มหาวิทยาลัยรังสิต

RANGSIT UNIVERSITY

หลักสูตรสารสนเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสังคม
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2561)

Master of Information Science, Social Media Technology
Revised 2018

วิทยาลัย เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยรังสิต

College of Information and Communication Technology, Rangsit University.

ชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย : หลักสูตรสารสนเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสังคม

ภาษาอังกฤษ : Master of Information Science Program in Social Media Technology

ชื่อปริญญา

ชื่อเต็ม (ภาษาไทย) : สารสนเทศศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีสื่อสังคม)

ชื่อเต็ม (ภาษาอังกฤษ) : Master of Information Science (Social Media Technology)

ชื่อย่อ (ภาษาไทย) : สท.ม. (เทคโนโลยีสื่อสังคม)

ชื่อย่อ (ภาษาอังกฤษ) : M.I.S. (Social Media Technology)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

วิทยาลัยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต

ปรัชญา

มุ่งผลิตมหาบัณฑิตทางโซเชียลมีเดียเทคโนโลยี ที่มีความรู้ความสามารถโดยอยู่บนพื้นฐานของการคิดอย่างเป็นระบบ การคิดเชิงสร้างสรรค์และการคิดเชิงยุทธศาสตร์เพื่อสร้างความเป็นผู้นำด้านการจัดการ การสร้างความรู้และนวัตกรรม และการประยุกต์ใช้นวัตกรรมทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ตอบสนองต่อความต้องการขององค์การทั้งภาครัฐและเอกชน สังคม และประเทศชาติ อย่างมีธรรมาภิบาล โดยให้ความสาคัญด้านคุณภาพเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

ความสำคัญ

ปัจจุบันนี้มีการขยายตัวทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารในประเทศไทยเป็นอย่างมาก แต่ความพยายามที่จะนำเทคโนโลยีการสื่อสารเหล่านี้มาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาประเทศ ยังไม่สัมฤทธิผลเท่าที่ควร เนื่องจากในปัจจุบัน มีคนจำนวนมากใช้สื่อโซเชียลมีเดียอย่างขาดจริยธรรม คุณธรรม โครงการพัฒนาต่างๆ จึงยังไม่บรรลุผลตามเป้าหมาย สาเหตุสาคัญเกิดจากขาดการวางนโยบาย และวางแผนด้านการสื่อสาร ทั้งในระดับมหภาคและจุลภาค นอกจากนี้ ความรู้ความเข้าใจในด้านทฤษฎี เทคนิค วิเทโศบาย และข้อปฏิบัติเกี่ยวกับการใช้การสื่อสารด้วยโซเชียลมีเดีย เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนายังไม่เพียงพอ และไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร เพราะขาดการค้นคว้าวิจัยทางโซเชียลมีเดียเทคโนโลยีอย่างจริงจังและน่าเชื่อถือ การเปิดสอนระดับปริญญาโทสาขาโซเชียลมีเดียเทคโนโลยีจะช่วยปิดช่องว่างดังกล่าว และเอื้ออำนวยต่อโครงการพัฒนาประเทศได้อย่างมาก ดังนั้น ผู้ที่สาเร็จโครงการปริญญาโทนี้ จะสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้พัฒนาการวางนโยบาย และวางแผนด้านการสื่อสารโซเชียลมีเดียเทคโนโลยี และปฏิบัติงานวิชาชีพสื่อสารทั่วไปได้อย่างลึกซึ้ง ทั้งด้านการวิจัย และสามารถปฏิบัติงานระดับผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขาที่เกี่ยวกับการสื่อสารโซเชียลมีเดียเทคโนโลยีต่างๆ ตามความสนใจและความถนัดได้อีกด้วย นอกจากนี้ ผู้สำเร็จโครงการศึกษาปริญญาโทนี้จะมีพื้น

ฐานความรู้ทางการวิจัยที่ดี และสามารถใช้ศึกษาโครงการพัฒนาต่าง ๆ ในการศึกษาทางวิชาการระดับสูงยิ่งขึ้นต่อไปได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1. เพื่อผลิตมหาบัณฑิตที่มีความรู้และทักษะด้านโซเชียลมีเดียเทคโนโลยี และการสื่อสารที่ทันสมัย ซึ่งสามารถจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารด้วยโซเชียลมีเดียได้อย่างมีคุณภาพ สามารถตอบสนองต่อความต้องการขององค์การและนำมาซึ่งการแข่งขันในภาคธุรกิจได้
2. เพื่อผลิตมหาบัณฑิตที่มีการคิดเชิงระบบ การคิดเชิงยุทธศาสตร์ และการคิดเชิงบูรณาการ เพื่อเป็นพื้นฐานของการเป็นผู้นำและผู้บริหารโซเชียลมีเดียเทคโนโลยีระดับสูงที่มีความสามารถและศักยภาพ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์การได้
3. เพื่อผลิตมหาบัณฑิตที่มีความสามารถในการประยุกต์ใช้โซเชียลมีเดียเทคโนโลยี เพื่อการพัฒนาระบบการแก้ปัญหาในการทำงาน รวมทั้งการจัดการโครงการโซเชียลมีเดียเทคโนโลยี ทั้งในระดับองค์การ ชุมชน ท้องถิ่น ภายในประเทศ และระหว่างประเทศ
4. เพื่อผลิตมหาบัณฑิตที่เปี่ยมด้วย คุณธรรม จริยธรรม มีจรรยาบรรณทางวิชาชีพ รวมถึงจิตสานึกในการดำเนินกิจการในหน้าที่ที่ดี (Governance) โดยมุ่งหวังที่จะตอบสนองความต้องการและร่วมรับผิดชอบต่อสังคม

วัน-เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

เรียน วันเสาร์ - อาทิตย์ เวลา 09.00 -17.00 น.

คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

1. สำเร็จการศึกษา ไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีจากสถาบันการศึกษาที่กระทรวง ศึกษาธิการหรือสานักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือนรับรอง และมีคุณสมบัติอื่นตามเกณฑ์กำหนดของหลักสูตร
2. ไม่เคยต้องโทษตามคำพิพากษาของศาล เว้นแต่ในกรณีที่โทษนั้นเกิดจากความผิดอันได้กระทำโดยประมาท หรือความผิดอันเป็นลหุโทษ
3. ไม่เคยเป็นผู้มีความประพฤติเสียหาย
4. ไม่เป็นคนวิกลจริต
5. เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานความรู้ภาษาอังกฤษ สำหรับนักศึกษาหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

ระบบการศึกษา

1. ใช้ระบบการศึกษาแบบทวิภาค
2. ระยะเวลาการศึกษา 2 ปี
3. ใช้ภาษาไทย และภาษาอังกฤษในการเรียนการสอน

กฎระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการให้ระดับคะแนน (เกรด)

การวัดผลให้เป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยรังสิตว่าด้วยมาตรฐานการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2556 ดังนี้
ดังนี้

1. มหาวิทยาลัยดำเนินการวัดและประเมินผลแต่ละรายวิชาที่นักศึกษาได้ลงทะเบียนเรียน การวัดผลและประเมินผลอาจกระทำโดยการสอบหรือวิธีอื่นตามที่คณะที่รับผิดชอบรายวิชาจะกำหนดการสอบในแต่ละรายวิชาให้มีอย่างน้อยสองครั้ง

2. การวัดและประเมินผลเป็นหน้าที่และความรับผิดชอบของอาจารย์ผู้สอน หรือผู้ที่คณะที่รับผิดชอบรายวิชาจะกำหนด

3. ทุกรายวิชาที่ลงทะเบียนเรียน นักศึกษาต้องมีเวลาศึกษาไม่น้อยกว่าร้อยละแปดสิบของเวลาศึกษาทั้งหมดหรือได้ทำงานในรายวิชานั้น จนเป็นที่เพียงพอตามที่อาจารย์ผู้สอนกำหนด จึงจะมีสิทธิ์ได้รับการวัดและประเมินผล เว้นแต่จะได้รับการอนุมัติเป็นกรณีพิเศษจากคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย เมื่อคณบดีบัณฑิตวิทยาลัยเห็นว่าเวลาศึกษาที่ไม่ครบนั้น เนื่องจากเหตุอันจะโทษนักศึกษาผู้นั้นมิได้

4. การวัดผลการสอบประมวลความรู้ การสอบวัดคุณสมบัติ และการสอบวิทยานิพนธ์เป็นหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้อำนวยการหลักสูตรและอาจารย์ที่ปรึกษา โดยจะต้องเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยรังสิตว่าด้วยมาตรฐานการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2556

5. ผลงานวิทยานิพนธ์ หรือการศึกษาค้นคว้าอิสระของนักศึกษาในระดับปริญญาโทจะต้องได้รับการเผยแพร่ หรือ ตีพิมพ์ ตามที่กำหนดในเกณฑ์การสำเร็จการศึกษาของหลักสูตร

6. การวัดและประเมินผลในแต่ละรายวิชาให้ประเมินเป็นอักษรระดับขั้น (Letter Grades) ที่มีค่าระดับขั้น (Numeric Grades) ดังต่อไปนี้

ระดับขั้น	ความหมาย	ค่าระดับขั้น (ต่อหนึ่งหน่วยกิต)
A	ดีเยี่ยม	4.0
B+	ดีมาก	3.5
B	ดี	3.0
C+	พอใช้	2.5
C	อ่อนมาก	2.0
F	ตก	0.0

7. สัญลักษณ์ที่ไม่มีค่าระดับ มีความหมายดังนี้

S หมายความว่า ผลการศึกษาอยู่ในระดับขั้นเป็นที่น่าพอใจและหน่วยกิตเป็นหน่วยกิตสะสมได้

U หมายความว่า ผลการศึกษาอยู่ในขั้นไม่เป็นที่พอใจ และไม่นับหน่วยกิตให้

W หมายความว่า ถอนหรือยกเลิกการลงทะเบียนเรียน ใช้เมื่อนักศึกษาเรียนวิชานั้นตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยรังสิต ว่าด้วยมาตรฐานการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2556 หรือเมื่อได้รับการอนุมัติให้ลาพักการศึกษา

I หมายความว่า การวัดและประเมินผลยังไม่สมบูรณ์ ใช้เมื่ออาจารย์ผู้สอนโดยความเห็นชอบของผู้อำนวยการหลักสูตรที่รับผิดชอบรายวิชานั้นเห็นสมควรให้รอการวัดและประเมินผลไว้ก่อน เนื่องจากนักศึกษายังปฏิบัติงานซึ่งเป็นส่วนประกอบการศึกษารายวิชานั้นยังไม่สมบูรณ์ เมื่อได้สัญลักษณ์ I ในรายวิชาใดนักศึกษาต้องดำเนินการติดต่ออาจารย์ผู้สอนหรือภาควิชาที่รับผิดชอบรายวิชานั้น เพื่อให้มีการวัดและประเมินผลเพิ่มเติม ภายในเวลา 3 สัปดาห์ ในกรณีที่มีเหตุอันควร อาจารย์ผู้สอนหรือภาควิชาที่รับผิดชอบรายวิชานั้นอาจอนุญาตให้ขยายกำหนดเวลาดังกล่าวได้ แต่ทั้งนี้ไม่เกิน 2 สัปดาห์แรกของภาคการศึกษาปกติถัดไป เมื่อพ้นกำหนดดังกล่าวยังไม่สามารถวัดและประเมินผลได้ สัญลักษณ์ I จะเปลี่ยนเป็นระดับขั้น F หรือสัญลักษณ์ U แล้วแต่กรณีทันที

IP หมายความว่า การศึกษาในรายวิชานั้นยังไม่สิ้นสุด การให้สัญลักษณ์ IP จะกระทำได้เฉพาะรายวิชาที่มีการเรียนหรือปฏิบัติงานต่อเนื่องกันมากกว่าหนึ่งภาคการศึกษา สัญลักษณ์ IP จะถูกเปลี่ยนเมื่อการเรียนหรือการปฏิบัติงานในรายวิชานั้นสิ้นสุด และมีการประเมินผลการศึกษาเปH นระดับขั้น หรือสัญลักษณ์ S หรือ U ตามแต่กรณี

เกณฑ์การสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

1. แผน ก แบบ ก 2

1.1 ได้ศึกษาและผ่านการวัดและประเมินผลรายวิชาต่างๆ ได้สอบผ่านวิทยานิพนธ์ และได้สอบผ่านภาษาอังกฤษตามประกาศมหาวิทยาลัยรังสิตเรื่องเกณฑ์มาตรฐานความรู้ภาษาอังกฤษสำหรับนักศึกษาหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต รวมทั้งเกณฑ์อื่นๆ ครบถ้วนตามหลักสูตรและข้อกำหนดของสาขาวิชาที่จะรับปริญญา

1.2 ได้ระดับแต้มคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 3.00

1.3 ตีพิมพ์ผลงานจากวิทยานิพนธ์ใน

1.3.1 วารสารวิชาการในรูปแบบกระดาษหรืออิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นที่ยอมรับโดยสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ) หรือ

1.3.2 วารสารวิชาการในรูปแบบกระดาษหรืออิเล็กทรอนิกส์ที่อยู่ในฐานข้อมูลของ Thai-Journal Citation Index (TCI) หรือ

1.3.3 วารสารวิชาการในรูปแบบกระดาษหรืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีกรรมการภายนอกมาร่วมกลั่นกรอง (Peer Review) และเป็นที่ยอมรับในสาขาวิชา หรือนำเสนอต่อที่ประชุมวิชาการทั้งในรูปแบบการนำเสนอผลงานแบบบรรยายหรือโปสเตอร์

และบทความฉบับสมบูรณ์ได้รับการตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (Proceeding)

1.4 ไม่อยู่ในระหว่างการรอรับโทษทางวินัยนักศึกษาที่ระบุให้งดการเสนอชื่อเพื่อรับปริญญาชั่วระยะเวลาหนึ่ง

2. แผน ข

2.1 ได้ศึกษาและผ่านการวัดและประเมินผลรายวิชาต่างๆ ได้สอบผ่านการสอบประมวลความรู้ด้วยข้อเขียนและได้สอบผ่านภาษาอังกฤษตามประกาศมหาวิทยาลัยรังสิตเรื่องเกณฑ์มาตรฐานความรู้ภาษาอังกฤษสำหรับนักศึกษาหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต รวมทั้งเกณฑ์อื่นๆ ครบถ้วนตามหลักสูตร และข้อกำหนดของสาขาวิชาที่จะรับปริญญา

2.2 ได้ระดับแต้มคะแนนเฉลี่ยสะสมไม่ต่ำกว่า 3.00

2.3 ตีพิมพ์หรือเผยแพร่ผลงานการศึกษาค้นคว้าอิสระใน ลักษณะที่ 1 ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการหรือสิ่งพิมพ์ทางวิชาการในรูปแบบกระดาษหรืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีกรรมการภายนอกสถาบันร่วมเป็นกรรมการพิจารณาด้วย หรือนำเสนอต่อที่ประชุมวิชาการทั้งในรูปแบบการนำเสนอผลงานแบบบรรยาย หรือโปสเตอร์ และบทความฉบับสมบูรณ์ได้รับการตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (Proceeding)

2.4 ไม่อยู่ในระหว่างการรอรับโทษทางวินัยนักศึกษาที่ระบุให้งดการเสนอชื่อเพื่อรับปริญญาชั่วระยะเวลาหนึ่ง

โครงสร้างหลักสูตร

1. แผน ก แบบ ก2 (ศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์) หน่วยกิตตลอดหลักสูตร 39 หน่วยกิต
   - 1) หมวดวิชาเสริมพื้นฐาน (ไม่นับหน่วยกิตรวม)
   - 2) หมวดวิชาบังคับ 18 หน่วยกิต
   - 3) หมวดวิชาเลือก 9 หน่วยกิต
   - 4) หมวดวิทยานิพนธ์ 12 หน่วยกิต
2. แผน ข (ไม่ทำวิทยานิพนธ์) หน่วยกิตตลอดหลักสูตร 39 หน่วยกิต
   - 1) หมวดวิชาเสริมพื้นฐาน (ไม่นับหน่วยกิตรวม)
   - 2) หมวดวิชาบังคับ 18 หน่วยกิต
   - 3) หมวดวิชาเลือก 15 หน่วยกิต
   - 4) การศึกษาค้นคว้าอิสระ 6 หน่วยกิต
   - 5) การสอบประมวลความรู้ 0 หน่วยกิต

รายวิชาในหลักสูตร

จำนวนหน่วยกิต(บรรยาย-ปฏิบัติ-ศึกษาด้วยตนเอง)

ENL 500 ภาษาอังกฤษสำหรับบัณฑิตศึกษา 3(3-0-6)
(English for Graduate Studies)

SMT 501 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเทคโนโลยีสื่อสังคม 3(3-0-6)
(Fundamental of Social Media Technology)

3.1.3.2 <u>หมวดวิชาบังคับ</u>

แผน ก แบบ ก2 และ แผน ข เรียนวิชาบังคับจำนวน 6 วิชา รวม 18 หน่วยกิต

SMT 610 เทคโนโลยีเครือข่ายสื่อสังคม 3(3-0-6)
(Social Media Technology)

SMT 612 การวิจัยและพัฒนาในด้านเทคโนโลยีสื่อสังคม 3(3-0-6)
(Research and Development in Social Media Technology)

SMT 613 การตลาดออนไลน์ 3(3-0-6)
(Digital Marketing)

SMT 616 การออกแบบและการสร้างสื่อสังคม 3(3-0-6)
(Designing and Building Social Media)

SMT 617 กฎหมายและจริยธรรมเกี่ยวกับเทคโนโลยีสื่อสังคม 3(3-0-6)
(Legal and Ethical Aspects in Social Media Technology)

SMT 618 การวิจัยด้านเทคโนโลยีสื่อสังคมขั้นสูง 3(3-0-6)
(Advance Research in Social Media Technology)

3.1.3.3 <u>หมวดวิชาเลือก</u>

แผน ก แบบ ก2 เลือกเรียน 2 วิชา รวม 6 หน่วยกิต

แผน ข เลือกเรียน 4 วิชา รวม 12 หน่วยกิต จากรายวิชาต่อไปนี้

กลุ่มวิชาเทคโนโลยีสื่อสังคม

SMT 614 การจัดการโครงการทางเทคโนโลยีสื่อสังคม 3(3-0-6)
(Social Media Technology Project Management)

SMT 615 การตลาดสื่อสังคมแบบบูรณาการ 3(3-0-6)
(Integrated Social Media Marketing)

SMT 624 สัมมนาในหัวข้อเทคโนโลยีสื่อสังคม 3(2-2-5)
(Seminar in Social Media Technology)

SMT 625 การจัดการข้อมูลในเว็บ 3(3-0-6)
(Web Data Management)

SMT 626	การจัดการเทคโนโลยีสื่อสังคม (Social Media Technology Management)	3(3-0-6)
SMT 627	การพาณิชย์สื่อสังคม (Social Media Commerce)	3(3-0-6)
SMT 628	การตลาด กลยุทธ์ และการวิเคราะห์สื่อสังคม (Social Media Marketing, Strategic and Analytics)	3(3-0-6)
SMT 629	ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และกลยุทธการสร้างแบรนด์ (E-business and Strategic Branding)	3(3-0-6)
SMT 630	การสร้างสรรค์เนื้อหาสำหรับสื่อสังคม (Creative Content for Social Media)	3(3-0-6)
SMT 631	นวัตกรรมดิจิทัลและแนวโน้มของเทคโนโลยี (Digital Innovation and Technology Trends)	3(3-0-6)
DBM 634	ระบบข่าวกรองธุรกิจ (Business Intelligence Systems)	3(3-0-6)
EAT 620	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ (Business Information Systems)	3(3-0-6)
EAT 626	ระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management Systems)	3(3-0-6)

กลุ่มวิชาบริหารธุรกิจ

MKT 671	การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Analysis)	3(3-0-6)
MKT 673	กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และตราสินค้า (Product and Brand Strategy)	3(3-0-6)
MGT 634	การเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship)	3(3-0-6)

กลุ่มวิชานิเทศศาสตร์

COM 611	ทฤษฎีการสื่อสาร (Communication Theories)	3(3-0-6)
COM 641	เทคโนโลยีการสื่อสารกับสังคม (Communication Technologies and Society)	3(3-0-6)
COM 642	การจัดการระบบการสื่อสาร (Communication System Management)	3(3-0-6)

3.1.3.4 <u>วิทยานิพนธ์ (แผน ก แบบ ก2) / การศึกษาค้นคว้าอิสระ (แผน ข)</u>

แผน ก แบบ ก2		**จำนวน 12 หน่วยกิต**
SMT 699	วิทยานิพนธ์ (Thesis)	12(0-24-12)
แผน ข		**จำนวน 6 หน่วยกิต**
SMT 691	การศึกษาค้นคว้าอิสระ (Independent Study)	6(0-12-6)
SMT 698	การสอบประมวลความรู้ (Comprehensive Examinations)	0(0-0-0)

3.1.4 แสดงแผนการศึกษา

ชั้นปีที่ 1

แผน ก แบบ ก2 (การศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์)			**แผน ข (การศึกษารายวิชาและสอบประมวลความรู้)**		
ภาคการศึกษาที่ 1			ภาคการศึกษาที่ 1		
SMT 612	การวิจัยและพัฒนาในด้านเทคโนโลยีสื่อสังคม	3(3-0-6)	SMT 612	การวิจัยและพัฒนาในด้านเทคโนโลยีสื่อสังคม	3(3-0-6)
SMT 613	การตลาดออนไลน์	3(3-0-6)	SMT 613	การตลาดออนไลน์	3(3-0-6)
SMT 617	กฎหมายและจริยธรรมเกี่ยวกับเทคโนโลยีสื่อสังคม	3(3-0-6)	SMT 617	กฎหมายและจริยธรรมเกี่ยวกับเทคโนโลยีสื่อสังคม	3(3-0-6)
XXX 6xx	วิชาเลือก	3(3-0-6)	XXX 6xx	วิชาเลือก	3(3-0-6)
XXX 6xx	วิชาเลือก	3(3-0-6)	XXX 6xx	วิชาเลือก	3(3-0-6)
		รวม 15 หน่วยกิต			รวม 15 หน่วยกิต
ภาคการศึกษาที่ 2			ภาคการศึกษาที่ 2		
SMT 610	เทคโนโลยีเครือข่ายสื่อสังคม	3(3-0-6)	SMT 610	เทคโนโลยีเครือข่ายสื่อสังคม	3(3-0-6)
SMT 616	ออกแบบและการสร้างสื่อสังคม	3(3-0-6)	SMT 616	ออกแบบและการสร้างสื่อสังคม	3(3-0-6)
SMT 618	การวิจัยด้านเทคโนโลยีสื่อสังคมขั้นสูง	3(3-0-6)	SMT 618	การวิจัยด้านเทคโนโลยีสื่อสังคมขั้นสูง	3(3-0-6)
SMT 699	วิทยานิพนธ์	6(0-12-6)	XXX 6xx	วิชาเลือก	3(3-0-6)
			SMT 691	การศึกษาค้นคว้าอิสระ	3(0-6-3)
		รวม 15 หน่วยกิต			รวม 15 หน่วยกิต

ชั้นปีที่ 2

แผน ก แบบ ก2 (การศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์)			**แผน ข (การศึกษารายวิชาและสอบประมวลความรู้)**		
ภาคการศึกษาที่ 1			ภาคการศึกษาที่ 1		
SMT 699	วิทยานิพนธ์	3(0-6-3)	SMT 691	การศึกษาค้นคว้าอิสระ	3(0-6-3)
			SMT 698	การสอบประมวลความรู้	0(0-0-0)
		รวม 3 หน่วยกิต			รวม 3 หน่วยกิต
ภาคการศึกษาที่ 2			ภาคการศึกษาที่ 2		
SMT 699	วิทยานิพนธ์	3(0-6-3)	XXX 6xx	วิชาเลือก	3(3-0-6)
		รวม 3 หน่วยกิต			รวม 3 หน่วยกิต

3.1.5 คำอธิบายรายวิชา

3.1.5.1 <u>หมวดวิชาเสริมพื้นฐาน</u> (ไม่นับหน่วยกิตรวม)

ENL 500 ภาษาอังกฤษสำหรับบัณฑิตศึกษา 3(3-0-6)

(English for Graduate Studies)

การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษด้านการฟัง และการอ่าน เพื่อจับใจความสำคัญของเอกสารทางวิชาการที่ใช้ศัพท์ทั่วไปและศัพท์เทคนิค การนำเสนอความคิดเห็นเชิงอภิปราย และให้เหตุผลสนับสนุนทั้งด้านการพูดและการเขียน

Development of listening and reading skills to conceptualize main points of complex technical and non-technical texts, skills in presenting viewpoints giving arguments and counter arguments both orally and in writing.

SMT 501 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเทคโนโลยีสื่อสังคม 3(3-0-6)

(Fundamental of Social Media Technology)

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับโซเชียลเน็ตเวิร์กในปัจจุบัน ศึกษาความหมายและหลักทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์ก ประวัติความเป็นมาและวิวัฒนาการ เครื่องมือทางโซเชียล เน็ตเวิร์กในปัจจุบัน อาทิเช่น ไลน์ เฟซบุ๊ค ทวิตเตอร์ อินสตราแกรม และเว็บบอร์ดต่างๆ เป็นต้น การวิเคราะห์โซเชียลเน็ตเวิร์กเบื้องต้นด้วย ศึกษาผลกระทบของการใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์กที่มีต่อตนเองและ สังคม ความรับผิดชอบต่อสังคม คุณธรรม จริยธรรม และกฎหมายที่เกี่ยวข้องต่อการใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์ก การใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์กในงานธุรกิจ แนวโน้มในอนาคตของรูปแบบการใช้งานโซเชียล เน็ตเวิร์ก การบริหารจัดการโซเชียลเน็ตเวิร์ก ให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลต่อองค์กรและธุรกิจ

Introduction to social networks; concept and theories of social networks in life; the history and evolution of social networks; learning of social networks tools such as Line, Facebook, Twitter and web board etc.; social network analysis; the effects and responsibility used social networks on public; ethics and the law relating to the use of social networks; social networks for business and trend.

3.1.5.2 <u>หมวดวิชาบังคับ</u>

SMT 610 เทคโนโลยีเครือข่ายสื่อสังคม 3(3-0-6)

(Social Media Network Technology)

เทคโนโลยีเครือข่ายสื่อสังคม โครงสร้างพื้นฐานและสังคม การวิเคราะห์สื่อสังคม องค์กร ความเป็นส่วนตัว ปัญหาด้านความปลอดภัยในเครือข่ายสื่อสังคม สภาพปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคตของเทคโนโลยีเครือข่ายสื่อสังคมและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในด้านสื่อสังคม การประยุกต์ใช้เหมืองข้อมูลและเว็บความหมาย

Social Media network technologies, infrastructures, and communities; social media analysis; privacy and security issues in social networks; current and future trends in social media network technologies and applications in the field of social media networks; application of data mining and semantic web.

SMT 612 การวิจัยและพัฒนาในด้านเทคโนโลยีสื่อสังคม 3(3-0-6)

(Research and Development in Social Media Technology)

หลักวิธีทางสถิติและระเบียบวิธีวิจัย การเลือกใช้สถิติให้เหมาะสมกับงานวิจัย การวิจัยและพัฒนาทางเทคโนโลยีสำหรับสื่อสังคม เช่น วิธีการวิจัยเชิงพรรณนา การวิจัยเชิงสำรวจ การวิจัยเชิงทดลอง ฯลฯ ลักษณะของการวิจัย การเลือกปัญหา เทคนิคในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูล การใช้โปรแกรมสาเร็จรูปสำหรับงานวิจัย การวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรม

Research and statistic for research; principles of research and development methodology: descriptive research, survey studies, experimental research, research characteristics, research problem selection, data collection techniques, data analysis and presentation, application software for research, research and development for initiating innovation.

SMT 613 การตลาดออนไลน์ 3(3-0-6)

(Digital Marketing)

แนวความคิด ภาพรวม คุณค่าของการตลาดออนไลน์ และเทคโนโลยีที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการสร้างสื่อเพื่อการตลาดออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก อินสตราแกรม ยูทูป กูเกิลพลัส เป็นต้น การจัดการฐานข้อมูลลูกค้าและการสื่อสารกับลูกค้า เครื่องมือทางการตลาดออนไลน์ที่สามารถใช้ในกิจกรรมทางการตลาดและประสานการใช้เครื่องมือดังกล่าวเข้าไปในแต่ละขั้นตอนของกิจกรรมทางการตลาด ขั้นตอนการวางแผนการตลาดสำหรับกิจกรรมออนไลน์ ตลอดจน การตลาดออนไลน์ในอนาคต

Concept of digital marketing, value of digital marketing resources, digital maketing technology for communication to customer, customer database management and customer communication, digital marketing tools that can be used in marketing activities and demonstrate how to integrate digital tools into each stage, marketing planning stage stages for online activities, concept of virtual store for marketing products and services including the future of digital marketing resources.

SMT 616 การออกแบบและการสร้างสื่อสังคม 3(3-0-6)

(Designing and Building Social Media)

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารในสื่อสังคมต่างๆ (เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ บล็อก วิกี้ และโลกเสมือนจริง เช่น เซคันด์ไลฟ์) ทฤษฎีบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ รวมทั้งประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ออกแบบและการสร้างสื่อสังคม เช่น การนำเสนออัตลักษณ์ผ่านทางสื่อสังคม เอกลักษณ์ ความเป็นส่วนตัว เยาวชนกับการใช้สื่อสังคม การมีส่วนร่วมทางการเมืองของเครือข่ายสื่อสังคม ทุนทางสังคม โลกเสมือนจริง การทำงานและการใช้สื่อสังคมในที่ทำงาน ระเบียบวิธีและจริยธรรมในการศึกษาข้อมูลสื่อสังคม

A theoretical orientation to communication processes in social media (e.g., Facebook, Twitter, Blogs, Wikis, and virtual worlds such as Second Life); computer mediated communication theories and phenomena including issues of self-presentation, identity, privacy, youth and social media, political participation, social networks, social capital, virtual worlds, collective action, uses of social media in the workplace; methodological and ethical approaches to studying social media data.

SMT 617 กฎหมายและจริยธรรมเกี่ยวกับเทคโนโลยีสื่อสังคม 3(3-0-6)

(Legal and Ethical Aspects in Social Media Technology)

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับปัญหาทางจริยธรรม และกฎหมายเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสื่อสังคม การไม่ไว้วางใจ การจัดการเกี่ยวกับสัญญาทางกฎหมาย กฎหมายระหว่างประเทศเกี่ยวกับลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทาง ปัญญา การไหลข้ามแดนของสารสนเทศ ความเป็นส่วนตัว การรักษาความลับ และสิทธิแห่งมนุษยชนเกี่ยวกับทรัพย์สิน ทางปัญญา ได้แก่ประวัติ ปรัชญา ประเภททรัพย์สินทางปัญญา (ลิขสิทธิ์, สิทธิบัตร,ความลับทางการค้า) การวิเคราะห์ เชิงเศรษฐศาสตร์ ในความจำเป็นในการใช้กฎหมายป้องกันการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น ประเด็นที่เกี่ยวกับจริยธรรม ได้แก่ หลักจริยธรรมโดยทั่วไป ข้อมูลส่วนบุคคล กฎเกณฑ์และข้อบังคับ และแบบแผน ด้านข้มูลข่าวสาร ความเสียหายที่เกิดจากการทำงานผิดพลาดของคอมพิวเตอร์ หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ใช้ คอมพิวเตอร์จารกรรมคอมพิวเตอร์ การทุจริตและการป้องกันการทุจริต

Introduction to legal issue in social media technology, computer impact on society and related concerns, antitrust, contract management, international law including intellectual property, transitional data flow, privacy, confidential, and constitutional rights. Intellectual property: the philosophical, legal, historical, types of intellectual property (copyright, patent, trade secrecy) and the relation between intellectual property and economic analysis of the need for and uses of laws protecting intellectual property; issues of ethics: general ethics, employee privacy, data regulation, computer malfunction liability, and the professional responsibility of the computer user; computer crime, fraud and fraud protection

SMT 618 การวิจัยด้านเทคโนโลยีสื่อสังคมขั้นสูง 3(3-0-6)

(Advance Research in Social Media Technology)

บทบาทของเครื่องมือทางสถิติที่ใช้ในการวิจัยทางเทคโนโลยีสื่อสังคม กระบวนการวิจัยเชิงปริมาณขั้นสูง แนวคิดและกระบวนการวิจัยเชิงปริมาณประเภทต่างๆ การออกแบบการวิจัยทางเทคโนโลยีสื่อสังคม การพัฒนาเครื่องมือและการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติขั้นสูงที่มีตัวแปรมากกว่า 1 ตัวแปร เช่น วิเคราะห์ความแปรปรวนพหุคูณ, การวิเคราะห์ความแปรปรวนร่วม, การวิเคราะห์ปัจจัย, การวิเคราะห์แบบกลุ่ม, โมเดลสมการโครงสร้าง เป็นต้น การเขียนรายงานผลการวิจัย จริยธรรมของนักวิจัย

Role of statistical tools in social media research. Advanced quantitative research process; the concepts and processes of various quantitative researches; research design in social media; development of tools and data collection; advanced statistics used in such research MANCOVA, ANCOVA, Factor Analysis, Cluster Analysis, SEM etc; writing the research report; the ethics of researchers.

3.1.5.3 <u>หมวดวิชาเลือก</u>

กลุ่มวิชาเทคโนโลยีสื่อสังคม

SMT 614 การจัดการโครงการทางเทคโนโลยีสื่อสังคม 3(3-0-6)

(Social Media Technology Project Management)

หลักพื้นฐานของการจัดการโครงการ การจัดการโครงการในบริบททางเทคโนโลยีสื่อสังคม การจัดการโครงการกลุ่มกระบวนการ การจัดการโครงการแบบเบ็ดเสร็จ การจัดการขอบเขตของโครงการ การจัดการระยะเวลาของโครงการ การจัดการค่าใช้จ่ายของโครงการ การจัดการคุณภาพของโครงการ การจัดการทรัพยากรบุคคลของโครงการ การจัดการการสื่อสารของโครงการ การจัดการความเสี่ยงของโครงการ การจัดการการจัดซื้อจัดจ้างของโครงการและพีเอ็มบอค

Introduction to project management, project management in social media technology context, project management process groups, project integration management, project scope management, project time management, project cost management, project quality management,project human resource management, project communications management, project risk management,project procurement management, and Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide).

SMT 615 การตลาดสื่อสังคมแบบบูรณาการ 3(3-0-6)

(Integrated Social Media Marketing)

ภาพรวมของการตลาดในสังคมยุคโลกไร้พรมแดน การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ พฤติกรรมผู้บริโภค การวิจัยเพื่อการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ กลยุทธ์เชิงสร้างสรรค์เพื่อการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การวางแผนสื่อ การวางแผนการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และกรณีศึกษา แนวความคิด ภาพรวม คุณค่าของการตลาดสื่อสังคม การจัดการฐานข้อมูลลูกค้าและการสื่อสารกับลูกค้า เครื่องมือทางอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถใช้ในกิจกรรมทางการตลาดและประสานการใช้เครื่องมือดังกล่าวเข้าไปในแต่ละขั้นตอนของกิจกรรมทางการตลาด ขั้นตอนการวางแผนการตลาดสาหรับกิจกรรมสื่อสังคม ตลอดจนแนวคิดร้านค้าเสมือน และการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ในอนาคต

Overview of modern marketing, integrated social media communications marketing, consumer behavior, creative strategy for integrated social media communications marketing, research for social media marketing, media planning, and case studies; concept of social media marketing, value of social media marketing resources, customer database management and customer communication, electronic tools used in social media marketing activities and demonstrate how to integrate electronic tools into each stage, marketing planning stage stages for online activities, concept of virtual store for marketing products and services including the future of online electronic marketing resources.

SMT 624 สัมมนาในหัวข้อเทคโนโลยีสื่อสังคม 3(2-2-5)

(Seminar in Social Media Technology)

ประเด็นการสัมมนาใหม่ๆ เกี่ยวกับเทคโนโลยีสื่อสังคม โดยเน้นการทำงานกลุ่ม การประชุม การอภิปราย การโต้แย้งแสดงเหตุผล โครงการสัมมนา การเขียนรายงานการประชุมและการนำเสนอความรู้สู่สาธารณะ

Issues on current social media technology management focus on team working, meeting, discussing, argumentation, seminar proposal, report and deliver or present knowledge to public.

SMT 625 การจัดการข้อมูลในเว็บ 3(3-0-6)

(Web Data Management)

ระบบจัดการฐานข้อมูล ภาษา วิธีการ และตัวแบบข้อมูล การออกแบบระบบฐานข้อมูลอินเทอร์เน็ต เวิลด์ไวด์เว็บ และโปรโตคอลที่เกี่ยวข้อง ตัวแบบเชิงสัมพันธ์เอกภาพ ตัวแบบเชิงระดับชั้น ตัวแบบเชิงเครือข่าย ตัวแบบเชิงความสัมพันธ์ การปรับให้เป็นปกติ ภาษาสอบถามเชิงสัมพันธ์ และเอสคิวแอล เครื่องมือซอฟต์แวร์สมัยใหม่สาหรับการออกแบบฐานข้อมูลและพัฒนาโปรแกรมประยุกต์ฐานข้อมูล (โปรแกรมประยุกต์แบบไคลเอนต์-เซิร์ฟเวอร์และเว็บเบส)

Concept of database management systems associated with web technologies, languages, schemes, and data models, design of database systems, entity-relationship model, hierarchy model, network model, relational model, normalization, relational query languages and SQL, modern software tools for database design and database application development (client/server and web-based applications).

SMT 626 การจัดการเทคโนโลยีสื่อสังคม 3(3-0-6)

(Social Media Technology Management)

การจัดการเทคโนโลยีสื่อสังคม ความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์ของเทคโนโลยีสื่อสังคมการพัฒนายุทธศาสตร์ทางเทคโนโลยีสื่อสังคมสำหรับองค์กร การวางแผนทางเทคโนโลยีสื่อสังคมแนวโน้มอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ ระบบโทรคมนาคม แนวโน้มทางอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสื่อสังคม การจัดการโปรแกรมประยุกต์ทางธุรกิจ การพัฒนาและการคาดคะเนผู้บริโภค การจัดการทรัพยากรข้อมูลและคอมพิวเตอร์ การจัดการระบบเครือข่ายและธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ การจัดการการลงทุนและการคุ้มทุนของเทคโนโลยีสื่อสังคม การควบคุมเทคโนโลยีสื่อสังคม ความปลอดภัยและการป้องกันทรัพย์สินด้านเทคโนโลยีสื่อสังคม คน องค์กร และระบบการจัดการ บทบาทของผู้บริหารสารสนเทศระดับสูง

Managing social media technology in the information age, social media technology's strategy importance, developing the organization's social media technology strategy, social media technology planning, hardware and software trends, modern telecommunication systems, industry trends, managing application development, developing and managing customer expectations, managing customer expectation, managing computer and data resource, managing ebusiness and network systems, measuring social media technology investment and returns, social media technology control, asset protection and security, people, organization and management systems, chief information officer's role.

SMT 627 การพาณิชย์สื่อสังคม 3(3-0-6)

(Social Media Commerce)

การพาณิชย์สื่อสังคมต่างๆ ได้แก่ เทคโนโลยีเว็บ แนวโน้มเชิงวิเคราะห์ของเทคโนโลยีเว็บ ระบบการชาระเงินอิเล็กทรอนิกส์ การพิสูจน์ตัวบุคคล ความมั่นคงและความเป็นส่วนตัว การประยุกต์ใช้พาณิชย์สื่อสังคมในองค์กร ในอุตสาหกรรมค้าปลีก ค้าหุ้น ธนาคาร การศึกษาและ บริการทางสุขภาพ พาณิชย์สื่อสังคมระหว่างธุรกิจและลูกค้า ธุรกิจกับธุรกิจ และการประยุกต์ใช้ภายใน องค์กร โมเดลของพาณิชย์สื่อสังคม กฎหมายและนโยบายที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์สื่อสังคม ประเด็น เกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว การคัดเลือกเนื้อหาและการจัดอันดับ ลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญา เครือข่ายสื่อสังคมและพาณิชย์สื่อสังคมผ่านเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

Fundamental of social media commerce; web technology, and an analytic review of web technology trends, electronic payments systems and related issues, authentication, security and privacy, organizational applications, social media commerce applications in retail, stock exchange, banking, education and health sectors, consumer-business, business-business, and intra-organizational social media commerce, business modeling for electronic commerce applications, legal and policy issues underlying social media commerce; issues such as privacy, content selection and rating, and intellectual property rights, social networks and mobile commerce.

SMT 628 การตลาด กลยุทธ์ และการวิเคราะห์สื่อสังคม 3(3-0-6)

(Social Media Marketing, Strategic and Analytics)

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาดบนสื่อสังคม, กลยุทธ์การทำการตลาดบนสื่อสังคม, การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคม, การโฆษณาผ่านสื่อสังคม, การวิเคราะห์สื่อสังคม, การวิเคราะห์สื่อสังคมในแต่ละแฟลตฟอร์ม (Application), พฤติกรรมผู้บริโภค, พฤติกรรมเชิงลึกของผู้บริโภค, การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึกและกลุ่มเป้าหมาย, การวิเคราะห์สื่อสังคมโดยการใช้เครื่องมือช่วยการวิเคราะห์, การวิเคราะห์เว็บไซต์ด้วย Google Analytic, การตลาดด้วยเครื่องมือค้นหา (Search Engine), ความรู้เบื้องต้น เครื่องมือ และกลยุทธการทำ SEO (Search Engine Optimization)

Introduction to social media marketing, social media marketing strategies, public relation on social media, social media advertising, social media analytics, social media analytics on each platform (application), consumer behavior, consumer insight, consumer insight analytics, social media analytics tools, website analytics by google analytics, search engine marketing, search engine optimization fundamental, search engine optimization tools and strategies.

SMT 629 ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และกลยุทธการสร้างแบรนด์ 3(3-0-6)

(E-business and Strategic Branding)

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์, การวางแผนธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์, กลยุทธและการประยุกต์ใช้สื่อสังคมเพื่อธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์, การตลาดและการประชาสัมพันธ์สำหรับธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์, การบริหารจัดการแคมเปญออนไลน์, ความรู้เบื้องต้นสำหรับการสร้างแบรนด์, แนวคิดและองค์ประกอบขั้นพื้นฐานของการสื่อสารแบรนด์, กลยุทธการสร้างแบรนด์ด้วยสื่อดิจิทัลและสื่อสังคม, การจัดการภาวะวิกฤติของธุรกิจและแบรนด์บนสื่อสังคม

E-business fundamental, E-business planning, social media strategic & adaption for E-business, marketing & public relation for E-business, online campaign management, branding fundamental, basic concepts & elements of brand communication, digital media & social media strategic for branding, brand crisis management on social media.

SMT 630 การสร้างสรรค์เนื้อหาสำหรับสื่อสังคม 3(3-0-6)

(Creative Content for Social Media)

ความรู้เบื้องต้นสำหรับการสร้างสรรค์เนื้อหา, การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลในรูปแบบต่างๆ, การเขียนข้อความโฆษณาดิจิทัล, การพัฒนาทักษะความคิดสร้างสรรค์สำหรับการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตและสื่อดิจิทัล, การวางแผนสื่อดิจิทัลสำหรับสื่อสังคม, กลยุทธ์การตลาดด้วยเนื้อหาดิจิทัล

Creative content fundamental, digital content creation, digital copy writing, developing creative skills for internet communications and digital media, digital media planning for social media, digital content marketing strategies.

SMT 631 นวัตกรรมดิจิทัลและแนวโน้มของเทคโนโลยี 3(3-0-6)

(Digital Innovation and Technology Trends)

นวัตกรรมด้านดิจิทัล, สื่อสมัยใหม่ และเทคโนโลยียุคใหม่ , การนำเทคโนโลยียุคใหม่ไปประยุกต์ใช้สำหรับการทำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์, การนำเทคโนโลยียุคใหม่เพื่อการทำงานในสายอาชีพด้านดิจิทัลและเทคโนโลยี, กระแสสังคมบนสื่อสังคม , การตลาดผ่านสื่อดิจิทัลรูปแบบใหม่ เช่นการตลาดผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ , การตลาดแบบบอกต่อ , การตลาดผ่านผู้ทรงอิทธิพล เป็นต้น

Digital innovation, new media and technology trends, applying technology for e-business. applying technology for digital and technology careers, social media & digital media marketing trends, such as: mobile marketing, viral marketing, influencer marketing, etc.

DBM 634 ระบบข่าวกรองธุรกิจ 3(3-0-6)

(Business Intelligence Systems)

แนวคิดเกี่ยวกับระบบข่าวกรองธุรกิจ วงจรชีวิตโครงการข่าวกรองธุรกิจ การทำให้โครงการข่าวกรองธุรกิจเป็นจริง การวิเคราะห์พหุมิติ นิยามเทคโนโลยีข่าวกรองธุรกิจ การมองหาโอกาสในการใช้ข่าวกรองธุรกิจ การออกแบบโครงสร้างพื้นฐานสำหรับข่าวกรองธุรกิจ การจัดการกระบวนการข่าวกรองธุรกิจ กระบวนการอีทีแอล (ดึง แปลง และโหลด) การประมวลผลข้อมูลก่อนการสร้างคิวบ์หลายมิติ การวิเคราะห์ข้อมูลในคิวบ์หลายมิติ การใช้ความสามารถในการทำรายงานเพื่อเตรียมรายงานสำหรับการจัดการ การอนุวัตระบบข่าวกรองธุรกิจ

Introduction to business intelligence system, business intelligence project lifecycle, enabling business intelligence project, multidimensional analysis, defining business intelligence technologies, identifying business intelligence opportunities, designing business intelligence infrastructure, managing business intelligence operations, ETL (Extract, Transform and Load) process, data preprocessing, building multi-dimensional cube, analyzing information in a multidimensional cube, using reporting capabilities to prepare managerial reports, implementing a business intelligence system.

EAT 620 ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ 3(3-0-6)

(Business Information Systems)

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนทัศน์ว่าด้วยเศรษฐกิจใหม่และโครงสร้างธุรกิจ การพัฒนาระบบสารสนเทศทางธุรกิจ เช่น การศึกษาและการนิยามความต้องการ กระบวนวิธีในการพัฒนาระบบการจัดการโครงการระบบสารสนเทศทางธุรกิจ การวิเคราะห์ ออกแบบ อนุวัต และดูแลรักษาระบบสารสนเทศทางธุรกิจ แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ การจัดทำแผนว่าด้วยธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์เป็นต้น การจัดการระบบสารสนเทศทางธุรกิจ เช่น กลยุทธ์ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ การจัดการธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ การจัดการความมั่นคงของระบบสารสนเทศทางธุรกิจ การจัดเตรียมบริการสำหรับลูกค้าปลายทาง จริยธรรม กฎหมาย และศีลธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบสารสนเทศทางธุรกิจ และการจัดการระบบสารสนเทศทางธุรกิจระหว่างประเทศ

Fundamentals of new economy paradigm and business model; business information systems (BIS) development such as acquiring and defining company needs, initiating systems development, BIS project management, BIS analysis, BIS design, BIS building, BIS implementation and maintenance, e-business concepts, creating an e-business plan, and so forth; BIS management such as BIS strategies, managing e-business, managing BIS security, providing end-user services, ethical, legal and moral related to BIS, managing International BIS.

EAT 626 ระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ 3(3-0-6)

(Customer Relationship Management Systems)

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ลูกค้าและยุทธศาสตร์ลูกค้า ธุรกิจที่มีลูกค้าเป็นศูนย์กลางการจัดการวงจรชีวิตลูกค้า ระบบจัดการลูกค้าสัมพันธ์เชิงปฏิบัติการ ระบบวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า ระบบช่วยสนับสนุนการติดต่อปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า การจัดการโครงการ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การสร้างกรณีทางธุรกิจสำหรับการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในหลากหลายอุตสาหกรรม เหมืองข้อมูลและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การวิเคราะห์กำไรที่ได้จากลูกค้า การสร้างระบบจัดการลูกค้าสัมพันธ์ เครื่องมือจัดการลูกค้าสัมพันธ์ กรณีศึกษาการจัดการลูกค้าสัมพันธ์

Concepts of customer relationship management (CRM), customer and customer strategy, customer centric enterprise (CCE), customer lifecycle management, operational CRM, analytical CRM, collaborative CRM, CRM project management, building a business case for CRM, e-CRM, CRM in various industries, data mining and CRM, customer profitability analysis, implementing CRM, CRM tools, CRM case studies.

กลุ่มวิชาบริหารธุรกิจ

MKT 671 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 3(3-0-6)

(Consumer Behavior Analysis)

พฤติกรรมผู้บริโภคในด้านสังคมวิทยา จิตวิทยา และมานุษยวิทยา หัวข้อศึกษา รวมถึงแรงจูงใจและกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการ สำรวจและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ตลอดจนวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อที่จะกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาด การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ และการจัดการผลิตภัณฑ์และคุณภาพสินค้า

Investigate consumer behavior in terms of sociological, psychological, and humanity aspects. The topics include the motives of consumers and their decision-making processes during the purchase of products and services; factors affecting consumers decisions; marketing strategy, customer relation management and brand management.

MKT 673 กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และตราสินค้า 3(3-0-6)

(Product and Brand Strategy)

กลยุทธ์การตลาดของผู้บริหารผลิตภัณฑ์ แนวความคิดการตลาดสมัยใหม่ของผลิตภัณฑ์ กระบวนการนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด การบริหารสายผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์คุณสมบัติเบื้องต้นของสินค้าเพื่อตัดสินใจเกี่ยวกับตราสินค้า การวางแผนสร้างตราสินค้าในเศรษฐกิจยุคใหม่ กลยุทธ์ในการสร้างความจงรักภักดีตราสินค้า ทบทวนการกำหนดตำแหน่งตราสินค้าในตลาดที่มีการแข่งขันจากภายในและต่างประเทศ ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจพัฒนาเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์และตราสินค้า เพื่อสามารถวิเคราะห์วางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม

Marketing strategy for product managers, modern marketing concept of products, the process of new product introduction, the product-line management, an analysis of fundamental product characteristics to build a brand, planning for the brand building in modern economy, brand loyalty strategy, brand renewal to conduct marketing strategy for competing with local and foreign companies, factors affecting in making decision on the changes of product and brand, planning and determining practical marketing strategy.

MGT 634 การเป็นผู้ประกอบการ 3(3-0-6)

(Entrepreneurship)

ความหมายและคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ กระบวนการในการประเมินแนว ความคิด แนวโน้ม และโอกาสในการทำธุรกิจ การประเมินตนเองสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ การประกอบธุรกิจโดยยึดหลักธรรมาภิบาล และจริยธรรมสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ ความสำคัญ

ประโยชน์ และองค์ประกอบการเขียนแผนธุรกิจ ซึ่งประกอบไปด้วยการวิเคราะห์สถานการณ์ แผนการตลาด แผนการดำเนินงาน แผนจัดการและกำลังคน และแผนการเงิน

The definitions and characteristics of entrepreneurs; process for evaluating business ideas, trends and opportunities; self-assessment for entrepreneurship; good governance in managing business and ethics for entrepreneurs; developing skills in preparing business plans consisting of situational analysis, marketing, operations, management and human resource, and financial plans.

กลุ่มวิชานิเทศศาสตร์

COM 611 ทฤษฎีการสื่อสาร 3(3-0-6)

(Communication Theories)

การสำรวจที่มา ลักษณะเด่น และลักษณะที่แตกต่างของกลุ่มทฤษฎีการสื่อสารของมนุษย์ที่สำคัญๆ อาทิ กลุ่มทฤษฎีโครงสร้างและการหน้าที่ ทฤษฎีกระบวนจิตและพฤติกรรม ทฤษฎี วินิจสารและวิพากษ์ เน้นทฤษฎีระบบ ทฤษฎีสัญญาณและภาษา ทฤษฎีวาทกรรมและสนทนาวิเคราะห์ ทฤษฎีการผลิตและกระบวนการรับสาร บริบทต่างๆ ของการสื่อสาร กลุ่มทฤษฎีสื่อมวลชน ศึกษาทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาและโครงสร้าง สื่อและผู้รับสาร ทฤษฎีเกี่ยวกับผลที่ตามมาของสื่อมวลชนต่อวัฒนธรรมและปัจเจกบุคคล

Exploration of sources and distinguishing essences of varied genres of human communication theories, such as structural and functional theories, cognitive and behavioral theories, interpretative and critical theories specifically focusing on system theory, sign and language theories, speech act and conversational analyses, theories of message production and reception, communication context; mass communication theory genres such as theories about content and structure, media and audience and also theories about communication effects on cultures and individuals.

COM 641 เทคโนโลยีการสื่อสารกับสังคม 3(3-0-6)

(Communication Technologies and Society)

วิวัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสาร ทั้งการสื่อสารมวลชนและการสื่อสารรูปแบบต่างๆ เน้นเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และสารสนเทศ เทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคม ความสำคัญของเทคโนโลยีการสื่อสารต่อสังคมยุคใหม่ การลู่เข้าของสื่อและเทคโนโลยีการสื่อสาร ผลกระทบของเทคโนโลยีการสื่อสารต่อปัจเจกบุคคลและสังคมทุกระดับ

Evolution of communication technologies, mass and others with special emphasis on computer and information technologies; telecommunication technology; significance of communication technologies in modern society; convergence of communication media and technologies; impact of communication technologies on individuals and societies at all levels.

COM 642 การจัดการระบบการสื่อสาร 3(3-0-6)

(Communication System Management)

ประมวลองค์ความรู้ว่าด้วยการจัดการระบบการสื่อสารทุกระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัวจนถึงระดับองค์การขนาดใหญ่ ศึกษาลักษณะร่วมและลักษณะต่างของการจัดการสื่อสารขององค์การขนาดต่างๆ สำรวจปัญหาการจัดการสื่อสารที่มีต่อระบบการสื่อสาร

Survey of knowledge about communication system management in every level from families to large scaled organizations; investigating problems of communication system management and their solutions with special emphasis on Thai contexts; roles and impacts of communication technology on communication system management.

3.1.5.4 <u>หมวดวิทยานิพนธ์ (แผน ก แบบ ก2) / การศึกษาค้นคว้าอิสระ (แผน ข)</u>

SMT 691 การศึกษาค้นคว้าอิสระ 6(0-12-6)

(Independent Study)

วิชาบังคับก่อน : ศึกษาหมวดวิชาบังคับครบถ้วนหรือโดยความเห็นชอบของผู้สอน

ค้นคว้าในประเด็นที่นักศึกษามีความสนใจหรือมีความถนัด โดยหัวข้อ ขอบเขตและรายละเอียดของโครงการจะต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา โครงการจะต้องมีรากฐานจากการค้นคว้าวิจัยอย่างเป็นระบบและมีความชัดเจน โครงการจะต้องนำเสนอและได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการที่หลักสูตรแต่งตั้งขึ้น

Individual investigation into various fields of interest and specialization as selected by each student. The proposal must be well researched and clearly defined. It must be approved by the appointed advisor and submitted. The independent study project must be based upon systematic research and investigation. The project as a whole must be submitted and approved by the appointed committee.

SMT 698 การสอบประมวลความรู้ 0(0-0-0)

(Comprehensive Examinations)

วิชาบังคับก่อน : ศึกษาหมวดวิชาบังคับครบถ้วนหรือโดยความเห็นชอบของผู้สอน

การสอบประมวลความรู้ เกรด : ผ่าน/ไม่ผ่าน

Comprehensive examinations with S/U grades.

SMT 699 วิทยานิพนธ์ 12(0-24-12)

(Thesis)

การวิจัยและพัฒนาในสาขาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ นักศึกษาเลือกหัวข้อที่น่าสนใจโดยได้รับคาแนะนำและความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา จัดทำรายงานผลการวิจัย และนำเสนอผลงาน

Thesis research for Master of Science Program in Information Technology. This is a program of selected research, tailored to the interest of the individual student, under faculty supervision. Preparing a complete thesis report and presentation.