

Curriculum Structure

Number of credits 120 Credits

Curriculum Structure

Total number of credits	120 Credits
A. General Education Courses	27 Credits
General Education Required Courses	15 Credits
General Education Elective Courses	12 Credits
B. Specialized Courses	87 Credits
Core Courses	24 Credits
Major Required Courses	33 Credits
Concentration Courses	30 Credits
C. Free Elective Courses	6 Credits

Courses and Credit(s)

Course code has the following meanings.

Letters

BG/GE	General Education Courses
CA	Communication Arts Courses
DMC	Digital Marketing Communication Courses
ELE	English Language Courses
OCM	Organizational Communication Courses

Numbers

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

1. General Education Courses

General Education Required Courses		15 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 2202	Ethics	3 (3-0-6)

General Education Elective Courses 12 Credits

Students can choose any general education courses of 12 credits from any faculty on Assumption University upon completion of the prerequisites (if any).

CA 1201 Creative Photography	3 (3-0-6)
CA 1202 Talking to Strangers	3 (3-0-6)
CA 1203 Decoding Nonverbal Communication	3 (3-0-6)
CA 1204 Thai Street and Contemporary Art Culture	3 (3-0-6)
CA 1205 Art and Design Appreciation	3 (3-0-6)
CA 1206 Foundations of Visual Expression	3 (3-0-6)

2. Specialized Courses:

Core Courses 24 Credits

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 1106 Introduction to Persuasive Communication	3 (3-0-6)
CA 1107 Idea Generation and Creativity	3 (3-0-6)
CA 1108 Sustainability Intelligence, Management, and Communication	3 (3-0-6)
CA 2105 Introduction to Digital Marketing Communication	3 (3-0-6)
CA 2110 Media Literacy and Ethical Concerns	3 (3-0-6)

Major Required Courses 33 Credits

CA 2103 Impactful Public Speaking	3 (3-0-6)
CA 2104 Data Visualization and Design	3 (3-0-6)
CA 3100 Consumer Insight and Tools	3 (3-0-6)
CA 3101 Strategic Brand Communication	3 (3-0-6)
CA 3103 Organizational Insights and Tools	3 (3-0-6)
CA 3104 Strategic Organizational Communication	3 (3-0-6)
CA 3105 Diversity and Cross-cultural Communication	3 (3-0-6)
CA 3106 Research for Data-driven Communication	3 (3-0-6)
CA 3107 Digital Communication Campaign Planning	3 (3-0-6)
CA 3108 AI-powered Communication	3 (3-0-6)
CA 4101 Trends in Communication Management	3 (3-0-6)

Concentration Courses 30 Credits

Students can choose any concentration courses of 30 credits from any concentration of the Albert Laurence School of Communication Arts upon completion of the prerequisites (if any).

Concentration in Digital Marketing Communication Management

DMC 3200	Online Customer Journey and Experience Design	3 (3-0-6)
DMC 3201	Content Design for Digital Marketing Communication	3 (3-0-6)
DMC 3202	Aesthetics Taste for Digital Marketing Communication	3 (3-0-6)
DMC 3203	Online Community and Customer Relationship Management	3 (3-0-6)
DMC 3204	Digital Brand Storytelling and Design	3 (3-0-6)
DMC 3260-64	Selected Topics in Digital Marketing Communication Management	3 (3-0-6)

Concentration in Organizational Communication Management

OCM 3200	Leadership and Communication for Change	3 (3-0-6)
OCM 3201	Conflict Resolution and Management	3 (3-0-6)
OCM 3202	Team Dynamics and Group Communication	3 (3-0-6)
OCM 3203	Crisis Management and Communication	3 (3-0-6)
OCM 3204	Personal Branding for Success	3 (3-0-6)
OCM 3260-64	Selected Topics in Organizational Communication Management	3 (3-0-6)

3. Free Elective Courses 6 Credits

Students can take free elective courses of 6 credits from any faculty in Assumption University upon completion of the prerequisites (if any).

Study Plan

First Year

First Semester

Course Code	Course Title	Credits
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)
General Education Course		3 (3-0-6)
Total		15(14-3-30)

Second Semester

Course Code	Course Title	Credits
ELE 1002	Communicative English II	3 (2-3-6)
CA 1106	Introduction to Persuasive Communication	3 (3-0-6)
CA 1107	Idea Generation and Creativity	3 (3-0-6)
General Education Course		3 (3-0-6)
General Education Course		3 (3-0-6)
Total		15(14-3-30)

Second Year

First Semester

Course Code	Course Title	Credits
ELE 2000	Academic English	3 (2-3-6)
GE 2202	Ethics	3 (3-0-6)
CA 1108	Sustainability Intelligence, Management, and Communication	3 (3-0-6)
CA 2105	Introduction to Digital Marketing Communication	3 (3-0-6)
CA 2110	Media Literacy and Ethical Concerns	3 (3-0-6)
Total		15(14-3-30)

Second Semester

Course Code	Course Title	Credits
ELE 2001	Advanced Academic English	3 (3-3-6)
CA 2103	Impactful Public Speaking	3 (3-3-6)
CA 3100	Consumer Insight and Tools	3 (3-0-6)
CA 3101	Strategic Brand Communication	3 (3-0-6)

CA 3106	Research for Data-driven Communication	3 (3-0-6)
Total		15(15-6-30)

Third Year

First Semester

Course Code	Course Title	Credits
CA 2104	Data Visualization and Design	3 (3-0-6)
CA 3103	Organizational Insights and Tools	3 (3-0-6)
CA 3104	Strategic Organizational Communication	3 (3-0-6)
CA 3105	Diversity and Cross-cultural Communication	3 (3-0-6)
General Education Course		3 (3-0-6)
Total		15(15-0-30)

Second Semester

Course Code	Course Title	Credits
CA 3107	Digital Communication Campaign Planning	3 (3-0-6)
CA 3108	AI-powered Communication	3 (3-0-6)
Concentration Course		3 (3-0-6)
Concentration Course		3 (3-0-6)
Concentration Course		3 (3-0-6)
Total		15(15-0-30)

Fourth Year

First Semester

Course Code	Course Title	Credits
Concentration Course		3 (3-0-6)
Concentration Course		3 (3-0-6)
Concentration Course		3 (3-0-6)
Concentration Course		3 (3-0-6)
Concentration Course		3 (3-0-6)
Total		15(15-0-30)

Second Semester

Course Code	Course Title	Credits
CA 4101	Trends in Communication Management	3 (3-0-6)
Concentration Course		3 (3-0-6)
Concentration Course		3 (3-0-6)

Free Elective Course	3 (3-0-6)
Free Elective Course	3 (3-0-6)
Total	15(15-0-30)

Course Description

General Education 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 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 การจำแนกความถูกและความผิด กระทำตามความถูกต้องและละเว้นจากการกระทำที่ผิด การเข้าถึงการเติมเต็มชีวิตที่สมบูรณ์ขึ้น สิทธิและหน้าที่พลเมือง

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**

เรียนรู้ศิลปะการถ่ายภาพด้วยการทดลองเทคนิคและสไตล์ต่างๆ ของการถ่ายภาพสีและขาวดำ ศึกษาหลักการ เทคนิคแบบดั้งเดิมในการถ่ายภาพ การปรับแต่งภาพด้วยโปรแกรมดิจิทัลเพื่อให้ได้ตามรูปแบบและอารมณ์ต่างๆ โดยใช้วิธีวิจารณ์ศิลปะเพื่อประเมินและชี้วัดคุณค่าของภาพถ่าย

CA 1202 Talking to Strangers**3 (3-0-6) Credits**

Principles of interpersonal communication including self-introductions, making good first impressions, and long-term relationship building through communication

CA 1202 การคุยกับคนแปลกหน้า 3 (3-0-6) หน่วยกิต
หลักการสื่อสารระหว่างบุคคล ครอบคลุมถึงการแนะนำตนเอง การสร้างความประทับใจแรกที่ดี และการสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาวผ่านการสื่อสาร

CA 1203 Decoding Nonverbal Language 3 (3-0-6) Credits
Principles of nonverbal communication, definition and types of nonverbal communication, including body language, personal space, touch, eye contact, paralanguage, physical appearance, and time

CA 1203 การถอดรหัสอวัจนภาษา 3 (3-0-6) หน่วยกิต
หลักการสื่อสารด้วยอวัจนภาษา คำจำกัดความและรูปแบบการสื่อสารด้วยอวัจนภาษา ประเภทต่างๆ ครอบคลุมถึงภาษากาย พื้นที่ส่วนบุคคล การสัมผัส สายตา ปริภาษา รูปลักษณ์ และเวลา

CA 1204 Thai Street and Contemporary Art Culture 3 (3-0-6) Credits
This course explores the vibrant and evolving landscape of Thai street art and contemporary art culture. Students will examine graffiti, murals, performance art, installation, and other public interventions that shape Thailand's visual culture. Emphasis is placed on how contemporary Thai art reflects urban life, identity, politics, and globalization. Site visits, case studies, and media analysis will expose students to both mainstream and alternative art spaces in Thailand.

CA 1204 วัฒนธรรมศิลปะข้างทางและศิลปะร่วมสมัยของไทย 3 (3-0-6) หน่วยกิต
รายวิชานี้จะสำรวจภูมิทัศน์อันมีชีวิตชีวาและเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องของศิลปะสตรีทและวัฒนธรรมศิลปะร่วมสมัยในประเทศไทย นักศึกษาจะได้ศึกษากرافฟิตี จิตรกรรมฝาผนัง ศิลปะการแสดง ศิลปะจัดวาง และการแทรกแซงทางศิลปะในพื้นที่สาธารณะในรูปแบบอื่น ๆ ที่มีส่วนสร้างสรรค์วัฒนธรรมภาพของไทย โดยเน้นให้เห็นถึงวิธีที่ศิลปะร่วมสมัยของไทยสะท้อนชีวิตในเมือง อัตลักษณ์ การเมือง และโลกาภิวัตน์ กิจกรรมภาคสนาม กรณีศึกษา และการวิเคราะห์สื่อจะเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้สัมผัสกับทั้งพื้นที่ศิลปะกระแสหลักและทางเลือกในประเทศไทย

CA 1205 Art and Design Appreciation 3 (3-0-6) Credits
This course introduces students to the major developments in art and design from past to present with an emphasis on appreciation rather than chronology. Students will explore significant movements, styles, and creative practices while examining how art and design reflect social, cultural, and technological contexts. Through critical viewing, analysis, and discussion, students will gain the tools to appreciate visual forms and connect them to contemporary communication practices.

CA 1205 การชื่นชมงานศิลปะและการออกแบบ**3 (3-0-6) หน่วยกิต**

รายวิชานี้เป็นการแนะนำให้นักศึกษาได้รู้จักกับพัฒนาการสำคัญของศิลปะและการออกแบบตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยเน้นที่การชื่นชมศิลปะมากกว่าการเรียงลำดับเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ นักศึกษาจะได้สำรวจขบวนการสำคัญ รูปแบบ และแนวปฏิบัติสร้างสรรค์ พร้อมทั้งศึกษาว่าศิลปะและการออกแบบสะท้อนบริบททางสังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยีอย่างไร ผ่านการชม วิเคราะห์ และอภิปรายอย่างมีวิจารณญาณ นักศึกษาจะได้รับเครื่องมือในการชื่นชมรูปแบบทางสายตาและเชื่อมโยงกับแนวปฏิบัติด้านการสื่อสารร่วมสมัย

CA 1206 Foundations of Visual Expression**3 (3-0-6) Credits**

This course introduces students to the fundamentals of visual expression through creative practice in art and craft. By exploring materials, forms, and processes across both traditional and contemporary approaches, students develop an understanding of how visual elements, such as line, shape, form, color, and texture, contribute to aesthetic communication. Emphasis is placed on experimentation, creativity, and the role of craft as a foundation for visual and design practices.

CA 1206 พื้นฐานการแสดงออกเชิงภาพ**3 (3-0-6) หน่วยกิต**

รายวิชานี้เป็นการแนะนำให้นักศึกษาได้เรียนรู้พื้นฐานของการแสดงออกทางสายตาผ่านการปฏิบัติสร้างสรรค์ในงานศิลปะและงานฝีมือ โดยนักศึกษาจะได้สำรวจวัสดุ รูปทรง และกระบวนการต่าง ๆ ทั้งในแนวทางดั้งเดิมและร่วมสมัย เพื่อพัฒนาความเข้าใจเกี่ยวกับองค์ประกอบทางสายตา เช่น เส้น รูปทรง รูปทรง สี และพื้นผิว ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสื่อสารความงามทางศิลปะ รายวิชาเน้นการทดลองสร้างสรรค์ การใช้ความคิดสร้างสรรค์ และบทบาทของงานฝีมือในฐานะรากฐานของการปฏิบัติด้านศิลปะและการออกแบบ

Specialized Courses**(a) Core Courses****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 ประเภทต่าง ๆ 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 สัญลักษณ์ การใช้ประโยชน์และความพึงใจ และเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด เพื่อความสามารถในการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ในสื่อประเภทต่างๆ		
CA 1106	Introduction to Persuasive Communication	3 (3-0-6) Credits
Principles of persuasive communication, definition and types of persuasive communication, and ethics in persuasive communication		
CA 1106	การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจเบื้องต้น	3 (3-0-6) หน่วยกิต
หลักการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ คำจำกัดความและรูปแบบการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ ประเภทต่างๆ และจริยธรรมในการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ		
CA 1107	Idea Generation and Creativity	3 (3-0-6) Credits
Exploration of inspirational sources for idea generation and creativity, using tools and techniques of idea generation, applying creative ideas to communication management		
CA 1107	การสร้างความคิดและความคิดสร้างสรรค์	3 (3-0-6) หน่วยกิต
การสำรวจแหล่งสร้างแรงบันดาลใจสำหรับการสร้างความคิดและความคิดสร้างสรรค์ การใช้เครื่องมือและเทคนิคของการสร้างความคิด การประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการบริหารการสื่อสาร		

CA 1108	Sustainability Intelligence, Management, and Communication	3 (3-0-6) Credits
A study of sustainability intelligence, management, and communication including concepts, principles, theories and case studies.		
CA 1108	ความฉลาดทางความยั่งยืน การบริหาร และการสื่อสาร	3 (3-0-6) หน่วยกิต
การศึกษาความฉลาดทางความยั่งยืน การบริหาร และการสื่อสาร ในแง่แนวคิด หลักการ ทฤษฎี และกรณีศึกษา		
CA 2105	Introduction to Digital Marketing Communication	3 (3-0-6) Credits
Market analysis, customer segmentation, targeting, and insights, digital marketing communication tools and functions, selection and integration of digital marketing communication tools to achieve integrated digital marketing communication objectives, identifying key performance indicators for evaluation that are essential for businesses.		
CA 2105	การสื่อสารการตลาดดิจิทัลเบื้องต้น	3 (3-0-6) หน่วยกิต
การวิเคราะห์ตลาด การแบ่งและเลือกกลุ่มเป้าหมาย การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย เครื่องมือการสื่อสารการตลาดดิจิทัล การคัดเลือกและผสมผสานเครื่องมือการสื่อสารการตลาดดิจิทัลเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์การสื่อสารการตลาดดิจิทัลแบบบูรณาการ การระบุตัวชี้วัดสำหรับการวัดผลที่จำเป็นสำหรับธุรกิจ		
CA 2110	Media Literacy and Ethical Concerns	3 (3-0-6) Credits
Prerequisite: CA 1100 Introduction to 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, and intellectual property.		
CA 2110	การรู้เท่าทันสื่อและการตระหนักถึงจริยธรรม	3 (3-0-6) หน่วยกิต
บูรพวิชา: CA 1100 การสื่อสารเบื้องต้น		
องค์ประกอบและหลักการของโครงสร้างสิ่งแวดล้อมเชิงมหภาค (ด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี กฎหมาย และสิ่งแวดล้อม) ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อและตัวบุคคล การรู้เท่าทันสื่อ บทบาทของสื่อที่มีต่อการสร้างและสะท้อนความจริงของสังคม รวมถึงจริยธรรมในอุตสาหกรรมสื่อ และทรัพย์สินทางปัญญา		

(b) Major Required Courses

CA 2103	Impactful Public Speaking	3 (3-0-6) Credits
Concept and practice in public speaking. Learners can use presentation aids to successfully communicate ideas and deliver effective presentation skills for both individual and business impact.		

CA 2103 การพูดในที่สาธารณะอย่างทรงพลัง

3 (3-0-6) หน่วยกิต

แนวคิดและการฝึกปฏิบัติการพูดในที่สาธารณะ โดยผู้เรียนจะสามารถใช้เครื่องมือในการ นำเสนอเพื่อสื่อสารแนวคิดให้ประสบความสำเร็จและใช้ทักษะการนำเสนอที่ทรงพลังเพื่อความสำเร็จส่วนบุคคลและทางธุรกิจ

CA 2104 Data Visualization and Design

3 (3-0-6) Credits

Concept and practice in data visualization, including data analysis, aesthetic design, and turning traditional data to visual communication

CA 2104 การสร้างภาพจากข้อมูล

3 (3-0-6) หน่วยกิต

แนวคิดและการฝึกปฏิบัติการสร้างภาพจากข้อมูล ครอบคลุมถึงการวิเคราะห์ข้อมูล การออกแบบที่สวยงาม และการเปลี่ยนจากข้อมูลดั้งเดิมเป็นการสื่อสารด้วยภาพ

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 และกรณีศึกษา โดยผู้เรียนจะใช้เครื่องมือและวิธีวิจัยเพื่อระบข้อมูล เชิงลึกเกี่ยวกับผู้บริโภคเพื่อวางแผนการสื่อสารและตราสินค้าที่มุ่งเน้นผู้บริโภค

CA 3101 Strategic Brand Communication

3 (3-0-6) Credits

Prerequisite: CA 2105 Introduction to Digital 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

บรรพวิชา: CA 2105 การสื่อสารการตลาดดิจิทัลเบื้องต้น

การวิเคราะห์ธุรกิจ ตราสินค้า และการตลาดเพื่อการสร้างและการสื่อสารตราสินค้า การสร้างเอกลักษณ์ตรา
สินค้า ตำแหน่งตราสินค้า บุคลิกตราสินค้า องค์ประกอบตราสินค้า การใช้เครื่องมือการสื่อสารตราสินค้าเพื่อ
สร้างคุณค่าตราสินค้า

CA 3103 Organizational Insights and Tools**3 (3-0-6) Credits**

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

CA 3103 การเข้าใจและใช้เครื่องมือศึกษาองค์กรเชิงลึก**3 (3-0-6) หน่วยกิต**

การศึกษาองค์กรเชิงลึก ในแง่แนวคิด หลักการ ทฤษฎี และกรณีศึกษา โดยผู้เรียนจะใช้เครื่องมือและวิธีวิจัยเพื่อระบุข้อมูล เชิงลึกเกี่ยวกับองค์กรเพื่อวางแผนและการสื่อสารที่มุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

CA 3104 Strategic Organizational Communication**3 (3-0-6) Credits**

Business and organizational analyses for organization management, organization development, organization change, using tools of organizational communication to build organizational equity

CA 3104 การสื่อสารองค์กรเชิงกลยุทธ์**3 (3-0-6) หน่วยกิต**

การวิเคราะห์ธุรกิจและองค์กรเพื่อการบริหารองค์กร การพัฒนาองค์กร การเปลี่ยนแปลงองค์กร การใช้เครื่องมือการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างคุณค่าองค์กร

CA 3105 Diversity and Cross-cultural Communication**3 (3-0-6) Credits**

A study of diversity and cross-cultural communication including concepts, principles, theories and case studies.

CA 3105 ความหลากหลายและการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม**3 (3-0-6) หน่วยกิต**

การศึกษาความหลากหลายและการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม ในแง่แนวคิด หลักการ ทฤษฎี และกรณีศึกษา

CA 3106 Research for Data-driven Communication**3 (3-0-6) Credits**

A study of basic research methodology to provide data in decision making, applications of databases, acquired from quantitative and qualitative methodologies, for creating data-driven communication

CA 3106 การวิจัยเพื่อการสื่อสารที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล**3 (3-0-6) หน่วยกิต**

การศึกษาระเบียบวิธีวิจัยเบื้องต้นเพื่อให้ข้อมูลในการตัดสินใจ การประยุกต์ใช้ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ สำหรับการโฆษณา การสื่อสารการตลาด รวมถึงการสื่อสารตราสินค้า เพื่อสร้างสรรค์แผนการรณรงค์การสื่อสารที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล

CA 3107 Digital Communication Campaign Planning**3 (3-0-6) Credits**

Prerequisite: CA 2105 Introduction to Digital Marketing Communication

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

CA 3107 การวางแผนและสร้างกลยุทธ์ทางการสื่อสารการตลาดแบบ บูรณาการ 3 (3-0-6) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 2105 การสื่อสารการตลาดดิจิทัลเบื้องต้น

การคัดเลือกและผสมผสานเครื่องมือการสื่อสารการตลาดดิจิทัล การวางแผนกลยุทธ์ การจัดเตรียมเอกสาร และการวัดประสิทธิผลของการรณรงค์ดิจิทัลในการเสริมสร้างคุณค่าในเส้นทางการเดินทางของลูกค้า

CA 3108 AI-powered Communication 3 (3-0-6) Credits

A study of marketing technology and artificial intelligence, using marketing technology and artificial intelligence to create AI-powered communication, and intellectual property.

CA 3108 การสื่อสารที่ขับเคลื่อนโดยปัญญาประดิษฐ์ 3 (3-0-6) หน่วยกิต

การศึกษาเทคโนโลยีการตลาดและปัญญาประดิษฐ์ การใช้เทคโนโลยีการตลาดและปัญญาประดิษฐ์เพื่อสร้างการสื่อสารที่ขับเคลื่อนด้วยปัญญาประดิษฐ์ และทรัพย์สินทางปัญญา

CA 4101 Trends in Communication Management 3 (3-0-6) Credits

Analysis of the current trends and situations in communication management to utilize them for communication management purposes

CA 4101 สถานการณ์ปัจจุบันด้านการบริหารการสื่อสาร 3 (3-0-6) หน่วยกิต

การวิเคราะห์กระแสนิยมและสถานการณ์ปัจจุบันต่างๆ ด้านการบริหารการสื่อสาร เพื่อนำมาพัฒนาใช้สำหรับวัตถุประสงค์ทางการบริหารการสื่อสาร

(c) Concentration Courses

DMC 3200 Online Customer Journey and Experience Design 3 (3-0-6) Credits

Prerequisite: CA 3100 Consumer Insights and Tools

Exploration of online customer lifestyles and journeys to create meaningful customer experiences

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

บุรพวิชา: CA 3100 การเข้าใจและใช้เครื่องมือศึกษาผู้บริโภคเชิงลึก

การสำรวจรูปแบบการดำเนินชีวิตและเส้นทางการเดินทางของลูกค้าออนไลน์เพื่อการสร้างประสบการณ์ที่มีความหมายและน่าประทับใจให้กับลูกค้า

DMC 3201 Content Design for Digital Marketing Communication 3 (3-0-6) Credits

Framework and principles of content design for digital marketing communication in various platforms to achieve digital marketing communication objectives

DMC 3201 การออกแบบเนื้อหาสำหรับการสื่อสารการตลาดดิจิทัล **3 (3-0-6) หน่วยกิต**
กรอบแนวคิดและหลักการออกแบบเนื้อหาสำหรับการสื่อสารการตลาดดิจิทัลในหลากหลายแพลตฟอร์มเพื่อ
บรรลุวัตถุประสงค์การสื่อสารการตลาดดิจิทัล

DMC 3202 **Aesthetics Taste for Digital Marketing Communication** **3 (3-0-6) Credits**
Copywriting and art direction for digital marketing communication, choosing words and arranging
images to create creative marketing and brand communication

DMC 3202 **รสนิยมสุนทรีย์เพื่อการสื่อสารการตลาดดิจิทัล** **3 (3-0-6) หน่วยกิต**
การเขียนคำพูดและองค์ประกอบศิลป์สำหรับการสื่อสารการตลาดดิจิทัล การเลือกคำพูดและจัดวาง
องค์ประกอบศิลป์เพื่อสร้างการสื่อสารการตลาดและตราสินค้าที่มีความคิดสร้างสรรค์

DMC 3203 **Online Community and Customer Relationship Management** **3 (3-0-6) Credits**

Prerequisite: CA 3100 Consumer Insights and Tools

A study of online communities and value creation practices to create customer acquisition and
retention planning for long-term customer relationship management

DMC 3203 **สังคมออนไลน์และการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า** **3 (3-0-6) หน่วยกิต**

บุรพวิชา: CA 3100 การเข้าใจและใช้เครื่องมือศึกษาผู้บริโภคเชิงลึก

การศึกษาสังคมออนไลน์และกิจกรรมสร้างคุณค่าต่างๆเพื่อวางแผนการหาลูกค้าและการรักษาลูกค้าเพื่อการ
จัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว

DMC 3204 **Digital Brand Storytelling and Design** **3 (3-0-6) Credits**

A study of digital brand storytelling and corporate identity design including brand elements, logos,
symbols, colors, fonts, mascots, packaging and brand naming

DMC 3204 **การเล่าเรื่องราวของตราสินค้าดิจิทัลและการออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้า** **3 (3-0-6) หน่วยกิต**

การศึกษากการเล่าเรื่องของตราสินค้าดิจิทัลและการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร ครอบคลุมถึงองค์ประกอบตรา
สินค้า โลโก้ สัญลักษณ์ สี สัน ตัวอักษร มาสคอต บรรจุภัณฑ์และการตั้งชื่อตราสินค้า

DMC 3260-64 **Selected Topics in Digital Marketing Communication Management** **3 (3-0-6) Credits**

An exploration and practice of selected topics in digital marketing communication management. The
topic will be announced semester by semester.

DMC 3260-64 หัวข้อคัดสรรด้านการบริหารการสื่อสารการตลาดดิจิทัล **3 (3-0-6) หน่วยกิต**
การสำรวจและฝึกฝนหัวข้อคัดสรรด้านการบริหารการสื่อสารการตลาดดิจิทัล โดยจะพิจารณากำหนดหัวข้อในแต่ละภาคการศึกษาตามความเหมาะสม

OCM 3200 Leadership and Communication for Change **3 (3-0-6) Credits**
A study of leadership, types of leadership styles, and the role of communication in driving organizational change

OCM 3200 ภาวะผู้นำและการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง **3 (3-0-6) หน่วยกิต**
การศึกษาภาวะผู้นำ ประเภทของภาวะผู้นำ และบทบาทของการสื่อสารที่มีต่อการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงองค์กร

OCM 3201 Conflict Resolution and Management **3 (3-0-6) Credits**
A study of conflict management, types of conflict, and conflict resolution strategies

OCM 3201 การแก้ไขและการบริหารความขัดแย้ง **3 (3-0-6) หน่วยกิต**
การศึกษาการบริหารความขัดแย้ง ประเภทของความขัดแย้ง และกลยุทธ์การแก้ไขความขัดแย้ง

OCM 3202 Team Dynamic and Group Communication **3 (3-0-6) Credits**
A study of team dynamics and the role of group communication in work productivity and performance

OCM 3202 พลวัตกลุ่มและการสื่อสารกลุ่ม **3 (3-0-6) หน่วยกิต**
การศึกษาพลวัตกลุ่มและบทบาทของการสื่อสารที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานและผลปฏิบัติงาน

OCM 3203 Crisis Management and Communication **3 (3-0-6) Credits**
Nature of issues and crisis management from a communication perspective, current case studies on crisis management, including how to develop a crisis communication plan in order to manage reputation and image of the organization

OCM 3203 การจัดการภาวะวิกฤติและการสื่อสาร **3 (3-0-6) หน่วยกิต**
ลักษณะของประเด็นและการจัดการภาวะวิกฤติจากมุมมองของการสื่อสาร กรณีศึกษาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการภาวะวิกฤติ ตลอดจนการวางแผนการสื่อสารในภาวะวิกฤติเพื่อการบริหารชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กร

OCM 3240 Personal Branding for Success **3 (3-0-6) Credits**
Principles and techniques of personality development, personal image management and personal branding including appropriate authentic self-presentation and improvement of external image such as make-up, hairstyling, dressing, and social communication

OCM 3240 การสร้างตราสินค้าบุคคลเพื่อความสำเร็จ 3 (3-0-6) หน่วยกิต

หลักการและเทคนิคในการพัฒนาบุคลิกภาพ การบริหารภาพลักษณ์ส่วนบุคคล และการสร้างตราสินค้าบุคคล ครอบคลุมถึงการเปิดเผยตัวตนที่แท้จริงอย่างเหมาะสม การปรับปรุงภาพลักษณ์ภายนอก เช่น การแต่งหน้า การแต่งผม การแต่งกาย และการสื่อสารในสังคม

OCM 3260-64 Selected Topics in Organizational Communication 3 (3-0-6) Credits

Management

An exploration and practice of selected topics in organizational communication management. The topic will be announced semester by semester.

OCM 3260-64 หัวข้อคัดสรรด้านการบริหารการสื่อสารองค์กร 3 (3-0-6) หน่วยกิต

การสำรวจและฝึกฝนหัวข้อคัดสรรด้านการบริหารการสื่อสารองค์กร โดยจะพิจารณากำหนดหัวข้อในแต่ละภาคการศึกษาตามความเหมาะสม