

หลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร (MCM)

เน้นการปรับตัวและใช้การสื่อสารที่เหมาะสมกับกลุ่มที่เกี่ยวข้องและมีส่วนได้ส่วนเสียต่อองค์กรทุกประเภท
อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อก่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดขององค์กร ทั้งการสื่อสารภายใน และการสื่อสารภายนอก
องค์กร เหมาะสำหรับผู้ทำงานทางด้านการสื่อสารองค์กร การประชาสัมพันธ์ การฝึกอบรม

- เรียนวันหยุด เสาร์-อาทิตย์ 09.00-16.00 น.
- ค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตรโดยประมาณ 230,000 บาท (ภาคการศึกษาละ 38,300 # 6 ภาค)
- ระยะเวลาการศึกษา 2 ปีการศึกษา (ไม่เกิน 5 ปีการศึกษา)

ระบบการศึกษาแบบไตรภาค ภาคการศึกษาที่ 1 เดือนสิงหาคม-เดือนพฤศจิกายน
ภาคการศึกษาที่ 2 เดือนธันวาคม-เดือนมีนาคม
ภาคการศึกษาที่ 3 เดือนเมษายน-เดือนกรกฎาคม

- จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร 45 หน่วยกิต
โครงสร้างหลักสูตร 2 แผนการศึกษา
 - แผน ก แบบ ก2 (ศึกษารายวิชา 30 หน่วยกิต และทำวิทยานิพนธ์ 15 หน่วยกิต)
 - แผน ข (ศึกษารายวิชา 39 หน่วยกิต และทำวิทยานิพนธ์ 6 หน่วยกิต)
- จำนวนนักศึกษาที่รับในปีละการศึกษา
 - แผน ก 24 คน
 - แผน ข 36 คน

👉 คุณสมบัติผู้เข้าศึกษา

(1) เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีทุกสาขาวิชา

👉 การคัดเลือกผู้เข้าศึกษา

1. ผู้เข้าศึกษาต้องผ่านการสอบข้อเขียนและการสอบสัมภาษณ์
2. ผู้เข้าศึกษาต้องส่งผลทดสอบภาษาอังกฤษ TU-GET หรือ TOEFL หรือ IELTS หรือ TOEIC (ไม่กำหนดคะแนนขั้นต่ำ)

📅 เปิดเรียนเตรียมความพร้อมก่อนเข้าศึกษา เดือนเมษายน

หลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร (MCM)
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564)

ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

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

ปรัชญาของหลักสูตร

การสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายการดำเนินงานและเสริมสร้างความสามารถทางการแข่งขันตามศักยภาพอันสูงสุดขององค์กรภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านเทคโนโลยีและสังคม แต่ละองค์กรจำเป็นต้องปรับตัวและใช้การสื่อสารที่เหมาะสมกับกลุ่มที่เกี่ยวข้องและมีส่วนได้ส่วนเสียต่อองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อก่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดขององค์กร

ความสำคัญของหลักสูตร

- 1) การจัดการการสื่อสารภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ จะมีผลต่อการสร้างความเข้าใจอันดี ความร่วมมือ ตลอดจนทำให้เกิดความภาคภูมิใจในองค์กร อันจะนำมาซึ่งความภักดีและการเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีคุณค่าและทำงานเต็มประสิทธิภาพเพื่อผลประโยชน์ขององค์กร
- 2) การจัดการการสื่อสารภายนอกองค์กรมีบทบาทในการสร้างความเข้าใจ สร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรให้เกิดขึ้นได้
- 3) การจัดการการสื่อสารและการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อองค์กรให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความแตกต่างของแต่ละกลุ่มจะสามารถทำให้องค์กรมีพันธมิตรและสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรให้บรรลุเป้าหมายได้
- 4) ประเทศไทยยังขาดบุคลากรในระดับมหาบัณฑิตที่สามารถทำงานทางด้านการจัดการการสื่อสารองค์กรแบบบูรณาการอย่างมืออาชีพ รู้วิธีใช้สื่ออย่างริเริ่มสร้างสรรค์ รู้จักกระบวนการหาข้อมูล มีนวัตกรรมทางความคิดเพื่อการวางแผนกลยุทธ์ที่ดี รวมถึงการออกแบบสารเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ คณะ

วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน ได้ตระหนักถึงความต้องการด้านบุคลากรดังกล่าว จึงได้กำหนดหลักสูตรปริญญาโททางการจัดการการสื่อสารองค์กรขึ้น ทั้งนี้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาบุคลากรในระดับมหาบัณฑิตที่มีศักยภาพ มีความรู้ความสามารถทางด้านการจัดการการสื่อสารองค์กร

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

เพื่อให้บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาในหลักสูตร มีลักษณะดังนี้

- 1) มีศักยภาพ มีความรู้ความสามารถทางด้านการจัดการการสื่อสาร มีนวัตกรรมทางความคิดที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและความต้องการขององค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน
- 2) สามารถนำเอาความรู้ความเข้าใจในหลักการและแนวคิดการจัดการการสื่อสารองค์กรรวมถึงความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อไปใช้ประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติการจัดการการสื่อสารองค์กร
- 3) มีลักษณะความเป็นผู้นำ มีความคิดวิเคราะห์และความคิดสร้างสรรค์เพื่อการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร มีวิสัยทัศน์ในการวางแผนเพื่ออนาคต
- 4) มีจริยธรรมในการจัดการการสื่อสาร บุคลากร องค์กรและความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ โดยมีความรับผิดชอบต่อองค์กรและสังคม

ระบบการจัดการศึกษา

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

วัน-เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

เรียนวันเสาร์ - อาทิตย์ เวลา 9.00 ถึง 16.00 น.

ภาคการศึกษาที่ 1 เดือนสิงหาคม - เดือนธันวาคม

ภาคการศึกษาที่ 2 เดือนธันวาคม - เดือนมีนาคม

ภาคการศึกษาที่ 3 เดือนมิถุนายน - เดือนกรกฎาคม

โครงสร้างหลักสูตร

แผน ก แบบ ก 2 (ศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์)

1) หมวดวิชาเสริมพื้นฐาน (ไม่นับหน่วยกิตรวม) 6 หน่วยกิต

2) หมวดวิชาบังคับ	21	หน่วยกิต
3) หมวดวิชาเลือก	9	หน่วยกิต
4) วิทยานิพนธ์	15	หน่วยกิต

แผน ข (ไม่ทำวิทยานิพนธ์)

1) หมวดวิชาเสริมพื้นฐาน (ไม่นับหน่วยกิตรวม)	6	หน่วยกิต
2) หมวดวิชาบังคับ	21	หน่วยกิต
3) หมวดวิชาเลือก	18	หน่วยกิต
4) การค้นคว้าอิสระ	6	หน่วยกิต

รายวิชาในหลักสูตร

วิชาเสริมพื้นฐาน (สำหรับผู้ที่ยังไม่มีพื้นฐาน)

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
วจ. 651	หลักคิดด้านสื่อและการสื่อสาร	3(3-0-9)
CP 651	Media and Communication Essentials	
วจ. 652	ความรู้เบื้องต้นทางการวิจัยเพื่อการสื่อสารองค์กร	3(3-0-9)
CP 652	Fundamental for Corporate Communication Research	

วิชาบังคับ

นักศึกษาทั้งสองแผนการศึกษา ต้องศึกษาวิชาบังคับทั้ง 7 วิชา รวม 21 หน่วยกิต

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-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	การวิจัยทางการสื่อสารเชิงคุณภาพ	3(3-0-9)
CP 663	Qualitative Communication Research	
วจ. 664	หลักการจัดการการสื่อสารองค์กร	3(3-0-9)
CP 664	Principles of Corporate Communication Management	
วจ. 665	การจัดการทรัพยากรมนุษย์และการสื่อสาร	3(3-0-9)
CP 665	Human Resources Management and Communication	
วจ. 666	การวิเคราะห์และตีความข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์	3(3-0-9)

CP 666 Data Analytics and Insights for Strategic Decision	
วจ. 667 สัมมนาการจัดการการสื่อสารองค์กร	3(3-0-9)
CP 667 Seminar in Corporate Communication Management	

วิชาเลือก

- 1) นักศึกษา แผน ก แบบ ก 2 ศึกษา 3 วิชา รวม 9 หน่วยกิต
- 2) นักศึกษา แผน ข ศึกษา 6 วิชา รวม 18 หน่วยกิต

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต (บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)
วจ. 671	ความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืน	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. 674	กลยุทธ์ดิจิทัลกับการจัดการการสื่อสารองค์กร	3(3-0-9)
CP 674	Digital Strategy and Corporate Communication Management	
วจ. 675	การจัดการการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม	3(3-0-9)
CP 675	Intercultural Communication Management	
วจ. 676	การบริหารตราสินค้าผลิตภัณฑ์ และชื่อเสียงองค์กร	3(3-0-9)
CP 676	Product Brand Management and Corporate Reputation Management	
วจ. 677	การจัดการการสื่อสารความเสี่ยง การเปลี่ยนแปลงและภาวะวิกฤติ	3(3-0-9)
CP 677	Risk Change and Crisis Communication Management	
วจ. 678	การจัดการคอนเทนต์และแพลตฟอร์มของสื่อใหม่	3(3-0-9)
CP 678	Content and New Media Platform Management	
วจ. 679	นวัตกรรมเพื่อองค์กร	3(3-0-9)
CP 679	Innovation for Organization	

3.1.3.4 การค้นคว้าอิสระ (สำหรับนักศึกษา แผน ข)

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
วจ. 700	การค้นคว้าอิสระ	6
CP 700	Independent Study	

3.1.3.5 วิทยานิพนธ์ (สำหรับนักศึกษาแผน ก แบบ ก2)

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต

แผนการศึกษา

วิชาเสริมพื้นฐาน (ไม่นับหน่วยกิต) (เรียนวิชาเสริมพื้นฐานก่อนเปิดภาคแรกในปีการศึกษาที่ 1)

ก่อนเปิดภาคแรกในปีการศึกษาที่ 1					
แผน ก แบบ ก 2		แผน ข			
วจ. 651	หลักคิดด้านสื่อและการสื่อสาร	3 หน่วยกิต	วจ. 651	หลักคิดด้านสื่อและการสื่อสาร	3 หน่วยกิต
วจ. 652	ความรู้เบื้องต้นทางการวิจัยเพื่อ	3 หน่วยกิต	วจ. 652	ความรู้เบื้องต้นทางการวิจัยเพื่อ	3 หน่วยกิต
	การสื่อสารองค์กร			การสื่อสารองค์กร	
รวม		6 หน่วยกิต	รวม		6 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 1					
แผน ก แบบ ก 2		แผน ข			
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	หลักการจัดการการสื่อสารองค์กร	3 หน่วยกิต	วจ. 664	หลักการจัดการการสื่อสารองค์กร	3 หน่วยกิต
รวม		9 หน่วยกิต	รวม		9 หน่วยกิต
ภาคเรียนที่ 2		ภาคเรียนที่ 2			
วจ. 663	การวิจัยทางการสื่อสารเชิงคุณภาพ	3 หน่วยกิต	วจ. 663	การวิจัยทางการสื่อสารเชิงคุณภาพ	3 หน่วยกิต
วจ. 665	การจัดการทรัพยากรมนุษย์และ	3 หน่วยกิต	วจ. 665	การจัดการทรัพยากรมนุษย์และ	3 หน่วยกิต
	การสื่อสาร			การสื่อสาร	
วจ. 666	การวิเคราะห์และตีความข้อมูล	3 หน่วยกิต	วจ. 666	การวิเคราะห์และตีความข้อมูล	3 หน่วยกิต
	เพื่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์			เพื่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์	
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
มธ. 005	ภาษาอังกฤษ 1*	3 หน่วยกิต	มธ. 005	ภาษาอังกฤษ 1*	3 หน่วยกิต
รวม		9 หน่วยกิต	รวม		9 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 2			
แผน ก แบบ ก 2		แผน ข	
ภาคเรียนที่ 1		ภาคเรียนที่ 1	
วจ. 667 สัมมนาการจัดการการสื่อสารองค์กร	3 หน่วยกิต	วจ. 667 สัมมนาการจัดการการสื่อสารองค์กร	3 หน่วยกิต
วจ. xxx วิชาเลือก	3 หน่วยกิต	วจ. xxx วิชาเลือก	3 หน่วยกิต
มธ. 006 ภาษาอังกฤษ 2*	3 หน่วยกิต	มธ. 006 ภาษาอังกฤษ 2*	3 หน่วยกิต
สอบประมวลความรู้		สอบประมวลความรู้	
รวม	9 หน่วยกิต	รวม	9 หน่วยกิต
ภาคเรียนที่ 2		ภาคเรียนที่ 2	
วจ.801 วิทยานิพนธ์	9 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. 801 วิทยานิพนธ์	6 หน่วยกิต	วจ. 700 การค้นคว้าอิสระ	6 หน่วยกิต
รวม	6 หน่วยกิต	รวม	6 หน่วยกิต

*วิชา มธ.005 ภาษาอังกฤษ 1 และ มธ.006 ภาษาอังกฤษ 2 ไม่ใช่รายวิชาตามโครงสร้างหลักสูตร

คำอธิบายรายวิชา

หมวดวิชาเสริมพื้นฐาน

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

CP 651 Media and Communication Essentials

ความหมาย องค์ประกอบ ประเภท บทบาท หน้าที่ รวมถึงอิทธิพลของการสื่อสารประเภทต่างๆ ที่มีต่อบุคคลและสังคมโดยรวม การเปลี่ยนแปลงบริบททางสังคม การเมือง การจัดระเบียบโลก Media Landscape รวมทั้งจริยธรรมและจรรยาบรรณของนักสื่อสาร

Meaning, components, types, role, and function of various kinds of communication and their influence on individuals and society in general; changing social and political contexts; world order; media landscape; communicator's ethics and professionalism.

วจ. 652 ความรู้เบื้องต้นทางการวิจัยเพื่อการสื่อสารองค์กร 3(3-0-9)

CP 652 Fundamental for Corporate Communication Research)

แนวคิด กระบวนการ เทคนิค รูปแบบ และระเบียบวิธีการวิจัยการสื่อสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการจัดการการสื่อสารองค์กร สถิติเบื้องต้นในการวิจัยเชิงปริมาณและโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย

Concept, process, techniques, forms and research methodology of communication applicable to corporate communication management; basic statistics in quantitative research and data analysis programs in research.

หมวดวิชาบังคับ

วจ. 661 ทฤษฎีการสื่อสารและการประยุกต์

3(3-0-9)

CP 661 Theories of Communication and Application

ทฤษฎีการสื่อสารและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทุกระดับ รวมทั้งคิดวิเคราะห์ พิจารณาถึงตัวแปรที่เกี่ยวข้องในทฤษฎี นำมาประยุกต์ใช้เพื่อการวิจัย และการวางแผนการสื่อสารตามเป้าหมายองค์กร

Theories of communication and those related to communication of every level, including thinking, analysis and consideration of variables concerned; their application to research and communication planning as set by corporate objectives.

วจ. 662 การวิจัยทางการสื่อสารเชิงปริมาณ

3(3-0-9)

CP 662 Quantitative Communication Research

แนวคิดและทฤษฎีการวิจัยเชิงปริมาณ การกำหนดปัญหา การวิจัยการสร้างกรอบแนวคิดและสมมติฐานในการวิจัย การสุ่มตัวอย่าง การวัดตัวแปร การทดสอบความเชื่อถือได้และความถูกต้องของเครื่องมือวัด การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล สามารถใช้โปรแกรมประมวลผลสำเร็จรูป ในการจัดการข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ เรียนรู้และเข้าใจในเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติและนำไปใช้ได้ถูกต้อง และสามารถวิเคราะห์ข้อมูลสรุปผลและนำเสนอผลโดยใช้ตารางและแผนภาพรูปแบบต่าง ๆ ได้อย่างน่าสนใจ ทั้งนี้รวมถึงกระบวนการวิจัย โดยใช้ช่องทางผ่านทางสื่อดิจิทัลโดยการฝึกปฏิบัติในห้องปฏิบัติการ

Concepts and theories of quantitative research; setting of research problems, conceptual framework and research hypothesis; sampling; measurement of variables, reliability and accuracy of measurement tools; data collection and analysis; ability to use package programs for data management in an effective manner; learning and understanding techniques in the analysis of statistical data and correct application; ability to analyze the research summary and present the findings, using tables and charts in an interesting manner;

ability to conduct a research process using channels of digital media through practice in a laboratory.

วจ. 663 การวิจัยทางการสื่อสารเชิงคุณภาพ

3(3-0-9)

CP 663 Qualitative Communication Research

แนวคิดและทฤษฎีการวิจัยเชิงคุณภาพ การกำหนดปัญหาการวิจัย การสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย ความถูกต้องและเชื่อถือได้ของการวิจัยเชิงคุณภาพ เรียนรู้เทคนิควิธีการเก็บข้อมูลที่มีการใช้อย่างกว้างขวาง และมีประสิทธิภาพ และการฝึกปฏิบัติ

Concepts and theories of qualitative research; setting of research problems, research conceptual framework; accuracy and reliability of qualitative research; learning data collection techniques that are effective and widely used; practicum.

วจ. 664 หลักการจัดการการสื่อสารองค์กร

3(3-0-9)

CP 664 Principles of Corporate Communication Management

ความหมาย ความเป็นมาของหลักวิชาการสื่อสารองค์กร เข้าใจถึงหลักธรรมาภิบาล แนวคิดด้านความยั่งยืน ความรับผิดชอบต่อสังคม กลยุทธ์องค์กรและสภาพแวดล้อมองค์กร อันเป็นเหตุผลการสื่อสาร การสื่อสาร รวมถึงอธิบาย ความรับผิดชอบต่อ กฎหมายและจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการสื่อสารองค์กร และวัตถุประสงค์ของกลยุทธ์การสื่อสารองค์กรด้านต่างๆ ได้แก่ พนักงานสัมพันธ์ นักลงทุนสัมพันธ์ รัฐสัมพันธ์ ชุมชนสัมพันธ์ การบริหารประเด็นและการสื่อสารเพื่อจัดการภาวะวิกฤต

Meaning and history of corporate communication management; understanding of principles of good governance, sustainability, corporate social responsibility, corporate strategies and environment, factors that make it necessary for the corporation to engage in corporate communication; ability to explain relevant responsibilities, laws and ethics for corporate communication management; objectives of strategic corporate communication in various dimensions, including employee relations, investor relations, government relations; issue management and communication for crisis management.

วจ. 665 การจัดการทรัพยากรมนุษย์และการสื่อสาร

3(3-0-9)

CP 665 Human Resources Management and Communication

แนวคิด ทฤษฎีพฤติกรรมองค์กร ทฤษฎีจิตวิทยาเพื่อการวิเคราะห์บุคคล การวางแผนการสื่อสารในองค์กรเพื่อสร้างแรงจูงใจ ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วม พัฒนาศักยภาพ และเกิดความภักดีต่อองค์กร เป็นทุนมนุษย์ขององค์กรที่เข้มแข็งและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์

Concepts and theories of organizational behavior; psychological theories of personality analysis; planning of corporate communication for motivation, greater participation, capacity building, and corporate loyalty, with a view to creating a strong and efficient corporate human capital; laws related to human resources management.

วจ. 666 การวิเคราะห์และตีความข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ 3(3-0-9)

CP 666 Data Analytics and Insights for Strategic Decision

แนวคิด ความสำคัญ รูปแบบ ประเภทและแหล่งของข้อมูลเพื่อการสืบค้น การกำหนดโจทย์ที่ตั้งขึ้น เพื่อวางแผนในการสืบค้น รวบรวมและนำไปวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้ต่อยอดในการคิดวิธีและวางกลยุทธ์เชิง ออกแบบ เพื่อตอบโจทย์

Concepts, importance, forms, types and sources of information for search purposes; setting of initial problems as a basis for search planning, data collection and analysis, leading to audience insights and designing strategies to solve the problems accordingly.

วจ. 667 สัมมนาการจัดการการสื่อสารองค์กร 3(3-0-9)

CP 667 Seminar in Corporate Communication Management

การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การอภิปราย และการจัดกลุ่มกิจกรรม โดยการนำเอาทฤษฎี แนวคิด และหลักการ และประเด็นในสังคมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการและการจัดการการสื่อสารองค์กรมาใช้ รวมทั้ง การบูรณาการองค์ความรู้ต่างๆ ในการจัดการการสื่อสารองค์กร เพื่อนำความรู้ที่ได้มาพัฒนาโครงร่าง วิทยานิพนธ์และ/หรือการค้นคว้าอิสระ

Exchange of views, discussion, and organization of group activities, using theories, concepts and principles as well as social issues relating to the performance and management of corporate communication; integration of various bodies of knowledge in corporate communication management and application of the lessons learned to develop thesis/independent study.

หมวดวิชาเลือก

วจ. 671 ความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืน 3(3-0-9)

CP 671 Corporate Social Responsibility and Sustainable Development

พัฒนาการของแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร โดยเฉพาะมิติที่เชื่อมโยงกับหลักการ พัฒนาที่ยั่งยืน กระบวนการกำกับดูแลการดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรประเภทต่างๆ ตลอดจนการวางแผนพัฒนากลยุทธ์และกระบวนการสื่อสารทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร

Development of the concept of corporate social responsibility, especially dimensions related to sustainable development; process of regulating the implementation of corporate social responsibility in various ways; planning the development of strategies and communication process within and outside the corporation.

วจ. 672 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด

3(3-0-9)

CP 672 Marketing Communication Strategies

กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อการรณรงค์การสื่อสารองค์กรในภาครัฐและเอกชน โดยบูรณาการการใช้เครื่องมือการสื่อสาร เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การจัดกิจกรรมทางการตลาด การตลาดทางตรง เป็นต้น ตลอดจนการใช้สื่อต่างๆ

Marketing communication strategies for corporate communication campaigns in the public and private sectors by integrating the use of communication tools, e.g. advertising, public relations, sales promotion, event marketing, and direct marketing, as well as using various kinds of media.

วจ. 673 การจัดการการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร

3(3-0-9)

CP 673 Stakeholder Engagement Management

การวางกลยุทธ์ภายใต้การเปลี่ยนแปลงบริบททางสังคมและสื่อ เพื่อสร้างและรักษาไว้ซึ่งสัมพันธภาพระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมายผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกองค์กร เช่น กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ชุมชน รัฐบาล และสื่อมวลชน (Media) เพื่อให้องค์กรเป็นองค์กรบรรษัทภิบาล การดำรงธรรมาภิบาลขององค์กร ตลอดจนการสร้างเครือข่ายและพันธมิตรองค์กร

Setting of strategies under the context of social and media change to foster and maintain the relationship between the corporation and external stakeholders outside the corporation, e.g. targeted customers, community, government and media to ensure that the corporation is a good governance organization, continues to follow such good practice and creates corporate networking and alliance.

วจ. 674 กลยุทธ์ดิจิทัลกับการจัดการการสื่อสารองค์กร

3(3-0-9)

CP 674 Digital Strategy and Corporate Communication Management

หลักการและแนวทางในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและระบบนิเวศที่เกิดขึ้นจากเทคโนโลยีใหม่ในการสร้างแบบจำลองทางธุรกิจ การบริหารองค์กร และการวางกลยุทธ์การสื่อสารที่เหมาะสมกับภูมิทัศน์ของสื่อใน

โลกปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อสังคม เพื่อสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กร รวมทั้งตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

Principles and ways to use digital technology and the ecosystem emerging from new technology to create business models, corporate management; setting of communication strategies appropriate to the current media landscape, especially social media, to make difference and create corporate competitive advantage, while responding to stakeholders' needs.

วจ. 675 การจัดการการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

3(3-0-9)

CP 675 Intercultural Communication Management

ความหมาย ความสำคัญ พัฒนาการ และผลกระทบของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรม การประยุกต์ใช้แนวคิดเรื่องการสื่อสารระหว่างประเทศและการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเพื่อจัดการองค์กร ความแตกต่างทางวัฒนธรรมในสังคมโลกและองค์กรข้ามชาติ

Meaning, importance, development and impacts of intercultural communication; cultural differences; application of the concept of international communication to corporate management; cultural differences in the global society and transnational corporations.

วจ. 676 การบริหารตราสินค้าผลิตภัณฑ์ และชื่อเสียงองค์กร

3(3-0-9)

CP 676 Product Brand Management and Corporate Reputation Management

ความหมาย ความสำคัญ ประเภท และองค์ประกอบของชื่อเสียง ตราองค์กร และตราสินค้าประเภทต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน รวมทั้งศึกษาการสร้างตราสินค้า และจัดการตราสินค้าอย่างสร้างสรรค์ และมีกลยุทธ์ ตั้งแต่การวิเคราะห์ การออกแบบ และการใช้ประโยชน์ตราสินค้าภายในและภายนอกองค์กร

Meaning, importance, types and elements of corporate reputation, corporate brands and product bands and their interrelationship; including creative and strategic management of product bands building, ranging from analysis and design to the use of product brands within and outside the corporation.

วจ. 677 การจัดการการสื่อสารความเสี่ยง การเปลี่ยนแปลงและภาวะวิกฤติ

3(3-0-9)

CP 677 Risk Change and Crisis Communication Management

การวิเคราะห์จุดกำเนิดและพัฒนาการของประเด็นต่าง ๆ ในสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อเลือกแนวทางการบริหารการสื่อสารที่เหมาะสมในการลดความเสี่ยง ปัญหาอุปสรรค หรือวิกฤติขององค์กร และเสริมสร้างโอกาสในการสร้างการรับรู้ด้านภาพลักษณ์ ชื่อเสียง และสัมพันธ์ภาพกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ส่วนได้เสียเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร โดยการบูรณาการกลยุทธ์การสื่อสารต่าง ๆ เช่น การบริหารจัดการประเด็นเชิงรุกและรับ การประยุกต์ใช้แนวคิดการสื่อสารเพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงเมื่อองค์กรอยู่ในบริบทปกติ หรือเมื่อเผชิญกับสถานการณ์ที่ละเอียดอ่อน ที่สามารถสร้างผลกระทบให้การดำเนินงานขององค์กรอย่างสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

Analysis of the origin and development of various issues in and outside the corporate environment with a view to choosing an appropriate management practice to reduce risks, and severity of the problem or crisis facing the corporation and to enhance opportunity to create perception of corporate image, reputation and relationship with stakeholders in line with the corporate objectives by integrating communication strategies, e.g. proactive and reactive ways to manage various issues, application of communication concepts to create change when the corporation operates in its normal context or when it faces a delicate situation that can create an impact on its performance so that it can function smoothly in a unifying and same direction.

วจ. 678 การจัดการคอนเทนต์และแพลตฟอร์มของสื่อใหม่

3(3-0-9)

CP 678 Content and New Media Platform Management

ความเข้าใจประเภทและรูปแบบของคอนเทนต์ เพื่อตอบสนองเป้าหมายในการสื่อสารขององค์กร ประเภทของแพลตฟอร์มสื่อออนไลน์ต่าง ๆ คุณลักษณะ บริบทการใช้งานและข้อจำกัดของแต่ละแพลตฟอร์ม หลักการและแนวทางในการสร้างคอนเทนต์ การกำหนดผู้ส่งสารและผู้รับสารให้เหมาะสมกับแพลตฟอร์มในแต่ละประเภท กลยุทธ์การเลือกแพลตฟอร์มที่เหมาะสมเพื่อการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมถึงรูปแบบและหลักการเขียนเพื่อตอบสนองเป้าหมายของการสื่อสารองค์กร

Understanding of types and forms of contents to respond to the objectives of corporate communication; types of online media platforms; characteristics, usage context, and limitation of each platform; principles and guidelines for content creation; defining message senders and receivers to suit each type of platform; strategies to choose platforms appropriate to internal and external corporate communication; formats and principles of writing to respond to the objectives of corporate communication.

วจ. 679 นวัตกรรมเพื่อองค์กร

3(3-0-9)

CP 679 Innovation for Organization

กระบวนการและกลยุทธ์นวัตกรรมการกำเนิดความคิดใหม่ๆ เชิงสร้างสรรค์ ผ่านกระบวนการคิดเชิงออกแบบเพื่อบรรลุเป้าหมายองค์กร

Process and strategies for innovation; creative idea generation through the design thinking process to achieve corporate objectives.

การค้นคว้าอิสระ (สำหรับแผน ข)

วจ. 700 การค้นคว้าอิสระ

6

CP 700 Independent Study

ให้นักศึกษานำเสนอรายงานการศึกษาเจาะลึกทางด้านการจัดการการสื่อสารองค์กร เน้นความสามารถในการจัดระบบความคิด ตั้งแต่เริ่มโครงการจนบรรลุเป้าหมายการศึกษาตามที่ระบุไว้ในการเสนอเค้าโครงการศึกษารายงานดังกล่าว ประกอบด้วยสาระในเรื่องที่ศึกษา วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ตลอดจนวิธีการศึกษาอย่างเป็นระบบ สามารถนำไปสู่ข้อสรุปหรือข้อเสนอแนะอันจะเป็นประโยชน์

The student is to present a report of an in-depth study on corporate communication management with emphasis on the ability to organize the thought process from the beginning of the project to the attainment of the objective as set out in the project proposal, consisting of contents, objectives, targets and methodology in a systematic manner, leading to a conclusion or useful recommendations.

วิทยานิพนธ์ (สำหรับแผนการศึกษา ก แบบ ก 2)

วจ. 801 วิทยานิพนธ์

15

CP 801 Thesis

การสร้างโครงการวิจัยและการดำเนินการวิจัยอันก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ในสาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร เขียนวิทยานิพนธ์เกี่ยวกับการสื่อสารองค์กร และนำเสนอวิทยานิพนธ์ การเขียนรายงานวิจัยเพื่อเผยแพร่ จริยธรรมในการทำวิจัย และจริยธรรมในการเผยแพร่ผลงานวิชาการ

Creation of a research project and conducting of research leading to a new body of knowledge in the field of corporate communication management; writing of a thesis on corporate communication and its presentation; writing reports for dissemination; research ethics and professionalism in the dissemination of academic work.