

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์

คำอธิบายรายวิชากลุ่มวิชาชีพ

1. วิชาชีพ-บังคับ 39 หน่วยกิต

ADM 150 **ความรู้เบื้องต้นทางการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์** **3(3-0-6)**

(Introduction to Advertising and Creative Media)

ความเข้าใจเกี่ยวกับการโฆษณา และสื่อสร้างสรรค์ ในประเด็นเกี่ยวกับ ความหมาย บทบาท หน้าที่ อิทธิพลของการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์ ประเภทและประสิทธิภาพของสื่อโฆษณาดิจิทัล ประเภทต่าง ๆ หน้าที่ ประเภท สภาพการณ์ และการให้บริการของ บริษัทตัวแทนโฆษณา และองค์กรในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์ การวางแผนงานโฆษณา การสร้างสรรค์งานโฆษณา

Fundamental knowledge of advertising and creative media, meaning, role and influences of advertising and creative media, types and efficiency of digital media, role, type, situation and responsibilities of advertising agency and supply chain of advertising industry, advertising planning, advertising creative.

ADM 153 **การวิเคราะห์ผู้บริโภคเชิงลึก** **3(3-0-6)**

(Consumer Insight Analysis)

ความหมาย ลักษณะทั่วไปและการแบ่งกลุ่มผู้บริโภค ทฤษฎี/แนวคิดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์ผู้บริโภคจากปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อเส้นทางการตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมการบริโภคและกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ที่มีลักษณะการทำงานและความสามารถหลากหลายด้าน การประยุกต์ใช้ความรู้ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคไปเพื่อการสร้างสรรค์งานโฆษณาอย่างเหมาะสม

Meaning, characteristics and segmentation of consumer, related theories and concepts of consumer behavior; consumer analysis from personal factors and external factors affecting consumer's journey, new characteristics of consuming behaviors and multitasking consumer for applicable advertising creation.

ADM 156 การออกแบบทัศนสารดิจิทัลเพื่องานโฆษณา **3(2-2-5)**
(Digital Visual Design for Advertising)

ประวัติ หลักการ แนวคิดการออกแบบกราฟิก การใช้ภาพและตัวอักษรในการสื่อความหมายในการโฆษณา การนำคอมพิวเตอร์มาประยุกต์ใช้ในงานออกแบบกราฟิก การจัดองค์ประกอบและการใช้สีในการสร้างสรรค์กราฟิกด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในสื่อโฆษณาประเภทต่างๆ

History, principles and concepts of graphic design, use of pictures and typography to convey meaning in advertising, use of computers for graphic design, creating compositions and using color for creative advertising by computer software.

ADM 259 การโฆษณาในสื่อดิจิทัล** **3(3-0-6)**
(Advertising in Digital Media)

วิชาบังคับก่อน : **ADM 150** ความรู้เบื้องต้นทางการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์
ADM 153 การวิเคราะห์ผู้บริโภคเชิงลึก

ศึกษาบทบาทและความสำคัญของการโฆษณาดิจิทัลในบริบทสมัยใหม่ เทคโนโลยีและนวัตกรรมสื่อที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา ลักษณะและองค์ประกอบของสื่อดิจิทัลที่ใช้ในการโฆษณา การเลือกใช้เครื่องมือและเทคนิคให้สอดคล้องกับคุณลักษณะของสื่อดิจิทัลเพื่อการโฆษณา จริยธรรม กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการนำข้อมูลของผู้บริโภคไปใช้เพื่อการสร้างสรรค์งานโฆษณาในลักษณะสื่อสารเฉพาะบุคคลรวมทั้งเครื่องมือในการวิเคราะห์และวัดผลการโฆษณาในสื่อดิจิทัล (**รายวิชาที่จัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษ)

Roles and the importance of digital advertising in modern world context, technology and innovative media relating to advertising, characteristics and elements of digital advertising, selection of techniques and tools of digital media for effective advertising execution, laws and regulations relating to consumer's data for personalized advertising, as well as analyze and evaluation methods for digital advertising effectiveness measurement.

ADM 260 การออกแบบและผลิตงานโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์ **3(2-2-5)**
(Advertising and Creative Media Design and Production)

วิชาบังคับก่อน : **ADM 150** ความรู้เบื้องต้นทางการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์

แนวคิด การพัฒนากลยุทธ์การสร้างสรรค์งานโฆษณา กระบวนการการออกแบบและผลิตงานโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์ วิเคราะห์พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ครอบคลุม

ฝึกปฏิบัติการสร้างสรรค์สื่อผสมผสานหลายรูปแบบ การพัฒนาแนวคิดและการออกแบบการสื่อสารงานโฆษณาแบบครบวงจรภายใต้โจทย์และบริบทเฉพาะสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย

Situation of creative advertising works in current media landscape and media ecosystem changing, digital transformation trend, concepts and case studies about omni-channel advertising on multiplatform bridging-media, information analysis for creative solution in advertising works, integrated practice on synergized media creation in flexible framework, idea development and communication design for omni-channel advertising with specific problems and context for multitasking personalized target.

ADM 352 การวางแผนสื่อโฆษณา **3(3-0-6)**

(Advertising Media Planning)

วิชาบังคับก่อน : **ADM 150** ความรู้เบื้องต้นทางการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์

ADM 153 การวิเคราะห์ผู้บริโภคเชิงลึก

บทบาท และความสำคัญของสื่อโฆษณา ความเปลี่ยนแปลงของสื่อโฆษณาประเภทต่าง ๆ และรูปแบบการสื่อสารออนไลน์ รวมไปถึงการศึกษาข้อมูลขนาดใหญ่ เพื่อการวิเคราะห์เชิงคาดการณ์ในตลาด ความต้องการของผู้บริโภค และข้อมูลอื่น ๆ เพื่อนำไปสู่การวางแผนเลือกใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และแผนงานโฆษณาและสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

Roles and importance of advertising media; changes of advertising media, types of online and social media channels, use of “Big data” on a market predictive analytics, user behavior analytics and other data to develop and implement media plan to achieve the advertising campaign objectives and target consumer behavior.

ADM 354 การวิจัยและพัฒนาเพื่อการโฆษณา **3(3-0-6)**

(Advertising Research and Development)

วิชาบังคับก่อน : **ADM 150** ความรู้เบื้องต้นทางการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์

ADM 153 การวิเคราะห์ผู้บริโภคเชิงลึก

หลักการ ความสำคัญและความจำเป็นของงานวิจัยเพื่อการโฆษณา ระเบียบวิธีการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล หลักการสถิติและเทคนิคต่าง ๆ ของการวิจัยโฆษณา นำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนา งานโฆษณา โดยมีการทดลองปฏิบัติงานวิจัยกับกรณีศึกษาจริง ได้แก่ การทดสอบชิ้นงานโฆษณา การวิเคราะห์การรณรงค์การโฆษณา การวิเคราะห์ตลาดและผู้รับสารเป้าหมาย การประเมินประสิทธิผลงานโฆษณา ตลอดจนวิธีการนำเสนอผลการวิจัย

Concepts and techniques of different purposed presentation for advertising pitching towards the preparation process of personal skills, content and presentation techniques including proposal preparation, presentation tools and Q&A preparation in order to reach the effective of advertising pitching.

ADM 489 การฝึกงานวิชาชีพ* 1(0-40-20)
(Internship)

วิชาบังคับก่อน : ผ่านการศึกษากลุ่มวิชาชีพไม่น้อยกว่า 39 หน่วย

การฝึกงานในหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในสาขาวิชาชีพโฆษณาและที่เกี่ยวข้อง เพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์วิชาชีพ โดยอยู่ในการควบคุมและประเมินผลของคณะกรรมการ ไม่น้อยกว่า 8 สัปดาห์

Students gain practical experience in the professional environment working with a designated supervisor at the company. Students should submit a proposal with a job description to their department for approval. At least 8 weeks of internship period is required.

ADM 492 วิทยานิพนธ์* 5(0-10-5)
(Senior Project)

วิชาบังคับก่อน : ADM 489 การฝึกงานวิชาชีพ และต้องผ่านการศึกษากลุ่มวิชาชีพ ไม่น้อยกว่า 40 หน่วยกิต (เฉพาะนักศึกษาสาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์เท่านั้น)

การนำเสนอโครงการวิทยานิพนธ์ในหัวข้อที่นักศึกษาสนใจหรือผู้บริโภคนิยม และสอดคล้องกับหลักสูตรสาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์ เช่น การค้นคว้าวิจัยด้านการโฆษณา การผลิตผลงานโฆษณาการตลาด ในประเด็นหรือปัญหาที่น่าสนใจ โดยอยู่ภายใต้การกำกับดูแลและประเมินผลของคณะกรรมการสาขาวิชา

Before graduate, student required to present the senior project proposal in related topics such as advertising research, advertisement production under the supervision and evaluation of department committee.

ADM 493

สหกิจศึกษา*

6(0-40-20)

(Cooperative Education)

วิชาบังคับก่อน : ผ่านการศึกษากลุ่มวิชาชีพไม่น้อยกว่า 48 หน่วยกิต หรือโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการสาขาวิชา (เฉพาะนักศึกษาสาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์เท่านั้น)

นักศึกษาปฏิบัติงานกับองค์กรธุรกิจเอกชน รัฐวิสาหกิจ องค์กรภาครัฐ หรือสถานประกอบการทางวิชาชีพด้านการโฆษณา เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 16 สัปดาห์ เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพและมีความสามารถในการประกอบวิชาชีพภายใต้การเตรียมความพร้อม มีการจัดระบบติดตามประเมินผลในรูปแบบสหกิจศึกษา โดยนักศึกษามีฐานะเป็นพนักงานชั่วคราว ภายหลังจากปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ต้องเสนอผลสำเร็จของงานเพื่อรับการประเมินผล โดยวิธีการหรือรูปแบบที่สถาบันการศึกษา คณะและ/หรือ สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์กำหนด เช่น การประชุมสัมมนา การนำเสนอผลงานพร้อมเอกสารประกอบ หรือเชิญผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกหรือผู้แทนจากสถานประกอบการมาแสดงความคิดเห็นร่วมกับคณะกรรมการของสาขาวิชา เพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษาแสดงศักยภาพในเชิงบูรณาการที่สะท้อนถึงความเข้าใจในวิชาชีพโฆษณา

Students have to undergo at least 16 weeks of external internship in advertising business firm or related organization. After the cooperative program finished, students have to present the projects or working out-put to fulfill the requirement of advertising department by conference, seminar and presentation with related papers under the supervision of professional organization experts and department committee.

2. วิชาชีพ-เลือก

15 หน่วยกิต

ให้นักศึกษาเลือกเรียนจากกลุ่มวิชาใดก็ได้ 5 รายวิชา จากรายวิชาดังต่อไปนี้ หรือเลือกศึกษารายวิชาอื่นๆ ที่เป็นรายวิชาชีพเลือกที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยรังสิต ทั้งนี้โดยความเห็นชอบจากคณะกรรมการสาขา

ADM 233

การผลิตวีดิทัศน์และภาพเคลื่อนไหวเพื่องานโฆษณา

3(2-2-5)

(Commercial Video and Motion Graphic Production)

กระบวนการและขั้นตอนในการผลิตงานโฆษณา ทักษะและประสบการณ์วิชาชีพ เครื่องมือการฝึกปฏิบัติผลิตงานโฆษณาทางสื่อภาพเคลื่อนไหว ภาพยนตร์โฆษณาโทรทัศน์ และสื่อดิจิทัลอื่น ๆ

Procedure of advertising production with emphasis on tools and practice of media production relating to motion graphic, television commercials and other digital media.

ADM 253 การพัฒนาผู้มีอิทธิพลทางความคิดเพื่อการโฆษณา 3(3-0-6)**
(Key Opinion Leader Development for Advertising)

ความหมายและลักษณะของบุคคลที่เป็นผู้มีอิทธิพลทางความคิด ลักษณะของกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลทางสังคม ประเภทของผู้มีอิทธิพลทางความคิด บทบาทผู้มีอิทธิพลทางความคิดต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค การเลือกใช้ การพัฒนาและการใช้ประโยชน์จากผู้มีอิทธิพลทางความคิดในการรณรงค์เพื่อการโฆษณา กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนแนวโน้มของการใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิดเพื่อการโฆษณา (รายวิชาที่จัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษ)

Definition and characteristics of (Key Opinion Leaders: KOLs) characteristics of reference group, types of KOLs, roles of KOLs on consumer decision making, selection, developing and maximizing KOLs for advertising campaign, relating case studies as well as trends of KOLs use in advertising.

ADM 257 การกำกับศิลป์ในงานโฆษณา 3(2-2-5)
(Advertising Art Direction)

วิชาบังคับก่อน : **ADM 150** ความรู้เบื้องต้นทางการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์

แนวคิดและความเข้าใจเรื่องศิลปะและการออกแบบเพื่อการสื่อสาร บทบาทและความสำคัญของศิลปะในการสร้างสรรคงานโฆษณา เรียนรู้กรณีศึกษาด้านศิลปะในการสร้างสรรคโฆษณา การวิเคราะห์โจทย์สำหรับนักสร้างสรรค์ ผู้กำกับศิลป์ และนักออกแบบ เทคนิคและรูปแบบเชิงพาณิชย์ศิลป์ในอุตสาหกรรมโฆษณาและธุรกิจสร้างสรรค์ต่างๆ ฝึกปฏิบัติงานกำกับศิลป์สำหรับสื่อโฆษณาประเภทต่างๆ การวิจารณ์และประเมินผลงานออกแบบโฆษณา การศึกษาและสังเกตการณ์งานสร้างสรรค์กำกับศิลป์นอกสถานที่

Concepts and understanding on arts and designs for communication, role and impact of arts in creative advertising production, learning on artistic creative advertising case studies, problem analysis for creative people, art director, designer, commercial art techniques and forms in advertising industries and other creative business, art direction practice in various types of advertising media, advertising design critics and evaluation, creative art direction field studies and observation.

ADM 356 การสื่อสารข้อมูลด้วยภาพ **3(2-2-5)**
(Data Visualization)

วิชาบังคับก่อน : **ADM 156** การออกแบบทัศนสารดิจิทัลเพื่องานโฆษณา

แนวคิด หลักการ กระบวนการเก็บข้อมูล การจัดการข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล ศาสตร์และศิลป์ของการเล่าเรื่องของข้อมูล และการฝึกปฏิบัติด้านสื่อสารด้วยภาพ เทคนิคการสร้างสรรค์ข้อมูลเชิงภาพเพื่อการโฆษณา การนำเสนอข้อมูลด้วยการออกแบบอินโฟกราฟิกในรูปแบบต่างๆ

Concept, principles, process of data collecting, data management, data analysis, art and science of data storytelling and practices on visual communication, creative techniques in visualized data for advertising, data presentation with infographic design in various forms.

ADM 357 การสื่อสารผ่านบรรจุภัณฑ์ **3(2-2-5)**
(Packaging Communication)

วิชาบังคับก่อน : **ADM 156** การออกแบบทัศนสารดิจิทัลเพื่องานโฆษณา

แนวคิด หลักการ เทคนิคการสร้างสรรค์วิธีสื่อสารความหมายเพื่อการโฆษณาผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบต่างๆ รวมถึงการนำเสนอบรรจุภัณฑ์ ณ จุดขาย

Concept, principles, technique of creative message communication for advertising through packaging design in various styles, including visual merchandise display.

ADM 358 การถ่ายภาพเพื่อการโฆษณา **3(2-2-5)**
(Advertising Photography)

วิชาบังคับก่อน : **COM 223** การถ่ายภาพดิจิทัลเพื่อการสื่อสาร หรือได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการสาขาวิชา

หลักการสร้างสรรค์ผลงานภาพถ่ายเพื่องานโฆษณา อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องและวิธีการใช้งาน กระบวนการและเทคนิคในการถ่ายภาพรูปแบบต่าง ๆ เช่น ภายในสตูดิโอ และกลางแจ้ง ภาพสินค้า และภาพผู้แสดงแบบ การตกแต่งภาพด้วยคอมพิวเตอร์ เป็นต้น รวมถึงการประเมินคุณภาพของผลงานภาพถ่ายสำหรับใช้ในงานโฆษณา

Principles and creative process of photography for advertising, related equipment and instruction for use, procedure and techniques for professional work: studio and out-door, pack shot and model, photo retouching in computer, including quality evaluation of the photography for advertising.

ADM 362 เทคนิคและปฏิบัติการในกิจกรรมสร้างสรรค์

3(3-0-6)

(Creative Event Technique and Practice)

แนวคิดและเทคนิคในการจัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ การวางแผน การเลือกใช้และสร้างสรรค์รูปแบบกิจกรรมและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมพิเศษได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงฝึกปฏิบัติในการออกแบบ สร้างสรรค์ และควบคุมกิจกรรมพิเศษให้เป็นไปตามแผนงาน

Concepts and techniques of creative event, planning, selecting and creating effective event platform and related technologies of event production including design, creative and controlling event to be in accordance with the plan.

ADM 363 แอดเวอร์เทนเมนท์**

3(3-0-6)

(Advertainment)

การสร้างสรรค์รูปแบบการโฆษณาโดยใช้ความบันเทิง อาทิ ภาพยนตร์โฆษณาเชิงนวนิยายวิทยาศาสตร์ ภาพยนตร์โฆษณาที่แต่งขึ้นจากเรื่องจริง การใช้เพลง ผู้มีอิทธิพลทางความคิด และเกม รวมถึงกิจกรรมออฟไลน์เพื่อการโฆษณา กีฬา คอสเพลย์ แฟลชม็อบ และ การเดินทрупп เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้บริโภคผ่านสื่อที่หลากหลายแบบไร้รอยต่อ (**รายวิชาที่จัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษ)

Creative advertising forms using entertainment: fiction film, non-fiction film, music content, audio content, key opinion leader and game as well as offline event for advertising: sport, cosplay, flash mob and troop, seamlessly engage consumers through different types of media platforms.