ALBERT LAURENCE SCHOOL OF COMMUNICATION *ARTS*
ASSUMPTION UNIVERSITY

Student Manual

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

(September 2022)

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	Expected Learning Outcomes (ELOs)
1. Creative Thinking	(3.1) Analyze problems creatively and systematically, interpret, and make conclusions as well as propose solutions creatively. (3.2) Solve problems appropriately on their own. (3.3) Apply intellectual skills in living in the society.
2. Entrepreneurial Mindset	(2.1) Have knowledge and understanding of communication arts, creative commercial communication, art of entrepreneurship, management, and business, as well as able to integrate them with other related knowledge. (2.2) Have the ability to keep up with the academic innovation and development, information technology, and able to continuously develop knowledge in communication arts, creative commercial communication, art of entrepreneurship, management, and business. (2.3) Have knowledge in conducting research and applying result in communication arts, creative commercial communication, art of entrepreneurship, management, and business. (2.4) Have knowledge and understanding of the process of communication arts, creative commercial communication, art of entrepreneurship, management, and business, including planning, creative implementation, work evaluation control, and plan improvement.
3. Creative Commercial Communication Knowledge	

	(5.1) Think and analyze logically and give reasons to numerical findings appropriately. (5.2) Apply statistical techniques for solving problems appropriately.
4. Interpersonal Skills	(4.1) Perform both roles of a leader and a follower. (4.2) Respect rights and opinions of others as well as respect values and human integrity. (4.3) Able to work in a team, resolve conflicts, and prioritize work. (4.4) Able to build networks and relationships at the individual and social levels. (5.3) Use information and communication technology creatively and appropriately. (5.4) Present numerical information to a diverse audience efficiently and effectively. (5.5) Communicate fluently in listening, speaking, reading, and writing English.
5. Professional Ethics	(1.1) Realize the value of ethics and morals, know how to sacrifice, and honest to self and society. (1.2) Respect rules, have discipline, punctual, and have responsibility to self and society. (1.3) Exhibit proper manners in all social situations. (1.4) Abide by the code of ethics academically and professionally in the field of creative commercial communication.

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 Requirements

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 must select a concentration in the concentration areas provided below.

The total credits of concentration courses are 27 credits. Students must 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".

- **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, 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, 1st 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, especially, general studies and BBA 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

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 1410	Thai for Professional Communication (for Thai students)	2 (2-0-4)
or GE 1411	Thai Language for Multicultural Communication (for non-Thai students)	2 (2-0-4)
or GE 1412	Introductory Thai Usage (for Thai students from International Program)	2 (2-0-4)

Social Science Courses 9 Credits

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

Humanities Courses 2 Credits

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

Science and Mathematics Courses 5 Credits

BBA 1007	Data Analytics for Entrepreneurs	3 (2-2-5)
GE 1303	Science for Sustainable Future	2 (2-0-4)

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 3112	Sound Design for Communication	3 (2-2-5)
CA 3120	Entrepreneurial Principles and Practices for Communication Arts	3 (3-0-6)
CA 3130	Creative Commercial Communication Internship	1 (160 hours)
CA 4100	Creative Commercial Communication Workshop	3 (2-2-5)

Concentration Courses 27 Credits

Concentration in Advertising and Brand Communication

AD 3200	Strategic Integrated Marketing Communication Planning	3 (3-0-6)
AD 3201	Data-driven Communication and Advertising Research	3 (2-2-5)
AD 3202	Customer Journey, Branded Experience and Relationship	3 (3-0-6)
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 And Entrepreneurs	3 (2-2-5)
PR 3241	Experiential Event Management for Stakeholder Relations	3 (2-2-5)
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 Communication Technology Practices	3 (2-2-5)
DM 3260-64	Selected Topics in Digital Media Communication Concepts	3 (3-0-6)
DM 3270-74	Selected Topics in Digital Media Communication Practices	3 (2-2-5)
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 3282	Aesthetic Taste for Creative Communication	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)
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 1104	Creative Production Management	3 (2-2-5)
GE 1410	Thai for Professional Communication (for Thai students)	2 (2-0-4)
or GE 1411	Thai Language for Multicultural Communication (for non-Thai students)	2 (2-0-4)
or GE 1412	Introductory Thai Usage (for Thai students from International Program)	2 (2-0-4)
	Total 17 (14-7-32)	

Second Semester

Course Code	Course Title	Credits
BBA 1004	Essential Marketing for Entrepreneurs	2 (2-0-4)
CA 1102	Introduction to Creative Communication	3 (3-0-6)
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)
GE 1303	Science for Sustainable Future	2 (2-0-4)
	Total 16 (14-5-31)	

Second Year

First Semester

Course Code	Course Title	Credits
BBA 1005	Essential Finance for Entrepreneurs	2 (2-0-4)
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)
GE 2110	Human Civilizations and Global Citizens	2 (2-0-4)
	Total	16 (13-7-30)

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)
BBA 1006	Essential Economics for Entrepreneurs	2 (2-0-4)
	Total	17 (15-5-33)

Third Year

First Semester

Course Code	Course Title	Credits
CA 3100	Consumer Insights and Tools	3 (3-0-6)
CA3101	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 3112	Sound Design for Communication	3 (2-2-5)
GE 2202	Ethics	3 (3-0-6)
	Total	18 (16-4-34)

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)
BBA 1007	Data Analytics for Entrepreneurs	3 (2-2-5)
Concentration Courses		3 (2-2-5)
Concentration Courses		3 (2-2-5)
Concentration Courses		3 (2-2-5)
	Total 18 (13-10-31)	

Summer Session

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

Fourth Year

First Semester

Course Code	Course Title	Credits
For Advertising and Brand Communication Concentration		
AD 4202	Advertising and Brand Communication Workshop	3 (2-2-5)
For Digital Media Communication Concentration		
DM 4202	Digital Media Communication Workshop	3 (2-2-5)
For Image Management and Public Relations Concentration		
PR 4242	Image Management and Public Relations Workshop	3 (2-2-5)
For Innovative Gamification and Content Management Concentration		
IG 4200	Innovative Gamification and Content Management Workshop	3 (2-2-5)
For Live Event Creation and Management Concentration		
LV 4211	Live Event Creation and Management Workshop	3 (2-2-5)
Concentration Courses		3 (2-2-5)
Concentration Courses		3 (2-2-5)
Concentration Courses		3 (2-2-5)
Concentration Courses		3 (2-2-5)
	Total 15 (10-10-25)	

Second Semester

Course Code	Course Title	Credits
CA 4100	Creative Commercial Communication Workshop	3 (2-2-5)
Concentration Courses		3 (2-2-5)
Free Elective		3 (2-2-5)
Free Elective		3 (2-2-5)
	Total	12 (8-8-20)

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 ที่จำเป็นต่อการศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยอย่างมีประสิทธิภาพ

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

บุรพวิชา: ELE 2000 ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการ

ภาษาอังกฤษขั้นสูงเชิงวิชาการแบบสหวิทยาการ เน้นการคิด วิเคราะห์ในด้านการอ่าน การเขียน การฟัง และการพูดที่จำเป็นสำหรับการศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยอย่างมีประสิทธิภาพ

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 โครงการ และรายงานการประชุม 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

(บนักศึกษาต่างชาติวิชาบังคับสำหรั)

ภาษาไทยเบื้องต้นสำหรับการสื่อสารในพหุวัฒนธรรม การบูรณาทัศนะทางวัฒนธรรมเข้ากับการพูดและการฟังในการทำงาน วัฒนธรรมและธรรมเนียมไทยในแต่ละบทบทวิชาชีพ 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 สระ

วรรณยุกต์ และไวยากรณ์ไทย การสร้างประโยคภาษาไทยเบื้องต้นที่ถูกต้อง

2. Social Science Courses

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 (2-0-4) หน่วยกิต

หลักการพื้นฐานเกี่ยวกับการตลาด รวมถึงหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณ แนวโน้ม ช่องทาง เครื่องมือ แพลตฟอร์ม และการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ตลอดจนการทำไปประยุกต์ใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาด

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 รวมถึงประเภทและแหล่งที่มาของการเพิ่มทุน 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

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

3. Humanities Courses

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 ความสำเร็จและมรดกของอารยธรรมตะวันตกและอารยธรรมตะวันออกตั้งแต่ยุคโบราณ เพื่อเข้าใจและประยุกต์ที่มาและผลกระทบของโลกาภิวัตน์ต่อสังคมในยุคปัจจุบันและสังคมแห่งความต่างวัฒนธรรม ในอันที่จะช่วยมนุษย์ได้ตระหนักในการวิจัยและสืบค้นข้อมูลความเชื่อมโยงระหว่างอดีตกับปัจจุบัน

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

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

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

ศิลปะทวาราวดี 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 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

ทฤษฎีหลักการพื้นฐานและบทบาทของการการสื่อสารกับผู้เกี่ยวข้องในมิติต่างๆ 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, รวมถึงผลิตงานละครเพลง, การออกแบบเสียง, การแสดง, การคัดเลือกนักแสดง, การแสดง, การเขียนบท, วิเคราะห์ภาพยนตร์, โฆษณา, ศิลปะการถ่ายภาพ, รายละเอียดการผลิต, การจัดการการผลิต, การออกแบบความคิดเชิงสร้างสรรค์ผ่านการระดมความคิดในงานกลุ่มเพื่อถ่ายทอดการเล่าเรื่องที่น่าสนใจผ่านการผลิตสื่อวีดีโอโดยการใช้ช่องทางสื่อดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์ในการจัดการขั้นพื้นฐาน

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 เกมส์ออนไลน์และ 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: BBA 1004 Essential Marketing for Entrepreneurs
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: BBA 1104 การตลาดที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการ
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 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 บทบาทของสื่อที่มีต่อการสร้างและสะท้อนความจริงของสังคม 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

การออกแบบรูปลักษณ์ของเว็บไซต์และแอปพลิเคชันบนมือถือ โดยคำนึงถึงหลัก UX/UI การวางแผนผังเว็บไซต์ และการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลเพื่อให้ทันต่อกระแสโลก ผู้เรียนจะใช้โปรแกรมต้นแบบเพื่อทดสอบเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน และผลิตเนื้อหาสำหรับสร้างประการณ์เชิงโต้ตอบของผู้ใช้สื่อ รวมถึงการถ่ายทอดสดทางอินเทอร์เน็ต และการแพร่ภาพผ่านสื่อดิจิทัล

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

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

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 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 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 นำเสนอเพื่อสื่อสารแนวคิดให้ประสบความสำเร็จและใช้ทักษะการนำเสนอที่มีประสิทธิภาพเพื่อความสำเร็จส่วนบุคคลและทางธุรกิจ

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 โดยผู้เรียนจะใช้เครื่องมือ

และวิธีวิจัยเพื่อระบุข้อมูล เชิงลึกเกี่ยวกับผู้บริโภคเพื่อวางแผนการสื่อสารและตราสินค้าที่มุ่งเน้นผู้บริโภค

CA 3101 Strategic Brand Communication 3 (3-0-6) Credits

Prerequisite: CA 2102 Principles of 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

CA 3102 Media Planning 3 (3-0-6) Credits

Prerequisite: CA 1101 Introduction to Strategic Communication

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.

CA 3102 การวางแผนสื่อ 3 (3-0-6) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 1101 การสื่อสารเชิงกลยุทธ์เบื้องต้น

การศึกษาการวางแผนสื่อจากโจทย์ของการใช้สื่อ ผู้เรียนจะวิเคราะห์ประเภทของกลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์ทางการสื่อสารการตลาดและตราสินค้า ระยะเวลา และการซื้อสื่ออย่างมีประสิทธิผล รวมถึงกลยุทธ์และการประเมินผล

CA 3110 Storytelling for Creative Communication 3 (2-2-5) Credits

Prerequisite: CA 1102 Introduction to Creative Communication

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

CA 3110 การเล่าเรื่องสำหรับการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ 3 (2-2-5) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 1102 การสื่อสารเชิงสร้างสรรค์เบื้องต้น

การทำความเข้าใจและฝึกฝนในเรื่องการเล่าเรื่องสำหรับการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ ผู้เรียนจะสามารถใช้วิธีการสร้าง ความคิดและแรงบัลดาลใจต่างๆเพื่อออกแบบการเล่าเรื่อง อย่างสร้างสรรค์สำหรับการสื่อสาร

CA 3111 Creative Entrepreneurial Project Management 3 (2-2-5) Credits

Prerequisite: CA 1104 Creative Production Management

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.

CA 3111 การจัดการโครงการสร้างสรรค์สำหรับผู้ประกอบการ 3 (2-2-5) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 1104 การจัดการการผลิตงานสร้างสรรค์

บูรณาการความรู้ทักษะ และเทคนิควิธีการในการค้นคว้าวิจัยสำหรับการนำเสนอโครงการสร้างสรรค์สำหรับผู้ประกอบการ การจัดการและการสร้างสรรค์แผนงานแคมเปญเพื่อการขายแผนงานโครงการฯ กระบวนการกำกับงานแสดงและงานอีเว้นท์ การวิเคราะห์บท การนำเสนอแก่น กรอบมโนทัศน์และความคิด การจัดวางองค์ประกอบ การจัดวางตำแหน่งบนเวที และกระบวนการการฝึกซ้อมการแสดง

CA 3112 Sound Design for Communication 3 (2-2-5) Credits

Prerequisite: CA 1104 Creative Production Management

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.

CA 3112 การออกแบบเสียงเพื่อการสื่อสาร 3 (2-2-5) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 1104 การจัดการการผลิตงานสร้างสรรค์

หลักการออกแบบเสียง การวิเคราะห์เสียง การบันทึกเสียงในฉาก การสังเคราะห์เสียงต่าง ๆ อาทิ ดนตรี เสียงสิ่งแวดล้อม เสียงบรรยากาศ การเปลี่ยนบทสนทนาอัตโนมัติ (ADR) การตัดต่อเสียง และการควบคุมเสียง เพื่อให้มีความรู้และทักษะในการใช้อุปกรณ์เครื่องเสียง เช่น ไมโครโฟนไร้สาย ไมโครโฟนแบบบูม และห้องบันทึกเสียง เพื่อออกแบบเสียงและดนตรีสำหรับการผลิตวิดีโอและการแสดงสด

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

Prerequisite: BBA 1004 Essential Marketing for Entrepreneurs

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 พื้นฐานและการปฏิบัติเชิงความเป็นผู้ประกอบการสำหรับนักนิเทศศาสตร์ 3 (3-0-6) หน่วยกิต

บุรพวิชา: BBA 1004 การตลาดที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการ

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 (160ชั่วโมง)

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

บุรพวิชา: 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 Principles of 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 การวางกลยุทธ์และการวัดประสิทธิผลของการรณรงค์ในการเสริมสร้างคุณค่าในเส้นทางการเดินทางของลูกค้า

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 การผสมผสานระหว่างประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของตราสินค้ากับเส้นทางการเดินทางของลูกค้าและข้อมูลลูกค้าเพื่อวางแผนการหาลูกค้าและการรักษาลูกค้าเพื่อการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว

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

การสำรวจแหล่งสร้างแรงบัลดาลใจสำหรับการสร้างความคิด การใช้เครื่องมือและเทคนิคของการสร้างความคิด การประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์

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

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

AD 3260-64 หัวข้อคัดสรรเชิงแนวคิดด้านการโฆษณาและสื่อสารตราสินค้า 3 (3-0-6) หน่วยกิต

การสำรวจและศึกษาหัวข้อคัดสรรเชิงแนวคิดด้านการโฆษณาและสื่อสารตราสินค้าโดยจะพิจารณากำหนดหัวข้อในแต่ละภาคการศึกษาตามความเหมาะสม

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

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

การสำรวจและฝึกฝนหัวข้อคัดสรรเชิงปฏิบัติด้านการโฆษณาและสื่อสารตราสินค้าโดยจะพิจารณากำหนดหัวข้อในแต่ละภาคการศึกษาตามความเหมาะสม

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 และเสริมสร้างคุณค่าตราสินค้าในเส้นทางการเดินทางของลูกค้ารูปแบบใหม่ การขับเคลื่อนธุรกิจและตราสินค้าสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงดิจิทัล

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

Prerequisite: CA 2102 Principles of 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 การวางกลยุทธ์สื่อดิจิทัล 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 ผู้เรียนจะวางแผนการโฆษณาและแคมเปญการสื่อสารแบรนด์เพื่อส่งเสริมธุรกิจ

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, แนวคิดการข้ามพ้นวัฒนธรรม, แนวคิดสกุลหลังสมัยใหม่, ทฤษฎีวิพากษ์, อิทธิพลของสื่อ เพื่อวางกลยุทธ์และจัดการการสื่อสารในสื่อดิจิทัล

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 รวมถึงการบริหารเวลา งบประมาณ 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

CA 3110 การเล่าเรื่องสำหรับการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์

เพิ่มพูนทักษะด้านการเล่าเรื่องด้วยภาพ ผ่านการฝึกปฏิบัติพัฒนาเรื่องราวจนนำไปสู่การผลิตจริง อันประกอบด้วยการกลั่นกรองเนื้อหา แก่นเรื่อง ตัวละคร โครงเรื่อง บทสนทนา ภาษาภาพยนตร์ เทคนิคการถ่ายทำ การกำกับภาพ มุมกล้อง การเคลื่อนกล้อง ตลอดจนการตัดต่อ เพื่อการผลิตวิดีโอคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มดิจิทัล

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

Prerequisite: CA 2120 Interactive and Digital Platform Design

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.

DM 3203 สุนทรียศาสตร์การเล่าเรื่องกับการออกแบบโมชั่นกราฟิก 3 (2-2-5) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 2120 การออกแบบสื่อเชิงโต้ตอบและสื่อดิจิทัล

หลักการด้านองค์ประกอบศิลป์และภาคปฏิบัติการออกแบบโมชั่นกราฟิกเชิงสร้างสรรค์สำหรับการเล่าเรื่องบนสื่อดิจิทัล อาทิ เทคนิคการออกแบบการเคลื่อนไหว การควบคุมจังหวะและพื้นที่การเล่าเรื่อง แนวคิดการสร้างวัตถุเคลื่อนไหวในงานวิดีโอ การประสานวัตถุสองมิติบนพื้นที่สามมิติ เพื่อเพิ่มสุนทรีศาสตร์ด้านความงามและความหมายในงานวิดีโอคอนเทนต์หรืออินโฟกราฟิก

DM 3260-64 Selected Topics in Digital Media Communication Concepts 3 (3-0-6) Credits

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

DM 3260-64 หัวข้อคัดสรรเชิงแนวคิดด้านการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล 3 (3-0-6) หน่วยกิต

การสำรวจและศึกษาหัวข้อคัดสรรเชิงแนวคิดด้านการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลโดยจะพิจารณากำหนดหัวข้อในแต่ละภาคการศึกษาตามความเหมาะสม

DM 3270-74 Selected Topics in Digital Media Communication Practices 3 (2-2-5) Credits

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

DM 3270-74 หัวข้อคัดสรรเชิงปฏิบัติด้านการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล 3 (2-2-5) หน่วยกิต

การสำรวจและฝึกฝนหัวข้อคัดสรรเชิงปฏิบัติด้านการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลโดยจะพิจารณากำหนดหัวข้อในแต่ละภาคการศึกษาตามความเหมาะสม

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

Prerequisite: AAD 2008 Photography

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.

DM 4200 จังหวะการเล่าเรื่อง 3 (2-2-5) หน่วยกิต

บุรพวิชา: AAD 2008 การถ่ายภาพ

CA 2120 การออกแบบสื่อเชิงโต้ตอบและสื่อดิจิทัล

การเรียบเรียงลำดับเหตุการณ์ของเรื่องเล่า หลักการตัดต่อ เทคนิคการตัดต่ออย่างสร้างสรรค์ การ

เปลี่ยนช็อตอย่างมีความหมาย การปรับแต่งสี การจัดการองค์ประกอบกราฟิก จังหวะการเล่าเรื่อง และการผสมผสานงานด้านภาพให้เข้ากับเสียงดนตรีประกอบ เพื่อยกระดับศักยภาพการเล่าเรื่องในงานคอนเทนต์วิดีโอให้เข้าถึงอารมณ์ผู้ชม

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

Prerequisite: CA 1103 Computer Graphic Design

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.

DM 4201 การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้สื่อดิจิทัล 3 (2-2-5) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 1103 การออกแบบคอมพิวเตอร์กราฟิก

CA 2120 การออกแบบสื่อเชิงโต้ตอบและสื่อดิจิทัล

เข้าใจพฤติกรรมใช้งานในการเสพสื่อดิจิทัลผ่านการวิจัยกลุ่มผู้ใช้งาน พฤติกรรมโดยรอบ ระบบความคิดเชื่อมโยง และการทดลองสมมติฐาน จนนำไปสู่การออกแบบหรือเลือกใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม เพื่อมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่กลุ่มเป้าหมาย

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

Prerequisite: DM 3201 Digital Content Resource Management

DM 3202 Story Development in Digital Motion Picture

DM 3203 Aesthetics of Narrative and Motion Design

ELE 2000 Academic English

A workshop training in digital media communication under the supervision of the instructor.

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

บุรพวิชา: DM 3201 การบริหารจัดการการผลิตเนื้อหาดิจิทัล

DM 3202 การพัฒนาบทและการสร้างภาพยนตร์

DM 3203 สุนทรียศาสตร์การเล่าเรื่องกับการออกแบบโมชั่นกราฟิก

ELE 2000 ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการ

การฝึกฝนปฏิบัติการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลโดยมีอาจารย์เป็นผู้ดูแล

IG 3200 Applied Gamification 3 (3-0-6) Credits

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.

IG 3200 เกมิฟิเคชั่นประยุกต์ 3 (3-0-6) หน่วยกิต

การประยุกต์ใช้ประสบการณ์เหมือนเกมในบริบทนอกเกม เกมิฟิเคชั่นใช้องค์ประกอบของเกม เช่น การเล่าเรื่อง ความท้าทาย ปริศนา และการเล่นร่วมกันเพื่อกิจกรรมทางธุรกิจ และความท้าทายด้านผลกระทบทางสังคม ที่สนุกสนานและน่าตื่นเต้น เพื่อสร้างประสบการณ์ที่น่าดึงดูดใจผู้บริโภค

IG 3201 Creative Innovation 3 (3-0-6) Credits

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.

IG 3201 นวัตกรรมสร้างสรรค์ 3 (3-0-6) หน่วยกิต

ระบบนิเวศของนวัตกรรม ธรรมชาติของความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม และบทบาทของวงจรนวัตกรรมที่นำไปสู่การพัฒนาแพลตฟอร์มนวัตกรรม ซึ่งรวมถึงการศึกษากระบวนการและเครื่องมือในการคิดเชิงออกแบบ

IG 3260-64 Selected Topics in Innovative Gamification and Content Management Concepts 3 (3-0-6) Credits

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

IG 3260-64 หัวข้อคัดสรรเชิงแนวคิดด้านนวัตกรรมเกมิฟิเคชั่นและการจัดการคอนเท็นต์ 3 (3-0-6) หน่วยกิต

การสำรวจและศึกษาหัวข้อคัดสรรเชิงแนวคิดด้านนวัตกรรมเกมิฟิเคชั่นและการจัดการคอนเท็นต์ 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 หัวข้อคัดสรรเชิงปฏิบัติด้านนวัตกรรมเกมิฟิเคชั่นและการจัดการคอนเท็นต์ 3 (2-2-5) หน่วยกิต

การสำรวจและฝึกฝนหัวข้อคัดสรรเชิงปฏิบัติด้านนวัตกรรมเกมิฟิเคชั่นและการจัดการคอนเท็นต์ 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 ปฏิบัติการนวัตกรรมเกมิฟิเคชั่นและการจัดการคอนเท็นต์ 3 (2-2-5) หน่วยกิต

บุรพวิชา: AD 3281 กลยุทธ์การสื่อสารไมโครอินฟลูเอนเซอร์

DM 4201 การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้สื่อดิจิทัล

ELE 2000 ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการ

PR 3282 การสร้างตราสินค้าบุคคลและการบริหารภาพลักษณ์การฝึกฝนปฏิบัติการนวัตกรรมเกมิฟิเคชั่นและการจัดการคอนเท็นต์โดยมีอาจารย์เป็นผู้ดูแล

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 เหตุการณ์เร้าอารมณ์ ความหมายและสัญญะที่ซ่อน ไว้ในงานแสดงสด มุมมองของผู้เล่าเรื่อง พื้นฐานการเล่าเรื่องผ่านงานด้านงานแสดงสด องค์ประกอบของบทและการเล่าเรื่องที่สร้างสรรค์ผ่านแก่นเรื่องโครงเรื่องและการสร้างตัวละคร การใช้เหตุการณ์เร้าอารมณ์และการกระทำของตัวละครเพื่อสร้างให้เกิดเรื่องราวสำหรับการสร้างสรรค์บทในงานแสดง

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 ความสอดคล้องสัมพันธ์ระหว่างการแสดงออกทางเสียงและร่างกายเพื่อวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร การเตรียมพร้อมทางด้านร่างกายและเสียง การผ่อนคลาย การทำสมาธิ การเคลื่อนไหวร่างกาย การใช้พื้นที่สำหรับการแสดง ฝึกจินตนาการ อารมณ์ การสร้างสรรค์ การตีความตัวละคร การเคลื่อนไหวร่างกายอย่างสร้างสรรค์ การเรียนรู้วัตถุประสงค์ของตัวละคร การวิเคราะห์เหตุการณ์ และการหลอมรวมทักษะการใช้เสียง และร่างกายสำหรับการแสดง เพื่อการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะและในสื่อที่หลากหลาย

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

Prerequisite: CA1112 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: CA1112 การสื่อสารเชิงสร้างสรรค์เบื้องต้น

LV 3301 การวิเคราะห์และสร้างสรรค์บทสำหรับงานแสดง

การกำกับศิลป์ในงานแสดง เข้าใจในหน้าที่ ความสอดคล้องกันขององค์ประกอบของการกำกับศิลป์ แนวคิดในการออกแบบงานฉากอุปกรณ์ประกอบฉาก เสื้อผ้าแสงและสื่อในงานแสดง แนวทางด้านการกำกับศิลป์แบบองค์รวมในงานแสดง การตีความด้านการกำกับศิลป์ ความเข้าใจในหลักกระบวนการกำกับศิลป์และการวางแนวคิดในงานกำกับศิลป์สำหรับงานแสดง 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 ความรับผิดชอบของหน้าที่การจัดการเวทีและการเตรียม พร้อมสำหรับการฝึกงานในส่วนงานเบื้องหลังของงานโปรดักชั่น เพื่อให้มีทักษะการวางแผนการจัดการ และปฏิบัติการสำหรับพื้นที่เวทีและพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง

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

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 หัวข้อคัดสรรเชิงแนวคิดด้านการสร้างและการจัดการการแสดง 3 (3-0-6) หน่วยกิต

การสำรวจและศึกษาหัวข้อคัดสรรเชิงแนวคิดด้านการสร้างและการจัดการการแสดง โดยจะพิจารณากำหนดหัวข้อในแต่ละภาคการศึกษาตามความเหมาะสม

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

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 หัวข้อคัดสรรเชิงปฏิบัติด้านการสร้างและการจัดการการแสดง 3 (2-2-5) หน่วยกิต

การสำรวจและฝึกฝนหัวข้อคัดสรรเชิงปฏิบัติด้านการสร้างและการจัดการการแสดง โดยจะพิจารณากำหนดหัวข้อในแต่ละภาคการศึกษาตามความเหมาะสม

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

วางแผนโครงงานแสดง การสื่อสารแคมเปญและการวิจัยทางวิชาการ ทั้งยังได้พัฒนาและจัดการโครงงานแสดงทั้งในพื้นที่เวทีและพื้นที่เกี่ยวข้อง

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 การสื่อสารเชิงกลยุทธิ์เบื้องต้น

การตลาดเพื่อการโน้มน้าวใจสำหรับงานแสดงโดยเน้นการจัดการด้านการเงินและงบประมาณเบื้องต้น การเขียนโครงงาน การจัดตั้งแผนการตลาด และการประชาสัมพันธ์ และการพัฒนาแผนการสื่อสาร 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

A workshop training in live event creation and management under the supervision of the instructor.

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

บุรพวิชา: ELE 2000 ภาษาอังกฤษเชิงวิชาการ
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 การวางแผนประชาสัมพันธ์เพื่อองค์กรธุรกิจและผู้ประกอบการ 3 (2-2-5) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 1101 การสื่อสารเชิงกลยุทธ์เบื้องต้น
CA 2100 การสื่อสารโน้มน้าวใจ

การวิเคราะห์สถานการณ์เพื่อการออกแบบวางแผนโครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ การดำเนินการวิจัยทั้งเชิงทุติยภูมิและปฐมภูมิ 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 การจัดการกิจกรรมเชิงประสบการณ์เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 3 (2-2-5) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 1101 การสื่อสารเชิงกลยุทธ์เบื้องต้น

ภาพรวมของการบริการจัดการและการวางแผนการจัดการกิจกรรมเชิงประสบการณ์ การจัดการผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรม ขั้นตอนการวางแผนกิจกรรม การวางแนวคิดเชิงสร้างสรรค์สำหรับกิจกรรม การปฏิบัติการกิจกรรม การบริหารโลจิสติกส์สำหรับกิจกรรม การจัดการกิจกรรมที่เกี่ยวกับสื่อมวลชนทั้งในแบบออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้สามารถวางแผนและออกแบบกิจกรรมเชิงประสบการณ์สำหรับผู้เกี่ยวข้องหลากหลากหลายประเภท

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 การรังสรรค์เนื้อหาในการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ 3 (2-2-5) หน่วยกิต

บุรพวิชา: CA 1101 การสื่อสารเชิงกลยุทธ์เบื้องต้น
ELE 1002 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร2

กรอบแนวคิดและหลักการรังสรรค์เนื้อหาในการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ การออกแบบและการวางแผนสาร 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 ตัวอย่างกรณีศึกษาของการรณรงค์ประชาสัมพันธ์นานาชาติ ตลอดจนแนะนำเทคนิคการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่มีประสิทธิภาพอันจะทำให้ประสบผลสำเร็จสูงสุดในอนาคต 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 เพื่อพัฒนาศักยภาพในการ

วิเคราะห์และแก้ปัญหาเฉพาะหน้าของผู้เรียน

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 3243การรังสรรค์เนื้อหาในการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์

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 แรงบัลดาลใจ รูปแบบชีวิต และวัฒนธรรมนิยม 3 (2-2-5) หน่วยกิต

การสำรวจแรงบัลดาลใจ 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 ชุมชนตราสินค้า การใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิดรายย่อยและการสื่อสารของผู้ที่มีอิทธิพลทางความคิดในการบรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ ตราสินค้า และการตลาด

AD 3282 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

AD 3282 รสนิยมสุนทรีย์เพื่อการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ 3 (2-2-5) หน่วยกิต

การเขียนคำพูดและองค์ประกอบศิลป์สำหรับการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ การเลือกคำพูดและจัดวางองค์ประกอบศิลป์เพื่อสร้างการสื่อสารการตลาดและตราสินค้าที่มีความคิดสร้างสรรค์

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 สีสัน 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 และการทำความเข้าใจชีวิตอย่างรื่นรมย์ผ่านงานศิลปะในหลากหลายรูปแบบ อาทิ ทัศนศิลป์ ดนตรี วรรณกรรม ภาพยนตร์ และนาฏยศิลป์ การสร้างบทสนทนาเกี่ยวกับ ความคิด, กรอบมโนทัศน์, ภาพ, พัฒนาอายตนประสาท สำรวจความรู้สึกและการแสดงออกในลักษณะต่างๆ 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 หัวข้อคัดสรรด้านปฏิบัติการดิจิทัลอิมเมเจอรี่ 3 (2-2-5) หน่วยกิต

การสำรวจและฝึกฝนหัวข้อคัดสรรเชิงปฏิบัติด้านการออกแบบนิเทศศิลป์และดิจิทัลอิมเมเจอรี่ 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 การทำสตอรีเบอร์ด 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

วางแผนการสื่อสารด้วยสตรีมมิงออนไลน์ รวมถึงการหาแพลตฟอร์มและซอฟต์แวร์การสตรีมที่เหมาะสม การเลือกพรีเซนเตอร์ที่เหมาะกับธุรกิจ การโต้ตอบกับผู้ชมออนไลน์แบบสด เพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้ชม และการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ชมเพื่อความเข้าใจวิธีรวมการสตรีมสดไว้เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อของธุรกิจ

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 การออกแบบแอปพลิเคชั่นออนไลน์ 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 นวัตกรรมแอพพลิเคชั่นเพื่อเทคโนโลยีและธุรกิจ 3 (2-2-5) หน่วยกิต

มุ่งเน้นไปที่แนวโน้มและนวัตกรรมที่จะเกิดขึ้นและเทคโนโลยีดิจิทัล, ความคิดสร้างสรรค์, บทบาท, หน้าที่ และนำความรู้ไปใช้กับสื่อดิจิทัลเพื่อการสื่อสารในแพลตฟอร์มต่างๆ

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 และการมีส่วนร่วมของแฟนๆการวางแผน 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 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับแอนิเมชั่นและเกม 3 (3-0-6) หน่วยกิต

หลักการพื้นฐานของเกมส์ และการพัฒนาเกมส์ รวมถึงกลไกของเกมส์ การเล่นและการเล่าเรื่องของผู้เล่น เกมส์ ซึ่งรวมถึงการพัฒนาด้านเทคนิคและการเล่าเรื่อง ของภาพยนตร์แอนนิเมชั่น

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 โดยกำหนดหัวข้อในแต่ละภาคการศึกษาตามความเหมาะสม

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 การวิเคราะห์จุดแข็งและ จุดอ่อนธรรมชาติของมนุษย์ การรับรู้ของมนุษย์ กฎการดึงดูดความสนใจ การตระหนักรู้คุณค่าในตนเอง ความมั่นใจในตนเอง งานแสดงท่าทางงานแสดงออก 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

การสร้างฉากและอุปกรณ์ประกอบที่ใช้งานแสดง การใช้ พื้นที่ กระบวนการออกแบบฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก รวมทั้งเอกสารด้านการออกแบบ แนวคิดของฉากและ อุปกรณ์ประกอบฉาก รูปแบบและแนวทางการนำเสนอ ของฉาก แนวคิดในการออกแบบการทำฉากเบื้องต้น อุปกรณ์และเครื่องมือในการสร้างสรรค์ฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก 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

งานแสดงทางวัฒนธรรมและการจัดการงานแสดงและงานเฟสติวัลต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั่วโลก เพื่อให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ ในโครงสร้างและแก่นของการทำงานด้านเฟสติวัล ซึ่งรวม ไปถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากอุตสาหกรรมสื่อโดยปัจจัยในส่วนของเศรษฐกิจการเมือง การเปลี่ยนแปลง ของเทคโนโลยีแนวโน้มต่างๆนี้รวมไปถึงนโยบายสื่อ ระหว่างประเทศและการเปลี่ยนแปลงที่จะสร้างและก่อให้เกิดผลกระทบต่อการผลิตเนื้อหาในสื่อรูปแบบต่างๆ 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 งานแสดงหน้ากล้องและการแสดงสด

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 การวางกลยุทธ์เนื้อหาด้วยข้อมูล 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 ตลอดจนการประยุกต์ใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์กระแสความนิยมและสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อนำมาพัฒนาใช้สำหรับวัตถุประสงค์ทางการประชาสัมพันธ์