

หลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร (MCM)
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569)

ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ภาษาไทย	ชื่อเต็ม วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการการสื่อสารองค์กร) ชื่อย่อ ว.ม. (การจัดการการสื่อสารองค์กร)
ภาษาอังกฤษ	ชื่อเต็ม Master of Arts (Corporate Communication Management) ชื่อย่อ M.A. (Corporate Communication Management)

หลักสูตรบัณฑิตศึกษา หลักสูตรระดับปริญญาโท 2 ปี

แผนการศึกษา แผน 1 แบบวิชาการ [ศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์]
แผน 2 แบบวิชาชีพ

ภาษาที่ใช้ จัดการศึกษาเป็นภาษาไทย

สถานที่จัดการเรียนการสอน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์

ค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตร นักศึกษาไทย 220,000 บาท
นักศึกษาต่างชาติ 235,000 บาท

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

คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษาต้องเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ว่าด้วยการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2568 หมวด 4 การรับเข้าศึกษา และมีคุณสมบัติเฉพาะของหลักสูตรดังนี้

- 1) เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีทุกสาขาวิชาทั้งในหรือต่างประเทศ
- 2) คุณสมบัติด้านภาษา

2.1) ผู้เข้าศึกษาต้องมีผลทดสอบภาษาอังกฤษประเภท TU-GET หรือ TOEFL หรือ IELTS หรือ TOEIC (ผลการทดสอบต้องไม่เกิน 2 ปี นับถึงวันสมัคร) กรณีผู้ที่จะเข้าศึกษาไม่มีคะแนนสอบภาษาต่างประเทศ อนุโลมให้เข้าศึกษาได้ก่อน โดยต้องยื่นคะแนนภาษาอังกฤษตามข้อกำหนดหรือหลักฐานการเข้ารับการอบรมภาษาอังกฤษ ตามประกาศมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เรื่อง คุณสมบัติด้านภาษาต่างประเทศของผู้เข้าศึกษาและสำเร็จการศึกษาของหลักสูตรระดับปริญญาโท หรือระดับปริญญาเอก พ.ศ. 2568 ก่อนเปิดภาคการศึกษาถัดไป

2.2) ผู้สมัครที่ได้รับการยกเว้นไม่ต้องมีคะแนนสอบภาษาอังกฤษ

- (1) ผู้สมัครที่มีสัญชาติของประเทศซึ่งใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาทางการ
- (2) ผู้สมัครที่สำเร็จการศึกษาจากหลักสูตรที่สอนโดยใช้ภาษาอังกฤษ ในระยะเวลาไม่เกินห้าปี นับแต่วันที่สำเร็จการศึกษาจนถึงวันที่สมัครเข้าศึกษา
- (3) ผู้สมัครที่มีผลคะแนนหรือผลการอบรมภาษาอังกฤษตามประกาศ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เรื่อง คุณสมบัติด้านภาษาต่างประเทศของผู้เข้าศึกษาและสำเร็จการศึกษาของหลักสูตรระดับปริญญาโท หรือระดับปริญญาเอก พ.ศ. 2568 ก่อนสมัครเข้าศึกษาในระยะเวลาไม่เกิน 2 ปี นับแต่วันที่ประกาศผลการทดสอบหรือผลการอบรมจนถึงวันที่สมัครเข้าศึกษา

3) เงื่อนไขอื่น ๆ เป็นไปตามประกาศรับสมัครบุคคลเข้าศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และ/หรือคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

การคัดเลือกผู้เข้าศึกษา

- 1) ผู้เข้าศึกษาต้องผ่านกระบวนการสอบคัดเลือกโดยวิธีการยื่นเอกสารแนะนำตัว Statement of Purpose (SOP) และการสอบสัมภาษณ์
- 2) ผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านการสื่อสารจะได้รับการพิจารณาประกอบ
- 3) เงื่อนไขอื่นๆ ให้เป็นไปตามประกาศรับสมัครบุคคลเข้าศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และ/หรือคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

ปรัชญาของหลักสูตร

ตามปรัชญาการศึกษาของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ "มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ บ่มเพาะปัญญาชนเสรี และนวัตกรรมที่มีความรับผิดชอบต่อความเป็นพลเมืองโลกที่อุทิศตนเพื่อสังคมและมุ่งมั่นเพื่อความยั่งยืน" การสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายการดำเนินงานและเสริมสร้างความสามารถทางการแข่งขันตามศักยภาพอันสูงสุดขององค์กรภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านเทคโนโลยีและสังคม แต่ละองค์กรจำเป็นต้องปรับตัวและใช้การสื่อสารที่เหมาะสมกับทุกกลุ่มที่มีส่วนได้ส่วนเสียต่อองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อก่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดขององค์กรควบคู่กับความรับผิดชอบต่อสังคม

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

เพื่อให้บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาในหลักสูตร มีลักษณะดังนี้

- 1) มีความรู้ความสามารถ และศักยภาพทางด้านจัดการการสื่อสาร มีนวัตกรรมทางความคิดที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและความต้องการขององค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน
- 2) สามารถนำเอาความรู้ความเข้าใจในหลักการและแนวคิดการจัดการการสื่อสารองค์กรรวมถึงความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อไปใช้ประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติการจัดการการสื่อสารองค์กร
- 3) มีลักษณะความเป็นผู้นำ มีความคิดวิเคราะห์และความคิดสร้างสรรค์เพื่อการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร มีวิสัยทัศน์ในการวางแผนเพื่ออนาคต
- 4) มีจริยธรรมในการจัดการการสื่อสาร บุคลากร องค์กรและความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ โดยมีความรับผิดชอบต่อองค์กรและสังคม

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (Program-level Learning Outcomes: PLOs)

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของแผน 1 แบบวิชาการ

เมื่อสิ้นสุดการเรียนการสอนในหลักสูตร ผู้สำเร็จการศึกษาจะสามารถ

- PLO1 อธิบายองค์ความรู้ด้านการจัดการการสื่อสารองค์กรได้
- PLO2 ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านการจัดการการสื่อสารองค์กรได้
- PLO3 จัดระบบการจัดการการสื่อสารองค์กรอย่างมีภาวะผู้นำ
- PLO4 สร้างงานวิจัยเพื่อพัฒนาการจัดการการสื่อสารได้อย่างเป็นระบบ
- PLO5 ยึดมั่นในหลักจริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ และความรับผิดชอบต่อในการจัดการการสื่อสาร

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของแผน 2 แบบวิชาชีพ

เมื่อสิ้นสุดการเรียนการสอนในหลักสูตร ผู้สำเร็จการศึกษาจะสามารถ

- PLO1 อธิบายองค์ความรู้ด้านการจัดการการสื่อสารองค์กรได้
- PLO2 วิเคราะห์สถานการณ์และการจัดการสื่อสารด้วยองค์ความรู้ด้านการจัดการการสื่อสารองค์กรได้
- PLO3 จัดระบบการจัดการการสื่อสารองค์กรอย่างมีภาวะผู้นำ

PLO4 สร้างงานวิจัยเพื่อพัฒนาการจัดการสื่อสารได้อย่างเป็นระบบ

PLO5 ยึดมั่นในหลักจริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ และความรับผิดชอบต่อในการจัดการสื่อสาร

โครงสร้างหลักสูตร

นักศึกษาจะต้องลงทะเบียนศึกษารายวิชา รวมไม่น้อยกว่า 45 หน่วยกิต โดยศึกษารายวิชาต่าง ๆ ครอบคลุมตามโครงสร้างองค์ประกอบ 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)

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
		(ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
วจ. 651	หลักคิดด้านสื่อและการสื่อสาร	3 (3-0-9)
CP 651	Media and Communication Essentials	
วจ. 652	การวิเคราะห์ การแปลผล และการนำเสนอข้อมูล	3 (3-0-9)
CP 652	Data Analysis, Interpretation, and Presentation	

วิชาบังคับ

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
		(ทฤษฎี-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
วจ. 661	ทฤษฎีการสื่อสารและการประยุกต์	3 (3-0-9)
CP 661	Theories of Communication and Application	
วจ. 662	การวิจัยทางการสื่อสารเชิงปริมาณ	3 (3-0-9)
CP 662	Quantitative Communication Research	

วจ. 663 การวิจัยเชิงคุณภาพและเทคโนโลยีข้อมูลเพื่อการสื่อสารองค์กร	3 (3-0-9)
CP 663 Qualitative Research and Data Technology for Corporate Communication	
วจ. 664 หลักการจัดการงานสื่อสารองค์กรร่วมสมัย	3 (3-0-9)
CP 664 Contemporary Corporate Communication Management	
วจ. 667 สัมมนาการจัดการการสื่อสารองค์กร	3 (3-0-9)
CP 667 Seminar in Corporate Communication Management	

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-ศึกษด้วยตนเอง)
วจ. 671 ความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร		3 (3-0-9)
CP 671 Corporate Social Responsibility and Sustainable Development		
วจ. 672 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด		3 (3-0-9)
CP 672 Marketing Communication Strategies		
วจ. 673 การจัดการการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร		3 (3-0-9)
CP 673 Stakeholder Engagement Management		
วจ. 675 การจัดการการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในบริบทสากล		3 (3-0-9)
CP 675 Intercultural Communication Management in Global Context		
วจ. 676 การบริหารตราสินค้าผลิตภัณฑ์ และชื่อเสียงองค์กร		3 (3-0-9)
CP 676 Product Brand Management and Corporate Reputation Management		
วจ. 677 การจัดการสื่อสารความเสี่ยงขององค์กร		3 (3-0-9)
CP 677 Risk Communication Management for Corporate		
วจ. 678 การจัดการคอนเทนต์และแพลตฟอร์มของสื่อใหม่		3 (3-0-9)
CP 678 Content and New Media Platform Management		
วจ. 679 กระบวนการคิดเชิงออกแบบและนวัตกรรมเพื่อองค์กร		3 (3-0-9)
CP 679 Design thinking and Innovation for Organization		
วจ. 680 การประกอบการเชิงกลยุทธ์กับการจัดการทางการสื่อสาร		3 (3-0-9)
CP 680 Strategic Entrepreneurship and Communication Management		
วจ. 681 การจัดการทรัพยากรมนุษย์และการสื่อสาร		3 (3-0-9)
CP 681 Human Resources Management and Communication		

วจ. 682 การวิเคราะห์และตีความข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์

3 (3-0-9)

CP 682 Data Analytics and Insights for Strategic Decision

การค้นคว้าอิสระ/วิทยานิพนธ์

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
วจ. 700	การค้นคว้าอิสระ	6
CP 700	Independent Study	
วจ. 801	วิทยานิพนธ์	15
CP 801	Thesis	

แผนการศึกษา

วิชาเสริมพื้นฐาน (ไม่นับหน่วยกิต) เรียนวิชาเสริมพื้นฐานก่อนเปิดภาคแรกในปีการศึกษาที่ 1

ก่อนเปิดภาคแรกในปีการศึกษาที่ 1					
แผน 1		แผน 2			
วจ. 651	หลักคิดด้านสื่อและการสื่อสาร	3 หน่วยกิต	วจ. 651	หลักคิดด้านสื่อและการสื่อสาร	3 หน่วยกิต
วจ. 652	การวิเคราะห์ การแปลผล และ การนำเสนอข้อมูล	3 หน่วยกิต	วจ. 652	การวิเคราะห์ การแปลผล และ การนำเสนอข้อมูล	3 หน่วยกิต
รวม	6 หน่วยกิต	รวม	6 หน่วยกิต		

แผนการศึกษา วิชาบังคับ และวิชาเลือก

ปีการศึกษาที่ 1					
แผน 1		แผน 2			
ภาคเรียนที่ 1		ภาคเรียนที่ 1			
วจ. 661	ทฤษฎีการสื่อสารและการประยุกต์	3 หน่วยกิต	วจ. 661	ทฤษฎีการสื่อสารและการประยุกต์	3 หน่วยกิต
วจ. 662	การวิจัยทางการสื่อสารเชิงปริมาณ	3 หน่วยกิต	วจ. 662	การวิจัยทางการสื่อสารเชิงปริมาณ	3 หน่วยกิต
วจ. 664	หลักการจัดการงานสื่อสารองค์กรร่วมสมัย	3 หน่วยกิต	วจ. 664	หลักการจัดการงานสื่อสารองค์กรร่วมสมัย	3 หน่วยกิต
รวม	9 หน่วยกิต	รวม	9 หน่วยกิต		
ภาคเรียนที่ 2		ภาคเรียนที่ 2			
วจ. 663	การวิจัยเชิงคุณภาพและเทคโนโลยีข้อมูล เพื่อการสื่อสารองค์กร	3 หน่วยกิต	วจ. 663	การวิจัยเชิงคุณภาพและเทคโนโลยีข้อมูล เพื่อการสื่อสารองค์กร	3 หน่วยกิต
วจ. XXX	วิชาเลือก	3 หน่วยกิต	วจ. XXX	วิชาเลือก	3 หน่วยกิต
วจ. XXX	วิชาเลือก	3 หน่วยกิต	วจ. XXX	วิชาเลือก	3 หน่วยกิต
รวม	9 หน่วยกิต	รวม	9 หน่วยกิต		
ภาคเรียนที่ 3		ภาคเรียนที่ 3			
วจ. XXX	วิชาเลือก	3 หน่วยกิต	วจ. XXX	วิชาเลือก	3 หน่วยกิต
วจ. XXX	วิชาเลือก	3 หน่วยกิต	วจ. XXX	วิชาเลือก	3 หน่วยกิต
วจ. 667	สัมมนาการจัดการการสื่อสารองค์กร สอบประมวลความรู้	3 หน่วยกิต	วจ. 667	สัมมนาการจัดการการสื่อสารองค์กร สอบประมวลความรู้	3 หน่วยกิต
รวม	9 หน่วยกิต	รวม	9 หน่วยกิต		

ปีการศึกษาที่ 2			
แผน 1		แผน 2	
ภาคเรียนที่ 1		ภาคเรียนที่ 1	
วจ. XXX วิชาเลือก	3 หน่วยกิต	วจ. XXX วิชาเลือก	3 หน่วยกิต
วจ. 801 วิทยานิพนธ์	6 หน่วยกิต	วจ. XXX วิชาเลือก	3 หน่วยกิต
		วจ. XXX วิชาเลือก	3 หน่วยกิต
รวม	9 หน่วยกิต	รวม	9 หน่วยกิต
ภาคเรียนที่ 2		ภาคเรียนที่ 2	
วจ. 801 วิทยานิพนธ์	6 หน่วยกิต	วจ. XXX วิชาเลือก	3 หน่วยกิต
		วจ. 700 การค้นคว้าอิสระ	3 หน่วยกิต
รวม	6 หน่วยกิต	รวม	6 หน่วยกิต
ภาคเรียนที่ 3		ภาคเรียนที่ 3	
วจ. 801 วิทยานิพนธ์	3 หน่วยกิต	วจ. 700 การค้นคว้าอิสระ	3 หน่วยกิต
รวม	3 หน่วยกิต	รวม	3 หน่วยกิต

คำอธิบายรายวิชา

หมวดวิชาเสริมพื้นฐาน **6 หน่วยกิต**

วจ. 651 หลักคิดด้านสื่อและการสื่อสาร **3(3-0-9)**

ความหมาย องค์ประกอบ ประเภท บทบาท หน้าที่ รวมถึงอิทธิพลของสื่อและการสื่อสารที่มีต่อบุคคล และสังคมโดยรวม การเปลี่ยนแปลงบริบทของสังคม ภูมิทัศน์สื่อ รวมทั้งจริยธรรมและจรรยาบรรณของนักสื่อสาร

CP 651 Media and Communication Essentials

Definitions, components, types, roles, and functions, including the influence of media and communication on individuals and society, changing of social contexts, media landscape, as well as ethics and professional codes of conduct for communicators.

วจ. 652 การวิเคราะห์ การแปลผล และการนำเสนอข้อมูล **3(3-0-9)**

แนวคิด หลักการ วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ การแปลผลข้อมูลอย่างถูกต้องและน่าเชื่อถือ รวมทั้งการนำเสนอข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อประโยชน์ในการจัดการการสื่อสารองค์กร

CP 652 Data Analysis, Interpretation, and Presentation

Concepts, principles, analytical systems of the data obtained from questionnaires and interview by using computer programmers, accurate and credible data analysis, including effective presentation for the advantages of corporate communication management.

วจ. 661 ทฤษฎีการสื่อสารและการประยุกต์

3(3-0-9)

ทฤษฎีการสื่อสาร ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร และทฤษฎีการสื่อสารมวลชน โดยมุ่งเน้นทฤษฎีการสื่อสารในบริบทองค์กร ได้แก่ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่ม และการสื่อสารองค์กร รวมถึงการวิเคราะห์ตัวแปรที่เกี่ยวข้องและการประยุกต์ใช้ทฤษฎีเพื่อการวิจัยและการวางแผนการสื่อสารตามเป้าหมายองค์กร

CP 661 Theories of Communication and Application

Communication theories, theories related to communication, and mass communication theories, with emphasis on communication theories in organizational contexts, including theories related to interpersonal communication, group communication, and organizational communication, as well as analysis of related variables and the application of theories for research and communication planning according to organizational goals.

วจ. 662 การวิจัยทางการสื่อสารเชิงปริมาณ

3(3-0-9)

กระบวนการค้นและระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ การตั้งปัญหามาวิจัย การออกแบบวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ การเขียนและการนำเสนอข้อเสนอโครงการวิจัยและรายงานวิจัยเพื่อการจัดการการสื่อสารองค์กร รวมทั้งจริยธรรมและจรรยาบรรณของนักวิจัย

CP 662 Quantitative Communication Research

Paradigms and quantitative research methodologies, research problem formulation, research design, statistical data analysis, writing and presenting research proposals and research reports for organizational communication management, as well as ethics and professional codes of conduct for researchers.

วจ. 663 การวิจัยเชิงคุณภาพและเทคโนโลยีข้อมูลเพื่อการสื่อสารองค์กร

3(3-0-9)

แนวทางและกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ การกำหนดปัญหาการวิจัย การสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย วิธีการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพประเภทต่างๆ รวมทั้งการนำเทคโนโลยีด้านข้อมูล (Data Technology) และปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence-AI) มาสนับสนุนกระบวนการวิจัยอย่างเหมาะสม เพื่อประยุกต์ใช้ในการวางแผนเชิงกลยุทธ์และการประเมินผลการสื่อสารองค์กร

CP 663 Qualitative Research and Data Technology for Corporate Communication

Approaches and processes of qualitative research, methods for collecting and analysing various types of qualitative data, including the appropriate integration of Data Technology and Artificial Intelligence (AI) to support the research process, for application in strategic planning and evaluation of organizational communication.

วจ. 664 หลักการจัดการงานสื่อสารองค์กรร่วมสมัย

3(3-0-9)

การสร้างความสำเร็จถึงหลักการและความท้าทายของการบริหารงานสื่อสารองค์กรในปัจจุบัน การประยุกต์ใช้กลยุทธ์ด้านการสื่อสาร ผ่านสื่อสังคม และสื่อดั้งเดิมที่บูรณาการกรอบแนวคิดด้านธรรมาภิบาล ความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านแนวคิด การสร้างคุณค่าให้ทั้งธุรกิจและสังคม CSV (Creating Shared Value) การบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กฎหมายและจริยธรรมที่เกี่ยวข้อง การบริหารประเด็นเพื่อสร้างความเชื่อมั่น เพื่อสร้างและรักษาภาพลักษณ์ ชื่อเสียงขององค์กรในระยะยาว

CP 664 Contemporary Corporate Communication Management

Developing an understanding of the principles and challenges of contemporary corporate communication management. Applying communication strategies through integrated social media and traditional media frameworks, incorporating concepts of governance, social responsibility, stakeholder relationship management, relevant laws and ethics, and issues management to build confidence, and ultimately to create and maintain the organization's long-term image and reputation.

วจ. 667 สัมมนาการจัดการการสื่อสารองค์กร

3(3-0-9)

การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การอภิปราย ผ่านกิจกรรมกลุ่ม ที่อาศัยทฤษฎี แนวคิดและหลักการด้านการสื่อสาร และการสื่อสารองค์กร เพื่อศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันด้านการดำเนินการและการจัดการการสื่อสารองค์กร ให้สามารถกำหนดทิศทางในการแก้ไขปัญหาด้านการสื่อสารขององค์กรอย่างสร้างสรรค์และรับผิดชอบต่อสังคม และนำความรู้ที่ได้มาพัฒนาโครงร่างวิทยานิพนธ์และ/หรือการค้นคว้าอิสระ

CP 667 Seminar in Corporate Communication Management

Exchanging of ideas and discussions through group activities based on theories, concepts, and principles of communication and organizational communication, to study current situations in organizational communication operations and management, enabling the determination of creative and socially responsible directions for solving organizational communication problems, and applying acquired knowledge to develop thesis proposals and/or independent research projects.

หมวดวิชาเลือก

วจ. 671 ความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร

3(3-0-9)

แนวคิด กระบวนการ และพัฒนาการของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ในมิติหลากหลายมิติ ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อสังคมต่อองค์กร (CSR) หลักการสร้างคุณค่าร่วมของสังคมและธุรกิจ (CSV) หลักการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคมในองค์กรประเภทต่างๆ การกำกับดูแลกิจการที่ดีและ

จริยธรรมทางธุรกิจ ตลอดจนการวางแผนพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ภายในและภายนอกองค์กร

CP 671 Corporate Social Responsibility and Sustainable Development

Concepts, processes, and the development of corporate responsibility in multiple dimensions, including: Corporate Social Responsibility (CSR), the principles of Creating Shared Value (CSV), and the principles of Sustainable Development (SDGs), covering environmental, economic, and social aspects in various types of organizations. It also covers good corporate governance and business ethics, as well as the strategic planning and development of communication for corporate responsibility to internal and external stakeholders

วจ. 672 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด

3(3-0-9)

กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อการรณรงค์การสื่อสารองค์กรในภาครัฐและเอกชน โดยบูรณาการการใช้เครื่องมือการสื่อสาร เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การจัดกิจกรรมทางการตลาด การตลาดทางตรง เป็นต้น รวมถึงการนำ AI มาใช้ในการวางแผนการสื่อสารการตลาด

CP 672 Marketing Communication Strategies

Marketing communication strategies for organizational communication campaigns in both public and private sectors, integrating the use of communication tools such as advertising, public relations, sales promotion, marketing events, direct marketing, etc., including the application of AI in marketing communication planning.

วจ. 673 การจัดการการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร

3(3-0-9)

ความสำคัญของบรรษัทภิบาล ธรรมภิบาล แนวทาง ทฤษฎี กลยุทธ์ การวางแผน แนวทางการบริหาร ผ่านกรณีศึกษาจากธุรกิจเอกชน หน่วยงานรัฐ สื่อ องค์กรระหว่างประเทศ และการวิเคราะห์ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร

CP 673 Stakeholder Engagement Management

The importance of corporate governance and good governance, approaches, theories, strategies, planning, and management approaches through case studies from private businesses, government agencies, media organizations, international organizations, and analysis of problems that impact stakeholder participation in organizations.

วจ. 675 การจัดการการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในบริบทสากล

3(3-0-9)

ความหมาย ความสำคัญ พัฒนาการ และผลกระทบของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมในบริบทสากล การประยุกต์ใช้แนวคิดเรื่องการสื่อสารระหว่างประเทศและการสื่อสารระหว่าง

วัฒนธรรมเพื่อให้สามารถจัดการการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพในสภาพแวดล้อมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมในสังคมโลก องค์กรข้ามชาติและองค์กรที่ดำเนินธุรกิจในระดับสากล

CP 675 Intercultural Communication Management in Global Context

Definitions, importance, development, and impacts of intercultural communication, and cultural differences in global contexts; application of international communication and intercultural communication concepts to enable effective communication management in culturally diverse environments within global society, multinational corporations, and organizations operating at the international level.

วจ. 676 การบริหารตราสินค้าผลิตภัณฑ์ และชื่อเสียงองค์กร 3(3-0-9)

ความหมาย ความสำคัญ ประเภท และองค์ประกอบของชื่อเสียง ตราองค์กร และตราสินค้าประเภทต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน รวมทั้งศึกษาการสร้างตราสินค้า เช่น การสร้างคุณค่าตราสินค้า การวางตำแหน่งตราสินค้า การกำหนดอัตลักษณ์ตราสินค้า เป็นต้น รวมทั้งจัดการตราสินค้าอย่างสร้างสรรค์และมีกลยุทธ์ ตั้งแต่การวิเคราะห์ การออกแบบ และการใช้ประโยชน์ตราสินค้าภายในและภายนอกองค์กร

CP 676 Product Brand Management and Corporate Reputation Management

Definitions, importance, types, and components of reputation, corporate brands, and various types of product branding that are interconnected and related, including the study of brand building and creative and strategic brand management, from analysis, design, and utilization of brands both within and outside the organization.

วจ. 677 การจัดการสื่อสารความเสี่ยงขององค์กร 3(3-0-9)

การวิเคราะห์จุดกำเนิดและพัฒนาการของประเด็นต่าง ๆ ในสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อเลือกแนวทางการจัดการสื่อสารเพื่อลดความเสี่ยง ปัญหาอุปสรรค หรือวิกฤตขององค์กร และเสริมสร้างโอกาสในการสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ ชื่อเสียง และสัมพันธ์ภาพกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย โดยการบูรณาการกลยุทธ์การสื่อสารต่าง ๆ เช่น การบริหารจัดการประเด็นเชิงรุกและรับ การประยุกต์ใช้แนวคิดการสื่อสารเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง

CP 677 Risk Communication Management for Corporate

Analysis of the origins and development of various issues in both internal and external organizational environments to select appropriate communication management approaches for mitigating risks, problems, obstacles, or organizational crises, and enhancing opportunities to create awareness of image, reputation, and relationships with stakeholder groups to align with organizational goals. This involves integrating various communication strategies such as proactive and reactive issue management, applying change communication concepts when organizations

operate in normal contexts or encounter sensitive situations that can impact organizational operations in a consistent and unified direction.

วจ. 678 การจัดการคอนเทนต์และแพลตฟอร์มของสื่อใหม่

3(3-0-9)

ความเข้าใจประเภทและรูปแบบของคอนเทนต์ เพื่อตอบสนองเป้าหมายในการสื่อสารขององค์กร ประเภทของแพลตฟอร์มสื่อออนไลน์ คุณลักษณะ บริบทการใช้งานและข้อจำกัดของแต่ละแพลตฟอร์ม หลักการและแนวทางในการสร้างคอนเทนต์ การกำหนดผู้ส่งสารและผู้รับสารสำหรับแพลตฟอร์มแต่ละประเภท กลยุทธ์การเลือกแพลตฟอร์มที่เหมาะสมเพื่อการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมถึงรูปแบบและหลักการเขียนเพื่อตอบสนองเป้าหมายของการสื่อสารองค์กร

CP 678 Content and New Media Platform Management

Understanding types and formats of content to respond to organizational communication goals; types of online media platforms, characteristics, usage contexts, and limitations of each platform; Principles and approaches in content creation; defining senders and receivers for each type of platform; Strategies for selecting appropriate platforms for both internal and external organizational communication, including formats and principles of writing to meet organizational communication objectives.

วจ. 679 กระบวนการคิดเชิงออกแบบและนวัตกรรมเพื่อองค์กร

3(3-0-9)

การประยุกต์ใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ เพื่อสร้างนวัตกรรม หรือกลยุทธ์เชิงสร้างสรรค์ให้แก่องค์กร การทำความเข้าใจผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การกำหนดประเด็นปัญหาหรือความท้าทาย การระดมความคิด การสร้างต้นแบบ และการทดสอบ เพื่อการปรับตัวขององค์กรในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

CP 679 Design thinking and Innovation for Organization

Application of design thinking processes to create innovation or creative strategies for organizations; Understanding stakeholders defining issues, problems, or challenges; brainstorming, prototyping, and testing for organizational adaptation in an era of rapid change.

วจ. 680 การประกอบการเชิงกลยุทธ์กับการจัดการทางการสื่อสาร

3(3-0-9)

การประกอบการเชิงกลยุทธ์สำหรับกิจการธุรกิจและกิจการสื่อ ทั้งการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การจัดการทรัพยากร การสร้างคุณค่าและความได้เปรียบทางการแข่งขัน รวมทั้งการวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการ

CP 680 Strategic Entrepreneurship and Communication Management

Strategic entrepreneurship for business ventures and media enterprises, including environmental analysis, resource management, value creation and competitive advantage, as well as strategic communication planning for entrepreneurs.

วจ. 681 การจัดการทรัพยากรมนุษย์และการสื่อสาร

3(3-0-9)

ความสำคัญของทฤษฎีพฤติกรรม ทฤษฎีพฤติกรรมองค์กรกับการสื่อสารแนวคลาสสิก โมเดิร์น หลังสมัยใหม่ นิยม หลัง-หลังสมัยใหม่ นิยม โลกาภิวัตน์ การทวนกระแส โลกาภิวัตน์ ทฤษฎีจิตวิทยาเพื่อการวิเคราะห์บุคคล วัฒนธรรมองค์กร แนวทางการบริหารอย่างยั่งยืน สิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมชาติ การสร้างมนุษยสัมพันธ์ การสื่อสารจัดการความขัดแย้ง ภาวะผู้นำ กฎหมาย ระเบียบ จรรยาบรรณ การสื่อสารสร้างการมีส่วนร่วม แรงจูงใจ ความผูกพัน และองค์กรแห่งความสุข

CP 681 Human Resources Management and Communication

The importance of behavioral theories, organizational behavior theories with communication in classical, modern, postmodern, post-postmodern, globalization, and deglobalization contexts; psychological theories for individual analysis, organizational culture, sustainable management approaches covering environmental, social, and governance aspects; building human relations, conflict management communication, leadership, laws, regulations, ethics, participatory communication, motivation, engagement, and organizations of happiness.

วจ. 682 การวิเคราะห์และตีความข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์

3(3-0-9)

แนวคิดและหลักการสร้าง data-driven mindset รวมทั้งกระบวนการเกี่ยวกับข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจ ตั้งแต่การตั้งโจทย์ การกำหนดข้อมูล ประเภทข้อมูล การเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ เทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่ช่วยในการวิเคราะห์ รวมทั้งการสื่อสารข้อมูลที่ได้เพื่อประสิทธิผลในการนำข้อมูลนั้นไปใช้

CP 682 Data Analytics and Insights for Strategic Decision

Concepts and principles of creating a data-driven mindset, including data-related processes for decision-making, from problem formulation, data specification, data types, data collection, analysis, technology and Artificial Intelligence (AI) that assist in analysis, as well as communicating the obtained data for effectiveness in utilizing that data.

วิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระ

วจ. 700 การค้นคว้าอิสระ

6 หน่วยกิต

นำเสนอรายงานการศึกษาทางด้านการจัดการการสื่อสารองค์กร เน้นความสามารถในการจัดระบบความคิด ตั้งแต่เริ่มโครงการจนบรรลุเป้าหมายการศึกษาตามที่ระบุไว้ในข้อเสนอเค้าโครงการศึกษารายงานดังกล่าว ประกอบด้วยสาระในเรื่องที่ศึกษา วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ตลอดจนวิธีการศึกษาอย่างเป็นระบบ สามารถนำไปสู่ข้อสรุปหรือข้อเสนอแนะอันจะเป็นประโยชน์

CP 700 Independent Study

Students present study reports on organizational communication management, emphasizing the ability to systematically organize ideas from project initiation to achieving the study objectives as specified in the study project proposal. The report consists of content on the

studied topic, objectives, goals, as well as systematic study methods that can lead to beneficial conclusions or recommendations.

วจ. 801 วิทยานิพนธ์

15 หน่วยกิต

การสร้างโครงการวิจัยและการดำเนินการวิจัยอันก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ในสาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร เขียนวิทยานิพนธ์เกี่ยวกับการสื่อสารองค์กร และนำเสนอวิทยานิพนธ์ การเขียนรายงานวิจัยเพื่อเผยแพร่ จริยธรรมในการทำวิจัย และจริยธรรมในการเผยแพร่ผลงานวิชาการ

CP 801 Thesis

Developing research projects and conducting research that generates new knowledge in the field of organizational communication management; writing a thesis on organizational communication and presenting the thesis; writing research reports for publication, research ethics, and ethics in academic publication.