

รายละเอียดของหลักสูตร
หลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา ศูนย์ท่าพระจันทร์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อหลักสูตร

รหัสหลักสูตร : 25490051108673

ภาษาไทย: หลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร

ภาษาอังกฤษ : Master of Arts Program in Corporate Communication Management

2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ภาษาไทย ชื่อเต็ม วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการการสื่อสารองค์กร)

ชื่อย่อ ว.ม. (การจัดการการสื่อสารองค์กร)

ภาษาอังกฤษ ชื่อเต็ม Master of Arts (Corporate Communication Management)

ชื่อย่อ M.A. (Corporate Communication Management)

3. วิชาเอก

ไม่มี

4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

จำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตร 45 หน่วยกิต

5. รูปแบบของหลักสูตร

5.1 รูปแบบ

หลักสูตรระดับปริญญาโท ศึกษา 2 ปี

5.2 ภาษาที่ใช้

หลักสูตรจัดการศึกษาเป็นภาษาไทย

5.3 การรับเข้าศึกษา

รับเฉพาะนักศึกษาไทย

5.4 ความร่วมมือกับสถาบันอื่น

เป็นหลักสูตรของสถาบันโดยเฉพาะ

5.5 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว

6. สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2559 ปรับปรุงจากหลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชา
การจัดการการสื่อสารองค์กร พ.ศ. 2554

กำหนดเปิดสอนในภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2559

ได้พิจารณาก่อนการอนุมัติโดยคณะกรรมการสภามหาวิทยาลัยด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษา

ในการประชุมครั้งที่.....เมื่อวันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ได้รับอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตรจากสภามหาวิทยาลัย ในการประชุมครั้งที่.....

เมื่อวันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

7. ความพร้อมในการเผยแพร่หลักสูตรที่มีคุณภาพและมาตรฐาน

ปีการศึกษา 2561

8. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

8.1 ผู้บริหารงานสื่อสารองค์กร / นักประชาสัมพันธ์/ นักพัฒนาสังคม/ ผู้บริหารงานทรัพยากรบุคคล

8.2 ผู้บริหารงาน Corporate Social Responsibility/ มวลชนสัมพันธ์

8.3 นักวิชาการ / นักวิจัย / นักวิเคราะห์นโยบายและแผนการจัดการสื่อสารองค์กร

8.4 อาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษา

8.5 ผู้บริหารองค์กร / เจ้าหน้าที่บริหารองค์กร

8.6 เจ้าหน้าที่การสื่อสารสร้างภาพลักษณ์ / เจรจาไกล่เกลี่ย

8.7 ผู้บริหารท้องถิ่น / สมาชิกสภาท้องถิ่น / ข้าราชการท้องถิ่น / นักการเมืองท้องถิ่น ฯลฯ

10. สถานที่จัดการเรียนการสอน

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์ท่าพระจันทร์

11. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

11.1 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

กระแสโลกาภิวัตน์และเทคโนโลยีการสื่อสารส่งผลให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างไร้พรมแดน ทำให้การดำเนินกิจการตามพันธกิจขององค์กรต่างๆ ทั้งองค์กรธุรกิจ และองค์กรไม่หวังผลกำไร ต่างก็ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงนี้ การแข่งขันระหว่างองค์กรไม่ได้มีเพียงแค่องค์กรธุรกิจเท่านั้นแต่รวมไปถึงองค์กรในรูปแบบอื่นๆ ด้วย การสื่อสารจึงเข้ามามีบทบาทต่อการบริหารองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนอย่างมาก

11.2 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม

การจัดการการสื่อสารเข้ามามีบทบาทและเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการจัดการองค์กรให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ตั้งแต่การให้ข้อมูล การสร้างความเข้าใจ การโน้มน้าวใจ การสร้างการมีส่วนร่วม ต่อกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกองค์กรรวมทั้งกลุ่มสาธารณชนในสังคม การสื่อสารองค์กรจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ทุกๆ องค์กรต้องหันมาให้ความสำคัญและใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่เหมาะสมในการรับมือกับสังคมไทยที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว เนื่องจากอิทธิพลจากเทคโนโลยีทางการสื่อสารและวัฒนธรรมต่างชาติ ที่มีผลต่อทั้งความต้องการบริโภคสินค้า วิถีชีวิต การรักษาสภาพแวดล้อม การคำนึงถึงสุขภาพ ความปลอดภัย เป็นต้น ซึ่งสภาพการณ์การเปลี่ยนแปลงนี้ล้วนเกี่ยวข้องกับองค์กรทั้งสิ้น

12. ผลกระทบจาก ข้อ 11.1 และ 11.2 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

12.1 การพัฒนาหลักสูตร

จากผลกระทบของสถานการณ์พัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมทำให้เกิดความต้องการบุคลากรในระดับมหาวิทยาลัยที่สามารถทำงานทางด้าน การจัดการ การสื่อสารองค์กรในเชิงบูรณาการ ทั้ง การวางแผนกลยุทธ์ และการลงมือปฏิบัติ โดยใช้แนวคิด หลักการ และเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารได้เหมาะสมทั้งองค์กรภาครัฐและเอกชน ตลอดจนประสานประโยชน์ทั้ง 2 ภาค และมีลักษณะความเป็นผู้นำที่มีจริยธรรมและวิสัยทัศน์ในการวางแผนเพื่ออนาคตได้ อีกด้วย ทางคณะกรรมการศาสตร์และสื่อสารมวลชนจึงต้องปรับปรุงหลักสูตรให้มีความทันสมัย สอดคล้องสถานการณ์ปัจจุบันมากยิ่งขึ้น

12.2 ความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

การปรับปรุง / พัฒนาหลักสูตรของคณะกรรมการศาสตร์และสื่อสารมวลชนมีการสอดคล้องกับภารกิจที่มุ่งสร้างบัณฑิต และมหาบัณฑิตที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ความสามารถในการสื่อสารและนำไปใช้ประกอบวิชาชีพในองค์กรลักษณะต่างๆ ตลอดจนเป็นผู้รับผิดชอบต่อตนเองและต่อสังคม รวมทั้งเป็นนักการสื่อสารที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วกัน

13. ความสัมพันธ์กับหลักสูตรอื่นที่เปิดสอนในวิทยาลัย/คณะ/ภาควิชาอื่น

13.1 รายวิชาในหลักสูตรที่เปิดสอนโดยวิทยาลัย/คณะ/ภาควิชา/หลักสูตรอื่น

ไม่มี

13.2 รายวิชาในหลักสูตรที่เปิดสอนให้วิทยาลัย/คณะ/ภาควิชา/หลักสูตรอื่นต้องมาเรียน

ไม่มี

13.3 การบริหารจัดการ

ไม่มี

ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.1 ปรัชญา

การสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายการดำเนินงานและเสริมสร้างความสามารถทางการแข่งขันตามศักยภาพอันสูงสุดขององค์กรภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านเทคโนโลยีและสังคม

แต่ละองค์กรจำเป็นต้องปรับตัวและใช้การสื่อสารที่เหมาะสมกับกลุ่มที่เกี่ยวข้องและมีส่วนได้ส่วนเสียต่อองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อก่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดขององค์กร

1.2 ความสำคัญ

1.2.1 การจัดการการสื่อสารภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ จะมีผลต่อการสร้างความเข้าใจอันดี ความร่วมมือ ตลอดจนทำให้เกิดความภาคภูมิใจในองค์กร อันจะนำมาซึ่งความภักดีและการเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีคุณค่าและทำงานเต็มประสิทธิภาพเพื่อผลประโยชน์ขององค์กร

1.2.2 การจัดการการสื่อสารภายนอกองค์กรมีบทบาทในการสร้างความเข้าใจ สร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรให้เกิดขึ้นได้

1.2.3 การจัดการการสื่อสารและการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อองค์กรให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความแตกต่างของแต่ละกลุ่มจะสามารถทำให้องค์กรมีพันธมิตรและสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรให้บรรลุเป้าหมายได้

1.2.4 ประเทศไทยยังขาดบุคลากรในระดับมหาบัณฑิตที่สามารถทำงานทางด้านการจัดการการสื่อสารองค์กรแบบบูรณาการอย่างมืออาชีพ รู้วิธีใช้สื่ออย่างริเริ่มสร้างสรรค์ รู้จักระบวนการหาข้อมูล มีนวัตกรรมทางความคิดเพื่อการวางแผนกลยุทธ์ที่ดี รวมถึงการออกแบบสารเพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน ได้ตระหนักถึงความต้องการด้านบุคลากรดังกล่าว จึงได้กำหนดหลักสูตรปริญญาโททางด้านการสื่อสารองค์กรขึ้น ทั้งนี้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาบุคลากรในระดับมหาบัณฑิตที่มีศักยภาพ มีความรู้ความสามารถทางด้านการจัดการการสื่อสารองค์กร

1.3 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

เพื่อให้บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาในหลักสูตร มีลักษณะดังนี้

1) มีศักยภาพ มีความรู้ความสามารถทางด้านการจัดการการสื่อสาร มีนวัตกรรมทางความคิดที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและความต้องการขององค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน

2) สามารถนำเอาความรู้ ความเข้าใจในหลักการและแนวคิดการจัดการการสื่อสารองค์กรรวมถึงความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อไปใช้ประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติการจัดการการสื่อสารองค์กร

3) มีลักษณะความเป็นผู้นำ มีความคิดวิเคราะห์และความคิดสร้างสรรค์เพื่อการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร มีวิสัยทัศน์ในการวางแผนเพื่ออนาคต

4) มีจริยธรรมในการจัดการการสื่อสาร บุคลากร องค์กรและความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆโดยมีความรับผิดชอบต่อองค์กรและสังคม

ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร

1. ระบบการจัดการศึกษา

1.1 ระบบ

ใช้ระบบการศึกษาแบบไตรภาคปีการศึกษาหนึ่งแบ่งเป็น 3 ภาคการศึกษาปกติ โดยในภาคการศึกษาหนึ่งๆ มีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์และไม่เกิน 14 สัปดาห์

1.2 การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

ไม่มี

1.3 การเทียบเคียงหน่วยกิตในระบบทวิภาค

จำนวน 1.25 หน่วยกิตในระบบไตรภาค มีค่าเท่ากับ จำนวน 1 หน่วยกิต ในระบบทวิภาค

2. การดำเนินการหลักสูตร

2.1 วัน-เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

เรียนวันศุกร์ เวลา 17.30 – 20.30 น. และเรียนวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 09.00 - 16.00 น.

ภาคการศึกษาที่ 1 เดือนสิงหาคม–เดือนพฤศจิกายน

ภาคการศึกษาที่ 2 เดือนธันวาคม–เดือนมีนาคม

ภาคการศึกษาที่ 3 เดือนเมษายน–เดือนกรกฎาคม

2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษาต้องเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ว่าด้วยการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2553 ข้อ 7 และมีคุณสมบัติ ดังนี้

1) เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าจากสถาบันการศึกษาในประเทศหรือต่างประเทศ ซึ่งสมาชิกมหาวิทยาลัยรับรองวิทยฐานะ

2) เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไปจะได้รับการพิจารณาประกอบ

การคัดเลือกผู้เข้าศึกษา

1) ผู้เข้าศึกษาต้องผ่านการสอบข้อเขียนและการสอบสัมภาษณ์

2) ผู้เข้าศึกษาต้องส่งผลทดสอบภาษาอังกฤษ TU-GET หรือ TOEFL หรือ IELTS (ผลสอบต้องไม่เกิน 2 ปี นับถึงวันสมัคร)

3) เงื่อนไขอื่นๆ ให้เป็นไปตามประกาศรับสมัครบุคคลเข้าศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และคณะกรรมการศาสตร์และสื่อสารมวลชนกำหนด

2.3 ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า

ส่วนมากจะประสบปัญหาด้านภาษาอังกฤษและมีผลทดสอบภาษาอังกฤษ TU-GET ยังไม่ผ่านตามเกณฑ์ ที่มหาวิทยาลัยกำหนดไว้ คือ 550 คะแนน

2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา/ข้อจำกัดของนักศึกษาในข้อ 2.3

ได้กำหนดให้นักศึกษา ศึกษาวิชา TU 005 English 1 และ TU 006 English 2 เป็นการแก้ไข รวมทั้งสนับสนุนให้นักศึกษาได้พัฒนาทักษะด้านภาษาอังกฤษ จากการ์ตูน วาต้า และ เชิญวิทยากรชาวต่างประเทศมาบรรยายเป็นภาษาอังกฤษในบางหัวข้อ / บางวิชา เป็นต้น

2.7 ระบบการศึกษา

แบบชั้นเรียน

แบบทางไกลผ่านสื่อสิ่งพิมพ์เป็นหลัก

แบบทางไกลผ่านสื่อแพร่ภาพและเสียงเป็นสิ่งหลัก

แบบทางไกลทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นสิ่งหลัก (E-learning)

แบบทางไกลทางอินเทอร์เน็ต

อื่นๆ (ระบุ).....

2.8 การเทียบโอนหน่วยกิต รายวิชาและการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัย

หลักเกณฑ์การเทียบโอนหน่วยกิตรายวิชาและการลงทะเบียนเรียนข้ามมหาวิทยาลัยเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ว่าด้วยการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2553 ข้อ 12.15 และ ข้อ 19

3. หลักสูตรและอาจารย์ผู้สอน

3.1 หลักสูตร

3.1.1 จำนวนหน่วยกิตรวมและระยะเวลาศึกษา

จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร 45 หน่วยกิต

ระยะเวลาศึกษา เป็นหลักสูตรแบบไม่เต็มเวลา นักศึกษาต้องใช้ระยะเวลาตลอดหลักสูตรอย่างน้อย 6 ภาคการศึกษาปกติ อย่างมากไม่เกิน 15 ภาคการศึกษา (5 ปีการศึกษา)

3.1.2 โครงสร้างหลักสูตร

3.1.2.1 แผน ก แบบ ก 2 (ศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์)

1) หมวดวิชาเสริมพื้นฐาน	(ไม่นับหน่วยกิตรวม)	6 หน่วยกิต
2) หมวดวิชาบังคับ		21 หน่วยกิต
3) หมวดวิชาเลือก		9 หน่วยกิต
4) วิทยานิพนธ์		15 หน่วยกิต

3.1.2.2 แผนข (ไม่ทำวิทยานิพนธ์)

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

3.1.3 รายวิชาในหลักสูตร

รหัสวิชา

รายวิชาในหลักสูตรประกอบด้วย อักษรย่อ 2 ตัวและเลขรหัส 3 ตัวโดยมีความหมายดังนี้

วจ./ CP. หมายถึง อักษรย่อของสาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร

เลขหลักหน่วย หมายถึง ตัวเลขลำดับรายวิชาในแต่ละหมวดวิชา

เลขหลักสิบ หมายถึง หมวดวิชา

เลข 0 – 1 หมายถึง - หมวดวิชาเสริมพื้นฐาน
- หมวดวิชาบังคับ

เลข 2 และ 3 หมายถึง หมวดวิชาเลือก

เลขหลักร้อย หมายถึง ตัวเลขแสดงระดับของวิชา

เลข 5 หมายถึง วิชาระดับเสริมพื้นฐาน

เลข 6 หมายถึง วิชาระดับปริญญาโท

เลข 7 หมายถึง วิชาการค้นคว้าอิสระ

เลข 8 หมายถึง วิชาวิทยานิพนธ์

3.1.3.1 วิชาเสริมพื้นฐาน (สำหรับผู้ที่ยังไม่มีพื้นฐาน)

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
		(บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง) (ไม่นับหน่วยกิตรวม)

วจ.501 ความรู้เบื้องต้นทางการสื่อสาร 3 (3-0-9)

CP.501 Fundamental of Communication

วจ.502 ความรู้เบื้องต้นทางกระบวนการจัดการข้อมูล 3 (3-0-9)

เพื่อการวิจัยทางการสื่อสาร

CP.502 Fundamental of data Processing for Communication Research

3.1.3.2 วิชาบังคับ นักศึกษาแผน ก. แบบ ก 2 และแผน ข. จะต้องศึกษาวิชาบังคับจำนวน 7 วิชา รวม 21 หน่วย

กิตดังต่อไปนี้

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
		(บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

วจ.600 ทฤษฎีการสื่อสารและการประยุกต์ 3 (3-0-9)

CP.600 Theories of Communication and Application

วจ.601 การวิจัยทางการสื่อสารเชิงปริมาณ 3 (3-0-9)

CP.601 Quantitative Communication Research

วจ.602 การวิจัยทางการสื่อสารเชิงคุณภาพ 3 (3-0-9)

CP.602 Qualitative Communication Research

วจ.603 หลักการจัดการการสื่อสารองค์กร 3 (3-0-9)

CP.603 Principles of Corporate Communication Management

วจ.611 พฤติกรรมองค์กรกับการสื่อสาร 3 (3-0-9)

CP.611 Organizational Behavior and Communication

วจ.612 กฎหมายและจริยธรรมการจัดการการสื่อสารองค์กร 3 (3-0-9)

CP.612 Law and Ethics for Corporate Communication Management

วจ.613 สัมมนาการจัดการการสื่อสารองค์กร 3 (3-0-9)

CP.613 Seminar in Corporate Communication Management

3.1.3.3 วิชาเลือก

1) นักศึกษา แผน ก แบบ ก 2 ให้เลือกศึกษา 3 วิชา รวม 9 หน่วยกิต

2) นักศึกษา แผน ข ให้เลือกศึกษา 6 วิชา รวม 18 หน่วยกิต

โดยเลือกศึกษาจากรายวิชาดังต่อไปนี้

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
		(บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

วจ.620 เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการจัดการการสื่อสาร 3 (3-0-9)

CP.620 Creative Economy and Communication Management

วจ.621	องค์กรกับความรับผิดชอบต่อสังคม	3 (3-0-9)
CP.621	Corporate Social Responsibility	
วจ.622	กลยุทธ์การสื่อสารเชิงบูรณาการ	3 (3-0-9)
CP.622	Integrated Communication Strategies	
วจ.623	การบริหารประเด็น การบริหารความขัดแย้ง และการสื่อสารในภาวะวิกฤติ	3 (3-0-9)
CP.623	Issues, Conflict Management and Crisis Communication	
วจ.624	การจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก	3 (3-0-9)
CP.624	External Stakeholders Relationship Management	
วจ.630	เทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อการจัดการ	3 (3-0-9)
CP.630	Communication Technology for Management	
วจ.631	การจัดการการสื่อสารความเสี่ยงและการเปลี่ยนแปลง	3 (3-0-9)
CP.631	Risk and Change Communication Management	
วจ.632	การจัดการการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม	3 (3-0-9)
CP.632	Intercultural Communication Management	
วจ.633	การบริหารตราสินค้าและชื่อเสียงองค์กร	3 (3-0-9)
CP.633	Reputation and Brand Management	
3.1.3.5 การค้นคว้าอิสระ (สำหรับนักศึกษา แผน ก)		
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
วจ.700	การค้นคว้าอิสระ	6
CP.700	Independent Study	
3.1.3.6 วิทยานิพนธ์ (สำหรับนักศึกษาแผน ก แบบ ก 2)		
รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต
วจ.800	วิทยานิพนธ์	15
CP.800	Thesis	

3.1.4 แสดงแผนการศึกษา

วิชาเสริมพื้นฐาน (ไม่นับหน่วยกิตรวม)

ภาค 3 ก่อนเปิดภาค 1 ปีการศึกษาที่ 1	
แผน ก แบบ ก 2	แผน ข
วจ.501 ความรู้เบื้องต้นทางการสื่อสาร 3 หน่วยกิต	วจ.501 ความรู้เบื้องต้นทางการสื่อสาร 3 หน่วยกิต
วจ.502 ความรู้เบื้องต้นทางกระบวนการจัดการข้อมูลเพื่อการวิจัยทางการสื่อสาร 3 หน่วยกิต	วจ.502 ความรู้เบื้องต้นทางกระบวนการจัดการข้อมูลเพื่อการวิจัยทางการสื่อสาร 3 หน่วยกิต
รวม 6 หน่วยกิต	รวม 6 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 1	
แผน ก แบบ ก 2	แผน ข
ภาคเรียนที่ 1	ภาคเรียนที่ 1
วจ.600 ทฤษฎีการสื่อสารและการประยุกต์ 3 หน่วยกิต	วจ.600 ทฤษฎีการสื่อสารและการประยุกต์ 3 หน่วยกิต
วจ.601 การวิจัยทางการสื่อสารเชิงปริมาณ 3 หน่วยกิต	วจ.601 การวิจัยทางการสื่อสารเชิงปริมาณ 3 หน่วยกิต
วจ.603 หลักการจัดการการสื่อสารองค์กร 3 หน่วยกิต	วจ.603 หลักการจัดการการสื่อสารองค์กร 3 หน่วยกิต
รวม 9 หน่วยกิต	รวม 9 หน่วยกิต
แผน ก แบบ ก 2	แผน ข
ภาคเรียนที่ 2	ภาคเรียนที่ 2
วจ.602 การวิจัยทางการสื่อสารเชิงคุณภาพ 3 หน่วยกิต	วจ.602 การวิจัยทางการสื่อสารเชิงคุณภาพ 3 หน่วยกิต
วจ.612 กฎหมายและจริยธรรมการจัดการการสื่อสารองค์กร 3 หน่วยกิต	วจ.612 กฎหมายและจริยธรรมการจัดการการสื่อสารองค์กร 3 หน่วยกิต
วจ.611 พฤติกรรมองค์กรกับการสื่อสาร 3 หน่วยกิต	วจ.611 พฤติกรรมองค์กรกับการสื่อสาร 3 หน่วยกิต
รวม 9 หน่วยกิต	รวม 9 หน่วยกิต
แผน ก แบบ ก 2	แผน ข
ภาคเรียนที่ 3	ภาคเรียนที่ 3
วิชาเลือก 2 วิชา	วิชาเลือก 2 วิชา
รวม 6 หน่วยกิต	รวม 6 หน่วยกิต

ปีการศึกษาที่ 2			
แผน ก แบบ ก 2		แผน ข	
ภาคเรียนที่ 1		ภาคเรียนที่ 1	
วจ.613 สัมมนาการจัดการการสื่อสารองค์กร	3 หน่วยกิต	วจ.613 สัมมนาการจัดการการสื่อสารองค์กร	3 หน่วยกิต
วจ.xxx วิชาเลือก	3 หน่วยกิต	วจ.xxx วิชาเลือก	3 หน่วยกิต
สอบประมวลความรู้		สอบประมวลความรู้	
รวม	6 หน่วยกิต	รวม	6 หน่วยกิต
แผน ก แบบ ก 2		แผน ข	
ภาคเรียนที่ 2		ภาคเรียนที่ 2	
วจ.800 วิทยานิพนธ์	9 หน่วยกิต	วจ.xxx วิชาเลือก	3 หน่วยกิต
		วจ.xxx วิชาเลือก	3 หน่วยกิต
		วจ.xxx วิชาเลือก	3 หน่วยกิต
รวม	9 หน่วยกิต	รวม	9 หน่วยกิต
แผน ก แบบ ก 2		แผน ข	
ภาคเรียนที่ 3		ภาคเรียนที่ 3	
วจ.800 วิทยานิพนธ์	6 หน่วยกิต	วจ.700 การค้นคว้าอิสระ	6 หน่วยกิต
รวม	6 หน่วยกิต	รวม	6 หน่วยกิต

3.1.5 คำอธิบายรายวิชา

วิชาเสริมพื้นฐาน (ไม่นับหน่วยกิตรวม)

วจ.501 ความรู้เบื้องต้นทางการสื่อสาร 3 (3-0-9)

CP501 Fundamental of Communication

ความหมายองค์ประกอบประเภทบทบาทหน้าที่ รวมถึงอิทธิพลของการสื่อสารและสื่อสารมวลชนประเภทต่าง ๆ ที่มีต่อบุคคลและสังคมโดยรวม การเปลี่ยนแปลงบริบททางสังคม การเมือง การจัดระเบียบโลก Media Landscape รวมทั้งจริยธรรมและจรรยาบรรณของนักสื่อสาร

Meanings, components, types, roles and influence of communication at both individual and societal levels as a whole; changing social and political contexts, management of World Order, Media Landscape, morality and ethics for communicators.

วจ.502 ความรู้เบื้องต้นทางกระบวนการจัดการข้อมูลเพื่อการวิจัยทางการสื่อสาร 3 (3-0-9)

CP.502 Fundamental of data Processing for Communication Research

แนวคิด กระบวนการ เทคนิค รูปแบบ และระเบียบวิธีการวิจัยการสื่อสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการจัดการการสื่อสารองค์กร สถิติเบื้องต้นในการวิจัยเชิงปริมาณและโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ

Concepts, processes, techniques, forms and methods for communication research, fundamental statistics for quantitative research and analytical tools for qualitative research methods.

วิชาบังคับ

วจ.600 ทฤษฎีการสื่อสารและการประยุกต์ 3 (3-0-9)

CP.600 Theories of Communication and Application

ทฤษฎีการสื่อสารและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ทฤษฎีในระดับการสื่อสารภายในบุคคล การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารในกลุ่ม การสื่อสารในองค์กร และการสื่อสารมวลชน รวมทั้งวิธีคิดวิเคราะห์ การพิจารณาถึงตัวแปรที่เกี่ยวข้อง และวิธีการประยุกต์ใช้ทฤษฎีเพื่อการวิจัย และการดำเนินงาน การสื่อสารทั้งในระดับบริหารและระดับปฏิบัติการ

Communication and other related theories; intrapersonal, interpersonal, organizational and mass communication including methods of thinking and analyzing theories, interpreting confounding factors, applying theories in conducting research and operating communication at both administration and practitioner levels.

วจ.601 การวิจัยทางการสื่อสารเชิงปริมาณ 3 (3-0-9)

CP.601 Quantitative Communication Research

แนวคิดและทฤษฎีการวิจัยเชิงปริมาณ การกำหนดปัญหาการวิจัยการสร้างกรอบแนวคิดและสมมติฐานในการวิจัย การสุ่มตัวอย่าง การวัดตัวแปรการทดสอบความเชื่อถือได้และความถูกต้องของเครื่องมือวัด การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถใช้โปรแกรมประมวลผลสำเร็จรูปในการจัดการข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ เรียนรู้และเข้าใจในเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติและนำไปใช้ได้อย่างถูกต้อง และสามารถวิเคราะห์ข้อมูลสรุปผลและนำเสนอผลโดยใช้ตารางและแผนภาพรูปแบบต่าง ๆ ได้อย่างน่าสนใจทั้งนี้รวมถึงกระบวนการวิจัย โดยใช้ช่องทางผ่านทางสื่อดิจิทัล

Concepts, theories in quantitative methods, postulation of research questions, theoretical framework and research hypotheses, data sampling, factor analysis, reliability and validity of test instrument, data collection and interpretation, effective use of data processing software, understanding statistical analysis techniques and its application, summary and presentation of results by using tables, diagrams and other types of presentation presentation, including conducting research through digital media.

วจ.602 การวิจัยทางการสื่อสารเชิงคุณภาพ 3 (3-0-9)

CP.602 Qualitative Communication Research

แนวคิดและทฤษฎีการวิจัยเชิงคุณภาพ การกำหนดปัญหาการวิจัยการสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย ความถูกต้องและเชื่อถือได้ของการวิจัยเชิงคุณภาพ เรียนรู้เทคนิควิธีการเก็บข้อมูลที่มีการใช้อย่างกว้างขวางและมีประสิทธิภาพ ได้แก่ การสังเกต การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) การวิเคราะห์เนื้อหา และวิธีการอื่นๆ การวิเคราะห์ข้อมูล การสรุปและการเขียนรายงานผลการวิจัยได้อย่างน่าสนใจ

Concepts and theories of qualitative research, postulation of research problems and theoretical framework, reliability and validity of research instrument in qualitative research, extensive and effective techniques for data collection, i.e. observation, participant observation, in-depth interview, focus group discussion, content analysis and other methods, data analysis, conclusion and writing up research report.

วจ.603 หลักการจัดการการสื่อสารองค์กร

3 (3-0-9)

CP.603 Principles of Corporate Communication Management

ความหมาย ความเป็นมาของหลักวิชาการสื่อสารองค์กร เข้าใจถึงหลักธรรมาภิบาล แนวคิดด้านความยั่งยืน ความรับผิดชอบต่อสังคม กลยุทธ์องค์กรและสภาพแวดล้อมองค์กร อันเป็นเหตุผลให้องค์กรต้องทำการสื่อสาร รวมถึงอธิบาย ความรับผิดชอบต่อ และวัตถุประสงค์ของกลยุทธ์การสื่อสารองค์กรด้านต่างๆ ได้แก่ พนักงานสัมพันธ์ นักลงทุนสัมพันธ์ รัฐสัมพันธ์ ชุมชนสัมพันธ์ การบริหารประเด็นและการสื่อสารเพื่อจัดการภาวะวิกฤต

Meaning and rationale of corporate communication management, understanding of good governance, concepts of sustainability, social responsibility, corporate strategies and environment that enhance corporate communication; explanation, responsibilities and objectives of corporate communication strategies such as employee relations, investor relations, government relations, community relations, issue management and communication for risk management.

วจ.611 พฤติกรรมองค์กรกับการสื่อสาร

3 (3-0-9)

CP.611 Organizational Behavior and Communication

แนวคิด ทฤษฎีพฤติกรรมองค์กรและทฤษฎีจิตวิทยาทางการสื่อสาร เพื่อนำมาวางแผนการจัดการและการวางกลยุทธ์การสื่อสารองค์กร ตลอดจนแก้ปัญหาอุปสรรคทางการสื่อสาร เพื่อสร้างแรงจูงใจและความภักดีองค์กรให้บุคคลในองค์กร เป็นทุนมนุษย์ขององค์กรที่เข้มแข็งและมีประสิทธิภาพ

Concepts and theories of organizational behavior and psychology theories for communication to plan management and strategies for organizational communication; solutions to communication problems, building motivation and loyalty to staff in the organization, being human resources in the organization.

วจ.612 กฎหมายและจริยธรรมการจัดการการสื่อสารองค์กร

3 (3-0-9)

CP.612 Law and Ethics for Corporate Communication Management

กฎหมายและจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการสื่อสารองค์กร ที่มาของมาตรการและปัญหาในการบริหารจากกฎหมายดังกล่าว นอกจากนี้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสื่อแล้วยังรวมถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทั้งภายในและภายนอกองค์กร เช่น กฎหมายแรงงาน กฎหมายลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญา กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสื่อใหม่ เป็นต้น

Law and ethics related to corporate communication management, rationale of establishing measures and problems in administering such law. Legislation related to media, intra- and inter-organization administration i.e. Labour legislation, copyright and intellectual property legislation.

วจ.613 สัมมนาการจัดการการสื่อสารองค์กร

3 (3-0-9)

CP.613 Seminar in Corporate Communication Management

การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การอภิปราย และการจัดกลุ่มกิจกรรม โดยการนำเอาทฤษฎี แนวคิด และ หลักการและประเด็นในสังคมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการและการจัดการการสื่อสารองค์กรมาใช้ รวมทั้งการบูรณาการองค์ความรู้ต่างๆในการจัดการการสื่อสารองค์กร เพื่อนำความรู้ที่ได้มาพัฒนาโครงร่างวิทยานิพนธ์และ/หรือ การค้นคว้าอิสระ

Exchanges of opinions, discussion, group activities by adopting theories, concepts, principles and social issues related to administration and management of corporate communication; integration of several bodies of knowledge

related to corporate communication management and application of all knowledge to write a proposal for thesis or independent study.

วิชาเลือก

วจ.620 เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการจัดการการสื่อสาร 3 (3-0-9)

CP.620 Creative Economy and Communication Management

แนวคิด ความสำคัญ รูปแบบ บทบาทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์เชิงปฏิบัติจากการกำหนดนโยบาย ภารกิจและ เป้าหมาย การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงการบริหารองค์กรสมัยใหม่เพื่อนำมาเป็นกรอบแนวคิดวิเคราะห์การจัดการ การสื่อสารองค์กรที่สอดคล้องกับกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในการขับเคลื่อน ให้ได้เปรียบในเชิงการแข่งขันขององค์กร

Concepts, essence, types, roles of creative economy on implementing policies, missions, goals; analysis of changes in modern organizational management to create new theoretical frameworks; organizational management strategies corresponding to creative economy concepts, which are necessary for maneuvering and competition of the organizations.

วจ.621 องค์กรกับความรับผิดชอบต่อสังคม 3 (3-0-9)

CP.621 Corporate Social Responsibility

แนวคิด ความสำคัญ กระบวนการ องค์ประกอบความรับผิดชอบต่อสังคม กลยุทธ์และกลวิธีการจัดการสื่อสารองค์กรเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดี ทักษะคติและภาพลักษณ์ขององค์กรในการรับผิดชอบต่อสังคมในประเด็นต่างๆ

Concepts, importance, processes and components of corporate social responsibility; strategies and tactics to promote a good understanding, attitude and image of the corporates as a socially responsible organization.

วจ.622 กลยุทธ์การสื่อสารเชิงบูรณาการ 3 (3-0-9)

CP.622 Integrated Communication Strategies

กลยุทธ์การสื่อสารเชิงบูรณาการเพื่อประยุกต์ใช้ในการณรงค์การสื่อสารองค์กรในภาครัฐและเอกชน โดยมีจุดมุ่งหมายทางการตลาดและหวังผลต่อการดำเนินธุรกิจ โดยบูรณาการการใช้เครื่องมือการสื่อสารต่างๆ เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การจัดกิจกรรมทางการตลาด การตลาดทางตรง เป็นต้น ตลอดจนการใช้สื่อต่างๆทั้งสื่อมวลชน และ สื่อดิจิทัล เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายขององค์กร รวมทั้งการประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการสื่อสาร

An application of integrated communication strategies to promote corporate communication in the government and private sectors with an aim to set marketing and business goals; an integration of various types of communication mediums e.g. advertisement, public relations, sales promotion activities, marketing activities, direct marketing; the use of media including mass and digital media to reach the target audience and the evaluation of communication effectiveness.

วจ.623 การบริหารประเด็น การบริหารความขัดแย้ง และการสื่อสารในภาวะวิกฤต 3 (3-0-9)

CP.623 Issues, Conflict Management and Crisis Communication

การวิเคราะห์จุดกำเนิดและพัฒนาการของประเด็นต่างๆในสภาพแวดล้อม เพื่อเลือกแนวทางการบริหารที่เหมาะสมในการลดปัญหาอุปสรรคและเสริมสร้างโอกาสด้านภาพลักษณ์ ชื่อเสียง และสัมพันธภาพกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การบริหารข่าวสาร การชี้แนะประเด็นผ่านสื่อ การสื่อสารเชิงรุกและเชิงรับ การจัดการความขัดแย้งระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับ

องค์กร การเจรจาต่อรอง สาเหตุและประเภทของภาวะวิกฤติ แนวทางการจัดการ การเลือกใช้กลยุทธ์การสื่อสารรวมทั้งการสื่อสารในสังคมออนไลน์เพื่อลดผลกระทบเชิงลบและการแก้ไขฟื้นฟูภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร

Analysis of causes and development of various issues in a particular setting to select an appropriate administrative procedure to reduce obstacles and promote images, fame and relations with the stakeholders by using various means such as news management, media advocacy, proactive and reactive communication, conflict management among stakeholders, negotiation, causes and types of crisis; the use of communication strategies to manage the online community to reduce negative effects and to recreate the organization's images and fame.

วจ.624 การจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก 3(3-0-9)

CP.624 External Stakeholders Relationship Management

การวางกลยุทธ์ภายใต้การเปลี่ยนแปลงบริบททางสังคมและสื่อ เพื่อสร้างและรักษาไว้ซึ่งสัมพันธภาพระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมายผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกองค์กร (External Stakeholders) เช่น กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Customer) ชุมชน (Community) รัฐบาล (Government) และสื่อมวลชน (Media) เพื่อให้องค์กรเป็นองค์กรบรรษัทภิบาล (Corporate Governance) การดำรงธรรมมาภิบาลขององค์กร (Corporate Good Governance) ตลอดจนการสร้างเครือข่ายและพันธมิตรองค์กร

Implementation of strategies under the changing social context and media in order to build and maintain a relationship between an organization and target external stakeholders e.g. customers, communities, government and media; to create corporate governance and corporate good governance in an organization; to maintain the connections and corporate alliances.

วจ.630 เทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อการจัดการ 3 (3-0-9)

CP.630 Communication Technology for Management

พัฒนาการและผลกระทบของเทคโนโลยีทางการสื่อสาร ลักษณะสำคัญของเทคโนโลยีทางการสื่อสารประเภทต่างๆและความสัมพันธ์ที่มีต่อองค์กร หลักการและแนวทางในการใช้เทคโนโลยีทางการสื่อสารสมัยใหม่อย่างเหมาะสมในยุคดิจิทัล เพื่อการจัดการทั้งภายในและภายนอกองค์กร

Development and impacts of communication technology, important features of various types of communication technology and the relationship with corporates; principles and guidelines for using modern communication technology in the digital era for inter- and intra- corporate management.

วจ.631 การจัดการการสื่อสารความเสี่ยงและการเปลี่ยนแปลง 3 (3-0-9)

CP.631 Risk and Change Communication Management

การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อองค์กร แนวคิดและปรากฏการณ์ทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงขององค์กร ในยุคปัจจุบัน โดยเน้นการผสมผสานความรู้ทางการสื่อสารเพื่อจัดการความเสี่ยง การสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงองค์กร โดยมีจุดประสงค์เพื่อลดความเสี่ยงด้านต่างๆ รวมทั้งให้กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียยอมรับการเปลี่ยนแปลง

Impacts of changing environment to corporates and concepts, and social, economic and political phenomena related to current corporate risks; integration of communication knowledge for risk management, communication for changing corporates

วจ.632 การจัดการการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

3 (3-0-9)

CP.632 Intercultural Communication Management

ความหมายและพัฒนาการของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ความแตกต่างทางวัฒนธรรมในสังคมโลกและองค์กรข้ามชาติ ความสำคัญและผลกระทบของวัฒนธรรมที่มีต่อองค์กร หลักการ แนวทาง และการประยุกต์ใช้ การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเพื่อจัดการในองค์กรและสังคมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม

Meaning and development of intercultural communication; cultural differences in the world and international organizations; importance and impacts of culture on the corporates, principles, and guidelines; an application of intercultural communication to manage corporates and culturally diverse societies.

วจ.633 การบริหารตราสินค้าและชื่อเสียงองค์กร

3 (3-0-9)

CP.633 Reputation and Brand Management

ความหมาย ความสำคัญ ประเภท และองค์ประกอบของชื่อเสียง ตราองค์กร และตราสินค้าประเภทต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กัน รวมทั้งศึกษาการสร้างตราสินค้า และจัดการตราสินค้าอย่างสร้างสรรค์และมีกลยุทธ์ ตั้งแต่การวิเคราะห์ การออกแบบ และการใช้ประโยชน์ตราสินค้าภายในและภายนอกองค์กร

Meaning, importances, types and components of reputation, corporate branding and relevant product branding, creation of a brand, creative and effective brand management, analysis, design and employment of brands inside and outside the corporate.

การค้นคว้าอิสระ (สำหรับนักศึกษา แผน ข)

วจ.700 การค้นคว้าอิสระ

(6)

CP.700 Independent Study

ให้นักศึกษานำเสนอรายงานการศึกษาเจาะลึกทางด้านการจัดการการสื่อสารองค์กร เน้นความสามารถในการจัดระบบความคิด ตั้งแต่เริ่มโครงการจนบรรลุเป้าหมายการศึกษาตามที่ระบุไว้ในข้อเสนอเค้าโครงการศึกษารายงานดังกล่าว ประกอบด้วยสาระในเรื่องที่ศึกษา วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ตลอดจนวิธีการศึกษาอย่างเป็นระบบ สามารถนำไปสู่ข้อสรุปหรือข้อเสนอแนะอันจะเป็นประโยชน์

Presentation of an in-depth report on mass communication management, focusing on the ability to organize one's thoughts from the beginning to the completion of the study as specified in the report proposal i.e. titles, objectives, goals, research methodology, conclusion, implications of the study.

วิทยานิพนธ์ (สำหรับนักศึกษาแผน ก แบบ ก 2)

วจ.800 วิทยานิพนธ์

(15)

CP.800 Thesis

การสร้างโครงการวิจัยและการดำเนินการวิจัยอันก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ในสาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร เขียนวิทยานิพนธ์เกี่ยวกับการสื่อสารองค์กร และนำเสนอวิทยานิพนธ์ การเขียนรายงานวิจัยเพื่อเผยแพร่ จริยธรรมในการทำวิจัย และจริยธรรมในการเผยแพร่ผลงานวิชาการ

Implementation and conduction of research project to create a new body of knowledge in corporate communication management; writing up a thesis on a relevant topic; presenting the thesis; writing a journal article to disseminate new knowledge, research ethics and ethics in writing an academic paper.

4. องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม (การฝึกงาน หรือประสบการณ์ภาคสนาม)

4.1 มาตรฐานผลการเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนาม

ไม่มี

4.2 ช่วงเวลา

ไม่มี

4.3 การจัดเวลาและตารางสอน

ไม่มี

5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำการศึกษาค้นคว้าอิสระหรือวิทยานิพนธ์

5.1 คำอธิบายโดยย่อ

การค้นคว้าอิสระ(สำหรับนักศึกษาแผน ข)

ให้นักศึกษานำเสนอรายงานการศึกษาเจาะลึกทางด้านการจัดการการสื่อสารองค์กรเน้นความสามารถในการจัดระบบความคิด ตั้งแต่เริ่มโครงการจนบรรลุเป้าหมายการศึกษาตามที่ระบุไว้ในการเสนอเค้าโครงการศึกษารายงานดังกล่าว ประกอบด้วยสาระในเรื่องที่ศึกษา วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ตลอดจนวิธีการศึกษาอย่างเป็นระบบ สามารถนำไปสู่ข้อสรุปหรือข้อเสนอแนะอันจะเป็นประโยชน์

วิทยานิพนธ์(สำหรับนักศึกษา แผน ก แบบ ก 2)

การสร้างโครงการวิจัยและการดำเนินการวิจัยอันก่อให้เกิดองค์ความรู้ที่เกิดประโยชน์ในสาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร เขียนวิทยานิพนธ์เกี่ยวกับการสื่อสารองค์กร และนำเสนอวิทยานิพนธ์การเขียนรายงานวิจัยเพื่อเผยแพร่ จริยธรรมในการทำวิจัย และจริยธรรมในการเผยแพร่ผลงานวิชาการจะต้องได้รับการเผยแพร่ตามหลักเกณฑ์

5.2 มาตรฐานผลการเรียนรู้

หลังจากได้ศึกษาวิทยานิพนธ์/ การค้นคว้าอิสระแล้ว มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทฤษฎีการบริหารและการจัดการการสื่อสารองค์กรในลักษณะองค์กรภาครัฐและเอกชนระเบียบวิธีวิจัย และการประยุกต์ใช้การวิจัยเชิงปริมาณหรือคุณภาพ ซึ่งตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตร เพื่อแก้ไขปัญหาที่สนใจศึกษา ตลอดจนสามารถนำเสนอรายงานการศึกษา/วิทยานิพนธ์ ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการ และผลการศึกษานอกจากต้องใช้ความรู้และความเข้าใจในกระบวนการต่างๆแล้ว ยังสามารถสร้างองค์ความรู้เพื่อนำไปใช้และเป็นประโยชน์ต่อองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ได้อีกด้วย

5.2.1 สำหรับนักศึกษา แผน ก แบบ ก 2 และแผน ข ต้องจัดทำบทความวิทยานิพนธ์ที่พร้อมสำหรับการตีพิมพ์ในวารสารทางวิชาการหรือนำเสนอรายงานการประชุมวิชาการ

5.2.2 นักศึกษาได้ระดับ S ในการสอบวิทยานิพนธ์ และรายวิชา วจ.700 การค้นคว้าอิสระ กระทำโดยวิธีนำเสนอในที่ประชุมต่อคณะกรรมการและนำวิทยานิพนธ์/ การค้นคว้าอิสระที่พิมพ์และเย็บเล่มเรียบร้อยแล้ว มามอบให้มหาวิทยาลัยตามระเบียบ

5.3 ช่วงเวลา

วิทยานิพนธ์ : ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2 นักศึกษาสามารถจดทะเบียนทำวิทยานิพนธ์ได้ เมื่อนักศึกษาสอบประมวลความรู้ผ่าน และสามารถสอบเค้าโครงวิทยานิพนธ์ได้ทันที โดยมีระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์ ตั้งแต่ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2 จนถึงสิ้นสุดสถานภาพของนักศึกษาในเวลาไม่เกิน 21 ภาคการศึกษาปกติ

การค้นคว้าอิสระ : นักศึกษาจดทะเบียนการค้นคว้าอิสระ ตั้งแต่ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2 มีระยะเวลาในการทำ การค้นคว้าอิสระ จะต้องเสร็จสิ้นในภาคการศึกษานี้ มิฉะนั้นนักศึกษาจะได้ระดับ I และต้องส่งเล่มฉบับสมบูรณ์ภายใน 80 วันนับจากวันปิดภาคการศึกษาที่ 3 เพื่อโครงการบัณฑิตศึกษาจะได้นำส่งเกรด และขออนุมัติปริญญาต่อไป

5.4 จำนวนหน่วยกิต

วิทยานิพนธ์ 15 หน่วยกิต /การค้นคว้าอิสระ 6 หน่วยกิต

5.5 ข้อกำหนดการทำวิทยานิพนธ์ การค้นคว้าอิสระ และการสอบประมวลความรู้

5.5.1 การทำวิทยานิพนธ์ (แผน ก แบบ ก 2)

(1) นักศึกษาจะจดทะเบียนทำวิทยานิพนธ์ได้ เมื่อศึกษารายวิชามาแล้วไม่น้อยกว่า 4 ภาคการศึกษาและต้องมีหน่วยกิตสะสมไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต โดยมีค่าระดับเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 3.00

(2) นักศึกษาต้องทำวิทยานิพนธ์เป็นภาษาไทย

(3) หลังจากจดทะเบียนทำวิทยานิพนธ์แล้ว นักศึกษาต้องเสนอหัวข้อวิทยานิพนธ์ต่อคณะกรรมการกลั่นกรองหัวข้อวิทยานิพนธ์ที่ทางคณะฯจัดตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่กลั่นกรองเมื่อผ่านขั้นตอนนี้แล้วให้คณะบดีคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และกรรมการวิทยานิพนธ์ รวมไม่น้อยกว่า 3 ท่าน ซึ่งจะให้คำแนะนำนักศึกษา รวมทั้งสอบเค้าโครงวิทยานิพนธ์ และสอบวิทยานิพนธ์

(4) อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

5.5.2 การสอบวิทยานิพนธ์

(1) อาจารย์ผู้สอบวิทยานิพนธ์ ให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

(2) นักศึกษาจะสอบวิทยานิพนธ์ได้เมื่อสอบภาษาต่างประเทศและสอบประมวลความรู้ผ่านแล้ว

(3) การสอบวิทยานิพนธ์ ให้เป็นไปตามระเบียบและข้อบังคับของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และการสอบวิทยานิพนธ์ที่ได้ผลระดับ S ต้องได้มติเป็นเอกฉันท์จากคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

5.5.3 การค้นคว้าอิสระ (แผน ข)

(1) นักศึกษาตามหลักสูตร แผน ข จะจดทะเบียนทำการค้นคว้าอิสระได้ เมื่อศึกษามาแล้วไม่ต่ำกว่า 5 ภาค การศึกษา สอบผ่านการศึกษาระดับชั้นจำนวน 21 หน่วยกิต และวิชาเลือก จำนวน 18 หน่วยกิตรวมหน่วยกิตสะสมไม่น้อยกว่า 39 หน่วยกิต โดยมีค่าระดับเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 3.00

(2) นักศึกษาต้องทำการค้นคว้าอิสระเป็นภาษาไทย

(3) หลังจากจดทะเบียนทำการค้นคว้าอิสระแล้ว นักศึกษาต้องเสนอหัวข้อ การค้นคว้าอิสระคณะกรรมการกึ่งนกรองหัวข้อการค้นคว้าอิสระที่ทางคณะฯจัดตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่กึ่งนกรองเมื่อผ่านขั้นตอนนี้ แล้วให้คณบดีคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ และกรรมการการค้นคว้าอิสระ รวม ไม่น้อยกว่า 3 ท่าน ซึ่งจะให้คำแนะนำนักศึกษา รวมทั้งสอบเค้าโครงการค้นคว้าอิสระ และสอบการค้นคว้าอิสระ

(4) อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ และกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ ให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

5.5.4 การสอบประมวลความรู้

(1) นักศึกษามีสิทธิที่จะสอบประมวลความรู้ ต้องเรียนครบ 39 หน่วยกิต และได้รับโอกาสให้สอบในภาคการศึกษาแรกที่มีโอกาสจะสำเร็จการศึกษา โดยมีค่าระดับเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 3.00

(2) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนจะเปิดสอบประมวลความรู้ ซึ่งเป็นการสอบแบบข้อเขียน ปี การศึกษาละ 3 ครั้ง โดยคณบดีคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนเป็นผู้แต่งตั้งคณะกรรมการสอบประมวลความรู้

(3) นักศึกษาจะต้องสอบประมวลความรู้ให้ได้ระดับ P (ผ่าน) ภายใน 3 ครั้ง มิฉะนั้นจะถูกถอนชื่อออก จากทะเบียนนักศึกษา

5.6 การเตรียมการ

การเตรียมการให้คำแนะนำและช่วยเหลือทางด้านวิชาการแก่นักศึกษาเกี่ยวกับการทำวิทยานิพนธ์ / การ ค้นคว้าอิสระ มีดังนี้

5.6.1 เตรียมการให้นักศึกษามองเห็นประเด็นต่างๆเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารองค์กรจากรายวิชา วจ. 613 สัมมนาการจัดการการสื่อสารองค์กร ซึ่งจะเน้นการเรียนการสอนประเด็นที่น่าสนใจศึกษาและตามความสนใจของนักศึกษาเพื่อให้นักศึกษาเข้าใจกระบวนการหาหัวข้อเพื่อศึกษา

5.6.2 จัดให้มีการสัมมนาให้นักศึกษาเข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างการทำวิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระก่อน การตัดสินใจเลือกลงทะเบียน

5.6.3 การให้คำแนะนำนักศึกษาเกี่ยวกับเรื่องและประเด็นในการทำวิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระ ตามความ สนใจของนักศึกษา โดยอาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการบัณฑิตศึกษา คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

5.6.4 การแต่งตั้งอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์/ การค้นคว้าอิสระ และคณะกรรมการสอบเค้าโครง/ สอบ วิทยานิพนธ์/ การค้นคว้าอิสระประกอบด้วยคณาจารย์ภายในคณะและผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับเรื่อง วิทยานิพนธ์/ การค้นคว้าอิสระของนักศึกษา เพื่อให้คำแนะนำ/ ตรวจสอบ/ ประเมินผลเกี่ยวกับการทำวิทยานิพนธ์/ การค้นคว้า อิสระ

5.6.5 ให้คำแนะนำนักศึกษาเกี่ยวกับการเขียนวิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระและการจัดทำบทความตีพิมพ์ใน วารสารทางวิชาการ ตามเงื่อนไขการจบการศึกษา

5.7 กระบวนการประเมินผล

กระบวนการประเมินผลในการทำวิทยานิพนธ์/ การค้นคว้าอิสระจะดำเนินการภายใต้การบริหารจัดการ และการทวนสอบมาตรฐานจากคณะกรรมการบัณฑิตศึกษา คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน โดยมีกระบวนการประเมิน และผู้ประเมินตามลำดับดังนี้

5.7.1 การประเมินผลร่างเค้าโครงวิทยานิพนธ์/ การค้นคว้าอิสระ โดยอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์/ การค้นคว้าอิสระหลัก ซึ่งเป็นอาจารย์ภายในคณะ และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ หรือผู้เชี่ยวชาญภายนอกสถาบัน

5.7.2 การประเมินผลเค้าโครงวิทยานิพนธ์/ การค้นคว้าอิสระจากการสอบเค้าโครงวิทยานิพนธ์/ การค้นคว้าอิสระ โดยคณะกรรมการซึ่งประกอบด้วย คณาจารย์ และผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกสถาบัน ที่มีคุณวุฒิตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร

5.7.3 การประเมินผลความก้าวหน้าในการทำวิทยานิพนธ์ตามหลักเกณฑ์การประเมินความก้าวหน้าของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

5.7.4 การประเมินผลวิทยานิพนธ์/ การค้นคว้าอิสระ โดยการสอบวิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระฉบับสมบูรณ์ โดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์/ การค้นคว้าอิสระเพื่อประเมินผลคุณภาพของวิทยานิพนธ์/ การค้นคว้าอิสระ และให้คำแนะนำเกี่ยวกับการปรับแก้วิทยานิพนธ์/ การค้นคว้าอิสระ เป็นครั้งสุดท้าย

5.7.5 การประเมินผลบทความจากวิทยานิพนธ์ โดยอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ/หรืออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ก่อนส่งบทความตีพิมพ์ หรืออย่างน้อยดำเนินการให้ผลงาน หรือส่วนหนึ่งของผลงานได้รับการยอมรับให้ตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งพิมพ์ทางวิชาการหรือเสนอต่อที่ประชุมวิชาการที่มีรายงานการประชุม (Proceeding) ตามเงื่อนไขการจบการศึกษา (สำหรับนักศึกษาแผน ก แบบ ก 2)

5.7.6 นักศึกษาได้ระดับ S ในการสอบวิทยานิพนธ์ และการค้นคว้าอิสระ โดยการสอบปากเปล่าขั้นสุดท้าย โดยคณะกรรมการที่คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนแต่งตั้ง

หลักเกณฑ์ในการประเมินผลนักศึกษา

1. กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

การวัดผล ให้เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ว่าด้วยการศึกษาาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2553 ดังนี้

1.1 การวัดผลการศึกษาแบ่งเป็น 9 ระดับ มีชื่อและค่าระดับต่อหนึ่งหน่วยกิต ดังต่อไปนี้

ระดับ	A	A ⁻	B ⁺	B	B ⁻	C ⁺	C	D	F
ค่าระดับ	4.00	3.67	3.33	3.00	2.67	2.33	2.00	1.00	0.00

1.2 การนับหน่วยกิตที่ได้จะนับรวมเฉพาะหน่วยกิตของรายวิชาที่นักศึกษาได้ค่าระดับ S หรือระดับไม่ต่ำกว่า C เท่านั้น รายวิชาที่นักศึกษาได้ค่าระดับต่ำกว่า C ไม่ว่าจะป็นรายวิชาบังคับหรือรายวิชาเลือกให้นำมาคำนวณค่าระดับเฉลี่ยสำหรับภาคการศึกษานั้นและค่าระดับเฉลี่ยสะสมทุกครั้งไป

1.3 นักศึกษาที่ได้ระดับ U หรือค่าระดับ D หรือ F ในรายวิชาใดที่เป็นวิชาบังคับในหลักสูตร จะลงทะเบียนศึกษาซ้ำในรายวิชานั้นได้อีกเพียง 1 ครั้ง และครั้งหลังนี้จะต้องได้ระดับ S หรือระดับไม่ต่ำกว่า C มิฉะนั้นจะถูกถอนชื่อออกจากทะเบียนนักศึกษา

รายวิชาที่ได้ค่าระดับตามความในวรรคแรกนั้น หากเป็นรายวิชาเลือก นักศึกษาอาจจะลงทะเบียนศึกษาซ้ำในรายวิชานั้นอีก หรืออาจจะลงทะเบียนศึกษารายวิชาเลือกอื่นแทนก็ได้

นักศึกษาที่ได้ค่าระดับไม่ต่ำกว่า C ในรายวิชาใดไม่มีสิทธิจดทะเบียนศึกษาซ้ำในรายวิชานั้นอีก

1.4 การวัดผลวิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระ แบ่งเป็น 2 ระดับ คือ ระดับ S (ใช้ได้) และระดับ U (ใช้ไม่ได้) หน่วยกิตที่ได้จะไม่นำมาคำนวณค่าระดับเฉลี่ย

1.5 การวัดผลวิชาเสริมพื้นฐาน การสอบประมวลความรู้ และการสอบภาษาต่างประเทศ แบ่งเป็น 2 ระดับ คือ ระดับ P (ผ่าน) และระดับ N (ไม่ผ่าน) และไม่นับหน่วยกิต

1.6 เงื่อนไขอื่น ๆ ให้เป็นไปตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ว่าด้วยการศึกษาาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2553

2. กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

2.1 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ของนักศึกษาที่ไม่สำเร็จการศึกษา

กำหนดระบบการทวนสอบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษาเป็นส่วนหนึ่งของระบบประกันคุณภาพภายในของสถาบันอุดมศึกษาที่จะต้องทำความเข้าใจตรงกันทั้งสถาบัน และนำไปดำเนินการจนบรรลุผลสัมฤทธิ์ ซึ่งผู้ประเมินภายนอกจะต้องสามารถตรวจสอบได้

การทวนสอบในระดับรายวิชาอาจมีกระบวนการที่แตกต่างกันไปตามแผนการสอนและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ซึ่งอาจประกอบด้วย การสอบข้อเขียน รายงานบุคคล รายงานกลุ่ม การจัดทำเหตุการณ์สมมติ การนำเสนอผลงาน เป็นต้น และให้นักศึกษาประเมินการเรียนการสอนในระดับรายวิชา นำผลการประเมินผู้สอนและการจัดทำ มคอ.3 และ 5 เข้าสู่คณะกรรมการรับพิชชอบหลักสูตรเพื่อพิจารณาการทวนสอบผลสัมฤทธิ์

การทวนสอบระดับหลักสูตรทำได้โดยมีระบบประกันคุณภาพภายในการศึกษาดำเนินการทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้และรายงานผล

2.2 การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้หลังจากนักศึกษาสำเร็จการศึกษา

การกำหนดกลวิธีการทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ของนักศึกษา ควรเน้นการสำรวจการประกอบอาชีพของบัณฑิต หลังจบการศึกษาได้ประกอบอาชีพในองค์กรต่างๆ หรือนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ในการประกอบอาชีพต่างๆ โดยทำอย่างต่อเนื่องและนำผลการสำรวจที่ได้ย้อนกลับมาปรับปรุงกระบวนการเรียนการสอนและหลักสูตร โดยสำรวจดังต่อไปนี้

1. การประเมินตำแหน่ง และ/หรือความก้าวหน้าในสายงานของบัณฑิต
2. ภาวะการณใ้ดำเนินงานของบัณฑิต ประเมินจากบัณฑิตที่จบการศึกษาในแต่ละรุ่น ในด้านของระยะเวลาในการหา งานทำ ความคิดเห็นต่อความรู้ ความสามารถ ความเชื่อมั่นใจของบัณฑิตในการประกอบอาชีพ
3. การประเมินจากบัณฑิตที่ไปประกอบอาชีพ ในแง่ของความรู้และการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ต่อองค์กร รวมทั้ง เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น
4. ผลงานของนักศึกษาที่วัดเป็นรูปธรรมเพื่อประเมินผลการศึกษาได้ เช่น จำนวนรางวัลทางสังคมและวิชาชีพ จำนวนที่ศึกษาต่อในระดับสูงขึ้นไป จำนวนกิจกรรมอาสาสมัครในองค์กรที่ทำประโยชน์ต่อสังคม กิจกรรมการ กุศลเพื่อสังคมและประเทศชาติ

3. เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

3.1 แผน ก แบบ ก 2

- 1) ได้ศึกษารายวิชาครบตามโครงสร้างหลักสูตร และมีหน่วยกิตสะสมไม่น้อยกว่า 45 หน่วยกิต
- 2) ได้ค่าระดับเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 3.00 (จากระบบ 4 ระดับคะแนน)
- 3) ต้องได้ค่าระดับ P (ผ่าน) ในการสอบประมวลความรู้ (Comprehensive Examination)
- 4) ต้องได้ระดับ P (ผ่าน) ในการสอบภาษาต่างประเทศ ตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยและหลักสูตรกำหนด หรือศึกษาและสอบ ผ่านวิชา มธ.005 ภาษาอังกฤษ 1 และ มธ.006 ภาษาอังกฤษ 2
- 5) เสนอวิทยานิพนธ์และสอบผ่านการสอบปากเปล่าขั้นสุดท้ายโดยคณะกรรมการที่คณะกรรมการที่คณะกรรมการวารสารศาสตร์และ สื่อสารมวลชนแต่งตั้ง และเป็นระบบเปิดให้ผู้สนใจเข้ารับฟังได้
- 6) ต้องได้ระดับ S (ใช้ได้) ในการสอบวิทยานิพนธ์ และนำเสนอวิทยานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์ที่พิมพ์ เย็บเล่มเรียบร้อยแล้ว พร้อมกับบันทึกวิทยานิพนธ์ฉบับเต็ม (full text) ลงในสื่อบันทึกประเภทแผ่น CD ให้มหาวิทยาลัยตามระเบียบ
- 7) ผลงานวิทยานิพนธ์หรือส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ ต้องได้รับการตีพิมพ์ หรืออย่างน้อยได้รับการยอมรับให้ตีพิมพ์ใน วารสารระดับชาติหรือระดับนานาชาติที่มีคุณภาพตามประกาศคณะกรรมการอุดมศึกษา เรื่องหลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทาง วิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานวิชาการ หรือนำเสนอต่อที่ประชุมวิชาการ โดยบทความที่นำเสนอฉบับสมบูรณ์ (Full Paper) ได้รับการตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (Proceeding) ดังกล่าว
- 8) ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขอื่น ๆ ตามที่คณะกรรมการวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนและมหาวิทยาลัยกำหนด

3.2 แผน ข

- 1) ได้ศึกษารายวิชาครบตามโครงสร้างหลักสูตร และมีหน่วยกิตสะสมไม่น้อยกว่า 45 หน่วยกิต
- 2) ได้ค่าระดับเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 3.00 (จากระบบ 4 ระดับคะแนน)
- 3) ต้องได้ค่าระดับ P (ผ่าน) ในการสอบประมวลความรู้ (Comprehensive Examination)
- 4) ต้องได้ระดับ P (ผ่าน) ในการสอบภาษาต่างประเทศ ตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยและหลักสูตรกำหนด หรือศึกษาและสอบ ผ่านวิชา มธ.005 ภาษาอังกฤษ 1 และ มธ.006 ภาษาอังกฤษ 2

5) เสนอการค้นคว้าอิสระ และสอบผ่านการสอบปากเปล่าขั้นสุดท้ายโดยคณะกรรมการที่คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนแต่งตั้ง และต้องเป็นระบบเปิดให้ผู้สนใจเข้ารับฟังได้

6) ต้องได้ระดับ S (ใช้ได้) ในการสอบการค้นคว้าอิสระ และนำส่งการค้นคว้าอิสระฉบับสมบูรณ์ที่พิมพ์เย็บเล่มเรียบร้อยแล้ว พร้อมกับบันทึกการค้นคว้าอิสระฉบับเต็ม (full text) ลงในสื่อบันทึกประเภทแผ่น CD ให้มหาวิทยาลัยตามระเบียบ

7) ผลงานวิทยานิพนธ์หรือส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ ต้องได้รับการตีพิมพ์ หรืออย่างน้อยได้รับการยอมรับให้ตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติหรือระดับนานาชาติที่มีคุณภาพตามประกาศคณะกรรมการอุดมศึกษา เรื่องหลักเกณฑ์การพิจารณาวารสารทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่ผลงานวิชาการ หรือนำเสนอต่อที่ประชุมวิชาการ โดยบทความที่นำเสนอฉบับสมบูรณ์ (Full Paper) ได้รับการตีพิมพ์

8) ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขอื่น ๆ ที่คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนและมหาวิทยาลัย ชรรถศาสตร์กำหนด