



**ALBERT LAURENCE SCHOOL OF
COMMUNICATION ARTS**
ASSUMPTION UNIVERSITY

Student Manual



For Students ID 651-xxxx onward
Department of Creative Commercial Communication

(August 2024)

OVERVIEW

Bachelor of Communication Arts in Creative Commercial Communication in the 21st century is driven by creative economy, digitalization and sustainability. Our program, the Bachelor of Communication Arts in Creative Commercial Communication (CCC) aims to produce graduates who are both creative communicators and strategic entrepreneurs. Students will be exposed to various forms of creative and commercial communication and media. Our program will ignite your creative ideas, encourages you to create creative commercial communication and challenges you to innovate sustainable communication solutions in the digital era.

The key concept for this program is the ignition of your creative ideas to create sustainable commercial communication solutions that are globally recognized in the digital era. Students would master five crucial skills and mindsets of the 21st century, which are creativity, strategic thinking, commercial communications, digitalization, and sustainability.

CCC is an interdisciplinary program that enables students to select from various concentrations across the disciplines of communication arts, communication technology and science, gamification, and event.

- Concentration in Advertising and Brand Communication
- Concentration in Digital Media Communication
- Concentration in Image Management and Public Relations
- Concentration in Innovative Gamification and Content Management
- Concentration in Live Event Creation and Management

EXPECTED LEARNING OUTCOMES (ELOs)
--

Stakeholders' Requirements towards Graduates' Characteristics
--

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">1. Creative Thinking2. Entrepreneurial Mindset3. Creative Commercial Communication Knowledge4. Interpersonal Skills5. Professional Ethics |
|---|

Expected Learning Outcomes (ELOs)
--

- | |
|---|
| <p>ELO 1 Understand and apply communication knowledge to create communication solutions in various contexts.</p> <p>ELO 2 Understand and apply entrepreneurial principles and practices to create creative commercial communication.</p> <p>ELO 3 Understand and apply innovation and digital technology to create digital contents in various platforms.</p> <p>ELO 4 Understand and apply design knowledge to create creative communication and experiences.</p> <p>ELO 5 Understand and identify oneself as globally minded individuals who actively serve local and global communities.</p> |
|---|

LEARNING EXPERIENCE

1st year

Fundamentals of communication arts, creative ideas, and strategic thinking for commercial communication. Exposure to basic photography, digital communication designs, and production management.

2nd year

Acquiring insights at the micro and macro levels and turning them into sustainable commercial communication solutions that are globally recognized in the digital era. Mastering digital communication designs, creative storytelling, and presentation skills.

3rd year

Deep diving into various concentrations across the disciplines of communication arts, communication technology and science, gamification, event, music, food technology, tourism and hospitality business. Hands on experience through creative entrepreneurial project management and internship.

4th year

Industry and professional exposure through comprehensive workshop. Students integrate interdisciplinary knowledge and skills on real case studies provided by brands, corporations, and industry experts.

TEACHING AND LEARNING PHILOSOPHY

Classes are designed to be interactive and engaging. Scheduling is flexible to accommodate the certification programs, workshops, and activities. An effective blend of lecture and practice ensures that the program learning is more about doing than just memorizing. Students get hands on experience from industry practitioners, which is an important component of education in the Albert Laurence School of Communication Arts.

CODES AND REGULATIONS

AU Dress Code Requirement

Three kinds of AU dress codes which are student uniform, polite dress and casual dress are as follows:

1. Student Uniform

Student uniform is mandatory for official and formal occasions as follows:

1. In examination room.
2. In Business & Ethical Ethics Seminar (BG 1403).
3. Formal occasions e.g. Wai Kru day, Orientation day, Last Orientation and Commencement day.
4. In all classrooms assigned by the faculties.

1.1 Students uniform for male students:

- 1.1.1 Plain white, short or long sleeve shirt. Sleeves may not be turned up. Shirt must be tucked into trousers. A university necktie must be worn properly.
- 1.1.2 Black trousers (Slack).
- 1.1.3 Black or dark brown belt with university buckle.
- 1.1.4 Plain black leather shoes.

1.2 Students uniform for female students:

- 1.2.1 Plain white, short sleeve blouse. Blouse should fit properly. University buttons are attached and the university pin is worn on the left side of the blouse. Blouse must be tucked into skirt.
- 1.2.2 Black straight skirt at knee length.
- 1.2.3 Black or dark brown belt with university buckle.

1.2.4 Plain black leather closed shoes.

2. Polite Dress

Polite dress is allowed on the following occasions:

1. In the regular classroom.
2. Whenever entering the campus vicinity, except university dormitories and sports complex at Suvarnabhumi Campus.

2.1 Polite dress for male students:

- 2.1.1 White or light colored short or long sleeve shirt. Shirt must be tucked into trousers neatly.
- 2.1.2 Plain black, grey, blue or brown slacks.
- 2.1.3 Dark colored or white closed shoes or sport shoes (polite color).

2.2 Polite dress for female students:

- 2.2.1 White or light colored short or long sleeve blouse. Blouse must be tucked into skirt neatly.
- 2.2.2 Black or blue knee length skirt, polite style.
- 2.2.3 Dark color closed shoes, sling back court shoes, or sport shoes (polite color).

3. Casual Dress

Casual dress is allowed during summer session or university holiday. However when it is midterm, final exam or test; students is required to wear uniforms.

3.1 Casual dress for male students:

- 3.1.1 Shirt, polo shirt, collar shirt or T-shirt (not singlet).
- 3.1.2 Long pants not ragged jeans.
- 3.1.3 Closed shoes, strap shoes or sport shoes.

3.2 Casual dress for female students:

- 3.2.1 Blouse exclude singlet, single strap, strapless, sleeveless or over fitting blouse.
- 3.2.2 Long pants or skirt (not too short).
- 3.2.3 Closed shoes, strap shoes or sport shoes.

Violation of Dress Code Regulation:

- 1st Violation - Verbal Warning
- 2nd Violation - Disciplinary Recording and Attending a Training Group (T-Group) from 5 to 7 P.M.
- 3rd Violation - Parent Meeting / Late Registration / 1 Semester Suspension

Academic Rules and Regulations

Academic Action

Academic action can be both favorable and disciplinary. When a student is performing well, all action on him/her in the academic area is said to be favorable to the student. For example, when a student obtains a high GPA he/she is put on the academic List of Honors; when he/she consistently achieves very high marks, he/she is given higher honors. However, if his/her achievement is below standard, disciplinary action may be taken against him/her.

Withdrawal

Students may withdraw (drop) officially from a course, or all courses during the first two weeks without any penalty. Thereafter, until the final day of withdrawals as indicated in the University calendar, students will receive "W" grades. An official withdrawal must be carried out in person at the Office of the Registrar by the student himself/herself (not by someone else on his/her behalf). Failure to withdraw officially will result in a "WF" grade.

Probation

Students who obtain a cumulative GPA of less than 2.00 (1.99-1.50) but above the limits set for dismissal from the University will be put on probation, except during the first semester of the freshman year.

Dismissal

Undergraduate students dismissed from the University under the following conditions:

- obtaining a cumulative GPA of less than 1.50 at the end of any semester except the first semester of the freshman year;
- obtaining a cumulative GPA of less than 1.75 for two consecutive semesters except the first semester of the freshman year;
- obtaining a cumulative GPA of less than 2.00 for four consecutive semesters except for the first semester of the freshman year.

However, in certain cases, the President, in consideration of a student's potential to improve his/her academic performance and eventually graduate, may grant special permission for the student to carry on his/her studies at the University on probation condition.

Honors System

The University, wishing to provide recognition to exceptional students, has established an Honors System. Undergraduate students are given awards for achievement measurable in grades beginning with semester grades and ending with cumulative grades until graduation.

Graduation with Honors

Undergraduate students maintaining a high scholastic average are eligible for graduation with the following Honors:

Summa Cum Laude	Cumulative	GPA	3.80-4.00
Magna Cum Laude	Cumulative	GPA	3.50-3.79
Cum Laude	Cumulative	GPA	3.25-3.49

Requirements for Graduation with Honors

- Have fulfilled all the requirements for graduation within 4 years (5 years for Architecture).
- Have not been placed on probation in any condition.
- Have not received a grade lower than "C" for any course.
- Transfer students must have taken all the third and fourth year courses (or 72 credits) at Assumption University.
- Students who have graduated with a cumulative GPA of 3.25 or higher, regardless of a grade lower than "C" or "U" for non-credit courses, or those who completed all requirements within 5 years of study for all 4-year undergraduate programs; and within 6 years for the Architecture program, are entitled to obtain an Award of Academic Excellence.

Special Honors and Awards

Students are given distinctions for their performance for a semester or an academic year as listed below:

- A Special Certificate of Honors from the University Council for those who obtain a 4.00 GPA for any academic year;
- A Special Certificate of Honors from the President of the University to all students who fall within the GPA range of 3.00-3.99 for any academic year;
- Students who obtain a GPA of 3.25 or above at the end of each semester will have their names published in the Academic List Honors.

Condition:

- 15 credits / semester required except for final semester
- Grades must be "C" or higher

Examination Regulations

Student ID card must be checked before allowing students to enter the examination room. Students holding expired ID card must be instructed to obtain "a one – subject temporary ID card" at the Office of Registrar. Please note that students are expected to be aware of the regulation as well as their ID card's expiry date, and as such, irrespective of their reasons, must renew their ID cards prior to the examination period.

Ten minutes late examination:

Students arriving their examination room after the first 10 minutes of examination will not be allowed to enter examination room; instead they must be instructed to contact Director of Examination at the Office of Administrative Affairs for written permission.

No unauthorized materials on examination desks, nearby desks/chairs: any dictionaries, calculators, and notes found in the pencil boxes/ pockets, on the desks, nearby desks or chairs would subject students to the University's cheating disciplinary actions.

No communication devices and smart watch in the examination rooms:

- Mobile phones, smart watch, and personal digital assistance should not be placed on the desk, nearby desk or chairs irrespective of reasons. They could, for the time being, be placed under students' chairs/desks provided that they are turned off.

No Examination at Wrong Campus:

- Students will not be permitted to take examinations at "wrong campus" and will hence, be considered as "absent" from the exam.

DO NOT / not allowed to:

- Leave exam room during the first 30 minutes
- Leave exam room without surrendering your signature
- Communicate to other students in exam room
- Take any question papers out of the exam room
- Visit the rest room during the exam time

- Remain in the hallway/corridor while the exams are in progress

DO / allowed to:

- Students are allowed to be only 10 minutes late
- Non programmable calculators are allowed
- Place wallets and mobile phones under your own seat

Remark:

Violation on any regulations is considered as cheating

Cheating considerations: any kinds of note on papers, note on rulers, note on body, place under exam paper, place inside pencil box, place inside shirt/trouser/skirt, place under desk/chair, etc.

Examination Time Conflict

Students are strongly recommended to make sure that they do not have any examination time conflict in any semester. Only graduating students are allowed for examination time conflict in their final semester without an approval. For non-graduating students, they are required to seek approval from the Dean before their registration. The Dean of Albert Laurence School of Communication Arts will approve in case of:

Graduating student (at least within the academic year)

Conflict with English courses

Conflict with courses that offered once a year

Campus conflict

Examination Time Conflict Procedures

1. Obtain the approval signature from dean or appointed person
2. Submit the signed petition at the Office of University Registrar

Submission period: Within the first three weeks of any semester (15 working days). If a student submits a petition later than this date, they would have to submit their request to Deputy Vice President for Academic Affairs for approval only.

Late Examination

1. No Late Examinations during Summer Session

Students who fail to appear for mid-term and/or final examinations of the subject(s) enrolled in summer session, irrespective of their personal reasons, will not be allowed to take late and will be required to withdraw from the subject(s).

2. No Examination at Wrong Campus

Effective Mid-term examination semester 2/2002, irrespective of reasons, students will not be permitted to take examinations at “wrong campus” and will hence, be considered as “absent” from the exam.

To avoid such a mistake, students are required to carefully check their examination schedules as well as the designated locations and be at the premise on time.

Other

Law on Smoking

Public Health Ministry's law prohibits smoking cigarettes in public areas. As an educational institution, Assumption University also recognizes the additional responsibility of raising awareness of all health issues associated with smoking and of establishing within its own community the fundamental premise that smoke-free is the norm.

Assumption University Huamak and Suvarnabhumi Campuses are “non-smoking” areas.

However, smoking cigarettes is acceptable in areas where the smoking sign is posted.

Violation of Smoking:

1. University personnel and/or student caught violating the aforementioned law by smoking cigarettes in the undesignated areas, will be subjected to a 2,000 baht maximum fine as stated by the law.

2. The Vice president for Administrative Affairs and the Vice President for Student Affairs or other persons authorized are empowered to fine any personnel and/or student violating the above law.

ADVISING SYSTEM

To assist students in attaining their academic goal during their study in Albert Laurence School of Communication Arts, Assumption University has set up the student advising system as follows:

Prior to the first semester

On the entrance interview day, the students have to fill up the student record form, meet up with the lecturers to obtain some general information guidance. Once they are officially accepted by the Albert Laurence School of Communication Arts, students will have to meet up with advisors as follows:

During the semester

Every student has to meet an advisor at least once in each semester. Students should make an appointment to meet up with their advisor to seek advice regarding life in general, study problems, study plan and etc. However, they can also meet their advisors at the Albert Laurence School of Communication Arts office without having prior appointment during the regularly reserved advising schedule. Students can check their advisors' schedule at CA office.

Before students carry out their online pre-registration, they must officially meet advisors in advising period or advising day. Students are recommended to come and discuss the status of their academic performance such as G.P.A, credits completed, and the study plan for the next semester approximately two weeks prior to their pre-registration online period. This is to ensure that the students check examination time conflicts and prerequisites before they pre-register courses online.

Materials which students need to bring for advising:

1. Student Manual
2. Study Plan
3. Unofficial Transcript

After meeting the advisor, students must pre-register online according to the designated time and date provided by Registrar office. Students **must** make sure that students get registration approval from advisors. Students can check the date and time of registration approval and advising period from CA office, CA website (www.ca.au.edu), and/or registrar office announcement.

In the case of students cannot attend the registration approval in advising period, students must make an appointment and meet advisor **before** the registration approval and advising period to get advice and approval for registration. If students fail to follow the statement mentioned above, the pre-registered courses will be deleted and students have to add their courses during the “adding” period and/or the last period of pre-registration.

CONCENTRATIONS

CCC students can select a concentration in the concentration areas provided below.

The total credits of concentration courses are 27 credits. There are two options which students can choose.

1. Students can select seven concentration courses (21 credits) from their chosen concentration and select two concentration courses (6 credits) from any concentration of the CCC program upon completion of the prerequisites (if any). The passing grade for these subjects ranges from “A” to “D”.

2. Students can select nine courses (27 credits) from any concentration courses. The passing grade for these subjects ranges from “A” to “D”.

- **Concentration in Advertising and Brand Communication**

Professions for graduates from Advertising and Brand Communication are entrepreneurs and managers in advertising and brand communication industry, brand owner/startup, brand manager/strategist, advertising/marketing/brand communication strategic planner, account executive/account manager/account director, media planner/media buyer, art director/copywriter/creative director, sales executive/sales manager/key account manager, customer relations manager, advertising/marketing/brand researcher.

- **Concentration in Digital Media Communication**

Professions for graduates from Digital Media Communication are entrepreneurs and managers in digital media communication industry, interactive production, communications planner and designer, game creative, website designer, film and documentary production, producer, director, cameraman, and scriptwriter, program creative and producers.

- **Concentration in Image Management and Public Relations**

Professions for graduates from Image Management and Public Relations are entrepreneurs and managers in public relations and image management industry, strategic communicator, communication specialist, communication planner, reputation management specialist, publicity manager, press agent, lobbyist, corporate public affairs specialist, development officer, fundraiser, media relations specialist, news writer, and communication researcher.

- **Concentration in Innovative Gamification and Content Management**

Professions for graduates from Innovative Gamification and Content Management are entrepreneurs and managers in innovative gamification and content management industry, game streamers, content creators, influencers.

- **Concentration in Live Event Creation and Management**

Professions for graduates from Live Event Creation and Management are entrepreneurs and managers in live event creation and management industry, event manager, talent agent, conference organizer, project manager, event production and performing arts, production member or coordinator.

CRITERIA FOR PETITION SUBMISSION

Students who have queries which must be approved by the School such as having examination conflict and having exceeding credits limits, they must follow the following steps.

Students must

- (1) Pick up the petition form at the Office of the University Registrar.
- (2) Fill out the petition form.
- (3) Attach the most updated unofficial transcript or a photocopy of it.
- (4) Submit the petition form to the School for approval.

Remark:

Every petition must be written in **blue ink** only. It must also be clean and clear of any erased marks. The School will reject any petition that does not meet the above requirements. One petition form can only be used for one query and for one subject only. For students who have several requests or one request for several courses, he/she must submit separate petitions for each request/course.

Students who have other queries such as requesting for a certification, requesting for an unofficial/ official transcript, requesting for a recommendation letter and etc., they must follow the steps declared by the Office of the University Registrar. Students can check for further information at <http://www.au.edu/petition-online.html> and see the Registrar officers during the office hours shown below.

Office Hours of the Office of the University Registrar

Huamak Campus	Suvarnnabhumi Campus
P Building, 1 st floor	St. Michael's hall, SM 116
Tel. 02-300-4543-62 ext. 3507-8, 3513, 3520	Tel. 02-723-2222 ext. 2627-9

From Monday to Friday: 08.30 – 17.00 hrs. (The office is closed at 12.00 – 13.00 hrs.)

NATURE OF QUERY

Adding

To add the School course(s), all students are required to submit a petition form and follow the following steps.

1. Check examination time conflicts and prerequisites.
2. Attend the first class to meet a course lecturer.
3. Ask for an approval from the course lecturer and the chairperson (or dean) to add the course. If they approve, obtain their signatures in the petition form.
4. Submit the signed petition form at the Office of University Registrar.

To add the non-School course(s), students can add the course without obtaining the School approval. Students are required to check with the course lecturer for the requirement of other faculties.

Submission period: Within the university adding period (first two weeks of regular semester or one week for summer semester)

Exceeding Credits Limit (Not possible unless graduating status)

For normal course load, students and graduating students are allowed a maximum of 22 credits per semester. Probation students are allowed a maximum of 13 credits, and graduating students with probation are allowed a maximum of 16 credits.

Communication Arts Students	Maximum Normal Credit Load
Students with GPA 2.00 – 4.00 (According to study plan)	22 Credits
Students with GPA 1.99 and below	13 Credits
Graduating Students with GPA 2.00 – 4.00	22 Credits
Graduating Students with GPA 1.99 and below	16 Credits

In summer, students are allowed a maximum of 6 credits per semester. Probation students are allowed a maximum of 3 credits

The link for online petitions: <https://registrar.au.edu/online-petition/>

Incomplete Pre-Requisite(s)

Students have to complete all pre-requisites before taking any advanced courses. This rule is enforced with no exception for all courses.

Section Change

To change a section of the School course(s), students are allowed to change sections after registration only when it is due to an inconvenience caused by the School such as change of class schedule resulting in a conflicting schedule. The process is as follows.

1. Use a petition form to change a section.
2. Ask for an approval from the course lecturer to change a section. If the course lecturer approves, obtain the course lecturer's signature in the petition form.
3. Meet an advisor. Obtain the advisor's signature in the petition form.
4. Submit the signed petition form at the Office of University Registrar.

To change a section of the non-School course(s), students can change a section without obtaining the School approval. Students are required to meet the course lecturer to get an approval.

Submission period: Within the university adding period (first two weeks of regular semester or one week for summer semester)

Examination Time Conflict

Students are strongly recommended to make sure that they do not have any examination time conflict in any semester. Only graduating students are allowed for examination time conflict in their final semester without an approval. For non-graduating students, they are required to seek approval from the Dean **before** their registration.

In addition, Dean of Albert Laurence School of Communication Arts will be approved in case of:

- Graduating student (at least within the academic year).
- Conflict with English courses.
- Conflict with courses that offered once a year.
- Campus conflict.

Examination Time Conflict Process:

1. Obtain the approval signature from dean or appointed person.

2. Submit the signed petition at the Office of University Registrar.

Submission period: Within the first three weeks of any semester (15 working days). If a student submits a petition later than this date they would have to submit their request to Deputy Vice President for Academic Affairs for approval only.

Transfer and Re-Enter

Students are allowed to transfer to other faculties. However, the time frame and requirements would depend on the faculty to which the student wants to transfer.

Students are to observe the faculty announcement board for the requirements of re-enter. The period is offered only once per semester.

Submission period: Check the faculty announcement board

Procedure:

1. Obtain the advisor's signature in the petition.
2. Obtain the approval signature from dean or appointed person(s).
3. Submit the course descriptions from other faculties or universities.
4. Submit the signed petition at the Office of University Registrar.

Remarks: Students can always petition for other requests, i.e. request to see the examination paper or request for grade clarification. However, they should be aware that each nature of request requires different periods of time to attend to. Therefore, they should allow sufficient time for the authorized person(s) to process their request. Moreover, students must always give their contact information (mobile phone number or email address) in their petitions.

CURRICULUM STRUCTURE

Number of credits: 130 Credits

Duration of Study

Students must complete all the requirements for the degree in a maximum of 8 years.

Curriculum Structure

Total number of credits 130 Credits

A. General Education Courses	30 Credits	
Language Courses		14 Credits
Social Science Courses		9 Credits
Humanities Courses		2 Credits
Science and Mathematics Courses		5 Credits
B. Specialized Courses	94 Credits	
Core Courses		36 Credits
Major Required Courses		31 Credits
Concentration Courses		27 Credits
C. Free Elective Courses	6 Credits	

Course Code

Course code has the following meanings.

Letters

AD	Advertising and Brand Communication Courses
AAD	Art and Design Courses
BEC	Business Economics Courses
CDI	Digital Imagery Courses
BBA	Business Administration Courses
BG/GE	General Education Courses
CA	Communication Arts Courses
DM	Digital Media Communication Courses
ELE	English Language Courses
IG	Innovative Gamification and Content Management Courses
GDC	Graphic Design Courses
LV	Live Event Creation and Management Courses
PR	Image Management and Public Relations Courses

Numbers

First number	Year of Study
Second number	Group of Courses
Third number	Series of Courses
Fourth number	Series of Courses

Courses

A. General Education Courses

Language Courses

14 Credits

Students must study ELE1001 (3 credits), ELE 1002 (3 credits), ELE 2000 (3 credits) and ELE 2001 (3 credits) and can choose other courses listed below to complete 14 credits.

**ELE 1001 Communicative English I	3 (2-3-6)
**ELE 1002 Communicative English II	3 (2-3-6)
**ELE 2000 Academic English	3 (2-3-6)
**ELE 2001 Advanced Academic English	3 (2-3-6)
GE 1403 Thai Language for Professional Communication	3 (3-0-6) (For Thai students)
GE 1409 Thai Language for Intercultural Communication	3 (3-0-6) (For Non-Thai students)
GE 1410 Thai for Professional Communication	2 (2-0-4) (For Thai students)
or GE 1411 Thai Language for Multicultural Communication	2 (2-0-4) (For Non-Thai students)
or GE 1412 Introductory Thai Usage International Program)	2 (2-0-4) (For Thai students from
GE 1413 Introduction to Korean Language and K-pop Culture	3 (3-0-6)
GE 1414 Introduction to Spanish Language and Culture	3 (3-0-6)
GE 1415 Storytelling and Presentation Skills in English	3 (3-0-6)
GE 3401 Public Speaking in Thai	3 (3-0-6)

Social Science Courses

9 Credits

Students must study GE 2202 (3 credits) and can choose other courses listed below to complete 9 credits.

**GE 2202 Ethics	3 (3-0-6)
AD 3280 Inspiration, Lifestyles and Popular Culture	3 (2-2-5)
ADX 1101 Art and Design Appreciation	3 (0-6-3)
ADX 1240 Artist Studio (Painting and Rendering)	3 (1-4-4)

ADX 1303 Design Communication	3 (2-2-5)
ADX 1304 Design Fundamental	3 (2-2-5)
BBA 1004 Essential Marketing for Entrepreneurs	2 (2-0-4)
BBA 1005 Essential Finance for Entrepreneurs	2 (2-0-4)
BBA 1006 Essential Economics for Entrepreneurs	2 (2-0-4)
BBA 1010 Design Thinking in Business	3 (3-0-6)
BBA 1012 Entrepreneurial Marketing	3 (3-0-6)
BBA 1020 Design Thinking Essentials	2 (2-0-4)
BBA 1021 Design Thinking Workshop	1 (1-0-2)
BBA 1022 Building CEO and Leadership Essentials	2 (2-0-4)
BBA 1023 Building CEO and Leadership Workshop	1 (1-0-2)
BBA 1024 Entrepreneurial Marketing Essentials	2 (2-0-4)
BBA 1025 Entrepreneurial Marketing Workshop	1 (1-0-2)
CA 1110 Art and Beauty of Living	3 (2-2-5)
EG 1001 Digital Literacy	3 (3-0-6)
FT 1003 Food Factory Explore Trip (Special course)	3 (3-0-6)
FT 2004 Drinkology : The Art of drinking	3 (3-0-6)
FT 2005 Food Zodiac	3 (3-0-6)
GE 1204 Physical Education	1 (0-2-1)
GE 1205 ASEAN Ways	3 (3-0-6)
GE 1209 Psychology Application in Daily Life	3 (3-0-6)
GE 2207 Sport, Health and Wellness Development	3 (3-0-6)
GE 2209 The Power of Personality in Leadership	3 (3-0-6)
GE 2210 Love and Art of Living	3 (3-0-6)
GE 2212 Exotic Thai Food and Crafts	3 (3-0-6)
GE 2213 Thai Market Vendor Exposure	3 (3-0-6)
ITX 2004 UI/UX Design and Prototyping	3 (3-0-6)
ITX 2005 Design Thinking	3 (3-0-6)
ITX 4502 Tech Startup	3 (3-0-6)
LLB 1501 Business Law	3 (3-0-6)
LLB 1502 Fundamentals of Tax Law	3 (3-0-6)
LLB 4540 International Business Law and Start-Up Business	3 (3-0-6)
LLB 4806 Business and Human Rights	3 (3-0-6)
MB 2531 Music Business	3 (3-0-6)

NGE 0110 First Aid and Basic Life Support	3 (3-0-6)	For Non-Nurse
NGE 0111 Innovative Media and Project Influencing Health Risk Behavior	3 (3-0-6)	For Non-Nurse

Humanities Courses 2 Credits

Students can choose the courses listed below to complete 2 credits.

ADX 1102 Design Culture Exposure	2 (0-4-4)
ADX 1140 Journey for Urban Art and Culture Exploration	3 (3-0-6)
FT 2003A Foods Changing the World (Part A)	2 (2-0-4)
FT 2003B Foods Changing the World (Part B)	1 (1-0-2)
GE 1104 Thai Historical Perspectives	3 (3-0-6)
GE 1107 Perspectives in Politics and Economy	3 (3-0-6)
GE 2102 Human Heritage and Globalization	3 (3-0-6)
GE 2103 Art of Reasoning	3 (3-0-6)
GE 2110 Human Civilizations and Global Citizens	2 (2-0-4)
MU 1002 Pop Music Appreciation	3 (3-0-6)
MU 1231 History and Literature of Music	3 (3-0-6)
MU 3602 Music Therapy	3 (3-0-6)
MU 4223 Music in Human Life	3 (3-0-6)

Science and Mathematics Courses 5 Credits

Students can choose the courses listed below to complete 5 credits.

BBA 1007 Data Analytics for Entrepreneurs	3 (2-2-5)
BBA 1013 Entrepreneurial Finance	3 (3-0-6)
BBA 1014 The Art of Data for Business	3 (3-0-6)
BBA 1026 Entrepreneurial Finance Essentials	2 (2-0-4) (for non-MSME students)
BBA 1027 Entrepreneurial Finance Workshop	1 (1-0-2) (for non-MSME students)
BBA 1028 The Art of Data Essentials	2 (2-1-4)
BBA 1029 The Art of Data Workshop	1 (0-1-1)
CA 1201 Creative Photography	3 (2-2-5)
CA 1202 Computer Graphic for Presentation Design for Pitching	3 (2-2-5)
CSX 3001 Fundamentals of Computer Programming	3 (3-0-6)
EG 1002 Application Design for Everyone Literacy	3 (3-0-6)
EG 1003 Introduction to Internet of Things (IoTs) Literacy	3 (3-0-6)
EG 1004 Artificial Intelligence for beginners	3 (3-0-6)

EG 1005 3D Modelling and 3D Printing Technology	3 (3-0-6)
FT 1004A Food-Agri-Bio Tech Trend Update (Part A)	2 (2-0-4)
FT 1004B Food-Agri-Bio Tech Trend Update (Part B)	1 (1-0-2)
FT 1005 Sustainability and Circular Living	3 (3-0-6)
GE 1302 Ecology and Sustainability	3 (3-0-6)
GE 1303 Science for Sustainable Future	2 (2-0-4)
GE 2304 Lifestyles and Sustainability in Dynamic World	3 (3-0-6)
ITX 3002 Introduction to Information Technology	3 (3-0-6)

B. Specialized Courses:

Core Courses

36 Credits

AAD 2008 Digital Photography	3 (2-2-5)
AAD 3012 Thai Art and Culture	3 (3-0-6)
CA 1100 Introduction to Human Communication	3 (3-0-6)
CA 1101 Introduction to Strategic Communication	3 (3-0-6)
CA 1102 Introduction to Creative Communication	3 (3-0-6)
CA 1103 Introduction to Computer Graphic Design	3 (2-2-5)
CA 1104 Creative Production Management	3 (2-2-5)
CA 1105 Introduction to Innovative Business and Sustainable Communication	3 (3-0-6)
CA 2102 Introduction to Marketing Communication	3 (2-2-5)
CA 2110 Media Literacy and Ethical Concerns	3 (3-0-6)
CA 2120 Interactive and Digital Platform Design	3 (2-2-5)
CA 2130 Communication Arts Research and Tools	3 (3-0-6)

Major Required Courses

31 Credits

CA 2100 Psychology and Persuasion in Communication	3 (3-0-6)
CA 2101 Presentation and Public Speaking	3 (2-2-5)
CA 3100 Consumer Insight and Tools	3 (3-0-6)
CA 3101 Strategic Brand Communication	3 (3-0-6)
CA 3102 Media Planning	3 (3-0-6)
CA 3110 Storytelling for Creative Communication	3 (2-2-5)
CA 3111 Creative Entrepreneurial Project Management	3 (2-2-5)
CA 3113 Aesthetic Taste for Creative Communication	3 (2-2-5)
CA 3120 Entrepreneurial Principles and Practices	3 (3-0-6)

for Communication Arts

CA 3130 Creative Commercial Communication 1 (160 hours)
Internship

CA 4100 Creative Commercial Communication 3 (2-2-5)
Workshop

Concentration Courses 27 Credits

Concentration in Advertising and Brand Communication

AD 3200 Strategic Integrated Marketing 3 (3-0-6)
Communication Planning

AD 3201 Data-driven Communication and 3 (2-2-5)
Advertising Research

AD 3202 Customer Journey, Branded Experience 3 (3-0-6)
and Relationship

AD 3203 Idea Generation for Creative Communication 3 (2-2-5)

AD 4200 Innovative Brand Communication 3 (3-0-6)

AD 4201 Media Synergy and Content Design 3 (2-2-5)

AD 4202 Advertising and Brand Communication Workshop 3 (2-2-5)

Concentration in Digital Media Communication

DM 3200 Media Context Analysis in the Digital Age 3 (3-0-6)

DM 3201 Digital Content Resource Management 3 (2-2-5)

DM 3202 Story Development in Digital Motion Picture 3 (2-2-5)

DM 3203 Aesthetics of Narrative and Motion Design 3 (2-2-5)

DM 4200 Rhythm of Narration 3 (2-2-5)

DM 4201 User Experience Design 3 (2-2-5)

DM 4202 Digital Media Communication Workshop 3 (2-2-5)

Concentration in Image Management and Public Relations

PR 3240 Public Relations Planning for Enterprise 3 (2-2-5)
And Entrepreneurs

PR 3241 Experiential Event Management for 3 (2-2-5)
Stakeholder Relations

PR 3242 Influencer Relations in Digital Context 3 (2-2-5)

PR 3243 Content Creation in Public Relations Writing 3 (2-2-5)

PR 4240	Intercultural and International Communication in Global Market	3 (3-0-6)
PR 4241	Crisis Communication and Reputation Management	3 (3-0-6)
PR 4242	Image Management and Public Relations Workshop	3 (2-2-5)

Concentration in Innovative Gamification and Content Management

AD 3281	Micro Influencer Communication Strategy	3 (2-2-5)
DM 4201	User Experience Design	3 (2-2-5)
IG 3200	Applied Gamification	3 (3-0-6)
IG 3201	Creative Innovation	3 (3-0-6)
IG 4200	Innovative Gamification and Content Management Workshop	3 (2-2-5)
LV 3283	Special Event and Festival Management	3 (2-2-5)
PR 3282	Personal Branding and Image Management	3 (2-2-5)

Concentration in Live Event Creation and Management

LV 3301	Script Analysis and Creation for Live Performance	3 (2-2-5)
LV 3302	Acting Skills Training for Live Performance	3 (2-2-5)
LV 3212	Art Direction for Live Performance	3 (2-2-5)
LV 3213	Stage Management for Live Performance	3 (2-2-5)
LV 4210	Project Management for Live Performance	3 (2-2-5)
LV 4211	Persuasive Marketing for Live Performance	3 (2-2-5)
LV 4212	Live Event Creation and Management Workshop	3 (2-2-5)

Students can choose two concentration courses of 6 credits from any concentration of the Albert Laurence School of Communication Arts upon completion of the prerequisites (if any).

AD 3260-64	Selected Topics in Advertising and Brand Communication Concepts	3 (3-0-6)
AD 3270-74	Selected Topics in Advertising and Brand Communication Practices	3 (2-2-5)
AD 3275-84	Selected Topics in Marketing	3 (2-2-5)

Communication Technology Practices		
DM 3260-64	Selected Topics in Digital Media	3 (3-0-6)
Communication Concepts		
DM 3270-74	Selected Topics in Digital Media	3 (2-2-5)
Communication Practices		
PR 3260-64	Selected Topics in Image Management and Public Relations Concepts	3 (3-0-6)
PR 3270-74	Selected Topics in Image Management and Public Relations Practices	3 (2-2-5)
IG 3260-64	Selected Topics in Innovative Gamification and Content Management Concepts	3 (3-0-6)
IG 3270-74	Selected Topics in Innovative Gamification and Content Management Practices	3 (2-2-5)
LV 3260-64	Selected Topics in Live Event Creation and Management Concepts	3 (3-0-6)
LV 3270-74	Selected Topics in Live Event Creation and Management Practices	3 (2-2-5)

C. Free Elective Courses 6 Credits

Students can take free elective courses of 6 credits from the Albert Laurence School of Communication Arts or any faculty in Assumption University upon completion of the prerequisites (if any).

AD 3280	Inspiration, Lifestyles and Popular Culture	3(2-2-5)
AD 3281	Micro Influencer Communication Strategy	3 (2-2-5)
AD 3283	Brand Identity Design	3 (2-2-5)
AD 3284	Presentation Design for Pitching	3 (2-2-5)
CA 1110	Art and Beauty of Living	3 (2-2-5)
CDI 3270-74	Selected Topics in Digital Imagery Practices	3 (2-2-5)
DM 3280	Digital Art in Data Visualization	3 (2-2-5)
DM 3281	Arts of Cinematography	3 (2-2-5)
DM 3282	Live Streaming Media	3 (2-2-5)
DM 3283	Online Application Design	3 (2-2-5)
DM 3284	Innovative Digital Technology and Business Applications	3 (2-2-5)
DM 3285	Sound Design for Communication	3 (2-2-5)

IG 3280	E-sport Business Management	3 (3-0-6)
IG 3281	Content Creation for Game Streaming	3 (2-2-5)
IG 3282	Introduction to Animation and Game	3 (3-0-6)
GDC 3270-74	Selected Topics in Graphic Design Practices	3 (2-2-5)
LV 3280	Costume, Make-up and Styling	3 (2-2-5)
LV 3281	Acting Skills Training for Personality Development	3 (2-2-5)
LV 3282	Set-props Design and Production	3 (2-2-5)
LV 3283	Special Event and Festival Management	3 (2-2-5)
LV 3284	Acting for Camera and Live Performance	3 (2-2-5)
PR 3280	Data-based Content Strategy	3 (2-2-5)
PR 3281	Public Relations Tools and Activities	3 (3-0-6)
PR 3282	Personal Branding and Image Management	3 (2-2-5)
PR 3283	Corporate Image and Social Enterprise	3 (3-0-6)
PR 3284	Current Trends Analysis for Public Relations	3 (2-2-5)

Study Plan

First Year

First Semester

Course Code	Course Title	Credits
AAD 2008	Digital Photography	3 (2-2-5)
ELE 1001	Communicative English I	3 (2-3-6)
CA 1100	Introduction to Human Communication	3 (3-0-6)
CA 1101	Introduction to Strategic Communication	3 (3-0-6)
CA 1102	Introduction to Creative Communication	3 (3-0-6)
CA 1104	Creative Production Management	3 (2-2-5)
BG14031	Professional Ethics Seminar I	0

Second Semester

Course Code	Course Title	Credits
CA 1103	Introduction to Computer Graphic Design	3 (2-2-5)
CA 1105	Introduction to Innovative Business and Sustainable Communication	3 (3-0-6)
ELE 1002	Communicative English II	3 (2-3-6)
General Education Course		X (X-X-X)
General Education Course		X (X-X-X)
General Education Course		X (X-X-X)
BG14032	Professional Ethics Seminar II	0

Second Year

First Semester

Course Code	Course Title	Credits
CA 2100	Psychology and Persuasion in Communication	3 (3-0-6)
CA 2102	Introduction to Marketing Communication	3 (2-2-5)
CA 2120	Interactive and Digital Platform Design	3 (2-2-5)
ELE 2000	Academic English	3 (2-3-6)
General Education Course		X (X-X-X)
General Education Course		X (X-X-X)
BG14033	Professional Ethics Seminar III	0

Second Semester

Course Code	Course Title	Credits
AAD 3012	Thai Art and Culture	3 (3-0-6)
ELE 2001	Advanced Academic English	3 (3-2-6)
CA 2101	Presentation and Public Speaking	3 (2-2-5)
CA 2110	Media Literacy and Ethical Concerns	3 (3-0-6)
CA 2130	Communication Arts Research and Tools	3 (3-0-6)
General Education Course		X (X-X-X)
BG14034	Professional Ethics Seminar IV	0

Third Year**First Semester**

Course Code	Course Title	Credits
CA 3100	Consumer Insights and Tools	3 (3-0-6)
CA 3101	Strategic Brand Communication	3 (3-0-6)
CA 3102	Media Planning	3 (3-0-6)
CA 3110	Storytelling for Creative Communication	3 (2-2-5)
CA 3113	Aesthetic Taste for Creative Communication	3 (2-2-5)
GE 2202	Ethics	3 (3-0-6)
BG14035	Professional Ethics Seminar V	0

Second Semester

Course Code	Course Title	Credits
CA 3111	Creative Entrepreneurial Project Management	3 (2-2-5)
CA 3120	Entrepreneurial Principles and Practices for Communication Arts	3 (3-0-6)
General Education Course		
Concentration Course		3 (2-2-5)
Concentration Course		3 (2-2-5)
Concentration Course		3 (2-2-5)
BG14036	Professional Ethics Seminar VI	0

Summer Session

Course Code	Course Title	Credits
CA3130	Creative Commercial Communication Internship	1 (160 hrs)

Fourth Year**First Semester**

Course Code	Course Title	Credits
<i>For Advertising and Brand Communication Concentration</i>		
AD 4202	Advertising and Brand Communication Workshop	3 (2-2-5)
<i>For Digital Media Communication Concentration</i>		
DM 4202	Digital Media Communication Workshop	3 (2-2-5)
<i>For Image Management and Public Relations Concentration</i>		
PR 4242	Image Management and Public Relations Workshop	3 (2-2-5)
<i>For Innovative Gamification and Content Management Concentration</i>		
IG 4200	Innovative Gamification and Content Management Workshop	3 (2-2-5)
<i>For Live Event Creation and Management Concentration</i>		
LV 4211	Live Event Creation and Management Workshop	3 (2-2-5)
	Concentration Course	3 (2-2-5)
	Concentration Course	3 (2-2-5)
	Concentration Course	3 (2-2-5)
	Concentration Course	3 (2-2-5)
BG14037	Professional Ethics Seminar VII	0

Second Semester

Course Code	Course Title	Credits
CA 4100	Creative Commercial Communication Workshop	3 (2-2-5)
	Concentration Course	3 (2-2-5)
	Free Elective Course	3 (2-2-5)
	Free Elective Course	3 (2-2-5)
BG14038	Professional Ethics Seminar VIII	0

COURSE DESCRIPTION

General Education Courses

1. Language Courses

ELE 1001 Communicative English I 3 (2-3-6) Credits

English skills in listening, speaking, reading, and writing for efficient communication in various contexts.

ELE 1001 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 1 3 (2-3-6) หน่วยกิต

ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารด้านการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน อย่างมีประสิทธิภาพในบริบทต่างๆ

ELE 1002 Communicative English II 3 (2-3-6) Credits

Prerequisite: ELE 1001 Communicative English I

Communicative English using various language learning strategies, reinforcing listening, speaking, reading, and writing skills through interactive activities in various contexts.

ELE 1002 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 2 3 (2-3-6) หน่วยกิต

บุรพวิชา: ELE 1001 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 1

ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารโดยใช้กลยุทธ์การเรียนรู้ภาษาต่างๆ เสริมทักษะการอ่าน การเขียน การฟัง และการพูดผ่านกิจกรรมการสื่อสารในบริบทที่หลากหลาย

ELE 2000 Academic English 3 (2-3-6) Credits

Prerequisite: ELE 1002 Communicative English II

Academic English with a multidisciplinary approach, emphasizing high-level reading, writing, listening, and speaking skills essential for effective learning at the university level.

ELE 2000 ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการ 3 (2-3-6) หน่วยกิต

บุรพวิชา: ELE 1002 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 2

ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการแบบสหวิทยาการ โดยเน้นทักษะการอ่าน เขียน ฟัง และพูดระดับสูง ที่จำเป็นต่อการศึกษาระดับมหาวิทยาลัยอย่างมีประสิทธิภาพ

ELE 2001 Advanced Academic English 3 (2-3-6) Credits

Prerequisite: ELE 2000 Academic English

Advanced English for academic purposes with a multidisciplinary approach, emphasizing critical and analytical thinking in reading, writing, listening, and speaking essential for effective learning at the university level.

ELE 2001 ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการขั้นสูง 3 (2-3-6) หน่วยกิต

บูรพาวิชา: ELE 2000 ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการ

ภาษาอังกฤษขั้นสูงเชิงวิชาการแบบสหวิทยาการ เน้นการคิด วิเคราะห์ในด้านการอ่าน การเขียน การฟัง และการพูดที่จำเป็นสำหรับการศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยอย่างมีประสิทธิภาพ

GE 1403 Thai Language for Professional Communication 3 (3-0-6) credits

(For Thai students)

Communication skills to enhance understanding by effective listening, reading, writing and public speaking, information search for academic writing.

GE 1403 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร 3 (3-0-6) หน่วยกิต

(สำหรับนักศึกษาไทย)

ทักษะการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจด้วยการฟัง การอ่าน การเขียน และการพูดในที่ชุมชน ที่มีประสิทธิภาพ การค้นคว้าข้อมูลเพื่องานเขียนเชิงวิชาการ

GE 1409 Thai Language for Intercultural Communication 3 (3-0-6) credits

(For Non-Thai students)

Basic Thai language for communication across different culture, basic listening and speaking Thai in diverse context, Thai cultural and traditional background, ways of life, festivals and local culture in different parts of Thailand, Thai culture for competent intercultural relations

GE 1409 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม 3 (3-0-6) หน่วยกิต

(สำหรับนักศึกษาต่างชาติ)

ภาษาไทยเบื้องต้นสำหรับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม การพูดการฟังภาษาไทยเบื้องต้นในบริบท ความหลากหลายภูมิหลังทางวัฒนธรรมและประเพณีไทย วิถีชีวิตไทย เทศกาลและวัฒนธรรมพื้นบ้านในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย วัฒนธรรมไทยเพื่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมอย่างเหมาะสม

GE 1410 Thai for Profession Communication 2 (2-0-4) Credits

(Required course for Thai students)

Communication skills in Thai language in listening, speaking, reading, and writing, active listening, comprehensive reading, analyze main idea and supporting details, write an article, project and meeting minute, public speaking, special-occasion speeches

GE 1410 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารในวิชาชีพ 2 (2-0-4) หน่วยกิต

(วิชาบังคับสำหรับนักศึกษาไทย)

ทักษะการสื่อสารภาษาไทย ได้แก่ การฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน การฟังอย่างตั้งใจ การอ่านเพื่อความเข้าใจ วิเคราะห์ใจความสำคัญและส่วนขยายความ การเขียนบทความ โศกนาฏกรรม และรายงาน

การประชุม การพูดในที่ชุมชน การพูดในโอกาสพิเศษต่างๆ

GE 1411 Thai Language for Multicultural Communication 2 (2-0-4) Credits

(Required course for non-Thai students)

Thai language for basic communication in multicultural social setting, integrative culture perspective in listening and speaking on talk at work. Thai cultural and traditional patterns in each professional setting, Thai ways of life, Thai ceremony, and festivals.

GE 1411 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารในพหุวัฒนธรรม 2 (2-0-4) หน่วยกิต

(วิชาบังคับสำหรับนักศึกษาต่างชาติ)

ภาษาไทยเบื้องต้นสำหรับการสื่อสารในพหุวัฒนธรรม การบูรณาทักษะทางวัฒนธรรมเข้ากับการพูดและการฟังในการทำงาน วัฒนธรรมและธรรมเนียมไทยในแต่ละบทบาทวิชาชีพ วิถีชีวิตไทย ประเพณีและเทศกาลของไทย

GE 1412 Introductory Thai Usage 2 (2-0-4) Credits

(Required course for Thai students from International Program)

Enhance listening and speaking skills in daily life, write and read Thai consonants, vowels, tones, and grammar and create accurate basic sentences.

GE 1412 การใช้ภาษาไทยเบื้องต้น 2 (2-0-4) หน่วยกิต

(วิชาบังคับสำหรับนักศึกษาไทยหลักสูตรนานาชาติ)

สร้างเสริมทักษะการฟัง การพูดภาษาไทยในชีวิตประจำวัน การเขียนและการอ่านพยัญชนะ สระวรรณยุกต์ และไวยากรณ์ไทย การสร้างประโยคภาษาไทยเบื้องต้นที่ถูกต้อง

GE 1413 Introduction to Korean Language and K-pop Culture 3 (3-0-6) credits

Basic communication skills in Korean language through learning primary conversation and phrases, basic grammar and sentence structure, some sociocultural aspects related to the Korean language. read and write simple phrases.

GE 1413 ภาษาและวัฒนธรรมเกาหลีเบื้องต้น 3 (3-0-6) หน่วยกิต

ทักษะการสื่อสารเบื้องต้นผ่านการเรียนบทสนทนาและวลีพื้นฐาน โครงสร้างไวยากรณ์และประโยคพื้นฐาน บริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับภาษาเกาหลี การอ่านและเขียนวลีอย่างง่าย

GE 1414 Introduction to Spanish Language and Culture 3 (3-0-6) credits

Understanding and learning Spanish pronunciation and accent, speaking and listening basic Spanish conversations, a useful range of vocabulary and basic grammatical structures, real life situation

GE 1414 ภาษาและวัฒนธรรมสเปนเบื้องต้น**3 (3-0-6) หน่วยกิต**

เรียนรู้และเข้าใจการออกเสียง การเน้นน้ำหนักเสียงในภาษาสเปน การพูดและการฟังบทสนทนาภาษาสเปน ประโยชน์ของระดับคำศัพท์และโครงสร้างไวยากรณ์เบื้องต้น ภาษาสเปนของสถานการณ์ในชีวิตจริง

GE 1415 Storytelling and Presentation Skills in English**3 (3-0-6) credits**

Mastering skills in telling stories and giving presentations in English to build confidence in communication

GE 1415 ทักษะการเล่าเรื่องและการนำเสนอเป็นภาษาอังกฤษ**3 (3-0-6) หน่วยกิต**

รอบรู้ทักษะต่างๆในการเล่าเรื่องและการนำเสนอเป็นภาษาอังกฤษเพื่อเสริมสร้างความมั่นใจในการสื่อสาร

GE 3401 Public Speaking in Thai**3 (3-0-6) credits**

Basic knowledge and skills in communication in Thai, principles and techniques of effective speaking, practical experience, and development of speakers' personality

GE 3401 การพูดภาษาไทยในที่ชุมชน**3 (3-0-6) หน่วยกิต**

ความรู้และทักษะพื้นฐานในการใช้ภาษาไทย หลักการและกลวิธีการพูดที่มีประสิทธิภาพ การฝึกฝนการพูดให้มีประสิทธิภาพ และการพัฒนาบุคลิกภาพ

2. Social Science Courses**AD 3280 Inspiration, Lifestyles and Popular Culture****3 (2-2-5) Credits**

Exploration of inspirations, lifestyles and popular culture from various perspectives, understanding of how they affect creativity, marketing, consumers and communication.

AD 3280 แรงบันดาลใจ รูปแบบชีวิต และวัฒนธรรมนิยม**3 (2-2-5) หน่วยกิต**

การสำรวจแรงบันดาลใจ รูปแบบชีวิต และวัฒนธรรมนิยมจากมุมมองต่างๆ การวิเคราะห์อิทธิพลที่มีต่อความคิดสร้างสรรค์ การตลาด ผู้บริโภค และการสื่อสาร

ADX 1101 Art and Design Appreciation**3 (0 - 6 - 3) Credits**

A study of art and design works throughout history from a range of places, time and culture through discussions and experiential studies of art and design works in order for students to be imbued in the valuable development of mankind's visual culture.

ADX 1101 งานออกแบบและศิลป์วิจิตร**3 (0 - 6 - 3) หน่วยกิต**

การศึกษาศิลปะและการออกแบบ ตามลำดับในประวัติศาสตร์ จากหลากหลายสถานที่ ช่วงเวลาและวัฒนธรรม โดยการสำรวจ การ วิเคราะห์ และการศึกษาถึงประสบการณ์ของงานศิลปะ และการออกแบบ เพื่อให้เกิดความซาบซึ้งในพัฒนาการ ของวัฒนธรรมอันทรงคุณค่า

ADX 1240 Artist Studio (Painting and Rendering)**3 (1 - 4 - 4) Credits**

Essential concepts and techniques of freehand painting and interior presentation, emphasizing on skills of using various media and techniques, ranging from landscape painting to two - dimensional presentation to three-dimensional perspective for communicating ideas.

ADX 1240 สตูดิโอศิลปะ (การระบายสี และการแสดงแบบงานออกแบบ) 3 (1 - 4 - 4) หน่วยกิต

แนวความคิดและเทคนิคขั้นพื้นฐานของการระบายสีด้วยมือ และการแสดงแบบของงานออกแบบภายใน โดยเน้นแนวทักษะในการใช้เครื่องมือและกลวิธีต่างๆตั้งแต่การระบายสีทัศนียภาพ การแสดงแบบในลักษณะ 2 มิติ จนถึงทัศนียภาพ 3 มิติ เพื่อใช้ในการสื่อสารความคิด

ADX 1303 Design Communication**3 (2 - 2 - 5) Credits**

Essential methods of verbal and graphical presentation, emphasizing upon concepts and skills of using various media and techniques, ranging from two-dimensional presentation to three-dimensional modeling for communicating ideas.

ADX 1303 การสื่อสารงานออกแบบ**3 (2 - 2 - 5) หน่วยกิต**

วิธีการที่สำคัญในการแสดงแบบ โดยเน้นแนวความคิด ทฤษฎี และทักษะในการใช้เครื่องมือและกลวิธีต่างๆตั้งแต่การแสดงแบบในลักษณะ 2 มิติ จนถึง 3 มิติ เพื่อใช้ในการสื่อสารความคิด

ADX 1304 Design Fundamental**3 (2 - 2 - 5) Credits**

Introduction to the design principles that focus on basic understanding of the interrelationship between form and function which leads to create attractive composition and practical design. This class emphasizes on skills development, concept and practice, exploring through hand sketching, drawing, and model making.

ADX 1304 หลักการออกแบบเบื้องต้น**3 (2 - 2 - 5) หน่วยกิต**

หลักการออกแบบเบื้องต้นเน้นความเข้าใจทฤษฎีพื้นฐานสร้างความสัมพันธ์ระหว่างรูปทรงและการใช้งาน นำไปสู่การออกแบบสร้างสรรค์ จัดองค์ประกอบสวยงามและการใช้งานได้จริง เน้นการพัฒนาทักษะแนวความคิดและปฏิบัติ ผ่านการวาดด้วยมือและการทำวัตถุจำลอง 3 มิติ

BBA 1004 Essential Marketing for Entrepreneurs**2 (2- 0 - 4) Credits**

Fundamental concepts of marketing, including ethical issues, challenges, trends, channels, tools, platforms, and strategy formulation to implement and enhance marketing performance of goods and services.

BBA 1004 การตลาดที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการ**(2 - 0 - 4) หน่วยกิต**

หลักการพื้นฐานเกี่ยวกับการตลาด รวมถึงหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณ แนวโน้ม ช่องทางเครื่องมือ แพลตฟอร์ม และการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ตลอดจนการทำไปประยุกต์ใช้ เพื่อเพิ่ม

BBA 1005 Essential Finance for Entrepreneurs 2 (2-0-4) Credits

Fundamental financial issues and tools in conducting business and essential financial issues including types and sources of capital raising, interest rate, loans, time value of money, financial statements analysis, financial planning, and project decisions.

BBA 1005 การเงินที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการ 2 (2-0-4) หน่วยกิต

ปัญหาและเครื่องมือทางการเงินขั้นพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจและประเด็นทางการเงินที่สำคัญ รวมถึงประเภทและแหล่งที่มาของการเงินทุน อัตราดอกเบี้ย เงินกู้ มูลค่าเงินตามเวลา การวิเคราะห์งบการเงิน การวางแผนทางการเงิน และการตัดสินใจในโครงการ

BBA 1006 Essential Economics for Entrepreneurs 2 (2-0-4) Credits

Application of economic theories in business. Topics included cost-benefit analysis, opportunity cost, demand and supply, competition and market structures, macroeconomic indicators and policies

BBA 1006 เศรษฐศาสตร์ที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการ 2 (2-0-4) หน่วยกิต

การประยุกต์ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์เพื่อใช้ในธุรกิจ โดยเนื้อหาครอบคลุม เรื่อง การวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์ ค่าเสียโอกาส อุปสงค์และอุปทาน โครงสร้างการแข่งขันและตลาด ตลอดจน ตัวชี้วัดและนโยบายเศรษฐกิจมหภาค

BBA 1010 Design Thinking in Business 3 (3-0-6) Credits

Understanding design thinking as a method to solve customer pain points and offer innovative solutions. Design thinking tools and phases are introduced. Innovation strategies and management are discussed for the process to ensure the development or acquisition of new products, processes, and innovation portfolios.

BBA 1010 การคิดเชิงออกแบบในธุรกิจ 3 (3-0-6) หน่วยกิต

รายวิชาที่นำเสนอความเข้าใจในกระบวนการคิดเชิงออกแบบที่เป็นวิธีการแก้ปัญหาของผู้บริโภคและสร้างสรรค์แนวทางแก้ไขใหม่ๆ นักศึกษาจะได้เรียนรู้ขั้นตอนการคิดเชิงออกแบบและเครื่องมือ รวมถึงกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมและการจัดการเพื่อไปสู่การพัฒนาสินค้าใหม่ กระบวนการและนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ให้กับผู้บริโภคและต่อยอดธุรกิจให้เติบโตต่อไป

BBA 1012 Entrepreneurial Marketing 3 (3-0-6) Credits

The course provides the fundamental knowledge of marketing for the business owner. The course will be focused on customer centric, innovations, utilizations of the opportunity, value creation,

personalization, sustainability and impactful marketing mixes that meets beyond customer expectations by creating unique and creative marketing solutions to maximize the business growth

BBA 1012 การตลาดผู้ประกอบการ

3 (3-0-6) หน่วยกิต

วิชาที่ให้ความรู้พื้นฐานด้านการตลาดสำหรับเจ้าของธุรกิจ โดยจะมุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง เน้นการสร้างนวัตกรรมสินค้า การใช้โอกาสทางการตลาด การสร้างมูลค่า การตลาดเฉพาะบุคคล ความยั่งยืน และการสร้างส่วนผสมทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพให้เหนือความคาดหวังของลูกค้า โดยการนำเสนอกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างสรรค์และมีเอกลักษณ์ เพื่อเพิ่มการเจริญเติบโตของธุรกิจในอนาคต

BBA 1020 Design Thinking Essentials

2 (2-0-4) Credits

Understanding design thinking as a method to solve customer pain points and offer innovative solutions. Design thinking tools and phases are introduced. Innovation strategies and management are discussed for the process to ensure the development or acquisition of new products, processes, and innovation portfolios.

BBA 1020 องค์ประกอบสำคัญของการคิดเชิงออกแบบ

2 (2-0-4) หน่วยกิต

รายวิชาที่นำเสนอความเข้าใจในกระบวนการคิดเชิงออกแบบที่เป็นวิธีการแก้ปัญหาของผู้บริโภคและสร้างสรรค์แนวทางแก้ไขใหม่ๆ นักศึกษาจะได้เรียนรู้ขั้นตอนการคิดเชิงออกแบบและเครื่องมือ รวมถึงกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมและการจัดการเพื่อนำไปสู่การพัฒนาสินค้าใหม่ กระบวนการและนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ให้กับผู้บริโภคและต่อยอดธุรกิจให้เติบโตต่อไป

BBA 1021 Design Thinking Workshop

1 (1-0-2) Credits

Application of design thinking methods on business problems such as the development or acquisition of new products, processes, and innovation portfolios.

BBA1021 การประชุมเชิงปฏิบัติการด้านการคิดเชิงออกแบบ

1 (1-0-2) หน่วยกิต

การใช้วิธีคิดเชิงออกแบบเพื่อการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ เช่น การพัฒนาสินค้าใหม่ กระบวนการและนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ให้กับผู้บริโภคและต่อยอดธุรกิจให้เติบโตต่อไป

BBA 1022 Building CEO and Leadership Essentials

2 (2-0-4) Credits

Developing leadership skills and capabilities to effectively deal with dynamic and diverse business and organizational contexts. The course aims to introduce leadership approaches and train students to exercise suitable leadership styles to drive innovation and growth.

BBA1022 องค์ประกอบสำคัญของการสร้างประธานกรรมการบริหารและ

2 (2-0-4) หน่วยกิต

ภาวะความเป็นผู้นำ

รายวิชาที่เน้นการพัฒนาทักษะความเป็นผู้นำในการรับมือกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่หลากหลายและไม่หยุดนิ่ง นักศึกษาจะได้เรียนรู้ภาวะผู้นำในหลายรูปแบบและได้รับการฝึกให้สามารถประยุกต์ใช้รูปแบบ

ภาวะผู้นำที่เหมาะสมในการผลักดันนวัตกรรมและการเติบโตขององค์กร

BBA 1023 Building CEO and Leadership Workshop

1 (1-0-2) Credit

Application of leadership approaches to drive innovation and growth.

BBA 1023 การประชุมเชิงปฏิบัติการด้านการสร้างประธานกรรมการบริการและ 1 (1-0-2) หน่วยกิต
ภาวะความเป็นผู้นำ

การประยุกต์ใช้รูปแบบภาวะผู้นำที่เหมาะสมในการผลักดันนวัตกรรมและการเติบโตขององค์กร

BBA 1024 Entrepreneurial Marketing Essentials

2 (2-0-4) Credits

The course provides the fundamental knowledge of marketing for the business owner. The course will be focused on customer centric, innovations, utilizations of the opportunity, value creation, personalization, sustainability and impactful marketing mixes that meets beyond customer expectations by creating unique and creative marketing solutions to maximize the business growth.

BBA 1024 ความสำคัญของการตลาดผู้ประกอบการ

2 (2-0-4) หน่วยกิต

วิชาที่ให้ความรู้พื้นฐานด้านการตลาดสำหรับเจ้าของธุรกิจ โดยจะมุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง เน้นการสร้างนวัตกรรมสินค้า การใช้โอกาสทางการตลาด การสร้างมูลค่า การตลาดเฉพาะบุคคล ความยั่งยืน และการสร้างส่วนผสมทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพให้เหนือความคาดหวังของลูกค้า โดยการนำเสนอกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างสรรค์และมีเอกลักษณ์ เพื่อเพิ่มการเจริญเติบโตของธุรกิจในอนาคต

BBA 1025 Entrepreneurial Marketing Workshop

1 (1-0-2) Credits

Application of marketing concepts such as customer centric, value creation, personalization and marketing mixes.

BBA 1025 อบรมเชิงปฏิบัติการการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ

1 (1-0-2) หน่วยกิต

การประยุกต์ใช้แนวคิดทางการตลาด เช่น การยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง การสร้างมูลค่า การตลาดเฉพาะบุคคล และการกำหนดส่วนประสมทางการตลาด

CA1110 Art and Beauty of Living

3 (2-2-5) Credits

A study of understanding Arts in relation with beauty of living and life appreciation through various genres of Creative Arts; Visual Art, Music, Literature, Film and Performing Arts. Motivating conversations about ideas, concepts, images, development of sensitivity. Exploration of feeling and expression. To help enhancing integrated ideas, creativity, appreciation, and sharpening living happiness.

CA1110 ศิลปะและความงดงามในการดำรงชีวิต

3 (2-2-5) หน่วยกิต

ศึกษาการทำความเข้าใจศิลปะต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความงามในการดำรงชีวิต และการทำความเข้าใจชีวิต

อย่างมีนัยสำคัญผ่านงานศิลปะในหลากหลายรูปแบบ อาทิ ทัศนศิลป์ ดนตรี วรรณกรรม ภาพยนตร์ และ นาฏศิลป์ การสร้างบทสนทนาเกี่ยวกับ ความคิด, กรอบมโนทัศน์, ภาพ, พัฒนาอัตลักษณ์ประสาท สำนึก ความรู้สึกและการแสดงออกในลักษณะต่างๆ เพื่อช่วยพัฒนาความคิด ความสร้างสรรค์ และความซาบซึ้งในงานศิลปะ และพัฒนาความสุขในการดำรงชีวิต

EG 1001 Digital Literacy

3 (3-0-6) Credits

Basic digital tools and digital skills for office environments, online collaboration, the Internet including interworking and information security.

EG 1001 ความเข้าใจและการใช้ดิจิทัล

3 (3-0-6) หน่วยกิต

เครื่องมือดิจิทัลขั้นพื้นฐานและทักษะดิจิทัลในสำนักงาน การทำงานร่วมกันทางออนไลน์อินเทอร์เน็ตรวมถึง การเชื่อมโยงเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขั้นพื้นฐานและการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล

FT 1003 Food Factory Explore Trip (Special course)

3 (3-0-6) Credits

Exclusive trip to visit popular food, dessert, or beverage factories. Understanding from the production process to packaging and logistics.

FT 1003 ทริปปเยี่ยมชมโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร (คอร์สพิเศษ)

3 (3-0-6) หน่วยกิต

ลงพื้นที่เพื่อเยี่ยมชมโรงงานอาหาร ขนม และเครื่องดื่มยอดนิยม ทำความเข้าใจตั้งแต่ขั้นตอนกระบวนการผลิต การบรรจุและการขนส่ง

FT 2004 Drinkology: The Art of drinking

3 (3-0-6) Credits

All about cocktails, soda, wine, beer, and other beverages; extraordinary range of materials, making process, and packaging. How to drink and how to evaluate the taste of each beverage.

FT 2004 ทักษะและศิลปะในการดื่ม

3 (3-0-6) หน่วยกิต

เรื่องของค็อกเทล โซดา ไวน์ เบียร์และเครื่องดื่มอื่น ๆ ความพิเศษและความหลากหลายของวัตถุดิบ กระบวนการผลิต และบรรจุภัณฑ์ วิธีการดื่มและการประเมินรสชาติของเครื่องดื่มแต่ละชนิด

FT 2005 Food Zodiac

3 (3-0-6) Credits

Identify your zodiac sign and lord of house elements. Zodiac and personality traits, food habits and how it affects health. Foods to eat and to avoid based on zodiac signs and lord of house elements.

FT 2005 อาหาร 12 ราศี

3 (3-0-6) หน่วยกิต

ค้นหาราศีและธาตุเจ้าเรือน ราศีและบุคลิกภาพ นิสัยการกิน และผลกระทบต่อสุขภาพ อาหารที่ควรกินและควรหลีกเลี่ยงตามราศีและธาตุเจ้าเรือน

GE 1204 Physical Education**1 (0-2-1) Credits**

Improving physical fitness and psychomotor skills, creating unity among students, and developing the sportive mind, sports injury precautions and prevention.

GE 1204 พลศึกษา**1 (0-2-1) หน่วยกิต**

การปรับปรุงสมรรถภาพทางกายและทักษะการเคลื่อนไหวร่างกาย การสร้างความสามัคคีในหมู่นักศึกษา และการพัฒนาความมีน้ำใจนักกีฬาข้อควรระวังและการป้องกันการบาดเจ็บจากการเล่นกีฬา

GE 1205 ASEAN Ways**3 (3-0-6) Credits**

Understanding ASEAN, valuing concepts of identity and diversity, connecting global and local issues, relationship among ASEAN member states, importance of working with other nations to overcome challenges, economic and resource policies, and practices, and practices to promote the well-being of nations and individuals.

GE 1205 วิถีอาเซียน**3 (3-0-6) หน่วยกิต**

ความรู้เกี่ยวกับอาเซียน การเห็นคุณค่าของอัตลักษณ์และความหลากหลาย การเชื่อมโยงโลกและท้องถิ่น ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน ความสำคัญของการทำงานร่วมกันชาติอื่น เพื่อเอาชนะสิ่งท้าทาย นโยบายทางเศรษฐกิจและทรัพยากร และแนวปฏิบัติที่ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของชาติและบุคคล

GE 1209 Psychology Application in Daily Life**3 (3-0-6) Credits**

Theories of psychology. sensations, perception, thoughts, motivation, stress and its effect on human behaviors, responding to difficult life situation, EQ, AQ, SQ, Stress Management, Resilience.

GE 1209 การประยุกต์จิตวิทยาในชีวิตประจำวัน**3 (3-0-6) หน่วยกิต**

ทฤษฎีทางจิตวิทยาต่างๆ ความรู้สึกต่อการสัมผัส การรับรู้ ความคิด แรงจูงใจ ความเครียดและผลกระทบที่มีต่อพฤติกรรมมนุษย์ การตอบสนองต่อสถานการณ์ยุ่งยากในชีวิต EQ, AQ, SQ การจัดการความเครียด ความยืดหยุ่นปรับตัวต่อสถานการณ์

GE 2202 Ethics**3 (3-0-6) Credits**

Teachings of major world religions, the role of conscience, self-development in the moral arena, building self-esteem, self-knowledge, and good habits, distinguishing the right from the wrong, doing the right and refraining from the wrong, attaining a more fulfilling life. Civil right and duties.

GE 2202 จริยธรรม**3 (3-0-6) หน่วยกิต**

คำสอนของศาสนาหลักในโลก บทบาทของความรู้สึกผิดชอบชั่วดี การพัฒนาตนเองในขอบเขตแห่งศีลธรรม การสร้างความภาคภูมิใจในตนเอง การรู้จักตนเองและการสร้างนิสัยที่ดี การจำแนกความถูกและ

ความผิด กระทำตามความถูกต้องและละเว้นจากการกระทำที่ผิด การเข้าถึงการเติมเต็มชีวิตที่สมบูรณ์ขึ้น สิทธิและหน้าที่พลเมือง

GE 2207 Sport, Health and Wellness Development

3 (3-0-6) Credits

Knowledge and understanding of sports, exercise, health promotion and fitness, principle of sport spectating, selection of sport activities, nutrition, self-care for good health and wellness development

GE 2207 กีฬา สุขภาพและการพัฒนา

3 (3-0-6) หน่วยกิต

ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการเล่นกีฬา การออกกำลังกาย การส่งเสริมสุขภาพ และการเสริมสร้างสมรรถภาพทางกาย หลักการดูกีฬา การเลือกกิจกรรมกีฬา โภชนาการ การดูแลตนเองเพื่อสุขภาพที่ดี และการพัฒนาสุขภาพ

GE 2209 The Power of Personality in Leadership

3 (3-0-6) Credits

Improvement of one's self-confidence and self-esteem, think positively towards themselves. effective communication skills, art of storytelling, team working, leadership characteristics, interpersonal relationship skills, business etiquette required in profession and body language for confident leadership

GE 2209 บุคลิกภาพกับความเป็นผู้นำ

3 (3-0-6) หน่วยกิต

การพัฒนาความมั่นใจในตนเองและการรู้คุณค่าในตนเอง ทักษะคิดเชิงบวกที่มีต่อตนเอง การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน ทักษะการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ศิลปะการเล่าเรื่อง การทำงานเป็นทีม คุณลักษณะความเป็นผู้นำ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมารยาทในแวดวงธุรกิจ และภาษากายสำหรับการเป็นผู้นำที่มีความมั่นใจ

GE 2210 Love and Art of Living

3 (3-0-6) Credits

Self-exploration, understanding ways to improve self-esteem analyzing the real-life problems, conflicts and stress, breaking the bad habits, power of growth mindset, designing thinking of their future life a happy life, Manage time effectively, Win and influence others and key habits to build relationship with others

GE 2210 ความรักและศิลปะแห่งการใช้ชีวิต

3 (3-0-6) หน่วยกิต

การค้นหาค้นหาตัวเอง ความเข้าใจวิถีพัฒนา ความรู้สึกเคารพ และมั่นใจในตัวเอง วิเคราะห์ปัญหาในชีวิตจริง การขัดแย้ง ความเครียด พลังของการเปลี่ยนกรอบความคิด การออกแบบชีวิตที่มีความสุข การจัดการเวลาอย่างมีประสิทธิภาพ การเอาชนะใจคน และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น

GE 2212 Exotic Thai Food and Crafts**3 (3-0-6) Credits**

Thai food is a reflection of cultural identity, social norms, and historical traditions, a fusion of Southeast Asian and Chinese food, the connection between culture food and society, Thai culture of cooking and eating, Thai dining etiquette, the flavor balance of Thai dish, Thai street food, regional delicacies.

GE 2212 อาหาร และหัตถกรรมไทยแบบผสมผสาน**3 (3-0-6) หน่วยกิต**

ภาพสะท้อนของอาหารไทยต่ออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม, บรรทัดฐานทางสังคม และชนบประเพณีดั้งเดิม, การผสมผสานของอาหารอาเซียนและอาหารจีน ความเชื่อมโยงของวัฒนธรรมอาหารและสังคม วัฒนธรรมการปรุงและการกินอาหารไทย มารยาทการรับประทานอาหารไทย ความสมดุลในรสชาติของอาหารไทย อาหารไทยริมบาทวิถี ความประณีตของอาหารไทยแต่ละภูมิภาค

GE 2213 Thai Market Vendor Exposure**3 (3-0-6) Credits**

Characteristics of Thai market vendor and their salient features, types of Thai market vendor, an influence of Thai culture on market vendor, Thai lifestyles vendor in market, keys benefit of market vendor to Thai society, idea for market vendor, Thai market vendor as a community affair,

GE 2213 ตลาดซื้อขายสินค้าไทย**3 (3-0-6) หน่วยกิต**

คุณลักษณะเฉพาะและความโดดเด่นของตลาดซื้อขายสินค้าไทย รูปแบบของตลาดซื้อขายไทย วัฒนธรรมไทยที่มีอิทธิพลต่อตลาดซื้อขายสินค้า วิธีชีวิตการซื้อขายในตลาดแบบไทย ประโยชน์ที่สำคัญของตลาดซื้อขายสินค้าต่อสังคมไทย โครงการสำหรับตลาดซื้อขายสินค้าไทย ตลาดซื้อขายสินค้าไทยในฐานะกิจการชุมชน

ITX 2004 UI/UX Design and Prototyping**3 (3-0-6) Credits**

Overview of interactive systems, user capabilities, interface technology, design thinking process, user stories and scenarios, wireframes and storyboards, prototyping, interaction design, usability design and testing.

ITX 2004 การออกแบบและสร้างต้นแบบส่วนติดต่อและประสบการณ์ผู้ใช้งาน**3 (3-0-6) หน่วยกิต**

ภาพรวมของปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับคอมพิวเตอร์ความสามารถของผู้ใช้เทคโนโลยี หน้าจอ ขั้นตอนกระบวนการคิดสำหรับการออกแบบ เนื้อความและโครงเรื่องของผู้ใช้การวาดโครงร่างโปรแกรม และกำหนดเนื้อหา การสร้างแบบจำลอง แบบจำลองเสมือนจริง การออกแบบปฏิสัมพันธ์การออกแบบและทดสอบความสามารถในการใช้งาน

ITX 2005 Design Thinking**3 (3-0-6) Credits**

Overview of design process, problem interpretation, ideation, experimentation, solution discovery, design thinking approach to develop products, services, or solutions for complex problems; design

thinking methodology, techniques, and supporting tools.

ITX 2005 แนวคิดเชิงออกแบบ

3 (3-0-6) หน่วยกิต

ภาพรวมของกระบวนการออกแบบ การตีความปัญหา กระบวนการคิด การทดลอง การค้นคว้าหาวิธีแก้ปัญหา วิธีการคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์บริการ หรือวิธีแก้ปัญหาที่ซับซ้อน ระเบียบวิธีการเทคนิค และเครื่องมือสนับสนุนการคิดเชิงออกแบบ

ITX 4502 Tech Startup

3 (3-0-6) Credits

Overview of tech startup, innovations, design thinking, ideation, persona, user interface design, UX/UI, lean startup, lean canvas, value propositions, UVP, agile manifesto, business modeling, entrepreneurship, marketing, pitching, growth hacking, angel investors, venture capital.

ITX 4502 เทศสตาร์ทอัพ

3 (3-0-6) หน่วยกิต

ภาพรวมของเทศสตาร์ทอัพ นวัตกรรม แนวคิดเชิงออกแบบ การสร้างสรรค์ความคิดใหม่ๆ การสร้างตัวแทนของกลุ่มผู้ใช้การออกแบบหน้าจอสำหรับผู้ใช้งาน UI/UX ลินสตาร์ทอัพ ลินแคนวาส คุณค่าที่นำเสนอแก่ลูกค้า ข้อเสนอพิเศษที่ไม่ซ้ำกัน แกลงการณของแองเจิลส์ แบบจำลองธุรกิจ ความเป็นผู้ประกอบการ การตลาด การนำเสนอ การทำการตลาดแบบใช้ต้นทุนต่ำ นักลงทุนนางฟ้า การร่วมลงทุน

LLB 1501 Business Law

3 (3-0-6) Credits

Basic knowledge of business laws, the relation between laws and business, fundamental civil laws and criminal laws, civil laws on persons, properties and fundamental intellectual property, juristic acts, contracts, obligations, selected specific contracts which businesspersons should be aware of, introduction to the law of electronic commerce and introduction to the law of international trade.

LLB 1501 กฎหมายธุรกิจ

3 (3-0-6) หน่วยกิต

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายธุรกิจ ความสัมพันธ์ระหว่างกฎหมายกับธุรกิจ พื้นฐานทางกฎหมายแพ่งและกฎหมายอาญา กฎหมายแพ่งเกี่ยวกับบุคคล ททรัพย์สันและหลักเบื้องต้นทางทรัพย์สินทางปัญญานิติกรรม – สัญญา หนังสือ เอกเทศสัญญาที่นักธุรกิจควรทราบ และความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายการค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E – Commerce) ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายการค้าระหว่างประเทศ

LLB 1502 Fundamentals of Tax Law

3 (3-0-6) Credits

Principles, theories, policies, and planning of taxation. Regulations and collection methods of taxes and duties as provided in the Taxation Code and other currently applicable statutes. For example, the Revenue Code in respect of Personal income tax, Juristic person income tax, Value added tax, including Specific business tax, etc.

LLB 1502 พื้นฐานกฎหมายเกี่ยวกับภาษีอากร

3 (3-0-6) หน่วยกิต

หลักการ ทฤษฎี นโยบาย และการวางแผนเกี่ยวกับภาษีอากร กฎระเบียบและวิธีการจัดเก็บภาษีและอากร

ตามที่บัญญัติไว้ในประมวลกฎหมายและกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น ประมวลกฎหมายรัชฎาการ ว่าด้วย ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ เป็นต้น

LLB 4540 International Business Law and Start-Up Business

3 (3-0-6) Credits

An overview of international economic law and international business law. Its scope, definition, framework, and correlation with national business law. Fundamental principles of international trade law on both goods and services, global trend of trade liberalization, China's and ASEAN's trade policy, and business opportunities for new entrepreneurs. Key features and regulations in Thai civil and commercial code and business acts. Start up your business in Thailand, regulations on domestic investment, and intellectual property rights as an intangible asset.

LLB 4540 กฎหมายธุรกิจระหว่างประเทศและการเริ่มต้นธุรกิจ

3 (3-0-6) หน่วยกิต

ภาพรวมด้านกฎหมายเศรษฐกิจระหว่างประเทศและกฎหมายธุรกิจระหว่างประเทศ ขอบเขต นิยาม กรอบแนวคิดและความสัมพันธ์กับกฎหมายธุรกิจในประเทศ หลักการพื้นฐานเกี่ยวกับกฎหมายการค้าระหว่างประเทศด้านสินค้าและบริการ แนวโน้มการเปิดการค้าเสรีโลก นโยบายด้านการค้าของจีนและอาเซียนและโอกาสทางธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการใหม่ หลักการสำคัญและบทบัญญัติทางกฎหมายแพ่งและพาณิชย์และกฎหมายธุรกิจของไทย การเริ่มต้นดำเนินธุรกิจในประเทศไทย กฎระเบียบว่าด้วยการลงทุนในประเทศไทย และสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาในฐานะที่เป็นสินทรัพย์ไม่มีตัวตน

LLB 4806 Business and Human Rights

3 (3-0-6) Credits

Concepts of business organizations' roles toward society, and business problem issues affecting human rights. Modern Slavery, Challenges of business practices, Enforcement of the UN International Guiding Principles of Business and Human Rights.

LLB 4806 ธุรกิจและสิทธิมนุษยชน

3 (3-0-6) หน่วยกิต

แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทขององค์กรธุรกิจที่มีต่อสังคมและประเด็นปัญหาทางธุรกิจที่มีผลกระทบต่อสิทธิมนุษยชน Modern Slavery ปัญหาความท้าทายในทางปฏิบัติของการประกอบธุรกิจ การบังคับใช้หลักปฏิบัติของสหประชาชาติว่าด้วยการประกอบธุรกิจและสิทธิมนุษยชนระหว่างประเทศ

MB 2531 Music Business

3 (3-0-6) Credits

Survey of the music industry, highlighting those areas where music and business intersect. Career possibilities in the music industry, the development of business-related knowledge and skills necessary for effectively maintaining a professional music career, the vocabulary and terminology of the music industry, and the distinction between music and business at the corporate level

MB 2531 ธุรกิจดนตรี

3 (3-0-6) หน่วยกิต

สำรวจแวดวงอุตสาหกรรมดนตรี เจาะลึกความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างดนตรีและธุรกิจ โอกาสทางอาชีพใน

อุตสาหกรรมดนตรี การพัฒนาความรู้ทางธุรกิจและทักษะที่จำเป็นสำหรับอาชีพทางธุรกิจดนตรี คำศัพท์และคำเฉพาะที่ใช้ในแวดวงอุตสาหกรรมดนตรีและความสำคัญระหว่างดนตรีและธุรกิจในระดับองค์กร

NGE 0110 First Aid and Basic Life Support

3 (3-0-6) Credits

For Non-Nurse

Basic human structures and functions related to first aid including drug allergies; respiratory, hematology, neurological, integumentary, musculoskeletal, and cardiovascular problems; and basic life support, as well as first aid and basic life support practice

NGE 0110 การปฐมพยาบาลและการช่วยฟื้นคืนชีพ

3 (3-0-6) หน่วยกิต

(สำหรับนักศึกษานอกคณะ)

โครงสร้างและหน้าที่พื้นฐานของมนุษย์ ที่สัมพันธ์กับการปฐมพยาบาลสำหรับบุคคลที่แพ้ยา มีปัญหาทางด้านการหายใจ โลหิต ระบบประสาท ผิวหนัง กระดูกและกล้ามเนื้อ ปัญหาทางด้านหัวใจ และการไหลเวียนโลหิต ตลอดจนมีการปฏิบัติการปฐมพยาบาล และการช่วยฟื้นคืนชีพ

NGE 0111 Innovative Media and Project Influencing Health Risk Behavior

3 (3-0-6) Credits

For Non-Nurse

An overview of current trends of the tobacco consumption and its epidemic, individual and public impacts of tobacco and nicotine product use, principal health effects of both combustible and non-combustible tobacco and nicotine products, factors affecting tobacco use among adolescents and young adults, trends in tobacco industry marketing and tactics in promoting tobacco and nicotine use, tobacco control policy, legal action, and tobacco endgame strategies, tobacco cessation techniques, and tobacco control related innovative media and health education project design

NGE 0111 สื่อนวัตกรรมและโครงการที่มีผลต่อพฤติกรรมเสี่ยงทางสุขภาพ

3 (3-0-6) หน่วยกิต

(สำหรับนักศึกษานอกคณะ)

ภาพรวมแนวโน้มการบริโภคยาสูบและการระบาดของผลิตภัณฑ์ยาสูบในปัจจุบัน ผลกระทบของการใช้ผลิตภัณฑ์ยาสูบและนิโคตินต่อบุคคลและสาธารณะ ผลกระทบต่อสุขภาพที่สำคัญของยาสูบและผลิตภัณฑ์นิโคตินทั้งที่ติดไฟได้และไม่ติดไฟ ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคยาสูบของวัยรุ่นและวัยผู้ใหญ่ตอนต้น แนวโน้มการตลาดของอุตสาหกรรมยาสูบและกลวิธีในการส่งเสริมการใช้ยาสูบและนิโคติน นโยบายควบคุมยาสูบ การดำเนินการทางกฎหมาย และกลยุทธ์การยุติยาสูบ เทคนิคการเลิกยาสูบ และสื่อนวัตกรรมและการออกแบบโครงการให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมยาสูบ

3. Humanities Courses

ADX 1102 Design Culture Exposure

2 (0- 4- 4) Credits

Exploration of design culture through physical exposure and experiencing of prestigious local and

international award-winning design projects, participation in design-related events locally and internationally

ADX 1102 การเรียนรู้เชิงประสบการณ์ของวัฒนธรรมการออกแบบ 2 (1- 4 - 4) หน่วยกิต

การเรียนรู้วัฒนธรรมการออกแบบผ่านประสบการณ์การเยี่ยมชมโครงการออกแบบที่ได้รับรางวัลการเข้าร่วมการสัมมนาที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบที่จัดขึ้นโดยสมาคมด้านการออกแบบทั้งในและต่างประเทศ

ADX 1140 Journey for Urban Art and Culture Exploration 3 (3 - 0 - 6) Credits

A journey to experience on creative art and culture and trends in urban area regarding its development and cumulative inheritances from various industries that drive multidimensional movements in our contemporary design world varying from individual level to social level.

ADX 1140 การเดินทางเพื่อการสำรวจวัฒนธรรมสร้างสรรค์ในเมือง 3 (3 - 0 - 6) หน่วยกิต

การเดินทางเพื่อสำรวจพัฒนาการของวัฒนธรรมสร้างสรรค์ในเมืองที่สะท้อนผ่านอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ รวมทั้งผลการตกผลึกที่มีส่วนในการขับเคลื่อนงาน ออกแบบในยุคร่วมสมัยตั้งแต่ระดับ บุคคลจนถึงระดับสังคม

FT 2003A Foods Changing the World (Part A) 2 (2 - 0 - 4) Credits

The appreciation and connection of food as a cultural force. Revolution History through food and drink. Social structure in dimension of consumption, food culture, food and conflict in world history

FT 2003A อาหารเปลี่ยนโลก (ส่วน A) 2 (2 - 0 - 4) หน่วยกิต

ความพึงพอใจและเชื่อมโยงอาหารในฐานะพลังทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ของการปฏิวัติผ่านอาหารและเครื่องดื่ม การบริโภคเชิงมิติของโครงสร้างทางสังคม วัฒนธรรมอาหาร อาหารและความขัดแย้งในประวัติศาสตร์โลก

FT 2003B Foods Changing the World (Part B) 1 (1 - 0 - 2) Credits

A challenge of food on health and sustainability. How the food system is broken. Industrial farming, agricultural subsidies, and diminishing water supplies.

FT 2003B อาหารเปลี่ยนโลก (ส่วน B) 1 (1 - 0 - 2) หน่วยกิต

ความท้าทายของอาหารต่อสุขภาพและความยั่งยืน ระบบอาหารล่มสลายได้อย่างไร. การทำฟาร์มเชิงอุตสาหกรรม การอุดหนุนต่อเกษตรกร และการขาดแคลนน้ำ

GE 1104 Thai Historical Perspectives 3 (3 - 0 - 6) Credits

The origin and evolution of the Thai race from prehistoric, and historical periods in the Sukhothai, Ayudhaya, Thonburi, and Rattanakosin periods. culture and diversity of thoughts in current Thai society. The implementation of the philosophy of Sufficiency Economy and other royal projects.

GE 1104 ทศนะทางประวัติศาสตร์ของประเทศไทย**3 (3-0-6) หน่วยกิต**

ความเป็นมาและวิวัฒนาการของชนชาติไทยจากยุคก่อนประวัติศาสตร์ถึงยุคสุโขทัย อโยธยา ธนบุรี และรัตนโกสินทร์ วัฒนธรรมและความหลากหลายทางความคิดในสังคมไทยสมัยปัจจุบัน และการนำทฤษฎีของเศรษฐกิจพอเพียงและโครงการในพระราชดำรินี้ มาใช้

GE 1107 Perspectives in Politics and Economy**3 (3-0-6) Credits**

Political ideologies; human nature; social contract; political systems; monarchy; aristocracy; democracy; communism; roles and responsibilities of government and citizen; political change, social organization of property; economic value, capitalism, socialism

GE 1107 ทศนะทางเศรษฐกิจและการเมือง**3 (3-0-6) หน่วยกิต**

แนวคิดอันเป็นรากฐานของสังคม เศรษฐกิจและการเมือง, ธรรมชาติของมนุษย์, ระบบการเมือง, ราชาธิปไตย, ชนชั้นปกครอง, ประชาธิปไตย, ลัทธิคอมมิวนิสต์, บทบาทและหน้าที่รับผิดชอบของรัฐบาล และพลเมือง, การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง, การจัดระเบียบทางสังคมต่อกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สิน: มูลค่าทางเศรษฐกิจศาสตร์ ระบบทุนนิยม, ระบบสังคมนิยม

GE 2102 Human Heritage and Globalization**3 (3-0-6) Credits**

Development of human society, rise and fall of civilizations, achievements and heritages of Western and Eastern civilizations since ancient times in order to understand their roots; globalization impacts on modern societies; cross-cultural society.

GE 2102 มรดกแห่งมนุษยชาติและโลกาภิวัตน์**3 (3-0-6) หน่วยกิต**

วิวัฒนาการของสังคมมนุษย์ การเกิดและการล่มสลายของอารยธรรม ความสำเร็จและมรดกของอารยธรรมตะวันตกและอารยธรรมตะวันออกตั้งแต่ยุคโบราณ เพื่อเข้าใจและประยุกต์ที่มาจากผลกระทบของโลกาภิวัตน์ต่อสังคมในยุคปัจจุบันและสังคมแห่งความต่างวัฒนธรรม

GE 2103 Art of Reasoning**3 (3-0-6) Credits**

Fundamental analysis of logical elements and rational applications for daily life emphasizing on deductive and inductive methods of validity and fallacy.

GE 2103 ศิลปะการใช้เหตุผล**3 (3-0-6) หน่วยกิต**

การวิเคราะห์พื้นฐานองค์ประกอบทางตรรกวิทยา รวมทั้งการประยุกต์ใช้ความมีเหตุผลในชีวิตประจำวัน โดยเน้นที่วิธีการอ้างเหตุผลอย่างถูกต้องทั้งแบบนิรนัยและแบบอุปนัย รวมทั้งการอ้างอิงเหตุผลแบบถูกและแบบผิดหลักการ

GE 2110 Human Civilizations and Global Citizens**2 (2-0-4) Credits**

The development of human society, achievements, and heritages of Western and Eastern

civilizations since ancient times in order to understand their roots; globalization impacts on modern societies; cross-cultural society. It will help human beings to be aware of researching and searching for information that connects the past and the present.

GE 2110 อารยธรรมมนุษยชาติและพลโลก

2 (2-0-4) หน่วยกิต

วิวัฒนาการของสังคมมนุษย์ การเกิดและการล่มสลายของอารยธรรม ความสำเร็จและมรดกของอารยธรรม ตะวันตกและอารยธรรมตะวันออกตั้งแต่ยุคโบราณ เพื่อเข้าใจและประยุกต์ที่มาจากผลกระทบของโลกาภิวัตน์ต่อสังคมในยุคปัจจุบันและสังคมแห่งความต่างวัฒนธรรม ในอันที่จะช่วยมนุษย์ได้ตระหนักในการวิจัยและสืบค้นข้อมูลความเชื่อมโยงระหว่างอดีตกับปัจจุบัน

MU 1002 Pop Music Appreciation

3 (3-0-6)Credits

Elements of popular music, developing an appreciation of the fine art and aesthetics of human performances, and recognizing music through listening techniques.

MU 1002 สังคีตนิยมดนตรีร่วมสมัย

3 (3-0-6) หน่วยกิต

องค์ประกอบของดนตรีสมัยนิยม การพัฒนาความซาบซึ้งของศิลปะ และสุนทรีย์ภาพของการแสดงของมนุษย์ และการจำแนกดนตรีผ่านเทคนิคการฟัง

MU 1231 History and Literature of Music

3 (3-0-6) Credits

Overview history and Literature of music from different periods with emphasis on stylistic traits and theoretical concepts of the eras.

MU 1231 ประวัติศาสตร์และวรรณกรรมดนตรี

3 (3-0-6) หน่วยกิต

ภาพรวมประวัติศาสตร์และวรรณกรรมทางดนตรีในยุคสมัยต่างๆ โดยเน้นที่ลักษณะของสไตล์และ แนวคิดเชิงทฤษฎีของแต่ละยุคสมัย

MU 3602 Music Therapy

3 (3-0-6)Credits

History of music therapy and how it works. Techniques used in the field, discipline's scientific basis, theoretical applications and the ties between music and different therapeutic treatment.

MU 3602 ดนตรีบำบัด

3 (3-0-6) หน่วยกิต

ประวัติความเป็นมาของดนตรีบำบัดและการใช้ดนตรีบำบัด เทคนิคที่ใช้ พื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ของสาขาวิชา การประยุกต์ทางทฤษฎีและความสัมพันธ์ระหว่างดนตรีและการบำบัดรักษาโรคที่แตกต่างกัน

MU 4223 Music in Human Life

3 (3-0-6) Credits

Traditions, belief systems, and practices of world cultures with regards to music, comparative study, and analysis of the music of contrasting ethnic groups in relation to different social contexts; thematic musical styles in recordings along with traditional, religious, and cross-cultural issues in

human life.

MU 4223 ดนตรีในชีวิตมนุษย์

3 (3-0-6) หน่วยกิต

ประเพณี ระบบความเชื่อ และการปฏิบัติทางวัฒนธรรมโลกที่เกี่ยวข้องกับดนตรี การศึกษาเปรียบเทียบและวิเคราะห์ความแตกต่างของดนตรีในกลุ่มชาติพันธุ์ในความสัมพันธ์กับบริบททางสังคมที่แตกต่างกัน การบันทึกลักษณะทำนองดนตรีพร้อมกับประเด็นด้านประเพณี ศาสนา และวัฒนธรรมในการดำรงชีวิตของมนุษย์

4. Science and Mathematics Courses

BBA 1007 Data Analytics for Entrepreneurs

3 (2-2-5) Credits

Application of data analytics concept in business. The topics include data collection, data preparation/cleansing, application of basic statistical methods to data analysis, result presentation, and visualization.

BBA 1007 การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการ

3 (2-2-5) หน่วยกิต

การประยุกต์หลักการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้ในธุรกิจ โดยเนื้อหาครอบคลุม เรื่อง การเก็บข้อมูล การเตรียมและทำความสะอาดข้อมูล การประยุกต์ใช้วิธีการทางสถิติเบื้องต้นเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบ visualization

BBA 1013 Entrepreneurial Finance

3 (3-0-6) Credits

(for non-MSME students)

Fundamental financial knowledge and financial tools for business including types of businesses, sources of fund raising, financial instruments, time value of money, working capital management, forecasting and planning for investment needs, financial statements analysis as well as capital budgeting and feasibility analysis in making an effective business decision.

BBA 1013 การเงินผู้ประกอบการ

3 (3-0-6) หน่วยกิต

(สำหรับนักศึกษานอกคณะ MSME)

ความรู้พื้นฐานทางการเงินและเครื่องมือทางการเงินสำหรับธุรกิจ ได้แก่ ประเภทของธุรกิจ แหล่งเงินทุน เครื่องมือทางการเงิน มูลค่าตามเวลา การบริหารเงินทุนหมุนเวียน การพยากรณ์และการวางแผนความต้องการลงทุน การวิเคราะห์งบการเงิน ตลอดจน การวิเคราะห์การลงทุนและการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ เพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ

BBA 1014 The Art of Data for Business

3 (3-0-6) Credits

Fundamental concepts of data visualization. The topics include the theories behind data visualization, data storytelling, infographics, contemporary techniques, and hands-on application in business.

BBA 1014 ศิลปะแห่งข้อมูลสำหรับธุรกิจ**3 (3-0-6) หน่วยกิต**

แนวคิดพื้นฐานของการนำเสนอข้อมูลโมโนภาพ โดยเนื้อหาครอบคลุม ทฤษฎีการนำเสนอข้อมูลโมโนภาพ การเล่าเรื่องข้อมูล อินโฟกราฟฟิกส์ เทคนิคร่วมสมัยต่างๆ รวมถึงการฝึกปฏิบัติการประยุกต์ใช้จริงในเชิงธุรกิจ

BBA 1026 Entrepreneurial Finance Essentials**2 (2-0-4) Credits**

(for non-MSME students)

Fundamental financial knowledge and financial tools for business including types of businesses, sources of fund raising, financial instruments, time value of money, working capital management, forecasting and planning for investment needs, financial statements analysis as well as capital budgeting and feasibility analysis in making an effective business decision.

BBA 1026 สิ่งจำเป็นสำหรับการเงินผู้ประกอบการ**2 (2-0-4) หน่วยกิต**

(สำหรับนักศึกษานอกคณะ MSME)

ความรู้พื้นฐานทางการเงินและเครื่องมือทางการเงินสำหรับธุรกิจ ได้แก่ ประเภทของธุรกิจ แหล่งเงินทุน เครื่องมือทางการเงิน มูลค่าตามเวลา การบริหารเงินทุนหมุนเวียน การพยากรณ์และการวางแผนความต้องการลงทุน การวิเคราะห์งบการเงิน ตลอดจน การวิเคราะห์การลงทุนและการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ เพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ

BBA 1027 Entrepreneurial Finance Workshop**1 (1-0-2) Credits**

(for non-MSME students)

Application of financial concepts and tools such as time value of money, forecasting and planning for investment needs, and feasibility study.

BBA 1027 การปฏิบัติการสำหรับการเงินผู้ประกอบการ**1 (1-0-2) หน่วยกิต**

(สำหรับนักศึกษานอกคณะ MSME)

การประยุกต์ใช้แนวคิดทางการเงินและเครื่องมือทางการเงิน เช่น มูลค่าเงินตามเวลา การพยากรณ์และการวางแผนความต้องการลงทุน และการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

BBA 1028 The Art of Data Essentials**2 (2-1-4) Credits**

Fundamental concepts of data visualization. The topics include the theories behind data visualization, data storytelling, infographics, and contemporary techniques.

BBA 1028 ศิลปะแห่งข้อมูลสำหรับธุรกิจเชิงทฤษฎี**2 (2-1-4) หน่วยกิต**

แนวคิดพื้นฐานของการนำเสนอข้อมูลโมโนภาพ โดยเนื้อหาครอบคลุม ทฤษฎีการนำเสนอข้อมูลโมโนภาพ การเล่าเรื่องข้อมูล อินโฟกราฟฟิกส์ และเทคนิคร่วมสมัยต่างๆ

BBA 1029 The Art of Data Workshop**1 (0-1-1) Credits**

Practical application of data visualization concepts such as data storytelling and infographics.

BBA 1029 ศิลปะแห่งข้อมูลสำหรับธุรกิจเชิงปฏิบัติ**1 (0-1-1) หน่วยกิต**

การฝึกประยุกต์ใช้หลักการนำเสนอข้อมูลมโนภาพต่างๆ เช่น การเล่าเรื่องข้อมูล อินโฟกราฟฟิกส์

CA 1201 Creative Photography**3 (2-2-5) Credits**

Learn the art of capturing image in a fun, curious and experimental way. Explore various styles of digital photo taking both in color and in black and white. Incorporate design principles, traditional photography techniques with digital post processing software to attain desirable look and feel. Use an art criticism process to evaluate, explain and measure artistic growth.

CA 1201 การถ่ายภาพเชิงสร้างสรรค์**3 (2-2-5) หน่วยกิต**

เรียนรู้ศิลปะการถ่ายภาพด้วยการทดลองเทคนิค และสไตล์ต่างๆ ของการถ่ายภาพสีและขาวดำ ศึกษาหลักการ เทคนิคแบบดั้งเดิมในการถ่ายภาพ การปรับแต่งภาพด้วยโปรแกรมดิจิทัลเพื่อให้ได้ตามรูปแบบและอารมณ์ต่างๆ โดยใช้วิธีวิจารณ์ศิลปะเพื่อประเมินและชี้วัดคุณค่าของภาพถ่าย

CA 1202 Computer Graphic for Presentation Design for Pitching**3 (2-2-5) Credits**

Designing presentations and presentation elements layout to create effective, impactful, and professional marketing and campaign planning presentations in professional business contexts using computer graphic

CA1202คอมพิวเตอร์กราฟิกสำหรับการออกแบบนำเสนอผลงานเพื่อการขายงาน3(2-2-5)หน่วยกิต

การออกแบบการนำเสนอและการจัดวางองค์ประกอบการนำเสนอเพื่อสร้างการนำเสนอแผนการตลาดและแผนการณรงค์ที่มีประสิทธิภาพ มีประสิทธิผลและมีความเป็นมืออาชีพในบริบทธุรกิจโดยใช้คอมพิวเตอร์กราฟิก

CSX 3001 Fundamentals of Computer Programming**3 (3-0-6) Credits**

History of computer, components of a computer system, coding and numbering systems, algorithm and development process of algorithms and expression of algorithms in terms of flowchart and pseudo code, implementation of algorithms using one of the high level languages that are used widely in the industry with emphasis on the nature and structure of the language, techniques of programming for both numerical and non-numerical processing, structure of the programming languages and how to develop structured programming.

CSX 3001 พื้นฐานการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์**3 (3-0-6) หน่วยกิต**

ประวัติของคอมพิวเตอร์องค์ประกอบของระบบคอมพิวเตอร์การเข้ารหัส และระบบจำนวนต่างๆ การพัฒนาขั้นตอนวิธีที่ใช้ในการแก้ปัญหา โดยเขียนเป็นผังงาน พร้อมทั้งทำให้เกิดผลโดยการเขียนด้วยโปรแกรม

ระดับสูงซึ่งกำลังใช้อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน โดยเน้นที่ธรรมชาติและโครงสร้างของภาษา เทคนิคของการเขียนโปรแกรมทั้งสำหรับการประมวลผลเชิงเลขและไม่เชิงเลข โครงสร้างของภาษาโปรแกรมต่างๆ และวิธีการพัฒนาโปรแกรมแบบโครงสร้าง

EG 1002 Application Design for Everyone Literacy

3 (3-0-6) Credits

Basic concept for mobile/tablet application design, sensors and utensils implementation, basic programming tools, block based programming and User Interface design.

EG 1002 การออกแบบโปรแกรมสำหรับบุคคลทั่วไป

3 (3-0-6) หน่วยกิต

หลักการพื้นฐานสำหรับการออกแบบโปรแกรมสำหรับโทรศัพท์/แท็บเล็ต, การผสมผสานเครื่องมือและเครื่องตรวจจับ, เครื่องมือในการเขียนโปรแกรมเบื้องต้น, การเขียนโปรแกรมแบบหน่วยโครงสร้าง และการออกแบบประสบการณ์ของผู้ใช้งาน

EG 1003 Introduction to Internet of Things (IoTs) Literacy

3 (3-0-6) Credits

Introduction to fundamentals building blocks and concepts of Internet of Things such as computer systems, microprocessor, microcontroller, sensor, actuator, computer network, the Internet, network applications, various types of communication technologies including modern Internet of Things applications in various industries.

EG 1003 อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่งเบื้องต้น

3 (3-0-6) หน่วยกิต

ความรู้เบื้องต้นของหน่วยโครงสร้าง และหลักการของอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่งเช่น ระบบคอมพิวเตอร์ ไมโครโพรเซสเซอร์, ไมโครคอนโทรลเลอร์, เครื่องตรวจจับ, ตัวจับเวลา, เครือข่ายคอมพิวเตอร์, อินเทอร์เน็ต, การประยุกต์ใช้งานเครือข่าย, เทคโนโลยีในการสื่อสารที่หลากหลาย รวมถึงการประยุกต์อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่งยุคใหม่ในหลายอุตสาหกรรม

EG 1004 Artificial Intelligence for beginners

3 (3-0-6) Credits

Introduction to the basic concepts and techniques of artificial intelligence and machine learning including its usage in today's everyday life and modern real-world applications in various domains such as business, healthcare, engineering, etc.

EG1004 ปัญญาประดิษฐ์สำหรับผู้เริ่มต้น

3 (3-0-6) หน่วยกิต

แนะนำพื้นฐาน และเทคนิคของปัญญาประดิษฐ์ และการเรียนรู้ของเครื่องการเรียนรู้รวมถึงการใช้งานในการใช้ชีวิตในปัจจุบัน และการประยุกต์ในสถานการณ์จริงในหลากหลายด้าน เช่น ธุรกิจ การแพทย์ และวิศวกรรม เป็นต้น

EG 1005 3D Modelling and 3D Printing Technology

3 (3-0-6) Credits

Computer-aided design; basic CAD tools; 3D part modelling and assembly; 3D printing technology;

project using CAD and 3D printing technology.

EG 1005 การขึ้นรูปสามมิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

3 (3-0-6) หน่วยกิต

คอมพิวเตอร์ช่วยงานออกแบบ; เครื่องมือ CAD เบื้องต้น; การสร้างแบบจำลองชิ้นส่วนสามมิติและการประกอบ; เทคโนโลยีการพิมพ์ขึ้นรูปสามมิติ; โครงการโดยใช้ CAD และเทคโนโลยีการพิมพ์ขึ้นรูปสามมิติ

FT1004A Food-Agri-Bio Tech Trend Update (Part A)

2 (2-0-4) Credits

Up-to-date information and innovation on food technology, agriculture technology and biotechnology

FT1004A อัปเดตเทรนด์ อาหาร การเกษตร เทคโนโลยีชีวภาพ (ส่วน A)

2 (2-0-4) หน่วยกิต

ทันทุกเหตุการณ์เกี่ยวกับข้อมูลและนวัตกรรม ด้านเทคโนโลยีการอาหาร เทคโนโลยีการเกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพ

FT 1004B Food-Agri-Bio Tech Trend Update (Part B)

1 (1-0-2) Credit

Recent innovation for the deployment of Food-Agri-Biotechnologies at commercialization stage.

FT 1004B อัปเดตเทรนด์ อาหาร การเกษตร เทคโนโลยีชีวภาพ (ส่วน B)

1 (1-0-2) หน่วยกิต

นวัตกรรมล่าสุด เพื่อการพัฒนาอาหาร-การเกษตร-เทคโนโลยีชีวภาพ ในเชิงการค้า

FT 1005 Sustainability and Circular Living

3 (3-0-6) Credits

Goal of sustainability, guidelines, and concept of Bio-Circular Green (BCG) economy including the importance and benefits of BCG to business, society, and the environment.

FT 1005 การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและยั่งยืน

3 (3-0-6) หน่วยกิต

เป้าหมายของความยั่งยืน แนวทาง และแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน รวมถึงความสำคัญและประโยชน์ของเศรษฐกิจหมุนเวียนต่อธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

GE 1302 Ecology and Sustainability

3 (3-0-6) Credits

General science, scientific approaches, understanding the interrelationships of the nature, identification and analysis of environmental problems, application and alternative solutions for preventing and solving environmental problems

GE 1302 นิเวศวิทยา และความยั่งยืน

3 (3-0-6) หน่วยกิต

วิทยาศาสตร์ทั่วไป กระบวนการคิดทางวิทยาศาสตร์ความเข้าใจความสัมพันธ์ของธรรมชาติ การแยกแยะและวิเคราะห์ปัญหาสิ่งแวดล้อม การประยุกต์ใช้และวิธีการแก้ปัญหาที่หลากหลายเพื่อป้องกันและแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม

GE 1303 Science for Sustainable Future 2 (2-0-4) Credits

The interrelationship of human beings, science, technology, and nature, natural resources utilization on future environmental challenges, the importance of natural capital and ecosystem services on sustainability, the importance of sustainable natural resources for future

GE 1303 วิทยาศาสตร์เพื่ออนาคตที่ยั่งยืน 2 (2-0-4) หน่วยกิต

ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และธรรมชาติ การใช้ทรัพยากรธรรมชาติกับความท้าทายของสิ่งแวดล้อมในอนาคต ความสำคัญของต้นทุนทางธรรมชาติกับระบบนิเวศเพื่อความยั่งยืน ความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืนเพื่ออนาคต

GE 2304 Lifestyles and Sustainability in Dynamic World 3 (3-0-6) Credits

Interrelationships between lifestyle choices and impacts of these choices on individual's wellbeing, society, and the global environment, scientific approach, analysis, and evaluation power of choices on lifestyles, anticipation, and transition efforts of global sustainability.

GE 2304 วิถีชีวิตและความยั่งยืนในโลกที่เปลี่ยนแปลง 3 (3-0-6) หน่วยกิต

ความสัมพันธ์ระหว่างผลกระทบของวิถีการเลือกใช้ชีวิตประจำวันต่อสุขภาพมนุษย์ สังคม และสภาพแวดล้อมของโลก แนวทางวิทยาศาสตร์ การวิเคราะห์ และการประเมินค่าในวิถีการใช้ชีวิต ความมุ่งหวังและการเปลี่ยนผ่านของโลกที่ยั่งยืน

ITX 3002 Introduction to Information Technology 3 (3-0-6) Credits

Components of IT systems, its usage and applications, computer hardware and software and its operations, communication systems and computer networks basic, applications of current technology, emerging IT-related technologies.

ITX 3002 เทคโนโลยีสารสนเทศเบื้องต้น 3 (3-0-6) หน่วยกิต

ส่วนประกอบ การใช้งาน และแอปพลิเคชันของระบบสารสนเทศ ฮาร์ดแวร์ซอฟต์แวร์และการทำงานของคอมพิวเตอร์ระบบสื่อสารและเครือข่ายคอมพิวเตอร์เบื้องต้น แอปพลิเคชันต่างๆ ของเทคโนโลยีในปัจจุบัน เทคโนโลยีสารสนเทศที่เกิดขึ้นใหม่

Specialized Courses

5. Core Courses

AAD 2008 Digital Photography 3 (2-2-5) Credits

History of photography, photographic equipment and material, basic camera operations, fundamental concepts and techniques, photographic composition, basic cinematography

AAD 2008 การถ่ายภาพดิจิทัล 3 (2-2-5) หน่วยกิต

ประวัติศาสตร์การถ่ายภาพเครื่องมือและวัสดุอุปกรณ์การถ่ายภาพ การใช้กล้องถ่ายภาพขั้นพื้นฐาน

แนวคิดและเทคนิคทางการถ่ายภาพ การจัดองค์ประกอบภาพและ การถ่ายภาพเคลื่อนไหวเบื้องต้น

AAD 3012 Thai Art and Culture

3 (3-0-6) Credits

Dvaravati, Sri Vijaya, Lop Buri, Lanna, Sukhothai, Ayutthaya, Rattanakosin, Buddhist art and architecture, Thai folklore, Thai cultural heritage, Southeast Asian influences, Thai Contemporary art.

AAD 3012 ศิลปะไทยและวัฒนธรรม

3 (3-0-6) หน่วยกิต

ศิลปะทวารวดี ศรีวิชัย ลพบุรี ล้านนา สุโขทัย อยุธยา รัตนโกสินทร์ พุทธศิลป์ สถาปัตยกรรมไทย ศิลปะพื้นบ้าน ต้นทุนทางวัฒนธรรม อิทธิพลของศิลปะในกลุ่มประเทศอาเซียน และศิลปะร่วมสมัย

CA 1100 Introduction to Human Communication

3 (3-0-6) Credits

Principles of communication, definition and types of communication, including principles of intrapersonal communication, interpersonal communication, small group communication, public communication, mass communication, and the principles of green communication for sustainable development.

CA 1100 การสื่อสารของมนุษย์เบื้องต้น

3 (3-0-6) หน่วยกิต

หลักการสื่อสาร คำจำกัดความและรูปแบบการสื่อสาร ประเภทต่างๆ ครอบคลุมถึงหลักการของการสื่อสารภายในบุคคล การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารในกลุ่มย่อย การสื่อสารในที่สาธารณะ การสื่อสารมวลชน และหลักการสื่อสารอย่างปลอดภัยและเหมาะสมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

CA 1101 Introduction to Strategic Communication

3 (3-0-6) Credits

Theories, basic principles and roles of communication with stakeholders in various contexts. Analysis and strategic decision behind products, markets and consumers. Basic principles and tools of image management and strategic communication. Including ethics and responsibility in the professions

CA 1101 การสื่อสารเชิงกลยุทธ์เบื้องต้น

3 (3-0-6) หน่วยกิต

ทฤษฎีหลักการพื้นฐานและบทบาทของการสื่อสารกับผู้เกี่ยวข้องในมิติต่างๆ การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ในด้านสินค้า ตลาด และผู้บริโภค หลักการและเครื่องมือการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ การบริหารภาพลักษณ์รวมทั้งจรรยาบรรณและความรับผิดชอบของนักสื่อสาร

CA 1102 Introduction to Creative Communication

3 (3-0-6) Credits

Research and analyze trends of any upcoming media platforms. Advantages and limits and selection of each medium. Creative design thinking, idea development and prototype. Learning theories for rhetoric, semiotics, uses and gratifications, and technological determinism to

communicate creatively in various media.

CA 1102 การสื่อสารเชิงสร้างสรรค์เบื้องต้น

3 (3-0-6) หน่วยกิต

วิจัยและวิเคราะห์แนวโน้มแพลตฟอร์มสื่อที่จะเกิดขึ้น ข้อดี ข้อเสีย และการเลือกใช้งานในสื่อแต่ละประเภท การออกแบบความคิดเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนาแนวคิด และการสร้างต้นแบบงานสร้างสรรค์ เรียนรู้ทฤษฎีกลุ่มวาทศาสตร์ สัญศาสตร์ การใช้ประโยชน์และความพึงใจ และเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด เพื่อความสามารถในการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ในสื่อประเภทต่างๆ

CA 1103 Introduction to Computer Graphic Design

3 (2-2-5) Credits

Foundation of Software Illustrator (Vector Graphic) and Photoshop (Raster Image) such as Photomontage, Basic image manipulation and retouching. Also learn how to manage Files Format, File Usage, to produce and present idea through Basic Layout to get appropriate design print and screen-based media

CA 1103 การออกแบบคอมพิวเตอร์กราฟิกเบื้องต้น

3 (2-2-5) หน่วยกิต

พื้นฐานของซอฟต์แวร์ Illustrator (กราฟิกแบบเวกเตอร์) และ Photoshop (ภาพแรสเตอร์) เช่น พื้นฐานการสร้างสรรค์ภาพขึ้นมาใหม่ให้แตกต่างจากภาพเดิม, ภาพตัดต่อ/ตกแต่ง/ซ้อนทับ/กันของภาพ ทั้งนี้ยังศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบไฟล์ และ การใช้ไฟล์ ในการผลิตและนำเสนอผ่านการจัดวางสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อที่แสดงผลบนหน้าจอ อย่างเหมาะสม

CA 1104 Creative Production Management

3 (2-2-5) Credits

Basic understanding of Pre-Production, Production, Post-Production including Music Video, Sound Design, Acting, Casting, Theatre, Script Writing, Movie Analysis, TVC, Cinematography, Break Down and Production Management, Creative thinking design through group brainstorming to present interesting storytelling through VDO Production by using Digital Media platform to manage basic creative production

CA 1104 การจัดการการผลิตงานสร้างสรรค์

3 (2-2-5) หน่วยกิต

ความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับ การวางแผนก่อนการผลิตงานจริง, การผลิตงานจริง, รวมถึงผลงานละครเพลง, การออกแบบเสียง, การแสดง, การคัดเลือกนักแสดง, การแสดง, การเขียนบท, วิเคราะห์ภาพยนตร์, โฆษณา, ศิลปะการถ่ายภาพ, รายละเอียดการผลิต, การจัดการการผลิต, การออกแบบความคิดเชิงสร้างสรรค์ผ่านการระดมความคิดในวงกลุ่มเพื่อถ่ายทอดการเล่าเรื่องที่น่าสนใจผ่านการผลิตสื่อวีดีโอ โดยการใช้ช่องทางสื่อดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์ในการจัดการขั้นพื้นฐาน

CA 1105 Introduction to Innovative Digital Business and Sustainable Communication

3 (3-0-6) Credits

Principles of innovative businesses including online banking and e-commerce, metaverses

and digital assets, online games and play-to-earn, game marketing and branding, monetization of creative ideas in the digital world, use of marketing communication technology, principles of social enterprises, social communication, social campaign and marketing, development communication and projects, sustainable communication and development, environmental and green communication, and health communication.

CA 1105 ธุรกิจดิจิทัลรูปแบบใหม่และการสื่อสารเพื่อความอย่างยั่งยืน 3 (3-0-6) หน่วยกิต

หลักการธุรกิจดิจิทัลรูปแบบใหม่ เช่น ธนาคารออนไลน์และอีคอมเมิร์ซ จักรวาลนฤมิตและทรัพย์สินดิจิทัล เกมออนไลน์และ play-to-earn การตลาดและการสร้างตราสินค้าเกมส์ การแปลงความคิดสร้างสรรค์ให้เป็นเงินในโลกดิจิทัล การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารการตลาด หลักการวิสาหกิจเพื่อสังคม การสื่อสารเพื่อสังคม การรณรงค์และการตลาดเพื่อสังคม การสื่อสารและโครงการเพื่อการพัฒนา การสื่อสารและการพัฒนาอย่างยั่งยืน การสื่อสารเพื่อสิ่งแวดล้อม และการสื่อสารเพื่อสุขภาพ

CA 2102 Introduction to Marketing Communication 3 (2-2-5) Credits

Prerequisite: CA 1101 Introduction to Strategic Communication

Market analysis, customer segmentation, targeting, and insights, marketing communication tools and functions, selection and integration of marketing communication tools to achieve integrated marketing communication objectives, identifying key performance indicators for evaluation that are essential for businesses.

CA 2102 การสื่อสารการตลาดเบื้องต้น 3 (2-2-5) Credits

บุรพวิชา: CA 1101 การสื่อสารเชิงกลยุทธ์เบื้องต้น

การวิเคราะห์ตลาด การแบ่งและเลือกกลุ่มเป้าหมาย การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย เครื่องมือการสื่อสารการตลาด การคัดเลือกและผสมผสานเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การระบุตัวชี้วัดสำหรับการวัดผลที่จำเป็นสำหรับธุรกิจ

CA 2110 Media Literacy and Ethical Concerns 3 (3-0-6) Credits

Prerequisite: CA 1100 Introduction to Human Communication

Elements and concepts of the macro-environment structure (political, economic, social, technological, legal, and environmental structures), relationship between media and individuals, media literacy, role of media in shaping and reflecting the social realities, ethical issues media industry.

CA 2110 การรู้เท่าทันสื่อและการตระหนักถึงจริยธรรม 3 (3-0-6) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 1100 การสื่อสารเบื้องต้น

องค์ประกอบและหลักการของโครงสร้างสิ่งแวดล้อมเชิงมหภาค (ด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี กฎหมาย และสิ่งแวดล้อม) ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อและตัวบุคคล การรู้เท่าทันสื่อ บทบาทของ

สื่อที่มีต่อการสร้างและสะท้อนความจริงของสังคม รวมถึงจริยธรรมในอุตสาหกรรมสื่อ

CA 2120 Interactive and Digital Platform Design 3 (2-2-5) Credits

Prerequisite: CA 1103 Computer Graphic Design

Design interface of website and mobile application with the principles of UX/UI, sitemap, wireframe, and digital marketing. Design websites and mobile application aligns with upcoming trend by using prototype program, and create digital broadcasting or live streaming contents in order to enhance the interactive users' experience.

CA 2120 การออกแบบสื่อเชิงโต้ตอบและสื่อดิจิทัล 3 (2-2-5) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 1103 การออกแบบคอมพิวเตอร์กราฟิก

การออกแบบบุรพลักษณะของเว็บไซต์และแอปพลิเคชันบนมือถือ โดยคำนึงถึงหลัก UX/UI การวางแผนผังเว็บไซต์ และการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลเพื่อให้ทันต่อกระแสโลก ผู้เรียนจะใช้โปรแกรมต้นแบบเพื่อทดสอบเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน และผลิตเนื้อหาสำหรับสร้างประสบการณ์เชิงโต้ตอบของผู้ใช้สื่อ รวมถึงการถ่ายทอดสดทางอินเทอร์เน็ต และการแพร่ภาพผ่านสื่อดิจิทัล

CA 2130 Communication Arts Research and Tools 3 (3-0-6) Credits

Prerequisite: CA 2102 Introduction to Marketing Communication

A study of basic research methodology for communication arts, including understanding the nature and its roles in designing and implementing different types of research tools and techniques to provide data in business decision making and communication campaigns.

CA 2130 การวิจัยและใช้เครื่องมือวิจัยทางนิเทศศาสตร์ 3 (3-0-6) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 2102 การสื่อสารการตลาดเบื้องต้น

การศึกษาระเบียบวิธีวิจัยเบื้องต้นทางนิเทศศาสตร์ ผู้เรียนศึกษาระเบียบวิธีวิจัยขั้นพื้นฐานด้านนิเทศศาสตร์ รวมทั้งทำความเข้าใจธรรมชาติและบทบาทในการออกแบบและประยุกต์ใช้เครื่องมือและเทคนิคการวิจัยเพื่อให้ข้อมูลในการตัดสินใจทางธุรกิจ และแคมเปญการสื่อสาร

6. Major Required Courses

CA 2100 Psychology and Persuasion in Communication 3 (3-0-6) Credits

Prerequisite: CA 1100 Introduction to Human Communication

Components, tools, and applications of basic psychology and social psychology for persuasive communication, audience behavior analysis, including the ethics in persuasive communication.

CA 2100 จิตวิทยาและการโน้มน้าวใจในการสื่อสาร 3 (3-0-6) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 1100 การสื่อสารเบื้องต้น

องค์ประกอบ เครื่องมือ และการประยุกต์ใช้จิตวิทยาพื้นฐาน และจิตวิทยาสังคมเพื่อการสื่อสารโน้มน้าวใจ การวิเคราะห์ พฤติกรรมของผู้รับสาร ตลอดจนจริยธรรมในการสื่อสาร เพื่อโน้มน้าวใจ

CA 2101 Presentation and Public Speaking

3 (2-2-5) Credits

Prerequisite: CA 1100 Introduction to Human Communication

Concept and practice in presentation and public speaking. Learners can use presentation aids to successfully communicate ideas and deliver effective presentation skills for both individual and business success.

CA 2101 การนำเสนอและการพูดในที่สาธารณะ

3 (2-2-5) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 1100 การสื่อสารเบื้องต้น

แนวคิดและการฝึกปฏิบัติการนำเสนอผลงานและพูดในที่สาธารณะ โดยผู้เรียนจะสามารถใช้เครื่องมือในการ นำเสนอเพื่อสื่อสารแนวคิดให้ประสบความสำเร็จและใช้ทักษะการนำเสนอที่มีประสิทธิภาพ เพื่อความสำเร็จส่วนบุคคลและทางธุรกิจ

CA 3100 Consumer Insight and Tools

3 (3-0-6) Credits

Prerequisite: CA 1101 Introduction to Strategic Communication

A study of consumer insight including concepts, principles, theories and case studies. Learners will use research tools and techniques to identify consumer insights for customer-focused plans and brand communications.

CA 3100 การเข้าใจและใช้เครื่องมือศึกษาผู้บริโภคเชิงลึก

3 (3-0-6) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 1101 การสื่อสารเชิงกลยุทธ์เบื้องต้น

การศึกษาผู้บริโภคเชิงลึก ในแง่แนวคิด หลักการ ทฤษฎี และการเฝ้าศึกษา โดยผู้เรียนจะใช้เครื่องมือและวิธีวิจัยเพื่อระบุข้อมูล เชิงลึกเกี่ยวกับผู้บริโภคเพื่อวางแผนการสื่อสารและตราสินค้าที่มุ่งเน้นผู้บริโภค

CA 3101 Strategic Brand Communication

3 (3-0-6) Credits

Prerequisite: CA 2102 Introduction to Marketing Communication

Business, brand, and marketing analyses for branding and brand communication, crafting brand identity, brand position, brand personality, brand elements, using tools of brand communication to build brand equity

CA 3101 การสื่อสารตราสินค้าเชิงกลยุทธ์

3 (3-0-6) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 2102 การสื่อสารการตลาด

การวิเคราะห์ธุรกิจ ตราสินค้า และการตลาดเพื่อการสร้างและการสื่อสารตราสินค้า การสร้างเอกลักษณ์ตราสินค้า ตำแหน่งตราสินค้า บุคลิกตราสินค้า องค์ประกอบตราสินค้า การใช้เครื่องมือการสื่อสารตราสินค้าเพื่อสร้างคุณค่าตราสินค้า

3 (3-0-6) Credits

The study of media planning based on media brief. Learners will analyze types of target audience, marketing communication and brand communication objectives, timing and media cost in buying efficiently, including strategies and assessment.

3 (3-0-6) หน่วยกิต

การศึกษาการวางแผนสื่อจากโจทย์ของการใช้สื่อ ผู้เรียนจะวิเคราะห์ประเภทของกลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์ทางการสื่อสารการตลาดและตราสินค้า ระยะเวลา และการซื้อสื่ออย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงกลยุทธ์และการประเมินผล

3 (2-2-5) Credits

An understanding and practice in storytelling for creative communication. Learners will use idea generation techniques and inspirational sources to design storytelling creatively for communication.

3 (2-2-5) หน่วยกิต

การทำความเข้าใจและฝึกฝนในเรื่องการเล่าเรื่องสำหรับการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ ผู้เรียนจะสามารถ
ใช้วิธีการสร้าง ความคิดและแรงบันดาลใจต่าง ๆ เพื่อออกแบบการเล่าเรื่อง อย่างสร้างสรรค์สำหรับการ
สื่อสาร

3 (2-2-5) Credits

Integration of knowledge, skills, and techniques in order to conduct research for creative entrepreneurial project proposal, management and to create plan and campaign for live event project pitching. Process of show directing in live events and performance, script analysis; conveying theme, concept & idea. Stage composition and blocking design, rehearsal process.

3 (2-2-5) หน่วยกิต

บูรณาการความรู้ทักษะ และเทคนิควิธีการในการค้นคว้าวิจัยสำหรับการนำเสนอโครงการ
สร้างสรรค์สำหรับผู้ประกอบการ การจัดการและการสร้างสรรค์แผนงานแคมเปญเพื่อการขายแผนงาน
โครงการฯ กระบวนการทำกับงานแสดงและงานอีเว้นท์ การวิเคราะห์ห้บท การนำเสนอแก่น กรอบมโนทัศน์
และความคิด การจัดวางองค์ประกอบ การจัดวางตำแหน่งบนเวที และกระบวนการการฝึกซ้อมการแสดง

CA 3113 Aesthetic Taste for Creative Communication 3 (2-2-5) Credits
Copywriting and art direction for creative communication, choosing words and arranging images to create creative marketing and brand communication

CA 3113 รสนิยมสุนทรีย์เพื่อการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ 3 (2-2-5) หน่วยกิต
การเขียนคำพูดและองค์ประกอบศิลป์สำหรับการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ การเลือกคำพูดและจัดวางองค์ประกอบศิลป์เพื่อสร้างการสื่อสารการตลาดและตราสินค้าที่มีความคิดสร้างสรรค์

CA 3120 Entrepreneurial Principles and Practices for 3 (3-0-6) Credits
Communication Arts

A study of concepts, principles, theories, and case studies in strategic and creative entrepreneurship for communication arts students. Ability to integrate knowledge and skills to manage communication arts and entrepreneurship projects.

CA 3120 พื้นฐานและการปฏิบัติเชิงความเป็นผู้ประกอบการสำหรับ 3 (3-0-6) หน่วยกิต
นักนิเทศศาสตร์

การศึกษาแนวคิด หลักการ ทฤษฎีและกรณีศึกษาเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการเชิงกลยุทธ์และเชิงความคิดสร้างสรรค์สำหรับนักศึกษานิเทศศาสตร์ ความสามารถในการผสมผสานความรู้และทักษะต่างๆ เพื่อการบริหารโครงการเชิงนิเทศศาสตร์และการเป็นผู้ประกอบการ

CA 3130 Creative Commercial Communication Internship 1 (160 Hours)

An internship program assigning students to train with professionals in the communication arts industry and related fields. Students are required to continuously work for at least 160 working hours and present the training results to the instructors.

CA 3130 การฝึกงานด้านการสื่อสารเชิงพาณิชย์อย่างสร้างสรรค์ 1 (160 ชั่วโมง)

การฝึกงานเพื่อให้นักศึกษาได้รับประสบการณ์ในการทำงานด้านนิเทศศาสตร์และสาขาที่เกี่ยวข้องกับผู้เชี่ยวชาญ นักศึกษาจะต้องมีชั่วโมงในการฝึกงานอย่างน้อย 160 ชั่วโมง และนำเสนอผลการฝึกงานแก่อาจารย์ผู้สอน

CA 4100 Creative Commercial Communication Workshop 3 (2-2-5) Credits

Prerequisite: CA 3120 Entrepreneurial Principles and Practices for Communication Arts

A workshop training in creative commercial communication under the supervision of the instructor.

CA 4100 ปฏิบัติการสื่อสารเชิงพาณิชย์อย่างสร้างสรรค์ 3 (2-2-5) หน่วยกิต

บูรพาวิชา: CA 3120 พื้นฐานและการปฏิบัติเชิงความเป็นผู้ประกอบการสำหรับนักนิเทศศาสตร์

การฝึกฝนปฏิบัติการสื่อสารเชิงพาณิชย์อย่างสร้างสรรค์โดยมีอาจารย์เป็นผู้ดูแล

7.1 Concentration Courses Offered by the School of Communication Arts

AD 3200 Strategic Integrated Marketing Communication Planning 3 (3-0-6) Credits

Prerequisite: CA 2102 Introduction to Marketing Communication

Selection and integration of marketing communication tools, strategic implementation and measurement of campaign effectiveness in enhancing value across the customer journey.

AD 3200 การวางแผนและสร้างกลยุทธ์ทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 3 (3-0-6) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 2102 การสื่อสารการตลาด

การคัดเลือกและผสมผสานเครื่องมือการสื่อสารการตลาด การวางแผนกลยุทธ์และการวัดประสิทธิผลของการรณรงค์ในการเสริมสร้างคุณค่าในเส้นทางการเดินทางของลูกค้า

AD 3201 Data-driven Communication and Advertising Research 3 (2-2-5) Credits

Prerequisite: CA 2130 Communication Arts Research

Applications of databases, acquired from quantitative and qualitative methodologies, for advertising, marketing communication and brand communication to create data-driven communication campaigns

AD 3201 การสื่อสารที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลและการวิจัยโฆษณา 3 (2-2-5) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 2130 การวิจัยทางนิเทศศาสตร์

การประยุกต์ใช้ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ สำหรับการโฆษณา การสื่อสารการตลาด รวมถึงการสื่อสารตราสินค้า เพื่อสร้างสรรค์แผนการรณรงค์การสื่อสารที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล

AD 3202 Customer Journey, Branded Experience and Relationship 3 (3-0-6) Credits

Prerequisite: CA 3100 Consumer Insights and Tools

Exploration of customer lifestyles and journeys, creation of meaningful customer experiences, blending of branded customer experience, customer journey and customer database to create customer acquisition and retention planning for long-term customer relationship management

AD 3202 การสร้างความสัมพันธ์อันดีผ่านประสบการณ์ด้านตราสินค้า 3 (3-0-6) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 3100 การเข้าใจและใช้เครื่องมือศึกษาผู้บริโภคเชิงลึก

การสำรวจรูปแบบการดำเนินชีวิตและเส้นทางการเดินทางของลูกค้า การสร้างประสบการณ์ที่มีความหมายและน่าประทับใจให้กับลูกค้า การผสมผสานระหว่างประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของตราสินค้า

กับเส้นทางการเดินทางของลูกค้าและข้อมูลลูกค้าเพื่อวางแผนการหาลูกค้าและการรักษาลูกค้าเพื่อการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว

AD 3203 Idea Generation for Creative Communication 3 (2-2-5) Credits

Prerequisite: CA 1102 Introduction to Creative Communication

Exploration of inspirational sources for idea generation, using tools and techniques of idea generation, applying creative ideas to creative communication

AD 3203 การสร้างความคิดเพื่อการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ 3 (2-2-5) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 1102 การสื่อสารเชิงสร้างสรรค์เบื้องต้น

การสำรวจแหล่งสร้างแรงบันดาลใจสำหรับการสร้างความคิด การใช้เครื่องมือและเทคนิคของการสร้างความคิด การประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์

AD 3260-64 Selected Topics in Advertising and Brand 3 (3-0-6) Credits
Communication Concepts

An exploration and study of selected topics in advertising and brand communication concepts. The topic will be announced semester by semester.

AD 3260-64 หัวข้อคัดสรรเชิงแนวคิดด้านการโฆษณาและสื่อสารตรา 3 (3-0-6) หน่วยกิต
สินค้า

การสำรวจและศึกษาหัวข้อคัดสรรเชิงแนวคิดด้านการโฆษณาและสื่อสารตราสินค้าโดยจะพิจารณา กำหนดหัวข้อในแต่ละภาคการศึกษาตามความเหมาะสม

AD 3270-74 Selected Topics in Advertising and Brand 3 (2-2-5) Credits
Communication Practices

An exploration and practice of selected topics in advertising and brand communication practices. The topic will be announced semester by semester.

AD 3270-74 หัวข้อคัดสรรเชิงปฏิบัติด้านการโฆษณาและสื่อสารตราสินค้า 3 (2-2-5) หน่วยกิต

การสำรวจและฝึกฝนหัวข้อคัดสรรเชิงปฏิบัติด้านการโฆษณาและสื่อสารตราสินค้าโดยจะพิจารณา กำหนดหัวข้อในแต่ละภาคการศึกษาตามความเหมาะสม

AD 4200 Innovative Brand Communication 3 (3-0-6) Credits

Prerequisite: CA 3101 Brand Communication

Using tools of brand communication to build brand equity in innovative ways, applications of human technologies such as augmented reality, virtual reality, voice recognition, image recognition, face detection, biometrics, robotics, artificial intelligence, and internet of things to

create, communicate, deliver, and enhance brand value across the new customer journey, driving businesses and brands towards digital transformation.

AD 4200 การสื่อสารตราสินค้ามิติใหม่

3 (3-0-6) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 3101 การสื่อสารตราสินค้า

การใช้เครื่องมือการสื่อสารตราสินค้าเพื่อสร้างคุณค่าตราสินค้าในมิติใหม่การประยุกต์เทคโนโลยีมนุษย์ เช่น augmented reality, virtual reality, voice recognition, image recognition, face detection, biometrics, robotics, artificial intelligence, และ internet of things เพื่อการสร้าง สื่อสาร ส่งมอบ และ เสริมสร้างคุณค่าตราสินค้าในเส้นทางการเดินทางของลูกค้ารูปแบบใหม่ การขับเคลื่อนธุรกิจและตราสินค้าสู่ การเปลี่ยนแปลงเชิงดิจิทัล

AD 4201 Media Synergy and Content Design

3 (2-2-5) Credits

Prerequisite: CA 2102 Introduction to Marketing Communication

Customer identification, analysis of customers' in-depth data, synergizing various media, formulation of digital media strategy, creation of online contents to enhance customer engagement and advocacy

AD 4201 การบูรณาการสื่อและสร้างสรรค์เนื้อหา

3 (2-2-5) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 2102 การสื่อสารการตลาด

การกำหนดกลุ่มลูกค้า การวิเคราะห์ข้อมูลของลูกค้าในเชิงลึก การประสานพลังสื่อ การวางกลยุทธ์ สื่อดิจิทัล การสร้างสรรค์เนื้อหาออนไลน์เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของลูกค้าและการบอกต่อ

AD 4202 Advertising and Brand Communication Workshop

3 (2-2-5) Credits

Prerequisite: AD 3200 Strategic Integrated Marketing Communication Planning

AD 3201 Data-driven Communication and Advertising Research

AD 3202 Customer Journey, Branded Experience and Relationship

ELE 2000 Academic English

A workshop training in advertising and brand communication under the supervision of the instructor. Learners will plan advertising and brand communication campaigns to enhance business.

AD 4202 ปฏิบัติการโฆษณาและการสื่อสารตราสินค้า

3 (2-2-5) หน่วยกิต

บุรพวิชา: AD 3200 การวางแผนและสร้างกลยุทธ์ทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

AD 3201 สืบค้นข้อมูลและวิจัยโฆษณา

AD 3202 การสร้างความสัมพันธ์อันดีผ่านประสบการณ์ด้านตราสินค้า

ELE 2000 ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการ

การฝึกฝนปฏิบัติการโฆษณาและการสื่อสารตราสินค้าโดยมีอาจารย์เป็นผู้ดูแล ผู้เรียนจะวาง

แผนการโฆษณาและแคมเปญการสื่อสารแบรนด์เพื่อส่งเสริมธุรกิจ

DM 3200 Media Context Analysis in the Digital Age 3 (3-0-6) Credits

Prerequisite: CA 2100 Persuasive Communication

An analysis of audience, media, and context including narrative, branded content, transculturalism, postmodernism, critical theory, and media effects to strategically plan and manage communication for digital media.

DM 3200 การวิเคราะห์บริบทสื่อ 3 (3-0-6) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 2100 การสื่อสารโน้มน้าวใจ

การวิเคราะห์ผู้รับสาร, สื่อ และบริบทสื่อ ซึ่งประกอบด้วยทฤษฎีการเล่าเรื่อง, เนื้อหาเชิงตราสินค้า, แนวคิดการข้ามพหุวัฒนธรรม, แนวคิดสกุลหลังสมัยใหม่, ทฤษฎีวิพากษ์, อิทธิพลของสื่อ เพื่อวางกลยุทธ์ และจัดการการสื่อสารในสื่อดิจิทัล

DM 3201 Digital Content Resource Management 3 (2-2-5) Credits

Prerequisite: CA 2120 Interactive and Digital Platform Design

An exploration of several methods of managing resources on a digital content production, including management of time, budget, production crew, online resources such as social media platform, and business requirements in order to operate online media channels as an entrepreneur.

DM 3201 การบริหารจัดการการผลิตเนื้อหาดิจิทัล 3 (2-2-5) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 2120 การออกแบบสื่อเชิงโต้ตอบและสื่อดิจิทัล

การสำรวจวิธีการต่างๆ ในการจัดการทรัพยากรเพื่อการผลิตเนื้อหาดิจิทัล รวมถึงการบริหารเวลางบประมาณ ทีมงานฝ่ายผลิต ทรัพยากรออนไลน์ เช่น แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย และองค์ประกอบทางธุรกิจที่จำเป็น เพื่อให้สามารถบริหารจัดการช่องทางการสื่อสารในสื่อออนไลน์ได้ในฐานะผู้ประกอบการ

DM 3202 Story Development in Digital Motion Picture 3 (2-2-5) Credits

Prerequisite: AAD 2008 Photography

CA 3110 Storytelling for Creative Communication

Developing skills of visual storytelling through practices of story development and video content production, comprise refining idea and concept, character development, story structure, dialogue, digital motion picture language, production technique, cinematography, framing, camera movement, and digital editing to create a video content for digital platform.

DM 3202 การพัฒนาบทและการสร้างภาพยนตร์ 3 (2-2-5) หน่วยกิต

บุรพวิชา: AAD 2008 การถ่ายภาพ

เพิ่มพูนทักษะด้านการเล่าเรื่องด้วยภาพ ผ่านการฝึกปฏิบัติพัฒนาเรื่องราวจนนำไปสู่การผลิตจริง
อันประกอบด้วยการกลั่นกรองเนื้อหา แก่นเรื่อง ตัวละคร โครงเรื่อง บทสนทนา ภาษาภาพยนตร์ เทคนิค
การถ่ายทำ การกำกับภาพ มุมกล้อง การเคลื่อนกล้อง ตลอดจนการตัดต่อ เพื่อการผลิตวิดีโอคอนเทนต์บน
แพลตฟอร์มดิจิทัล

Mastering of digital narrative through motion graphic composed by principles of art direction and essential techniques, movement design, space and time, motion concept, 2D objects in 3D space, creative content which the outcome interpolate both aesthetic and meaning into the motion design for a video content or motion infographic.

หลักการด้านองค์ประกอบศิลป์และภาคปฏิบัติการออกแบบโมชันกราฟิกเชิงสร้างสรรค์สำหรับการเล่าเรื่องบนสื่อดิจิทัล อาทิ เทคนิคการออกแบบการเคลื่อนไหว การควบคุมจังหวะและพื้นที่การเล่าเรื่อง แนวคิดการสร้างวัตถุเคลื่อนไหวในงานวิดีโอ การประสานวัตถุสองมิติบนพื้นที่สามมิติ เพื่อเพิ่มสุนทรียศาสตร์ด้านความงามและความหมายในงานวิดีโอคอนเทนต์หรืออินโฟกราฟิก

การสำรวจและศึกษาหัวข้อคัดสรรเชิงแนวคิดด้านการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลโดยจะพิจารณากำหนดหัวข้อในแต่ละภาคการศึกษาตามความเหมาะสม

การสำรวจและฝึกฝนหัวข้อจัดสรรเชิงปฏิบัติด้านการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลโดยจะพิจารณากำหนดหัวข้อในแต่ละภาคการศึกษาตามความเหมาะสม

3 (2-2-5) Credits

CA 2120 Interactive and Digital Platform Design

An arrangement of narrative events, principles of editing, creative editing techniques, meaningful transitions, color correction, graphical element, story pacing, rhythm and music synchronization in video contents to maximize the power of digital storytelling with an emotional involvement of the target audience.

3 (2-2-5) หน่วยกิต

CA 2120 การออกแบบสื่อเชิงโต้ตอบและสื่อดิจิทัล

การเรียบเรียงลำดับเหตุการณ์ของเรื่องเล่า หลักการตัดต่อ เทคนิคการตัดต่ออย่างสร้างสรรค์ การเปลี่ยนข้อต่ออย่างมีความหมาย การปรับแต่งสี การจัดการองค์ประกอบกราฟิก จังหวะการเล่าเรื่อง และการผสมผสานงานด้านภาพให้เข้ากับเสียงดนตรีประกอบ เพื่อยกระดับศักยภาพการเล่าเรื่องในงานคอนเทนต์วิดีโอให้เข้าถึงอารมณ์ผู้ชม

3 (2-2-5) Credits

CA 2120 Interactive and Digital Platform Design

Understanding target audiences' behavior when interacting or consuming digital media from user research, user journey, information architecture, and testing out the hypotheses to design or select a digital platform for the best digital user experience.

3 (2-2-5) หน่วยกิต

CA 2120 การออกแบบสื่อเชิงโต้ตอบและสื่อดิจิทัล

เข้าใจพฤติกรรมใช้งานในการเสฟสื่อดิจิทัลผ่านการวิจัยกลุ่มผู้ใช้งาน พฤติกรรมโดยรอบ ระบบความคิดเชื่อมโยง และการทดลองสมมติฐาน จนนำไปสู่การออกแบบหรือเลือกใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม เพื่อมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่กลุ่มเป้าหมาย

3 (2-2-5) Credits

ELE 2000 Academic English

DM 4202 ปฏิบัติการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล **3 (2-2-5) หน่วยกิต**

การฝึกฝนปฏิบัติการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลโดยมีอาจารย์เป็นผู้ดูแล

Application of game like experiences in contexts outside of games. Gamification uses game elements such as narrative, challenges, puzzles, and collaborative play for fun and exciting business activities and social impact challenges to create engaging customer brand experiences.

การประยุกต์ใช้ประสบการณ์เหมือนเกมในบริบทนอกเกม เกมฟิเคชั่นใช้องค์ประกอบของเกม เช่น การเล่าเรื่อง ความท้าทาย ปริศนา และการเล่นร่วมกันเพื่อกิจกรรมทางธุรกิจ และความท้าทายด้านผลกระทบทางสังคม ที่สนุกสนานและน่าตื่นเต้น เพื่อสร้างประสบการณ์ที่น่าดึงดูดใจผู้บริโภค

Innovation ecosystems, the nature of creativity and innovation, and the role of innovation loops that lead to the development of innovative platforms, the process, and tools of design thinking.

ระบบนิเวศของนวัตกรรม ธรรมชาติของความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม และบทบาทของวงจรนวัตกรรมที่นำไปสู่การพัฒนาแพลตฟอร์มนวัตกรรม ซึ่งรวมถึงการศึกษากระบวนการและเครื่องมือในการคิดเชิงออกแบบ

An exploration and study of selected topics in innovative gamification and content management concepts. The topic will be announced semester by semester.

การสำรวจและศึกษาหัวข้อคัตสรรเชิงแนวคิดด้านนวัตกรรมเกมพีเคชั่นและการจัดการคอนเท้นต์

โดยจะพิจารณากำหนดหัวข้อในแต่ละภาคการศึกษาตามความเหมาะสม

IG 3270-74 Selected Topics in Innovative Gamification and Content Management Practices 3 (2-2-5) Credits

An exploration and practice of selected topics in innovative gamification and content management practices. The topic will be announced semester by semester.

IG 3270-74 หัวข้อคัดสรรเชิงปฏิบัติด้านนวัตกรรมเกมฟิเคชันและการจัดการคอนเทนต์ 3 (2-2-5) หน่วยกิต

การสำรวจและฝึกฝนหัวข้อคัดสรรเชิงปฏิบัติด้านนวัตกรรมเกมฟิเคชันและการจัดการคอนเทนต์ โดยจะพิจารณากำหนดหัวข้อในแต่ละภาคการศึกษาตามความเหมาะสม

IG 4200 Innovative Gamification and Content Management Workshop 3 (2-2-5) Credits

Prerequisite: AD 3281 Micro Influencer Communication Strategy
DM 4201 User Experience Design
PR 3282 Personal Branding and Image Management
ELE 2000 Academic English

A workshop training in innovative gamification and content management under the supervision of the instructor.

IG 4200 ปฏิบัติการนวัตกรรมเกมฟิเคชันและการจัดการคอนเทนต์ 3 (2-2-5) หน่วยกิต

บุรพวิชา: AD 3281 กลยุทธ์การสื่อสารไมโครอินฟลูเอนเซอร์
DM 4201 การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้สื่อดิจิทัล
ELE 2000 ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการ
PR 3282 การสร้างตราสินค้าบุคคลและการบริหารภาพลักษณ์การฝึกฝนปฏิบัติการ
นวัตกรรมเกมฟิเคชันและการจัดการคอนเทนต์โดยมีอาจารย์เป็นผู้ดูแล

LV 3301 Script Analysis and Creation for Live Performance 3 (2-2-5) Credits

Prerequisite: CA 1102 Introduction to Creative Communication

Critical analysis of script structure, genre, theme, style, sub-text meaning, dramatic event, semiotics and point of view of the story-teller. Principles of storytelling for live events and performance, elements of script and storytelling, creating theme, plot and story as well as creating characters, use of dramatic and character's actions to tell the story and create script for live events.

LV 3301 การวิเคราะห์และสร้างสรรค์บทสำหรับงานแสดงสด 3 (2-2-5) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 1102 การสื่อสารเชิงสร้างสรรค์เบื้องต้น

การวิเคราะห์บท โครงสร้างของบท ประเภทของเรื่องราว แก่นของเรื่อง เหตุการณ์ร้ายอารมณ์ ความหมายและสัญลักษณ์ที่ซ่อนไว้ในงานแสดงสด มุมมองของผู้เล่าเรื่อง พื้นฐานการเล่าเรื่องผ่านงานด้าน งานแสดงสด องค์ประกอบของบทและการเล่าเรื่องที่สร้างสรรค์ผ่านแก่นเรื่อง โครงเรื่องและการสร้างตัวละคร การใช้เหตุการณ์ร้ายอารมณ์และการกระทำของตัวละครเพื่อสร้างให้เกิดเรื่องราวสำหรับการสร้างสรรค์บทใน งานแสดง

LV 3302 Acting Skills Training for Live Performance 3 (2-2-5) Credits

Prerequisite: CA 1102 Introduction to Creative Communication

Basic acting skills training. Relations between vocal and physical expression for performance purpose including communication, physical and vocal preparation, relaxation, concentration, body movement, space usage for performance, imagination, emotion, creating character, character interpretation, creative movement, objectives of character, situational analysis and integration of vocal and physical skill for performance. In order to present in public attendance and various media.

LV 3302 การฝึกฝนทักษะแสดงเบื้องต้นสำหรับงานแสดงสด 3 (2-2-5) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 1102 การสื่อสารเชิงสร้างสรรค์เบื้องต้น

การฝึกฝนทักษะการแสดงเบื้องต้น ความสอดคล้องสัมพันธ์ระหว่างการแสดงออกทางเสียงและ ร่างกายเพื่อวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร การเตรียมพร้อมทางด้านร่างกายและเสียง การผ่อนคลาย การทำ สมาธิ การเคลื่อนไหวร่างกาย การใช้พื้นที่สำหรับการแสดง ฝึกจินตนาการ อารมณ์ การสร้างสรรค์ การ ตีความตัวละคร การเคลื่อนไหวร่างกายอย่างสร้างสรรค์ การเรียนรู้วัตถุประสงค์ของตัวละคร การวิเคราะห์ เหตุการณ์ และการหลอมรวมทักษะการใช้เสียง และร่างกายสำหรับการแสดง เพื่อการสื่อสารในพื้นที่ สาธารณะและในสื่อที่หลากหลาย

LV 3212 Art Direction for Live Performance 3 (2-2-5) Credits

Prerequisite: CA1102 Introduction to creative communication

LV 3301 Script Analysis and Creation for Live Performance

Art direction for live events and performance. Function, consistency of performance art directing and visual elements, design concept of scenery, property, costume and lighting, and multimedia in live events and performance. Principles of corporate design, interpretation and conceptualization for live events and performance to develop designing live events.

LV 3212 การกำกับศิลป์เพื่องานแสดงสด 3 (2-2-5) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA1102 การสื่อสารเชิงสร้างสรรค์เบื้องต้น

LV 3301 การวิเคราะห์และสร้างสรรค์บทสำหรับงานแสดง

การกำกับศิลป์ในงานแสดง เข้าใจในหน้าที่ ความสอดคล้องกันขององค์ประกอบของการกำกับศิลป์ แนวคิดในการออกแบบงานฉากอุปกรณ์ประกอบฉาก เสื้อผ้าแสงและสีในงานแสดง แนวทางด้านการกำกับศิลป์แบบองค์รวมในงานแสดง การตีความด้านการกำกับศิลป์ ความเข้าใจในหลักกระบวนการกำกับศิลป์และการวางแผนคิดในงานกำกับศิลป์สำหรับงานแสดง เพื่อนำไปพัฒนางานออกแบบ

LV 3213 Stage Management for Live Performance 3 (2-2-5) Credits

Prerequisite: CA 1102 Introduction to Creative Communication

LV 3301 Script Analysis and Creation for Live Performance

Stage management for live events, process of stage management from pre-production, production to post-production, responsibility of stage management function, and the preparation for internship in backstage function in live events production to be skillful in live event or production on set planning, management and operation both for stage and related areas.

LV 3213 การกำกับเวทีเพื่องานแสดงสด 3 (2-2-5) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA1102 การสื่อสารเชิงสร้างสรรค์เบื้องต้น

LV 3301 การวิเคราะห์และสร้างสรรค์บทสำหรับงานแสดง

หลักการกรอบแนวคิดและกระบวนการเบื้องต้นของการกำกับเวทีในงานแสดง กระบวนการของการกำกับเวที ตั้งแต่การเตรียมการผลิตจนกระทั่งสิ้นสุดการผลิต ความรับผิดชอบของหน้าที่การจัดการเวที และการเตรียมพร้อมสำหรับการฝึกงานในส่วนงานเบื้องหลังของงานโปรดักชั่น เพื่อให้มีทักษะการวางแผนการจัดการ และปฏิบัติการสำหรับพื้นที่เวทีและพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง

LV 3260-64 Selected Topics in Live Event Creation and Management 3 (3-0-6) Credits
Concepts

An exploration and study of selected topics in live event creation and management concepts. The topic will be announced semester by semester.

LV 3260-64 หัวข้อคัดสรรเชิงแนวคิดด้านการสร้างและการจัดการการ 3 (3-0-6) หน่วยกิต
แสดง

การสำรวจและศึกษาหัวข้อคัดสรรเชิงแนวคิดด้านการสร้างและการจัดการการแสดง โดยจะพิจารณากำหนดหัวข้อในแต่ละภาคการศึกษาตามความเหมาะสม

LV 3270-74 Selected Topics in Live Event Creation and Management 3 (2-2-5) Credits
Practices

An exploration and practice of selected topics in live event creation and management practices. The topic will be announced semester by semester.

**LV 3270-74 หัวข้อคัดสรรเชิงปฏิบัติด้านการสร้างและการจัดการการ
แสดง 3 (2-2-5) หน่วยกิต**

การสำรวจและฝึกฝนหัวข้อคัดสรรเชิงปฏิบัติด้านการสร้างและการจัดการการแสดง โดยจะพิจารณา
กำหนดหัวข้อในแต่ละภาคการศึกษาตามความเหมาะสม

LV 4210 Project Management for Live Performance 3 (2-2-5) Credits

Prerequisite: CA 1102 Introduction to Creative Communication

Integration of knowledge, skills, and techniques in order to conduct research project
proposal, managing, handle and plan for approval of live event projects, live event campaigns, and
academic research projects. To implement and execution live events both on ground and related
area.

LV 4210 การจัดการโครงการงานแสดงสด 3 (2-2-5) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 1102 การสื่อสารสร้างสรรค์เบื้องต้น

การบูรณาการความรู้ทักษะและเทคนิควิธีการเพื่อนำมาทำวิจัย เพื่อเสนอโครงการจัดการและ
วางแผนโครงการแสดง การสื่อสารแคมเปญและการวิจัยทางวิชาการ ทั้งยังได้พัฒนาและจัดการโครงการ
แสดงทั้งในพื้นที่เวทีและพื้นที่เกี่ยวข้อง

LV 4211 Persuasive Marketing for Live Performance 3 (2-2-5) Credits

Prerequisite: CA 1101 Introduction to Strategic Communication

Persuasive marketing for live events and performance include principles of financial and
budgeting management, writing a proposal, setting up marketing/ PR plan and developing
communication plan for marketing and evaluation. To create a marketing plan and implementation
for live events promote.

LV 4211 การตลาดเพื่อการโน้มน้าวใจสำหรับงานแสดงสด 3 (2-2-5) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 1101 การสื่อสารเชิงกลยุทธ์เบื้องต้น

การตลาดเพื่อการโน้มน้าวใจสำหรับงานแสดงโดยเน้นการจัดการด้านการเงินและงบประมาณ
เบื้องต้น การเขียนโครงการ การจัดตั้งแผนการตลาด และการประชาสัมพันธ์ และการพัฒนาแผนการ
สื่อสาร ทางด้านการตลาด เพื่อวางแผนและดำเนินงานทางการตลาดสำหรับการโปรโมตงานอีเว้นท์

LV 4212 Live Event Creation and Management Workshop 3 (2-2-5) Credits

Prerequisite: ELE 2000 Academic English

LV 3301 Script Analysis and Creation for Live Performance

LV 3212 Art Direction for Live Events

LV 3213 Stage Management for Live Events

LV 4212 ปฏิบัติการสร้างและการจัดการการแสดง 3 (2-2-5) หน่วยกิต

LV 3301 การวิเคราะห์และสร้างสรรค์บทสำหรับงานแสดง

LV 3212 การกำกับศิลป์เพื่องานแสดง

LV 3213 การกำกับเวทีเพื่อการแสดง

การฝึกฝนปฏิบัติการสร้างและการจัดการการแสดงโดยมีอาจารย์เป็นผู้ดูแล

PR 3240 Public Relations Planning for Enterprise and Entrepreneur

3 (2-2-5) Credits

Prerequisite: CA 1101 Introduction to Strategic Communication

CA 2100 Persuasive Communication

Situation analysis for public relations campaign design and planning, secondary research and primary research, quantitative and qualitative research methods, public relations strategies and tactics for both corporate and entrepreneur levels to develop and execute public relations campaign.

PR 3240 การวางแผนประชาสัมพันธ์เพื่อองค์กรธุรกิจและ
ผู้ประกอบการ

3 (2-2-5) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 1101 การสื่อสารเชิงกลยุทธ์เบื้องต้น

CA 2100 การสื่อสารโน้มน้าวใจ

การวิเคราะห์สถานการณ์เพื่อการออกแบบวางแผนโครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ การดำเนินการวิจัยทั้งเชิงทฤษฎีและปฐมภูมิ การวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ กลยุทธ์และกลวิธีทางการประชาสัมพันธ์ทั้งระดับองค์กรธุรกิจและระดับผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาและลงมือปฏิบัติโครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์

PR 3241	Experiential Event Management for Stakeholder Relations	3 (2-2-5) Credits
----------------	--	--------------------------

Prerequisite: CA 1101 Introduction to Strategic Communication

Overview of experiential event management and planning, event stakeholder management, event planning process, event conceptualization, event operation, event logistics management, press event management in online and offline channels to be able to plan and design experiential events for various types of stakeholders.

PR 3241 การจัดการกิจกรรมเชิงประสบการณ์เพื่อสร้างความสัมพันธ์
กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 3 (2-2-5) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 1101 การสื่อสารเชิงกลยุทธ์เบื้องต้น

ภาพรวมของการบริหารจัดการและการวางแผนการจัดการกิจกรรมเชิงประสบการณ์ การจัดการผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรม ขั้นตอนการวางแผนกิจกรรม การวางแผนคิดเชิงสร้างสรรค์สำหรับกิจกรรม การปฏิบัติการกิจกรรม การบริหารโลจิสติกส์สำหรับกิจกรรม การจัดการกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง สื่อมวลชนทั้งในแบบออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้สามารถวางแผนและออกแบบกิจกรรมเชิงประสบการณ์สำหรับผู้เกี่ยวข้องหลากหลายประเภท

PR 3242 Influencer Relations in Digital Context

3 (2-2-5) Credits

Prerequisite: CA 1101 Introduction to Strategic Communication

Technical and theoretical elements of influencer and celebrity relations, public relations-based approach to the topic of influencers, monetizing and managing influencers, influencer marketing, measuring influence, monitoring influencers, as well as application of digital media for public relations purposes of the various types of market to be able to engage and integrate influencers in communication plan.

PR 3242 การสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลทางความคิดในบริบทดิจิทัล 3 (2-2-5) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 1101 การสื่อสารเชิงกลยุทธ์เบื้องต้น

เทคนิคและองค์ประกอบทางทฤษฎีของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลทางความคิดบนสื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ เทคนิคทางการประชาสัมพันธ์สำหรับผู้มีอิทธิพลทางความคิด การสร้างรายได้ การจัดการ และการตลาดผู้มีอิทธิพลทางความคิด แนวทางในการรับฟัง ติดตาม และวัดผลสำหรับผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด รวมถึงการนำสื่อดิจิทัลไปใช้เพื่องานประชาสัมพันธ์ในตลาดต่างๆ เพื่อให้สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์และวางแผนงานการสื่อสารผ่านผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดได้

PR 3243 Content Creation in Public Relations Writing

3 (2-2-5) Credits

Prerequisite: CA 1101 Introduction to Strategic Communication

ELE 1002 Communication English II

Framework and principles of content creation in public relations writing, message design and planning, generating publicity, encouraging media coverage, news writing techniques for communicating in diverse platforms to generate newsworthy information and accomplish organization's goals.

PR 3243 การสร้างสรรค์เนื้อหาในการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์

3 (2-2-5) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 1101 การสื่อสารเชิงกลยุทธ์เบื้องต้น

ELE 1002 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 2

กรอบแนวคิดและหลักการสร้างสรรค์เนื้อหาในการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ การออกแบบและการ

วางแผนสาร การสร้างสรรค์เผยแพร่ข่าวในสื่อต่างๆ เทคนิคการเขียนข่าวเพื่อสื่อสารไปยังผู้รับสารในหลากหลายสื่อ เพื่อสร้างคุณค่าของข่าวสารข้อมูลและสนับสนุนให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย

PR 3260-64 Selected Topics in Image Management and Public Relations Concepts 3 (3-0-6) Credits

An exploration and study of selected topics in image management and public relations concepts. The topic will be announced semester by semester.

PR 3260-64 หัวข้อคัดสรรเชิงแนวคิดด้านการบริหารภาพลักษณ์และการประชาสัมพันธ์ 3 (3-0-6) หน่วยกิต

การสำรวจและศึกษาหัวข้อคัดสรรเชิงแนวคิดด้านการบริหารภาพลักษณ์และการประชาสัมพันธ์ โดยจะพิจารณากำหนดหัวข้อในแต่ละภาคการศึกษาตามความเหมาะสม

PR 3270-74 Selected Topics in Image Management and Public Relations Practices 3 (2-2-5) Credits

An exploration and practice of selected topics in image management and public relations practices. The topic will be announced semester by semester.

PR 3270-74 หัวข้อคัดสรรเชิงปฏิบัติด้านการบริหารภาพลักษณ์และการประชาสัมพันธ์ 3 (2-2-5) หน่วยกิต

การสำรวจและฝึกฝนหัวข้อคัดสรรเชิงปฏิบัติด้านการบริหารภาพลักษณ์และการประชาสัมพันธ์ โดยจะพิจารณากำหนดหัวข้อในแต่ละภาคการศึกษาตามความเหมาะสม

PR 4240 Intercultural and International Communication in Global Market 3 (3-0-6) Credits

Fundamental elements of intercultural and international communication, basic intercultural theories, socio-cultural influence, psycho-cultural influence, environmental influence, adjusting and developing the working style when cooperating in multi-culture society, case studies of intercultural and international public relations campaign as well as recommending effective international public relations techniques to achieve success in the future to open students' vision and experience of globalization.

PR 4240 การสื่อสารต่างวัฒนธรรมและการสื่อสารระหว่างประเทศในตลาดโลก 3 (3-0-6) หน่วยกิต

องค์ประกอบพื้นฐานของการสื่อสารต่างวัฒนธรรมและการสื่อสารระหว่างประเทศ ทฤษฎีเบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารต่างวัฒนธรรม อิทธิพลทางสังคมวัฒนธรรม จิตวิทยาวัฒนธรรม และสภาพแวดล้อม รวมถึง การปรับตัวและพัฒนาวิธีการทำงานเมื่อร่วมงานในสังคมที่มีความหลากหลายในวัฒนธรรม ตัวอย่าง

กรณีศึกษาของการรณรงค์ประชาสัมพันธ์นานาชาติ ตลอดจนแนะนำเทคนิคการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่มีประสิทธิภาพอันจะทำให้ประสบความสำเร็จสูงสุดในอนาคต เพื่อเปิดวิสัยทัศน์และประสบการณ์ของนักศึกษาในยุคโลกาภิวัตน์

PR 4241 Crisis Communication and Reputation Management 3 (3-0-6) Credits

Nature of issues and crisis management from a strategic communication perspective, various issues, risks and crisis situations, current case studies on strategic issues, risks, and crisis communication methods, including how to develop a crisis communication plan in order to manage reputation and image of organization to improve learners' analytical thinking and problem solving skills.

PR 4241 การสื่อสารในภาวะวิกฤตและการบริหารจัดการชื่อเสียง 3 (3-0-6) หน่วยกิต

ลักษณะของประเด็นและการจัดการภาวะวิกฤตจากมุมมองของการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ ประเด็นความเสี่ยง และภาวะวิกฤตในหลากหลายลักษณะ กรณีศึกษาต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการวางแผนการสื่อสารในภาวะวิกฤตเพื่อการบริหารชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กร เพื่อพัฒนาศักยภาพในการวิเคราะห์และแก้ปัญหาเฉพาะหน้าของผู้เรียน

PR 4242 Image Management and Public Relations Workshop 3 (2-2-5) Credits

Prerequisite: ELE 2000 Academic English

PR 3240 Public Relations Planning for Enterprise and Entrepreneur

PR 3241 Experiential Event Management for Stakeholder Relations

PR 3243 Content Creation in Public Relations Writing

A workshop training in image management and public relations under the supervision of the instructor.

PR 4242 ปฏิบัติการบริหารภาพลักษณ์และการประชาสัมพันธ์ 3 (2-2-5) หน่วยกิต

บุรพวิชา: ELE 2000 ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการ

PR 3240 การวางแผนประชาสัมพันธ์เพื่อองค์กรธุรกิจและผู้ประกอบการ

PR 3241 การจัดการกิจกรรมเชิงประสบการณ์เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

PR 3243 การสร้างสรรค์เนื้อหาในการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์

การฝึกฝนปฏิบัติการบริหารภาพลักษณ์และการประชาสัมพันธ์ โดยมีอาจารย์เป็นผู้ดูแล

8. Free Elective Courses

AD 3280 Inspiration, Lifestyles and Popular Culture 3 (2-2-5) Credits

Exploration of inspirations, lifestyles and popular culture from various perspectives, understanding of how they affect creativity, marketing, consumers and communication.

AD 3280 **แรงบันดาลใจ รูปแบบชีวิต และวัฒนธรรมนิยม** **3 (2-2-5) หน่วยกิต**
การสำรวจแรงบันดาลใจ รูปแบบชีวิต และวัฒนธรรมนิยมจากมุมมองต่างๆ การวิเคราะห์อิทธิพลที่มีต่อความคิดสร้างสรรค์ การตลาด ผู้บริโภค และการสื่อสาร

AD 3281 **Micro Influencer Communication Strategy** **3 (3-0-6) Credits**
Two-step flow communication model, network activation and engagement, brand communities, using micro influencers and influencer communication strategies to achieve business, brand and marketing objectives

AD 3281 **กลยุทธ์การสื่อสารไมโครอินฟลูเอนเซอร์** **3 (3-0-6) หน่วยกิต**
แบบจำลองการสื่อสาร two-step flow การใช้งานและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเครือข่าย ชุมชน ตราสินค้า การใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิดรายย่อยและการสื่อสารของผู้ที่มีอิทธิพลทางความคิดในการบรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ ตราสินค้า และการตลาด

AD 3283 **Brand Identity Design** **3 (2-2-5) Credits**
Designing corporate identity and brand elements, logos, symbols, colors, fonts, mascots, packaging and brand naming

AD 3283 **การออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้า** **3 (2-2-5) หน่วยกิต**
การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรและองค์ประกอบตราสินค้า โลโก้ สัญลักษณ์ สี สัน ตัวอักษร มาสคอต บรรจุภัณฑ์และการตั้งชื่อตราสินค้า

AD 3284 **Presentation Design for Pitching** **3 (2-2-5) Credits**
Designing presentations and presentation elements layout to create effective, impactful, and professional marketing and campaign planning presentations in professional business contexts

AD 3284 **การออกแบบนำเสนอผลงานเพื่อการขายงาน** **3 (2-2-5) หน่วยกิต**
การออกแบบการนำเสนอและการจัดวางองค์ประกอบการนำเสนอเพื่อสร้างการนำเสนอแผนการตลาดและแผนการรณรงค์ที่มีประสิทธิภาพ มีประสิทธิผลและมีความเป็นมืออาชีพในบริบทธุรกิจ

CA 1110 **Art and Beauty of Living** **3 (2-2-5) Credits**
A study of understanding Arts in relation with beauty of living and life appreciation through various genres of Creative Arts; Visual Art, Music, Literature, Film and Performing Arts. Motivating conversations about ideas, concepts, images, development of sensitivity. Exploration of feeling and expression. To help enhancing integrated ideas, creativity, appreciation, and sharpening living happiness.

CA 1110 **ศิลปะและความงดงามในการดำรงชีวิต** **3 (2-2-5) หน่วยกิต**

ศึกษาการทำความเข้าใจศิลปะต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความงามในการดำรงชีวิต และการทำความเข้าใจชีวิตอย่างมีนัยยะผ่านงานศิลปะในหลากหลายรูปแบบ อาทิ ทัศนศิลป์ ดนตรี วรรณกรรม ภาพยนตร์ และนาฏยศิลป์ การสร้างบทสนทนาเกี่ยวกับ ความคิด, กรอบมโนทัศน์, ภาพ, พัฒนาอายตนะประสาทสำรวจความรู้สึกและการแสดงออกในลักษณะต่างๆ เพื่อช่วยพัฒนาความคิด ความสร้างสรรค์ และความซาบซึ้งในงานศิลปะ และพัฒนาความสุขในการดำรงชีวิต

CDI 3270-74 Selected Topics in Digital Imagery Practices 3 (2-2-5) Credits

An exposure and exploration of selected topics in digital imagery practices. The topics will be announced semester by semester.

CDI 3270-74 หัวข้อคัดสรรด้านปฏิบัติการดิจิทัลอิมเมจรี 3 (2-2-5) หน่วยกิต

การสำรวจและฝึกฝนหัวข้อคัดสรรเชิงปฏิบัติด้านการออกแบบนิเทศศิลป์และดิจิทัลอิมเมจรี โดยกำหนดหัวข้อในแต่ละภาคการศึกษาตามความเหมาะสม

DM 3280 Digital Art in Data Visualization 3 (2-2-5) Credits

The study, the understanding, and the realization in the field of digital art specialized in data visualization which explore the proficiency in data analysis, aesthetic design, traditional data to visual communication thus a path to decision-making by visual language.

DM 3280 ศิลปะการนำเสนอข้อมูลด้วยภาพ 3 (2-2-5) หน่วยกิต

การศึกษา ความเข้าใจ และการตระหนักรู้ในด้านศิลปะดิจิทัลที่เชี่ยวชาญด้านการสร้างภาพ จากข้อมูลซึ่งคำนึงถึงความเชี่ยวชาญในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลออกมาเป็นสื่อมัลติมีเดีย การออกแบบที่สวยงาม เปลี่ยนจากข้อมูลดั้งเดิมเป็นการสื่อสารด้วยภาพ และเส้นทางสู่การตัดสินใจในการออกแบบ

DM 3281 Arts of Cinematography 3 (2-2-5) Credits

Fundamentals of the technical and conceptual aspects of cinematography through short format filmmaking. Explore the tools and techniques, visual language of cinematography, directing, director of photography, storyboarding, role and responsibilities for each production crew, Hands-on experience with a professional cinematographer.

DM 3281 ศิลปะการถ่ายทำภาพยนตร์ 3 (2-2-5) หน่วยกิต

ความรู้ที่จำเป็นด้านเทคนิคและแนวความคิดของการถ่ายภาพยนตร์ผ่านการสร้างภาพยนตร์สั้น การใช้ เครื่องมือและเทคนิคต่างๆ ภาษาภาพของการถ่ายทำภาพยนตร์ การกำกับ การถ่ายทำ การทำสตอรี่บอร์ด บทบาทและความรับผิดชอบสำหรับทีมงานฝ่ายผลิตแต่ละตำแหน่ง ฝึกประสบการณ์ภาคปฏิบัติกับนักถ่ายภาพยนตร์มืออาชีพ

DM 3282 Live Streaming Media 3 (2-2-5) Credits

Planning communication with online live streaming, including finding an ideal streaming

platform and software, selecting the right presenter for the business, interacting with live online audiences, increasing engagement, and analyzing audience data in order to maximize understanding how to incorporate live streaming as part of a business's media communication strategy.

DM 3282 การผลิตสื่อสตรีมมิ่ง 3 (2-2-5) หน่วยกิต

วางแผนการสื่อสารด้วยสตรีมมิ่งออนไลน์ รวมถึงการหาแพลตฟอร์มและซอฟต์แวร์การสตรีมที่เหมาะสม การเลือกฟรีเซนต์เตอร์ที่เหมาะสมกับธุรกิจ การโต้ตอบกับผู้ชมออนไลน์แบบสด เพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้ชม และการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ชมเพื่อความเข้าใจวิถีรวมการสตรีมสดไว้เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อของธุรกิจ

DM 3283 Online Application Design 3 (2-2-5) Credits

An overview and practice of interactive design workflows, an interactive prototype, website creation, and application design on a digital platform from the foundation.

DM 3283 การออกแบบแอปพลิเคชันออนไลน์ 3 (2-2-5) หน่วยกิต

ภาพรวมและภาคปฏิบัติของกระบวนการการออกแบบเชิงโต้ตอบ ต้นแบบเชิงโต้ตอบ การสร้างเว็บไซต์ และการออกแบบแอปพลิเคชันบนดิจิทัลแพลตฟอร์มตั้งแต่พื้นฐาน

DM 3284 Innovative Digital Technology and Business Applications 3 (2-2-5) Credits

Focusing on trends and upcoming innovation and digital technology, creativity, roles, functions and implements the knowledge of the digital media for communication in various platforms.

DM 3284 นวัตกรรมแอปพลิเคชันเพื่อเทคโนโลยีและธุรกิจ 3 (2-2-5) หน่วยกิต

มุ่งเน้นไปที่แนวโน้มและนวัตกรรมที่จะเกิดขึ้นและเทคโนโลยีดิจิทัล, ความคิดสร้างสรรค์, บทบาท, หน้าที่ และนำความรู้ไปใช้กับสื่อดิจิทัลเพื่อการสื่อสารในแพลตฟอร์มต่างๆ

DM 3285 Sound Design for Communication 3 (2-2-5) Credits

Principles of sound design. Sound analyzing, recording on set, synthesizing; such as music, environmental sound, ambience sound, automated dialogue replacement (ADR), including sound editing and mastering. To have knowledge and skills for using audio equipment, such as, wireless microphone, boom microphone, and the recording studio. To design sound and music for video production and live events.

DM 3285 การออกแบบเสียงเพื่อการสื่อสาร 3 (2-2-5) หน่วยกิต

หลักการออกแบบเสียง การวิเคราะห์เสียง การบันทึกเสียงในฉาก การสังเคราะห์เสียงต่าง ๆ อาทิ ดนตรี

เสียงสิ่งแวดล้อม เสียงบรรยากาศ การเปลี่ยนบทสนทนาอัตโนมัติ (ADR) การตัดต่อเสียง และการควบคุมเสียง เพื่อให้มีความรู้และทักษะในการใช้อุปกรณ์เครื่องเสียง เช่น ไมโครโฟนไร้สาย ไมโครโฟนแบบบูม และห้องบันทึกเสียง เพื่อออกแบบเสียงและดนตรีสำหรับการผลิตวิดีโอและการแสดงสด

IG 3280 E-sport Business Management 3 (3-0-6) Credits

Application of business principles to build e-sport teams. This includes designing streaming strategies, partnerships, and fan engagement. Plan, manage, and promote e-sport events and tournaments.

IG 3280 การจัดการธุรกิจอีสปอร์ต 3 (3-0-6) หน่วยกิต

การประยุกต์หลักทางธุรกิจเพื่อสร้างทีมอีสปอร์ต ซึ่งรวมถึงการออกแบบกลยุทธ์การสตรีม พันธมิตรทางธุรกิจ และการมีส่วนร่วมของแฟน ๆ การวางแผน จัดการ และส่งเสริมกิจกรรมและการแข่งขัน

IG 3281 Content Creation for Game Streaming 3 (2-2-5) Credits

Game streaming platform requirements, interaction with game stream, scheduling and consistency, production quality, and equipment. Develop the personal brand and content that attracts the audience, online community management

IG 3281 การสร้างเนื้อหาสำหรับการสตรีมเกม 3 (2-2-5) หน่วยกิต

เรียนรู้ข้อกำหนดแพลตฟอร์มการสตรีมเกมส์ การโต้ตอบกับสตรีมเกมส์ กำหนดการและความสม่ำเสมอ คุณภาพการผลิต และอุปกรณ์ พัฒนาแบรนด์ส่วนบุคคลและเนื้อหาที่ดึงดูดผู้ชม การบริหารชุมชนออนไลน์

IG 3282 Introduction to Animation and Game 3 (3-0-6) Credits

Basic principles of the game and its subsequent development including game mechanics, gameplay, and narrative player drive. This includes the technical and narrative developments of animated film.

IG 3282 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับแอนิเมชันและเกม 3 (3-0-6) หน่วยกิต

หลักการพื้นฐานของเกม และการพัฒนาเกม รวมถึงกลไกของเกม การเล่นและการเล่าเรื่องของผู้เล่น เกม ซึ่งรวมถึงการพัฒนาด้านเทคนิคและการเล่าเรื่อง ของภาพยนตร์แอนิเมชัน

GDC 3270-74 Selected Topics in Graphic Design Practices 3 (2-2-5) Credits

An exposure and exploration of selected topics in communication design practices. The topics will be announced semester by semester.

GDC 3270-74 หัวข้อคัดสรรด้านปฏิบัติการออกแบบนิเทศศิลป์ 3 (2-2-5) หน่วยกิต

การสำรวจและฝึกฝนหัวข้อคัดสรรเชิงปฏิบัติด้านการออกแบบนิเทศศิลป์ โดยกำหนดหัวข้อในแต่ละ

LV 3280 Costume, Make-up and Styling 3 (2-2-5) Credits

Selecting costume and make up for performance, usage of costume, concept of costume and make up selection for performance, time and space for appropriate selection, history of costumes, definition of costume, types of costume, costume and fashion, process of costume design and selection, and straight make-up and fancy make-up workshop.

LV 3280 การออกแบบเครื่องแต่งกาย แต่งหน้า และการทำสไตลิ่ง 3 (2-2-5) หน่วยกิต

การคัดสรรเครื่องแต่งกาย และการแต่งหน้าสำหรับ งานแสดง แนวคิดของการคัดสรรเครื่องแต่งกายและ การแต่งหน้า สำหรับงานแสดงการคัดสรรอย่างเหมาะสม กับกาลเทศะ ประวัติเครื่องแต่งกาย นิยามของเครื่อง แต่งกาย เครื่องแต่งกายกับแฟชั่น กระบวนการของการ ออกแบบและคัดสรรเครื่องแต่งกายและการฝึกปฏิบัติการ

LV 3281 Acting Skills Training for Personality Development 3 (2-2-5) Credits

Personality development, mental and physical preparation, self-acknowledgement, SWOT analysis, human nature, human perception, law of attraction, self-esteem, self-confidence, gesture, facial expression, vocal training, public speaking, wardrobe and make-up for different occasions.

LV 3281 การฝึกฝนทักษะการแสดงเพื่อการพัฒนาบุคลิกภาพ 3 (2-2-5) หน่วยกิต

การพัฒนาบุคลิกภาพ การเตรียมความพร้อมด้านจิตใจ และร่างกาย การรับรู้ตนเอง การวิเคราะห์ จุดแข็งและ จุดอ่อนธรรมชาติของมนุษย์ การรับรู้ของมนุษย์ กฎการดึงดูดความสนใจ การตระหนักรู้คุณค่า ในตนเอง ความมั่นใจในตนเอง งานแสดงทำทางงานแสดงออก ทางสีหน้า การฝึกฝนการใช้เสียงการพูดในที่ชุมชน การแต่งกาย และแต่งหน้าสำหรับโอกาสต่างๆ

LV 3282 Set-props Design and Production 3 (2-2-5) Credits

Creating scenery and property in live events and performance space. Utilization of scenery and property design process including design document, concept of scenery and props, form and style of scenery, idea and design concept, fundamental stage craft, materials and tools for scene and prop creation.

LV 3282 การสร้างสรรค์ฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากในงานแสดง 3 (2-2-5) หน่วยกิต

การสร้างฉากและอุปกรณ์ประกอบที่ใช้ในงานแสดง การใช้ พื้นที่ กระบวนการออกแบบฉากและ อุปกรณ์ประกอบฉาก รวมทั้งเอกสารด้านการออกแบบ แนวคิดของฉากและ อุปกรณ์ประกอบฉาก รูปแบบ และแนวทางการนำเสนอ ของฉาก แนวคิดในการออกแบบการทำฉากเบื้องต้น อุปกรณ์และเครื่องมือในการ สร้างสรรค์ฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก และการฝึกปฏิบัติด้านการทำฉากเบื้องต้น

LV 3283 Special Event and Festival Management 3 (2-2-5) Credits

A wide range of cultural events and the management of cultural events and festivals around the globe to gain a deeper understanding of festival and cultural event cores and structures from the transformation of the media industries by political economy, culture and technological changes, and trends include international media policies, and how such transformation creates an impact on content across media platforms in live events and performance.

LV 3283 การจัดการงานแสดงและงานเทศกาล 3 (2-2-5) หน่วยกิต

งานแสดงทางวัฒนธรรมและการจัดการงานแสดงและงานเทศกาลต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั่วโลก เพื่อให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ ในโครงสร้างและแก่นของการทำงานด้านเทศกาล ซึ่งรวม ไปถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากอุตสาหกรรมสื่อโดยปัจจัยในส่วนของเศรษฐกิจการเมือง การเปลี่ยนแปลง ของเทคโนโลยี แนวโน้มต่าง ๆ นี้รวมไปถึงนโยบายสื่อ ระหว่างประเทศและการเปลี่ยนแปลงที่จะสร้างและก่อให้เกิดผลกระทบต่อการผลิตเนื้อหาในสื่อรูปแบบต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในงานแสดงสด

LV 3284 Acting for Camera and Live Performance 3 (2-2-5) Credits

Interpret and analyze script the use of imagination, emotion, creating character, character interpretation, creative movement, awareness, objective of character for play, improvisation skill, scene interpretation, and integration of vocal and physical skill for camera and live performance.

LV 3284 การแสดงสำหรับหน้ากล้องและการแสดงสด 3 (2-2-5) หน่วยกิต

การตีความบท การใช้พื้นที่สำหรับงานแสดง จินตนาการ อารมณ์ การสร้างสรรค์ตัวละคร การตีความตัวละคร การสร้างสรรค์ด้านการเคลื่อนไหว การรับรู้ วัตถุประสงค์ ของตัวละครสำหรับงานแสดงละคร การตีความเหตุการณ์ และการบูรณาการทักษะการใช้เสียง และร่างกายสำหรับ งานแสดงหน้ากล้อง และการแสดงสด

PR 3280 Data-based Content Strategy 3 (2-2-5) Credits

Strategic data-based content planning which includes both theoretical and practitioner perspectives, how to optimize the own media outlets with content created for target stakeholders, including practical framework for implementing content strategy principles in various target audience to be able to create and plan content strategically with supportive data.

PR 3280 การวางแผนกลยุทธ์เนื้อหาด้วยข้อมูล 3 (2-2-5) หน่วยกิต

การวางแผนกลยุทธ์เนื้อหาด้วยข้อมูล ทั้งในมุมมองเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ กลยุทธ์ในการวางแผนเนื้อหาในสื่อเพื่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดต่อกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงวิธีการนำกลยุทธ์ไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย เพื่อให้สามารถสร้างสรรค์และวางแผนเนื้อหาอย่างมีกลยุทธ์โดยใช้ข้อมูลเป็นองค์ประกอบ

PR 3281 Public Relations Tools and Activities 3 (3-0-6) Credits

Fundamental tools, techniques, and activities, such as social media engagement, community relations to attain various public relations objectives in different media areas, and how public relations practitioners can use public relations strategies and tactics in communication campaigns to build organizational image and achieve expected success.

PR 3281 เครื่องมือและกิจกรรมทางการประชาสัมพันธ์ 3 (3-0-6) หน่วยกิต

วิธีการ เทคนิค และกิจกรรมพื้นฐาน อาทิ การมีส่วนร่วมในสื่อสังคม การดำเนินกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ อันจะทำให้วัตถุประสงค์ทางการประชาสัมพันธ์สัมฤทธิ์ผลดีขึ้น รวมทั้งสามารถใช้เครื่องมือทางการสื่อสารต่างๆ ของนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ เพื่อทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร

PR 3282 Personal Branding and Image Management 3 (2-2-5) Credits

Principles and techniques of personality development, personal image management and personal branding, appropriate authentic self-presentation, improvement of external image such as make-up, hairstyling, dressing, social communication through social events and interactions to advocate the students for applying knowledge in their daily routine and socialization.

PR 3282 การสร้างตราสินค้าบุคคลและการบริหารภาพลักษณ์ 3 (2-2-5) หน่วยกิต

หลักการและเทคนิคในการพัฒนาบุคลิกภาพ การบริหารภาพลักษณ์ส่วนบุคคล และการสร้างตราสินค้าบุคคล การเปิดเผยตัวตนที่แท้จริงอย่างเหมาะสม การปรับปรุงภาพลักษณ์ภายนอก เช่น การแต่งหน้า การแต่งผม การแต่งกาย การสื่อสารในสังคมโดยใช้กิจกรรมทางสังคมและการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนได้นำความรู้ไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันและการเข้าสังคมอย่างเหมาะสม

PR 3283 Corporate Image and Social Enterprise 3 (3-0-6) Credits

Principles of corporate image management, communication techniques that make favorable images for organizations, including organizational communication, organizational identity, image and reputation as well as the concept of corporate social responsibility, green communication with social responsibility for sustainable development, corporate social governance, and social enterprise to enhance the corporate image and manage corporate reputation.

PR 3283 ภาพลักษณ์องค์กรและกิจการเพื่อสังคม 3 (3-0-6) หน่วยกิต

หลักการบริหารภาพลักษณ์องค์กร เทคนิคต่างๆ ในการสื่อสารที่ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร รวมถึงการสื่อสารในองค์กร อัตลักษณ์ขององค์กร ภาพลักษณ์ และชื่อเสียง ตลอดจนหลักการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หลักการสื่อสารอย่างปลอดภัยและเหมาะสมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน บรรษัทภิบาลเพื่อสังคม และกิจการเพื่อสังคม อันจะนำไปสู่การส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรและการบริหารจัดการชื่อเสียงขององค์กร

PR 3284

Current Trends Analysis for Public Relations

3 (2-2-5) Credits

Analysis of the current trends and situations for macro-environment structure, its relationship to media and individuals, and the implication of retrieved data from the current trends and situations analysis to utilize informative trends for public relations purposes.

PR 3284

การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันเพื่อการประชาสัมพันธ์ 3 (2-2-5) หน่วยกิต

การวิเคราะห์กระแสนิยมและสถานการณ์ปัจจุบันต่างๆ ในระดับมหภาค รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างสื่อต่างๆ กับประชาชนในสังคม ตลอดจนการประยุกต์ใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์กระแสนิยมและสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อนำมาพัฒนาใช้สำหรับวัตถุประสงค์ทางการประชาสัมพันธ์