



MCA-SBC

Master of Communication Arts Program
in Strategic Brand and
Communication Management

Courses Descriptions
For Graduate Student
2026 Entrants

MCA-SBC

Master of Communication Arts Program in Strategic Brand and Communication Management

คำอธิบายรายวิชา

หมวดวิชาเสริมพื้นฐาน

พฐ.111 การเขียนเชิงวิชาการ

PL111 Academic Writing

หลักการและขั้นตอนการเขียนเชิงวิชาการเพื่อเตรียมความพร้อมในการผลิตผลงานวิชาการในระดับบัณฑิตศึกษา รายงานทางวิชาการ การเขียนบทความวิชาการ การเขียนโครงร่างการวิจัย การเขียนบทความวิจัย และวิทยานิพนธ์

Principles and academic writing process to enhance ability to produce academic works in master's level, academic report, academic articles, research proposals, research articles, and thesis.

พฐ.112 การวิเคราะห์และการแปลข้อมูลวิจัย

PL112 Data Analysis and Interpretation

การดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล การแปลข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ การพิจารณาลักษณะของข้อมูล การจัดชั้นหรือแยกประเภทของข้อมูล การสังเขป การหาข้อสรุปลักษณะต่าง ๆ ของข้อมูล การแปลข้อมูลด้วยการพิจารณาหาข้อสรุปที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล

Data analysis process and interpretation of quantitative research data, determining characteristics of data, levels of data measurement, data condensation, and data summarization.

หมวดวิชาบังคับ

สบก 611 การสื่อสารเชิงกลยุทธ์

SBC 611 Strategic Communication

แนวคิดกลยุทธ์การสื่อสาร การสื่อสารต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จริยธรรมทางการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ การบริหารประเด็น การสื่อสารเพื่อการเตรียมพร้อมและลดความเสี่ยง

Strategic communication concept, communication for stakeholders, strategic communication ethics, issue management, risk and prepared communication

สบก.612 ทฤษฎีและการปฏิบัติการสื่อสาร

SBC 612 Communication Theory and Practice

ทฤษฎีการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับผู้สื่อสาร สาร สื่อ สภาพแวดล้อมและปรากฏการณ์ทางการสื่อสาร โดยมุ่งเน้นการปฏิบัติการใน 3 ระดับ ได้แก่ กลยุทธ์การสื่อสารระดับทั่วไป กลยุทธ์การสื่อสารระดับสูง และกลวิธีการสื่อสาร

Communication theories by examining theories related to communicators, messages, media, environmental factors, and communication phenomena. Strategic communication theory emphasizes practical operations at three levels: general strategic communication, grand strategic communication, and tactical communication

สบก.613 การวิจัยเชิงประยุกต์สำหรับการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

SBC 613 Applied Research for Communication Strategy

วิธีวิทยาการวิจัยด้านการสื่อสารทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การกำหนดประเด็นปัญหาวิจัย การทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย การออกแบบ การเลือกตัวอย่างหรือผู้ให้ข้อมูล การออกแบบเครื่องมือวิจัยและการรวบรวมข้อมูลรวมทั้งการออกแบบการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติการ รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลมหัตถ์ (Big Data Analytic)

Methods of conducting quantitative and qualitative research, statement of problem, review of literatures, developing frame work of the research, research design, sampling methods, research instrument design, and data collection, data analysis design and big data analytics for academic and operational application

สบก.614 การปฏิบัติการเชิงกลยุทธ์และการประเมินผลแบรนด์

SBC614 Brand Strategy Implementation and Evaluation

วิสัยทัศน์และพันธกิจแบรนด์ ตัวชี้วัดแบรนด์ การตรวจสอบสุขภาพแบรนด์ ช่องทางการสื่อสารแบรนด์ บุคลิกภาพแบรนด์ ตำแหน่งของแบรนด์ คำสัญญาของแบรนด์ ประสิทธิภาพทางการเงินของแบรนด์ และการตรวจสอบและการปรับปรุงแบรนด์

Brand Vision and Mission, Brand Metrics, Brand Health Check, Brand Identity, Brand Channel, Brand Personality, Brand Positioning, Brand Promise, Brand Financial Performance, Brand Monitoring and Adjusting

สบก.615 การสื่อสารในภาวะวิกฤตและการปรับตัวของแบรนด์

SBC615 Crisis Communication and Brand Resilience

กลยุทธ์ กลวิธีของการสื่อสารในภาวะวิกฤตและการปรับตัวของแบรนด์ ตามวิสัยทัศน์ พันธกิจ และนโยบายขององค์กร การสื่อสารเพื่อทอกอบกู้ความเชื่อมั่นและความไว้วางใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

Strategies and tactics to manage Crisis Communication and Brand Resilience according to vision, mission, and policies of organization, Communication to regain confidence and trust of stakeholders

สบก.616 การจัดการความสัมพันธ์

SBC616 Relationship Management

กระบวนการการสื่อสารเชิงกลยุทธ์เพื่อการจัดการความสัมพันธ์ การสร้างเครือข่ายที่เชื่อมโยงกับองค์การสภาพแวดล้อมทางสังคมและความสนใจของกลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

Strategic communication concepts and process to manage relationship. Establishing organizational networks, social environment and interest of stakeholders

สบก.622 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกของผู้บริโภค

SBC622 Consumer Insights

กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกของผู้บริโภค การจัดการข้อมูล การรวบรวมข้อมูล การแปลผลลัพธ์เพื่อวางกลยุทธ์ทางการสื่อสาร

Consumer data analysis process, data management, data collection, data interpretation for communication strategy

สบก.623 การวางแผนสื่อ

SBC623 Channel Planning

การวิเคราะห์ผู้บริโภค ประเมินตัวเลือกช่องทาง การจัดสรรงบประมาณ ตัวชี้วัดและการวิเคราะห์ การติดตามค่าใช้จ่าย วัดรายได้ที่สร้างขึ้นคำนวณความคุ้มค่าทางการลงทุน มูลค่าตลอดอายุการใช้งาน

Audience analysis, evaluate channel option, budget allocation, metrics and analytics, tracking expense, measure revenue generated, calculate ROI, lifetime value



หมวดวิชาเฉพาะสาขา

สบก.621 โครงการกลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์

SBC621 Strategic Brand Communication Capstone Project

การวิเคราะห์แบรนด์ การวิเคราะห์การแข่งขัน การกำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ข้อความสำคัญ กลุ่มเป้าหมาย ช่องทางการสื่อสาร กลยุทธ์การสร้างสรรค การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การกำหนดงบประมาณ การวางแผนการดำเนินงาน การคำนึงถึงจริยธรรมและความยั่งยืนของสังคม การติดตามและการวัดผล

Brand Analysis, Competitive Analysis, Communication Objectives, Key Messages, Targeting, Communication Channels, Creative Strategy, Integrated Marketing Communications, Budget, Implementation Plan, Ethical and Sustainable Considerations, Monitoring and Measurement.

หมวดวิชาเลือก

สบก.631 การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

SBC 631 Intercultural Communication

การสื่อสารข้ามวัฒนธรรมที่หลากหลาย ทำความเข้าใจอคติ ข้อสันนิษฐาน ทัศนคติ ความชอบและไม่ชอบจากวัฒนธรรมและค่านิยมที่แตกต่างกัน

Communicating across cultures. Understanding biases, assumptions, attitudes, likes and dislikes from different cultures and values

สบก.632 การบริหารการสื่อสารในธุรกิจบันเทิง

SBC 632 Communication Management in Entertainment Business

การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่ส่งเสริมธุรกิจบันเทิง การบริหารจัดการ การจัดสรรทรัพยากร การทำการตลาด และอินฟลูเอนเซอร์ การบริหารความนิยม การประเมินความคุ้มค่าในการลงทุน กลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจ รวมถึงการวางแผนรณรงค์ที่สามารถสร้างความสัมพันธ์กับผู้ชมอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มยอดขายในธุรกิจ

Strategic communication in entertainment business, entertainment management, resources allocation, marketing, influencer, rating management, evaluation of investment value, business competitive advantage strategies, as well as, planning campaign to establish bonds between the corporation and audience to raise business gain

สบก.633 การรณรงค์การสื่อสารทางการเมือง

SBC 633 Political Communication Campaign

การจัดการแผนการรณรงค์การสื่อสารทางการเมือง การกำหนดวาระการสร้างประชาคม การออกเสียงสนับสนุนประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเมืองการปกครอง และจริยธรรมทางการเมือง

Political communication campaign planning to determine public agenda, public expression related to political issues, and political ethics

สบก.634 การสื่อสารสุขภาพและการกีฬา

SBC 634 Health and Sports Communication

ทฤษฎีประยุกต์เพื่อการสื่อสารสุขภาพและกีฬา ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสุขภาพ การบริหารนโยบายการสื่อสารที่มุ่งส่งเสริมความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมเชิงบวกต่อเรื่องสุขภาพ การออกแบบสารเพื่อสุขภาพ

Application of health and sports communication theories, fundamental health knowledge, communication policy management to enhance health literacy, and health content design



วิทยานิพนธ์

สบก. 711 วิทยานิพนธ์

SBC 711 Thesis

วิชาบังคับก่อน : สอบผ่าน สบก.613

การวิจัยและการพัฒนาในหัวข้อที่เกี่ยวกับการบริหารแบรนด์และการสื่อสารเชิงกลยุทธ์เพื่อจัดทำรายงานและนำเสนอในรูปแบบของวิทยานิพนธ์สำหรับการศึกษาในระดับปริญญาโท

A candidate for the Master of Arts in strategic brand and communication management is required to perform a study, emphasizing developing a topic and conducting research. A written thesis and an oral presentation defense are required to be submitted under the close supervision of an advisor

การค้นคว้าอิสระ

สบก.212 การค้นคว้าอิสระ

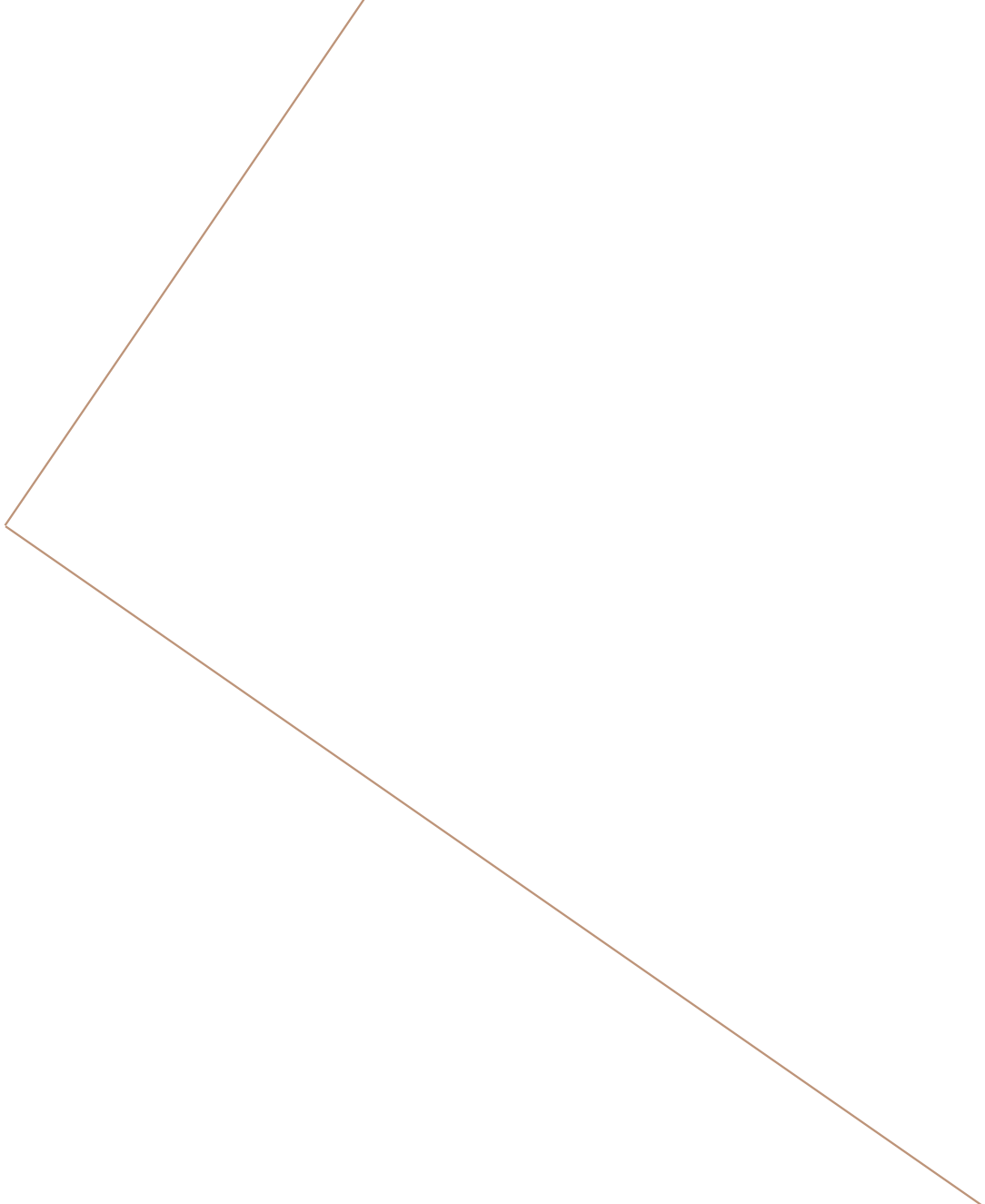
SBC212 Independent Study

วิชาบังคับก่อน : สอบผ่าน สบก.613

การพัฒนาวิจัยที่มีคุณภาพดีในสาขาวิชาการบริหารแบรนด์และการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่นักศึกษาสนใจ และมีประโยชน์ต่อวิชาการหรือวิชาชีพในสาขานิเทศศาสตร์ โดยส่งเสริมให้นักศึกษาเผยแพร่วิจัยในระดับชาติหรือนานาชาติ

A candidate for the Master of Arts in strategic brand and communication management is required to develop well-conducted research in a topic of interest that is beneficial to academic area and/or communication arts profession. Students are also encouraged to present the research study in national and/or international level





BANGKOK UNIVERSITY

GRADUATE SCHOOL

For more Information, please contact:
The Graduate School, Bangkok University
9/1 Moo 5 Phaholyothin Road, Klong Nueng, Klong Luang,
Pathum Thani 12120, Thailand
Phone: +66(0) 2407 3888 ext. 2215
E-mail: graduate@bu.ac.th