis of business and technological environment affecting contemporary media business adaptation, along with innovation creation processes that impact organizational success, including strategic planning, business plans, competing plans, and operational plans in normal

and crisis situations, as well as presentation of work or projects for competitiveness against other media operators.

วบ. 624 กลยุทธ์การบริหารธุรกิจสื่อร่วมสมัย

3 (3-0-9)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและเทคโนโลยีที่มีผลต่อการปรับตัวของธุรกิจสื่อร่วมสมัย พร้อมทั้งกระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อผลสำเร็จขององค์กร ทั้งด้านการวางแผนกลยุทธ์ แผนธุรกิจ แผนการแข่งขัน และแผนการปฏิบัติการ ในสภาพการณ์ที่สังคมเป็นปกติหรือเผชิญกับภาวะวิกฤต ตลอดจนการนำเสนองานหรือแผนงาน เพื่อความสามารถในการแข่งขันกับผู้ประกอบการสื่อรายอื่น

CA 624 Strategies for Contemporary Media Business Management

Analysis of business and technological environments that affect the adaptation of contemporary media businesses, along with the process of creating business innovations that impact organizational success. This includes strategic planning, business plans, competitive plans, and operational plans in both normal social conditions and crisis situations, as well as the presentation of work or programs to enhance competitiveness with other media operators.

วบ. 625 สัมมนาการบริหารสื่อและคอนเทนต์

3 (3-0-9)

บูรณาการองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารสื่อและคอนเทนต์ร่วมกับปัญญาประดิษฐ์ เพื่อสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจสื่อ รวมทั้งสามารถวิเคราะห์วิจารณ์สถานการณ์ปัจจุบันและกรณีศึกษาเกี่ยวกับการบริหารสื่อและคอนเทนต์ในบริบทของสังคมทั้งในและต่างประเทศได้

CA 625 Seminar in Media and Content Administration

Integration of knowledge on media and content management with Artificial Intelligence for media business operations, as well as an ability to analyze and criticize current situations and case studies on media and content management in the domestic and international context.

วิชาเลือก

นักศึกษา แผน 1 ให้เลือกศึกษา 5 วิชา รวม 15 หน่วยกิต

นักศึกษา แผน 2 ให้เลือกศึกษา 8 วิชา รวม 24 หน่วยกิต

ทั้งนี้ ให้เลือกศึกษาจากรายวิชาของหลักสูตรนี้ หรือเลือกเรียนรายวิชาที่หลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิตกำหนด โดยสามารถเรียนข้ามหลักสูตรได้ไม่เกิน 2 วิชา รวม 6 หน่วยกิต

วบ. 631 การกำกับดูแลและความเป็นมืออาชีพของสื่อ

3 (3-0-9)

กฎหมายและจริยธรรมเกี่ยวกับการผลิตสื่อและเผยแพร่คอนเทนต์ นโยบายและแนวทางปฏิบัติ การกำกับดูแลสื่อและผู้ผลิตคอนเทนต์จากภาครัฐและหน่วยงานอิสระต่าง ๆ จริยธรรมการทำธุรกิจในยุคอุตสาหกรรมสื่อและการผลิตคอนเทนต์ เสรีภาพที่ควบคู่กับความรับผิดชอบของสื่อตามปรัชญาวิชาชีพทางวารสารศาสตร์ เพื่ออํารงและยกระดับมาตรฐานวิชาชีพสื่อ ทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและองค์กร และการรู้เท่าทันคอนเทนต์ที่ถูกผลิตขึ้นโดยปัญญาประดิษฐ์

CA 631 Regulation and Professionalism of Media

Laws and ethics regarding media production and content distribution, policies and guidelines, government and independent agency's regulation of media and content producers, business ethics in media industry and content production, freedom coupled with media responsibility according to Journalism Professional Philosophy, to maintain and elevate professional media standards at both individual and organizational levels, and media literacy for AI-Generated content.

วบ. 632 การออกแบบสารและการจัดการคอนเทนต์

3 (3-0-9)

แนวคิดและหลักการวางแผนเชิงกลยุทธ์ในการสร้างสรรค์คอนเทนต์ การนำเสนอสารในรูปแบบ ต่าง ๆ ในยุคหลอมรวมสื่อ รวมทั้งการวางแผน การควบคุม การกำหนดวาระของคอนเทนต์ที่จะเผยแพร่ทางสื่อต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมายและธรรมชาติของสื่อ ความเข้าใจในการกำหนดวาระของสื่อด้วยขั้นตอนวิธี (Algorithm) ของแพลตฟอร์มประเภทต่าง ๆ ทั้งคอนเทนต์ที่เป็นข้อความ ภาพ เสียง หรือมัลติมีเดีย กระบวนการสร้าง การเผยแพร่ จนถึงการจัดเก็บหรือลบทิ้ง รวมทั้งความสามารถในการบูรณาการหรือดัดแปลงคอนเทนต์ให้สามารถเผยแพร่ได้ทั้งสื่อเดิมและสื่อใหม่

CA 632 Message Design and Content Management

Concepts and principles of strategic planning for content creation, presentation in different formats in the Media Convergence Era, including planning, controlling, and agenda setting for content to be distributed across different platforms to align with target audience interests and media nature; understanding media agenda setting through an algorithms of different platforms for text, image, audio, or multimedia content; creation processes, distribution,

storage or deletion, including the ability to integrate or adapt content for distribution across both traditional and new media.

วบ. 633 การจัดการการผลิตสื่อเชิงกลยุทธ์

3 (3-0-9)

ขั้นตอน กระบวนการและเทคนิคการผลิตสื่อประเภทต่างๆ เพื่อให้ผู้บริหารสื่อมีความเข้าใจและสามารถสั่งการรวมถึงแก้ไขปัญหาในเชิงกลยุทธ์ได้โดยใช้ปัญญาประดิษฐ์ ในการควบคุมต้นทุนการผลิต การหารายได้ แหล่งทุนและแหล่งเผยแพร่ วิธีการผลิตสื่อเดิม และการผลิตเพื่อเผยแพร่ทางแพลตฟอร์มใหม่ อาทิ รายการเสียงทางออนไลน์ คลิปวิดีโอ และรายการสดเพื่อเผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์

CA 633 Strategic Media Production Management

Procedures, processes, and techniques for various media production types to enable media managers to understand and direct strategic problem-solving using artificial intelligence in production cost control, revenue generation, funding sources, and distribution channels, traditional media production methods, and production for distribution on new platform including Online audio programs, video clips, and live streaming for social media distribution.

วบ. 634 การสื่อสารเชิงกลยุทธ์และการจัดการชื่อเสียงในองค์กรสื่อยุคดิจิทัล

3 (3-0-9)

กระบวนการวางแผนและบริหารการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ขององค์กรสื่อในยุคดิจิทัล โดยมุ่งเน้นทั้งการสื่อสารภายในเพื่อสร้างความร่วมมือในองค์กร และการสื่อสารภายนอกเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การสร้างแบรนด์องค์กร และการจัดการภาพลักษณ์และชื่อเสียงอย่างยั่งยืน วิเคราะห์บริบทและความท้าทายในโลกสื่อยุคใหม่ ทั้งในภาวะปกติและภาวะวิกฤต พร้อมประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ เทคโนโลยีทางการตลาด การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) และการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (UX/ UI) แพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ตอบโจทย์องค์กรสื่อในระบบนิเวศดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

CA 634 Strategic Communication and Reputation Management for Media in Digital Era

Strategic communication planning and management processes for media organizations in the digital era, focusing on both internal communications to foster organizational collaboration and external communication to build stakeholder relationships, corporate branding, and sustainable image and reputation management; analyzing context and challenges in the New Media World in both normal and crisis situations, while applying modern technologies such as Artificial Intelligence, marketing technology, data analytics, and User Experience Design (UX/UI) for digital platforms to design effective communication strategies that address media organizations' needs in the rapidly changing digital ecosystem.

วบ. 635 การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสื่อด้วยข้อมูล

3 (3-0-9)

หลักการและแนวคิดด้านวิทยาการข้อมูล (Data Science) และการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ในอุตสาหกรรมสื่อ โดยเน้นการใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) และเครื่องมือวิเคราะห์อัจฉริยะในการวางแผน พัฒนาคอนเทนต์ กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด และปรับปรุงประสบการณ์ของผู้บริโภคสื่อในรูปแบบที่เป็นส่วนบุคคล การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อบริหารจัดการข้อมูลอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ รวมถึงเข้าใจบทบาทของข้อมูลในการสร้างนวัตกรรม การเพิ่มมูลค่า และการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในระบบนิเวศสื่อยุคดิจิทัล

CA 635 Data-driven Strategies for Media Industry

Principles and concepts of data science and data analytics to support strategic decision-making in the media industry, emphasizing the use of big data, Artificial Intelligence (AI) technology, and intelligent analytics tools for planning, content development, marketing strategy formulation, and enhancing personalized media consumer experiences; application of digital technologies for systematic and efficient data management, including understanding the role of data in innovation creation, value addition, and competitive advantage in the digital media ecosystem.

วบ. 636 กระบวนการคิดเชิงออกแบบเพื่ออุตสาหกรรมสื่อ

3 (3-0-9)

กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เพื่อสร้างนวัตกรรมด้านคอนเทนต์ รูปแบบการผลิตและบริการในอุตสาหกรรมสื่อ โดยผสมผสานความคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) และความคิดเชิงธุรกิจ (Business Thinking) เข้ากับความเข้าใจเชิงลึกในพฤติกรรม ความต้องการ และประสบการณ์ของกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ยังเน้นทักษะการวิเคราะห์แนวโน้ม (Trend Analysis) และการคาดการณ์อนาคต (Futures Thinking) เพื่อนำไปสู่การออกแบบสื่อที่สามารถตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของสังคม เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งส่งเสริมความสามารถคิดเชิงระบบ สร้างต้นแบบ ทดลอง และพัฒนาสื่อหรือบริการที่มีคุณค่า และยั่งยืนในบริบทของอุตสาหกรรมสื่อยุคใหม่

CA 636 Design Thinking for Media Industry

Design thinking processes for creating innovations in content, production methods, and services in the media industry, integrating creative thinking and business thinking with deep understanding of target audience behavior, needs, and experiences. Additionally, emphasizing trend analysis skills and futures thinking to lead to media design that can respond to changes in society, technology, and consumer behavior with vision, including promoting systematic thinking capabilities, prototyping, experimentation, and development of valuable and sustainable media or services in the context of the New Era Media industry.

วบ. 637 ภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลงและการบริหารการเปลี่ยนแปลงในองค์กรสื่อ

3 (3-0-9)

ทฤษฎี แนวคิด และบทบาทของภาวะผู้นำในบริบทขององค์กรสื่อยุคใหม่ โดยมุ่งเน้นการพัฒนา ภาวะผู้นำแบบมีส่วนร่วม (Participatory Leadership) และ ภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) ที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจ นำพาการเปลี่ยนแปลง และสร้างความผูกพันในทีมงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้เรียนจะได้เรียนรู้ทักษะการบริหารทีม การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ การบริหารความขัดแย้ง และการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยืดหยุ่นและเปิดรับต่อการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้สามารถขับเคลื่อนองค์กรสื่อให้เติบโตอย่างยั่งยืนท่ามกลางบริบทดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

CA 637 Transformational Leadership & Change Management in Media Organizations

Theories, concepts, and roles of leadership in the context of New Era Media organizations, focusing on developing participatory leadership and transformational leadership that can inspire, lead change, and build effective team engagement. Students will learn about team management skills, effective communication, conflict management, and creating flexible organizational culture open to change, to drive sustainable growth of media organizations amid rapidly changing digital contexts.

วบ. 638 ความเป็นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสื่อสร้างสรรค์และการเป็นฟรีแลนซ์มืออาชีพ 3 (3-0-9)

ชุดความคิดของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Mindset) ในบริบทของอุตสาหกรรมสื่อสร้างสรรค์ ที่เน้นการคิดค้นและสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านเนื้อหา รูปแบบการผลิต และบริการที่สามารถสร้างรายได้และต่อยอดเป็นธุรกิจได้อย่างยั่งยืน การวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ความล้มเหลว และแนวโน้มของอุตสาหกรรมทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ พร้อมทั้งเรียนรู้รูปแบบการทำงานแบบฟรีแลนซ์มืออาชีพ (Professional Freelance) การบริหารตนเอง การจัดการงานลูกค้า การสร้างแบรนด์ส่วนบุคคล และการสร้างเครือข่ายเพื่อโอกาสทางธุรกิจในตลาดระดับโลก เพื่อยกระดับสู่วิธีการทำงานแบบผู้ประกอบการเดี่ยว หรือการเป็นเจ้าของกิจการในอุตสาหกรรมสื่อยุคใหม่

CA 638 Entrepreneurship and Professional Freelancing in Creative Media Industry

Entrepreneurial mindset in the context of creative media industry, emphasizing innovation and creation of content innovations, production methods, and services that can generate revenue and sustainably scale into business; analysis of success factors, failures, and trends both in Thailand and internationally, along with learning about professional freelance working patterns, self-management, client management, personal branding, and network building for Global market business opportunities, to elevate to solo entrepreneurship or business ownership in the New Era Media industry.

วบ. 639 สื่อกับการบริหารจัดการความหลากหลาย

3 (3-0-9)

ความหมาย แนวคิด และทฤษฎีเบื้องต้นเกี่ยวกับความหลากหลายทางสังคม โดยครอบคลุมมิติความแตกต่างทางร่างกาย จิตใจ วัฒนธรรม เชื้อชาติ ศาสนา อายุ เพศสภาพ และอื่น ๆ ที่สะท้อนพลวัตของความหลากหลายในสังคมร่วมสมัย รวมถึงกฎหมายและนโยบายที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับชาติและนานาชาติ ตลอดจนการประยุกต์ใช้แนวทางและเครื่องมือสื่อสารที่ครอบคลุมมิติของความหลากหลาย ผ่านการออกแบบคอนเทนต์ ภาษา ภาพ และช่องทางที่ไม่เลือกปฏิบัติ สนับสนุนการเข้าถึงของผู้มีข้อจำกัดหรือเผชิญความเหลื่อมล้ำ เพื่อเสริมศักยภาพทั้งผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อ ในการกำหนดนโยบาย ออกแบบ และผลิตสื่อที่ส่งเสริมความเท่าเทียม ครอบคลุม และเปิดโอกาสให้ทุกกลุ่มในสังคมมีส่วนร่วมอย่างเสมอภาค

CA 639 Media and Diversity Management

Definitions, concepts, and basic theories of social diversity, covering dimensions of physical, mental, cultural, racial, religious, age, gender, and other differences that reflect the dynamics of diversity in contemporary society, including related laws and policies at national and international levels, as well as application of communication approaches and tools that encompass diversity dimensions through design of content, language, images, and non-discriminatory channels that support access for those with limitations or facing inequality, to enhance the capabilities of both media managers and practitioners in policymaking, design, and production of media that promotes equality, inclusion, and opportunities for all social groups to participate equitably.

วบ. 640 การจัดการแบรนด์อินฟลูเอนเซอร์และกลยุทธ์ด้านคอนเทนต์สำหรับผู้สร้างสรรค์ดิจิทัล 3 (3-0-9)

กระบวนการบริหารจัดการ วางแผน และสร้างสรรค์คอนเทนต์อย่างเป็นระบบสำหรับอินฟลูเอนเซอร์ ศิลปิน และผู้สร้างสรรค์ดิจิทัล ในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ส่วนบุคคล การวางแผนด้านคอนเทนต์ การเลือกแพลตฟอร์มที่เหมาะสม การบริหารความสัมพันธ์กับผู้ติดตาม การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของคอนเทนต์ และการจัดการรายได้อย่างมืออาชีพ

CA 640 Influencer Branding & Content Strategy for Digital Creators

Systematic management, planning, and content creation processes for influencers, artists, and digital creators in the Creative Economy Era, personal branding strategies, content planning, appropriate platform selection, follower relationship management, data analytics for content performance improvement, and professional revenue management.

วบ. 641 กลยุทธ์การสื่อสารผ่านคาแรคเตอร์

3 (3-0-9)

แนวคิดพื้นฐาน ประเภทของคาแรคเตอร์ กระบวนการสร้างและพัฒนาคาแรคเตอร์ บุคลิกภาพของคาแรคเตอร์ (Character Persona) การสร้างความผูกพันทางอารมณ์ (Emotional Engagement) การวิเคราะห์และวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารผ่านคาแรคเตอร์ สามารถปรับใช้กับแพลตฟอร์มสื่อต่าง ๆ ได้อย่างสร้างสรรค์ รวมถึง การบริหารจัดการลิขสิทธิ์ (Intellectual Property) ที่เกี่ยวข้องกับคาแรคเตอร์

CA 641 Character-Based Communication Strategy

Fundamental concepts of characters, types of characters, processes of character creation and development, character persona, emotional engagement, analysis and planning of character-based communication strategies, creative application across multiple media platforms, management of character-related intellectual property.

วบ. 642 การศึกษาเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับการบริหารสื่อและคอนเทนต์

3 (3-0-9)

การศึกษาค้นคว้า การบรรยาย การอภิปราย หรือการสัมมนาทางวิชาการในประเด็นปัญหาที่น่าสนใจเกี่ยวกับการบริหารสื่อและคอนเทนต์ ซึ่งนักศึกษาและคณะฯ เห็นชอบร่วมกัน

CA 642 Selected Topic in Media and Content Administration

Research study, lectures, discussions, or academic seminars on interesting issues related to media and content management that students and faculty agree upon.

วิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระ

วบ. 700 การค้นคว้าอิสระ

6 หน่วยกิต

การศึกษาค้นคว้าอย่างเป็นระบบ โดยเป็นงานวิจัย โครงการ งานสร้างสรรค์ หรือแผนการบริหารงานที่เกี่ยวข้องกับสื่อหรือคอนเทนต์ ซึ่งสามารถนำไปอธิบายหรือประยุกต์ใช้กับสังคมในวงกว้างได้

CA 700 Independent Study

Systematic research study through research, projects, creative works, or management plans related to media or content that can be explained or applied to society at large.

วบ. 801 วิทยานิพนธ์

15 หน่วยกิต

การทำข้อเสนอเค้าโครงวิจัย การดำเนินการวิจัย และการทำรายงานวิจัยอันก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ในสาขาวิชาการบริหารสื่อและคอนเทนต์อย่างมีมาตรฐานทางวิชาการและคำนึงถึงจริยธรรมในการทำวิจัย ตลอดจนสามารถนำเสนอและเผยแพร่องค์ความรู้จากวิทยานิพนธ์ได้โดยได้รับการยอมรับในวงวิชาการ

CA 801 Thesis

Preparing research proposals, conducting research, and producing research reports that generate new knowledge in media and content management with academic standards and research ethics considerations, as well as being able to present and disseminate knowledge from Thesis that gain academic recognition.