รายละเอียดของหลักสูตร
หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาธุรกิจดนตรีและบันเทิง
(หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562)

รหัสและชื่อหลักสูตร

1.1 รหัสหลักสูตร **25570081101014**

1.2 ชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจดนตรีและบันเทิง

ภาษาอังกฤษ Bachelor of Arts Program in Music and Entertainment Business

ชื่อ ชื่อปริญญา

ชื่อเต็มภาษาไทย ศิลปศาสตรบัณฑิต (สาขาวิชาธุรกิจดนตรีและบันเทิง)

ชื่อย่อภาษาไทย ศศ.บ. (สาขาวิชาธุรกิจดนตรีและบันเทิง)

ชื่อเต็มภาษาอังกฤษ Bachelor of Arts (Music and Entertainment Business)

ชื่อย่อภาษาอังกฤษ B.A. (Music and Entertainment Business)

หมวดวิชาเฉพาะ

665 101 การออกแบบการแสดงดนตรี 1 **1(0-2-1)**

(Music Performance Design I)

วิธีการเล่นดนตรี รูปแบบการแสดงดนตรีตั้งแต่ดนตรีคลาสสิคจนถึงดนตรีป๊อปเบื้องต้น กำหนดรูปแบบการนำเสนอวิธีการแสดงดนตรีในรูปแบบต่าง ๆ ได้

Music performance practice; music performance forms from classical to fundamental pop music; program different forms of music performances presentation.

665 102 ประวัติศาสตร์ดนตรีร่วมสมัย **2(2-0-4)**

(History of Contemporary Music)

ประวัติความเป็นมาของประวัติศาสตร์ดนตรีร่วมสมัย ที่เชื่อมโยง สังคม วัฒนธรรม แฟชั่น ทั้งของ ประเทศไทยและต่างประเทศ

History of contemporary music related to social, culture and fashion in Thailand and foreign country.

665 103 พฤติกรรมผู้บริโภค 2(2-0-4)

(Consumer Behavior)

พื้นฐานพฤติกรรมของผู้บริโภค ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อจิตวิทยา พฤติกรรม กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค การตระหนักถึงปัญหา การค้นหาข้อมูลข่าวสาร การประเมิน ค่าทางเลือก พฤติกรรมการซื้อ และกระบวนการภายหลังการซื้อ

Fundamental of consumer behavior; internal and external factors effecting psychology, behavior and process of consumer decisions; problems realizations, gathering of information, assessing choices, buying behavior and process after purchasing.

665 104 การประชาสัมพันธ์เบื้องต้น 2(2-0-4)

(Introduction to Public Relations)

ประวัติความเป็นมา วิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ ความหมาย องค์ประกอบและกระบวน การดำเนินงาน เครื่องมือสื่อสารเพื่องานประชาสัมพันธ์ ความสำคัญ บทบาทหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานประเภทต่าง ๆ บทบาทของการประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง คุณสมบัติและจรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์

History and development of public relations; meaning, components and processes of communication tools for public relations; importance, roles and function of public relations in different organization; roles of public relations effecting economic system, society and politics; qualification and ethics of public relations personnel.

665 105 หลักการและวิธีการนำเสนอแบบมืออาชีพ 1 3(3-0-6)

(Principles and Methods of Professional Presentation I)

แนวทางการออกแบบ และการปฏิบัติ รูปแบบการนำเสนอผลงานหรือรายงานโดยการใช้เครื่องมือทั้งด้านการออกแบบ เครื่องมือด้านการสื่อสาร การนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ ขั้นพื้นฐาน

Design methods, practice and format of presentation or report by using designing tool and communication tool to make a presentation at basic level.

665 106 การออกแบบการแสดงขับร้อง1 1(0-2-1)

(Vocal Performance Design I)

วิธีการร้องเพลง รูปแบบการร้อง และวิจารณ์ การร้องเพลงจากศิลปินในแนวเพลงต่าง ๆ เบื้องต้น

Vocal performance practice; forms and critics; basic vocal performance attributes different style of artistes.

665 107 การออกแบบการแสดงดนตรี 2 1(0-2-1)

(Music Performance Design II)

วิชาบังคับก่อน : 665 101 การออกแบบการแสดงดนตรี 1

วิธีการเล่นดนตรี รูปแบบการแสดงดนตรีตั้งแต่ดนตรีแจ๊สจนถึงดนตรีป๊อปขั้นสูง กำหนดรูปแบบการนำเสนอวิธีการแสดงดนตรีในรูปแบบต่าง ๆ ได้

Music performance practice; music performance forms from jazz to advance pop music; program different forms of music performances presentation.

665 108 ประวัติศาสตร์ดนตรีสำหรับธุรกิจดนตรี 2(2-0-4)

(Music Business History)

ประวัติศาสตร์ของธุรกิจดนตรี การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมผู้ฟัง ศิลปิน วงดนตรีที่อยู่ในกระแสนิยมในยุคต่าง ๆ

History of Music Business, changing of consumer behavior, popular artist and the band in different era.

665 109 การตลาดสาขาวิชาธุรกิจบันเทิงและธุรกิจดนตรี 1 3(3-0-6)

(Entertainment Business and Music Marketing I)

การกำหนดเป้าหมายทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด และการวิจัยตลาดที่เกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง ภาพยนตร์ ดนตรี กีฬา สวนสนุก ท่องเที่ยว และสถานบันเทิง ตลอดจนกลยุทธ์ทางการตลาดที่เกี่ยวกับการขาย การส่งเสริมการขาย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจบันเทิงและดนตรี

Market objectives setting and market segments; conducting market research related to entertainment businesses for films, music, sports, amusement parks, tourist attractions, and entertainment venues; market strategies related to sales, promoting sales, advertising, public relations and direct sales influencing the success of entertainment and music businesses.

665 201 การออกแบบการแสดงขับร้อง 2 1(0-2-1)

(Vocal Performance Design II)

วิชาบังคับก่อน : 665 106 การออกแบบการแสดงขับร้อง 1

วิธีการร้องเพลง รูปแบบการร้อง และวิจารณ์การร้องเพลงจากศิลปินในแนวเพลงต่างๆ ขั้นสูง วิธีการบังคับลมหายใจ การเข้าใจและตีความบทเพลง

Vocal performance practice; forms and critics; advance vocal performance attributes different style of artistes; breathing technique; vocal piece understanding and interpretation.

665 202 การตลาดสาขาวิชาธุรกิจบันเทิงและธุรกิจดนตรี 2 3(3-0-6)

(Entertainment Business and Music Marketing II)

วิชาบังคับก่อน : 665 109 การตลาดสาขาวิชาธุรกิจบันเทิงและธุรกิจดนตรี 1

การตลาดที่มีความเกี่ยวข้องกับสาขาวิชาธุรกิจบันเทิงและธุรกิจดนตรี โดยมุ่งเน้นกลยุทธ์การตลาดการบริการที่ ทฤษฎีและแนวความคิดของการตลาดบริการสมัยใหม่ ประเภทของธุรกิจบริการ การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย และพฤติกรรมความต้องการของลูกค้า การวางตำแหน่งบริการ การสร้างความแตกต่างของบริการ กรณีศึกษาความสำเร็จของธุรกิจบริการอื่น ๆ ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจบันเทิงและดนตรีอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

Marketing related to entertainment and music businesses by focusing on service marketing strategies; theories and concepts of modern service marketing; types of service businesses; specifying the target customer's behavior and expectation; customer service placement; building distinctive services; case studies of successful service industry applicable with highest efficiency in entertainment and music.

665 203 หลักการและวิธีการนำเสนอแบบมืออาชีพ 2 3(3-0-6)

(Principles and Methods of Professional Presentation II)

วิชาบังคับก่อน : 665 105 หลักการและวิธีการนำเสนอแบบมืออาชีพ 1

แนวทางการออกแบบ และการปฏิบัติ รูปแบบการนำเสนอผลงาน รายงาน โดยการใช้เครื่องมือทั้งด้านการออกแบบ เครื่องด้านการสื่อสาร นำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ ได้ ขั้นสูง

Design methods, practice and format of presentation or report by using designing tool and communication tool to make a presentation at advance level.

665 204 การจัดการโครงการเบื้องต้น 3(1-4-4)

(Introduction to Project Management)

บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบในการจัดการโครงการเบื้องต้น ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการจัดการแสดงสด และเสนอแนวคิดในการแก้ไขปัญหาจากการปฏิบัติ

มีการศึกษานอกสถานที่

Roles, functions and responsibilities in project management; problems of live performance and methods of problem.

Field trip required.

665 205 การจัดการกระบวนการผลิตงานดนตรี 2(2-0-4)

กระบวนการและขั้นตอน การวางแผน การบริหารจัดการ การผลิตผลงานเพลง แนวทางการสื่อสารและประสานงานบุคลากรที่เกี่ยวข้อง และการควบคุมค่าใช้จ่ายจากการผลิตต่าง ๆ ในเพลงรูป แบบอนาล็อกและรูปแบบดิจิทัล

Procedure, planning, managing of music production; communication methods, collaborating and budget control in music manufacturing in both analog and digital platform.

665 206 การจัดการสนับสนุน 3(3-0-6)

(Sponsorship Management)

แนวคิดของการบริหารจัดการธุรกิจการแสดง และการวางแผนกลยุทธ์ในการสร้างมูลค่าของการแสดง ซึ่งสัมพันธ์กับความต้องการของผู้สนับสนุน และการรับรู้แบรนด์ของผู้บริโภค

Concept of business administration and the strategies planning for performing arts in relation to needs of sponsor and brand perceptions of consumers.

665 207 กฎหมายสำหรับสาขาวิชาธุรกิจบันเทิงและธุรกิจดนตรี 3(3-0-6)

(Laws for Entertainment Business and Music)

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจทั่วไป และธุรกิจบันเทิงและดนตรีต่าง ๆ และการจัดการทรัพย์สิน ทางปัญญา

Laws and regulations for businesses and entertainment and music; intellectual properties management.

665 208 การสื่อสารธุรกิจบันเทิง 3(3-0-6)

(Entertainment Business Communication)

แนวคิด ทฤษฎี องค์ประกอบและปัจจัยพื้นฐานทางการสื่อสารในสาขาวิชาธุรกิจบันเทิงและธุรกิจดนตรี การสื่อสาร ระหว่างวัฒนธรรม กลยุทธ์การสื่อสารแบบบูรณาการระหว่างศิลปินถึงผู้บริโภค การสื่อสารแบบข้ามสื่อ และการโฆษณาต่าง ๆ เบื้องต้น จริยธรรมจรรยาบรรณในการสื่อสาร

Basic concepts, theories, elements and factors in communication for music and entertainment industries; intercultural communication; integrated communication between artists through consumers; trans-media communication; basic advertisement; ethics and moral in communication.

665 209 ธุรกิจสร้างสรรค์และการผลิต 1 2(2-0-4)

(Creative Business and Production I)

ปรัชญา แนวความคิด และทฤษฎีทางการจัดการธุรกิจสร้างสรรค์และการผลิต แนวคิดในการสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ทั้งต่อภาคการผลิต การบริการ และอุตสาหกรรมบันเทิงและดนตรี ซึ่งเป็น แนวคิดที่อยู่บนพื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ปัจจัยหลักที่มาจากความสามารถและทักษะพิเศษของบุคคล วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี

Philosophies, concepts and theories of creative business and production; concepts for initiating change in production, administration, service on music and entertainment industry based on creative economy philosophy; principle factors of personal skills, cultures, economics and technology.

665 210 การจัดงานโครงการเกี่ยวกับการตลาดบันเทิงและดนตรี 1 3(1-4-4)

(Entertainment Business and Music Marketing Project I)

บทบาท หน้าที่ ตำแหน่งความรับผิดชอบในการจัดการโครงการเกี่ยวกับตลาดบันเทิงและดนตรี ในรูปแบบของบริษัทจำลอง

มีการศึกษานอกสถานที่

Roles, positions and responsibilities of managing projects related to entertainment and music markets in simulated companies.

Field trip required.

665 211 วิจัยสาขาวิชาธุรกิจบันเทิงและธุรกิจดนตรี 1 3(3-0-6)

(Entertainment Business and Music Research I)

กระบวนการวิจัยและแนวคิดสถิติในด้านสาขาวิชาธุรกิจบันเทิงและธุรกิจดนตรี การนำเสนอผลการวิจัย และการประยุกต์ใช้ผลงานวิจัย

มีการศึกษานอกสถานที่

Research methodology and statistic concepts in music and entertainment industry; Research presentation and application.

Field trip required.

665 212 ทิศทางของธุรกิจดนตรีและกลยุทธ์ 3(3-0-6)

(Trends in Music Business and Strategies)

ทฤษฎี ประวัติธุรกิจดนตรี พัฒนาการตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ทิศทางการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจดนตรี กลยุทธ์เชิงรุกและเชิงรับ การวางจุดยืนทางการตลาดของธุรกิจดนตรี การแสวงหาโอกาส และอุปสรรคต่อการพัฒนาธุรกิจดนตรีของประเทศไทย

Theory and history of music business; the development of the music business from pass to present; active and passive strategies market positioning, opportunities and threat in development of music industry in Thailand.

665 301 ธุรกิจสร้างสรรค์และการผลิต 2 2(2-0-4)

(Creative Business and Production II)

วิชาบังคับก่อน : 665 207 ธุรกิจสร้างสรรค์และการผลิต 1

การพัฒนาต่อยอดความคิดด้านธุรกิจสร้างสรรค์และการผลิตขั้นสูง แนวคิดในการสร้างการเปลี่ยนแปลง ทั้งต่อภาคการผลิตและการบริการในอุตสาหกรรมบันเทิงและดนตรี ซึ่งเป็นแนวคิดที่อยู่บนพื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ บทบาทเทคโนโลยีต่อธุรกิจสร้างสรรค์

Additional development on higher creative business and production; concepts of change of production and service in entertainment and music industry base on creative economy; roles of technology in creative economy.

665 302 การจัดงานโครงการเกี่ยวกับการตลาดบันเทิงและดนตรี 2 3(1-4-4)

(Entertainment Business and Music Marketing Project II)

บทบาท หน้าที่ตำแหน่งความรับผิดชอบในการจัดการโครงการเกี่ยวกับตลาดบันเทิงและดนตรีในรูปแบบของบริษัทจำลองโดยทดลองสู่ตลาดจริง

มีการศึกษานอกสถานที่

Roles, positions and responsibilities of managing projects related to entertainment and music markets in simulated companies on a real market experimentation.

Field trip required.

665 303 การบริหารจัดการศิลปิน 3(3-0-6)

(Artist Management)

วิชาบังคับก่อน : 665 202 การตลาดสาขาวิชาธุรกิจบันเทิงและธุรกิจดนตรี 2

แนวคิดและหลักการการบริหารจัดการศิลปิน การบริหารจัดการธุรกิจดนตรี และกลยุทธ์การตลาดในการบริหารจัดการศิลปิน

Concepts and principles of artist management; music business management and marketing strategies for artist management.

665 304 การจัดการการแสดงสด 3(1-4-4)

(Live Performance Management)

โครงสร้างของการจัดการแสดง การวางแผนและการเงิน วิธีการนำเสนอผลงานที่สำคัญต่อนักดนตรี กลยุทธ์การตลาด การกำหนดความรับผิดชอบ การดำเนินงาน และการประเมินผล ทักษะการบริหารการจัดการแสดง

Structure of performing arts organization; planning and financing; important methods of work presentation for musicians; marketing strategies; responsibility assignment; process and evaluation; practice of performing arts administration and management skills.

665 305 วิจัยสาขาวิชาธุรกิจบันเทิงและธุรกิจดนตรี 2 3(3-0-6)

(Entertainment Business and Music Research II)

วิชาบังคับก่อน : 665 209 วิจัยสาขาวิชาธุรกิจบันเทิงและธุรกิจดนตรี 1

กระบวนการวิจัยและการใช้สถิติในด้านสาขาวิชาธุรกิจบันเทิงและธุรกิจดนตรี การนำเสนอผลการวิจัย และการประยุกต์ ใช้ผลงานวิจัยขั้นสูง

มีการศึกษานอกสถานที่

Research methodology and statistic concepts in the music and entertainment industry; Research presentation and application in advance level.

Field trip required.

665 306 นวัตกรรมและเทคโนโลยีสำหรับธุรกิจบันเทิง 2(2-0-4)

(Innovation and Technology for Entertainment Business)

วิชาบังคับก่อน : 665 202 การตลาดสาขาวิชาธุรกิจบันเทิงและธุรกิจดนตรี 2

แนวความคิด ทฤษฎี ประเภทของนวัตกรรม การประยุกต์ และการจัดการนวัตกรรมและเทคโนโลยีในงานธุรกิจบันเทิงและดนตรี

Concepts, theories, types, applications and management of innovation and technology in entertainment and music industry.

665 307 การสร้างแบรนด์ 2(2-0-4)

(Branding)

วิชาบังคับก่อน : 665 202 การตลาดสาขาวิชาธุรกิจบันเทิงและธุรกิจดนตรี 2

ความหมาย แนวความคิด ขอบเขต องค์ประกอบของแบรนด์ ความสำคัญของการสร้าง แบรนด์ การบริหารแบรนด์ การกำหนดกลยุทธ์แบรนด์ในมิติของเจ้าของแบรนด์ การสร้างคุณค่าของแบรนด์ การออกแบบโปรแกรมการตลาดที่จะช่วยสร้างคุณค่าให้กับแบรนด์ รวมถึงการสื่อสารแบรนด์เชิงกลยุทธ์ ซึ่งครอบคลุมถึงการตรวจสอบ วิเคราะห์สภาพของแบรนด์ ตลาดคู่แข่งขัน ผู้บริโภค การกำหนดกลยุทธ์เนื้อหาสาระของแบรนด์ และการสื่อสารเนื้อหาสาระของแบรนด์ผ่านเครื่องมือการสื่อสารแบรนด์ การโฆษณา

Meaning, concepts, scopes, and components of brands; importance of brand constructing; brand management; specifying brand strategy in the view of the brand owner; building brand quality; design marketing programs to build brand quality as well as brand communication strategies which cover inspection analysis of the state of the brand; competitors, consumers, specifying content strategy of the brand and transmitting brands' content

665 308 บุคลิกภาพและทักษะการสื่อสาร 1 2(2-0-4)

(Personality and Communication Skill I)

ฝึกฝนบุคลิกภาพที่ดีต่อตัวเอง และส่วนรวม พิธีการมารยาทต่าง ๆ ในสังคมและวิธีการสื่อสารแต่งกายในแวดวงธุรกิจที่ถูกต้อง

Personality training for self and public appearance; social courtesies and dress codes in business.

665 309 การบริหารจัดการโฆษณาและที่ปรึกษาทางการตลาด 3(3-0-6)

(Advertising and Agency Management in Marketing)

แนวคิด บทบาทผู้แทนในการจัดการสื่อโฆษณาธุรกิจผู้แทนที่ให้บริการที่ปรึกษาทางด้านสาขาวิชาธุรกิจบันเทิงและธุรกิจดนตรี และธุรกิจบริการด้านอื่น ๆ กระบวนการการจัดการและแนวคิดของการบริหารจัดการโฆษณาและผู้แทน

Concepts and roles of representatives in advertising management; business representatives for services consult for the entertainment and music business and other types of service businesses; process and concepts of management in administration of advertising and representatives.

665 310 การฝึกงานด้านวิชาชีพ 1 6 (ไม่น้อยกว่า 240 ชั่วโมง)

(Professional Internship I)

เงื่อนไข : วัดผลการศึกษาเป็น S หรือ U

การปฏิบัติงานจริงในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชาธุรกิจบันเทิงและธุรกิจดนตรีภายใต้การดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

Professional internship in entertainment and music related business organization under supervision of project advisor.

665 401 การจัดงานโครงการเกี่ยวกับการตลาดบันเทิงและดนตรี 3 3(1-4-4)

(Entertainment Business and Music Marketing Project III)

บทบาทหน้าที่ ตำแหน่งความรับผิดชอบในการจัดการโครงการเกี่ยวกับตลาดบันเทิงและดนตรีในรูปแบบของบริษัทจำลองโดยเน้นในด้านการขายและผู้ให้การสนับสนุนหน่วยงานภายนอก

มีการศึกษานอกสถานที่

Roles, positions and responsibilities of managing projects related to entertainment and music markets in simulated companies emphasize on sales and external organization supports.

Field trip required.

665 402 ทัศนมิติธุรกิจสร้างสรรค์นานาชาติ 2(1-2-3)

(International Creative Business Perspective)

ปรากฏการณ์ทางธุรกิจสร้างสรรค์ในสังคมปัจจุบัน หัวขอการศึกษาอิสระ ซึ่งเป็นที่สนใจและมีผลต่อการพัฒนาโลกทัศนของผู้เรียนในระดับนานาชาติ

Present Creative Business phenomenon; Students' Independent Study topics of interest to develop their vision on music at an international level.

665 403 การฝึกงานด้านวิชาชีพ 2 6 (ไม่น้อยกว่า 480 ชั่วโมง)

(Professional Internship II)

วิชาบังคับก่อน: 665 310 การฝึกงานด้านวิชาชีพ 1

เงื่อนไข : นักศึกษาต้องผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ประจำหลักสูตร นักศึกษาต้องมีจำนวนหน่วยกิตที่ศึกษาผ่านแล้วไม่ต่ำกว่า 94 หน่วยกิต และการวัดผลการศึกษาเป็น S หรือ U ต่อเมื่อสิ้นสุดการฝึกงานและการ***ทำเอกสารรายงานจากการฝึกงานในรูปแบบ 5 บท***

การปฏิบัติงานจริงในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชาธุรกิจดนตรีและบันเทิงภายใต้การดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ โดยเกณฑ์การให้คะแนนเป็นวิธีร่วมกันระหว่างอาจารย์ประจำหลักสูตร และ สถานประกอบการที่นักศึกษาเข้าฝึกงาน

Professional internship in entertainment and music related business organization under supervision of project advisor.

665 501 บุคลิกภาพและทักษะการสื่อสาร 2 2(2-0-4)

(Personality and Communication Skill II)

วิชาบังคับก่อน : 665 308 บุคลิกภาพและทักษะการสื่อสาร 1

ฝึกฝนบุคลิกภาพที่ดีต่อตัวเองและส่วนรวม พิธีการมารยาทต่าง ๆ ในสังคมและวิธีการสื่อสาร การแต่งกายในแวดวงธุรกิจที่ถูกต้องขั้นสูง

Personality training for self and public appearance; advance social courtesies and dress codes in business.

665 502 ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพธุรกิจบันเทิง 3(3-0-6)

(Entertainment Business Startup Entrepreneurship)

แนวคิด กระบวนการของกลุ่มที่ทำธุรกิจแบบก้าวกระโดด การหาโอกาส อุปสรรค ความล้มเหลว และความสำเร็จ กลยุทธ์ในการออกแบบธุรกิจบันเทิง ธุรกิจสร้างสรรค์แบบก้าวกระโดด

Concepts and process of leap business; opportunities searching, threats, failure and success; strategy of designing leap entertainment business and creative economy.

665 503 การเป็นผู้ประกอบการและการพัฒนาธุรกิจบันเทิง 3(3-0-6)

(Development and Entrepreneurship in Entertainment Business)

วิชาบังคับก่อน : 665 202 การตลาดสาขาวิชาธุรกิจบันเทิงและธุรกิจดนตรี 2

บทบาทและการบริหารงานสำหรับการเป็นผู้ประกอบการทางด้านธุรกิจบันเทิง สิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับ ผู้ประกอบการธุรกิจบันเทิง การแบ่งส่วนตลาดธุรกิจบันเทิง การกำหนดตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่ง ทางการตลาด นโยบายด้านผลิตภัณฑ์ การให้บริการจากศิลปิน นโยบายด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

Role and administration of an entrepreneur in the entertainment industry; the inside and outside environment of organizations which affect the progress of business; market planning strategies for entrepreneurs in the entertainment industry; market divisions in the entertainment industry; setting of market objectives, marketing positioning, production policy, artists services, price policy, managing sales and market enhancement.

665 504 สัมมนาสาขาวิชาธุรกิจบันเทิงและธุรกิจดนตรี 3(1-4-4)

(Seminar Entertainment Business and Music)

อภิปรายและวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นทางด้านการจัดการสาขาวิชาธุรกิจบันเทิงและธุรกิจดนตรี

มีการศึกษานอกสถานที่

Problems discussion and analysis which occur in music and entertainment businesses management.

Field trip required.

665 505 หลักบัญชีเบื้องต้นสำหรับธุรกิจดนตรีและบันเทิง 3(3-0-6)

(Basic Accounting for Music and Entertainment Business)

หลักการและแนวทางความคิดขั้นมูลฐานทางการบัญชี การบันทึกข้อมูลในสมุดขั้นต้น บัญชี แยกประเภท การจัดทำงบทดลอง รายการปรับปรุงบัญชี การเปิด–ปิดบัญชี การทำงบการเงินของกิจการให้บริการซื้อขาย และกิจการด้านดนตรี หรือ ธุรกิจบันเทิง

Principles and fundamental concepts of accounting; recording data to basic ledger; making trial balance; adjusting account entries; opening and closing account; making financial statement of a title-holder for trading and industrial enterprise and music and entertainment business.

665 506 สถิติสำหรับธุรกิจดนตรีและบันเทิง 3(3-0-6)

(Statistics for Music and Entertainment Business)

วิธีการทางสถิติสำหรับการวิเคราะห์ปัญหาทางธุรกิจ ทฤษฎีการสุ่มตัวอย่าง ตัวแปรสุ่มและการแจกแจงตัวแปรสุ่ม การประมาณค่า การทดสอบสมมุติฐานทางสถิติ สมการถดถอยอย่างง่ายและสหสัมพันธ์ สถิติที่ใช้และไม่ใช้พารามิเตอร์ การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ทางธุรกิจดนตรี ค่ายเพลง การจัดโครงการต่าง ๆ เกี่ยวกับธุรกิจดนตรีและบันเทิงStatistical methodology for

Statistical methodology for analyzing business problems; theory of randomization, random variables and random variable distribution; estimation; statistical hypothesis test; simple regression equation and correlation; statistics with and without parameter; computer software for statistical analysis apply to music business and recording label analysis; statistic to support music and entertainment business project.

665 507 องค์การและการจัดการธุรกิจค่ายเพลง 3(3-0-6)

(Organization and Management Music Business Label)

ระบบและโครงสร้างของค่ายเพลง และองค์การต่าง ๆ เปรียบเทียบและแนวคิดการพัฒนาองค์การ พฤติกรรมองค์การ นโยบายองค์การ รูปแบบองค์การสมัยใหม่ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มนุษย์สัมพันธ์ กระบวนการจัดการและหน้าที่ที่สำคัญของนักจัดการ วิวัฒนาการของแนวความคิดทางการจัดการ การวางแผน การจัดองค์การ การจัดคน เข้าทำงาน การสั่งการการจูงใจและการควบคุม มาพัฒนาปรับใช้กับ ธุรกิจดนตรี ค่ายเพลง และธุรกิจบันเทิงได้

System and structure of recording label and other organizations; concept and comparison of development, behavior, policy, form and structure of modern organizations; human resources development; human

relationship; process and function of organizer; evolution and concept of management, planning, organizational management, organizing workers, ordering, motivating and controlling; adaptation for music business, recording label and entertainment business.

665 508 ธุรกิจดนตรีในประเทศไทย 2(2-0-4)

(Music Business in Thailand)

บทบาทหน้าที่การทำงานของค่ายเพลงในปัจจุบัน ค้นหา วิเคราะห์แนวโน้มการบริโภคดนตรี กลยุทธ์การสื่อสารและการตลาดของค่ายเพลง

Role, duty and working process of current record companies; Explore and analyze music consumption tendency; communication strategies and marketing of recording company.

665 509 ศิลปะการแสดงและวัฒนธรรมร่วมสมัย 2(2-0-4)

(Performance Art and Contemporary Art)

การแสดงในรูปแบบปัจจุบันที่สามารถประยุกต์ความเป็นวัฒนธรรมดั้งเดิม กระบวนการในการจัดการและการวางแผนเพื่อดำเนินการและการประชาสัมพันธ์

Principle, concept and thought in recent performance art design, applied from original pre-existed culture; process management and planning to proceed and to make public.

665 510 วัฒนธรรมศึกษาและดนตรีชาติพันธุ์สำหรับธุรกิจบันเทิง 2(2-0-4)

(Cultural study and Ethnomusicology for Entertainment Business)

วัฒนธรรมท้องถิ่นของไทยและความหลากหลายของดนตรีพื้นเมืองในแง่ พฤติกรรมสังคม และบริบทต่าง ๆ ของชุมชน เพื่อการต่อยอดด้านธุรกิจบันเทิง

Thai local culture and the diversity of local traditional music from the perspective of behavior, society and contexts of community to apply in entertainment business.

665 511 ธุรกิจดนตรีและการผลิต 2(2-0-4)

(Entertainment Music and Production)

บทบาท และ หน้าที่ของธุรกิจค่ายเพลง กระบวนการขั้นตอนการสรรหา พัฒนาศิลปิน ความสำคัญของขั้นตอนการผลิตผลงานเพลงตั้งแต่ช่วงเริ่มต้น ช่วงกลางจนเสร็จสิ้น การสื่อสารจากศิลปินสู่ผู้บริโภค

Roles and functions of music label business; process and procedure of recruiting and developing artists; significances of music production process from the beginning to the finishing; communication between artists and consumers.

665 512 การโฆษณาและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2(2-0-4)

(Advertising and E-Commerce)

แนวคิด ทฤษฎี กระบวนการโฆษณาสำหรับสาขาวิชาธุรกิจบันเทิงและธุรกิจดนตรี องค์ประกอบ เทคนิคและวิธีการดำเนินงาน กลยุทธ์การใช้สื่อแบบออนไลน์ บทบาท ความสำคัญ แนวโน้มของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

Concept, theory, methodology of advertising process for entertainment and music businesses; components, techniques and work methods; online platform strategies; role, importance and trend of e-commerce tendency.

665 513 การจัดการสื่อดิจิทัล 2(2-0-4)

(Digital Media Management)

วิชาบังคับก่อน : 665 206 การสื่อสารธุรกิจบันเทิง

ประเภทของสื่อดิจิทัล เทคนิคการสร้าง การเรียบเรียง และการจัดเก็บสื่อดิจิทัลประเภทต่าง ๆ ในรูปแบบมาตรฐาน การแปลงข้อมูล การใช้เครื่องมือทางซอฟต์แวร์เพื่อสร้างสื่อดิจิทัลจากเสียง ภาพนิ่ง วีดิทัศน์ ภาพเคลื่อนไหว การใช้สื่อเป็นส่วนประกอบในการนำเสนอทั้งบนสื่อจัดเก็บในคอมพิวเตอร์และบนเครือข่าย การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อสร้างสื่อดิจิทัลเพื่อการใช้งานในธุรกิจ

Type of digital media, techniques of construction, organization, and curating digital media in standardized formats; data platform transformation; uses of application software to create sound, still and motion picture in digital media format; uses of media in presentation on online and offline platform; use of application programs in construction of digital media for business.

665 514 ดนตรีกับการตลาดแฟชั่น 2(2-0-4)

(Music and Fashion Marketing)

แนวคิด วิวัฒนาการ และความสำคัญของการตลาดแฟชั่น การใช้กลยุทธ์ด้านบันเทิงและดนตรี บูรณาการ เข้ากับการสื่อสารของการสร้างแบรนด์และมูลค่าแก่การตลาดแฟชั่น

มีการศึกษานอกสถานที่

Concept, evolution and importance of the fashions marketing; strategy in entertainment and music integrated with communication in creating brands and value for fashions market.

Field trip required.

665 515 การจัดการทรัพยากรมนุษย์เบื้องต้น 3(3-0-6)

(Basic Human Resource Management)

องค์ประกอบ และโครงสร้างของการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ บทบาทหน้าที่ของทรัพยากร มนุษย์ในการดำเนินธุรกิจทั่วไป และธุรกิจด้านดนตรี ปัญหาและความสำคัญของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ แนวทางการวางแผน กลยุทธ์ในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการความขัดแย้ง การพยากรณ์ทรัพยากรมนุษย์ในระยะสั้นและระยะยาว การวิเคราะห์งาน การกำหนดรายละเอียดของงาน และคุณสมบัติของผู้ปฏิบัติงาน การวางแผนกำลังคน การสรรหา การคัดเลือก และ การบรรจุบุคคลเข้าทำงาน การปฐมนิเทศ การฝึกอบรม และการพัฒนาบุคลากร การบริหารค่าจ้างและเงินเดือน หลักมนุษย์สัมพันธ์ การสร้างสภาวะผู้นำ การทำงานเป็นหมู่คณะ การประเมินผลการปฏิบัติงานเบื้องต้นเพื่อนำมาปฏิบัติใช้ในธุรกิจดนตรีและบันเทิง

Constituents and structure of administering human resources; roles and positions of human resources in the general business and music business process; problems and importance of managing human resources; ways of planning strategy for managing human resources, settling disputes; human resources forecast for the short-term and long-term; work analysis, specifying the details of job descriptions and the quality of labor in planning man-power; recruitments, selecting, and hiring people for work; orientation, training, and personnel development; administering wages and salaries; human relations, building leadership skills, team work and assessing the results of work for music business and entertainment.

665 516 การจัดการเชิงกลยุทธ์สำหรับธุรกิจดนตรีและบันเทิง 3(3-0-6)
(Strategic Management for Music and Entertainment Business)

กลยุทธ์การบริหาร การวางแผนระยะสั้นและระยะยาว กระบวนการในการกำหนดกลยุทธ์ ปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจและการเมืองที่มีผลกระทบต่อกลยุทธ์ แนวคิดเชิงบูรณาการของธุรกิจการประสานกิจกรรมทั้งหมดเพื่อตอบสนองสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง บทบาทของผู้จัดการในฐานะผู้แบ่งสรรทรัพยากร และผู้ดำเนินการตามกลยุทธ์ที่ได้กำหนดไว้ โดยเน้นธุรกิจดนตรีและธุรกิจบันเทิง

Strategies of administration; planning for both short-term and long-term; the process of specifying strategy by social factors: economics and politics which affect strategies; concepts of integrating business and mixing activities to react altered circumstances; the roles of managers in resources management and those who operates with the specified strategy by focusing on music and entertainment businesses.

665 517 การจัดการส่งเสริมการตลาดธุรกิจบันเทิง 2(2-0-4)
(Management Marketing Promotion for Entertainment Business)

ความรู้ ความสำคัญ และองค์ประกอบของการส่งเสริมการตลาด และส่วนประสมการตลาด ความสัมพันธ์ระหว่างการส่งเสริมการตลาดกับการบริหารกลยุทธ์ทางการตลาด

Knowledge, importance and composition of marketing promotion and marketing mixture; relationship between promoting and strategic marketing management.

665 518 กลยุทธ์การส่งเสริมการขายสาขาวิชาธุรกิจบันเทิงและธุรกิจดนตรี 3(3-0-6)
(Sales Promotion Strategies in Entertainment Business and Music)

ความหมาย ความสำคัญ หน้าที่ และวัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการขาย การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย และการส่งเสริมการขายโดยร้านค้าปลีก กระบวนการของการวางแผนจะครอบคลุมถึงการวิเคราะห์สถานการณ์ การวางแผนการส่งเสริมการขาย การศึกษาความเป็นไปได้ของการส่งเสริมการขาย การปฏิบัติการตามแผน และการประเมินผลกลยุทธ์การส่งเสริมการขาย

Definition, importance, roles and objectives of sales promotion: promotion of consumer-oriented sales, middle-man sales, sales for sales persons and sales for retail shops; sales planning process: situational analysis, planning for

sales promotion, feasibility of sales promotions; execution and evaluation for sale promotion strategies.

665 519 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการสำหรับธุรกิจบันเทิง 3(3-0-6)

(Integrated Marketing Communications for Entertainment Business)

วิชาบังคับก่อน : 665 206 การสื่อสารธุรกิจบันเทิง

แนวคิดและขอบเขตที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาดในสาขาวิชาธุรกิจบันเทิงและธุรกิจดนตรี ความแตกต่างระหว่างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์และศิลปิน และเครื่องหมายการค้า การจัดระบบพิมพ์เขียวของแบรนด์ กลยุทธ์ของแบรนด์ บทบาทของบริษัทที่ปรึกษาหรือบริษัทตัวแทนด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ องค์ประกอบของแบรนด์ กระบวนการสื่อสาร และปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

Concepts and scopes in integrated marketing communications for the entertainment and music industries; the differences between product brand, artist brand, and trademark; brand architecture; branding strategy; role of consultant company and agent in integrated marketing communication; the components of brands, processes of communication and factors effecting successful integrated marketing communication.

665 520 จริยธรรมธุรกิจ 2(2-0-4)

(Business Ethics)

ความหมายของจริยธรรม ความสำคัญของจริยธรรม การนำจริยธรรมมาประกอบการตัดสินใจทางด้านธุรกิจ กรณีศึกษาต่าง ๆ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานด้านธุรกิจและเพื่อเป็นประโยชน์ในชีวิตประจำวันที่สอดคล้องกับสังคมและวัฒนธรรม

Meaning and importance of morality and ethics; morality in business decision making; case studies and its application to business management and benefits in daily life in accordance to society and culture.

665 221 เศรษฐศาสตร์เบื้องต้นสำหรับธุรกิจดนตรีและบันเทิง 3(3-0-6)

(Fundamental Economy for Music and Entertainment Business)

แนวคิดในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจของสังคมทั้งระดับจุลภาคและมหภาค อุปสงค์อุปทาน พฤติกรรมผู้บริโภค พฤติกรรมผู้ผลิต พฤติกรรมการผลิต การกำหนดราคาในตลาด ระบบเศรษฐกิจ รายได้ประชาชาติ การเงินการคลัง การค้าระหว่างประเทศ การพัฒนาเศรษฐกิจ การใช้นโยบายทางเศรษฐกิจนโยบายการค้าเสรีเพื่อการแข่งขัน เชื่อมโยงบริบท และบทบาทของธุรกิจดนตรีและบันเทิง

Concepts of socio-economic activities on both microeconomics and macroeconomics levels; supply and demand; consumer behavior; producer behavior; production behavior; price management in the market; economic systems; GDP; treasury; international trade; economic development; economic policy; free trade policy; context and role of music and entertainment businesses.

665 522 การเงินธุรกิจเบื้องต้นสำหรับธุรกิจดนตรีและบันเทิง 3(3-0-6)

(Business Finance for Music and Entertainment Business)

ความหมายและความสำคัญของการเงินธุรกิจ ขอบเขตและบทบาทหน้าที่ของฝ่ายการเงินเบื้องต้น รูปแบบของธุรกิจและการภาษีอากร การวิเคราะห์ การพยากรณ์ และการควบคุมทางการเงิน หลักเกณฑ์ การบริหารทุนหมุนเวียน โครงสร้างทางการเงิน การจัดหาเงินทุนระยะสั้นและระยะยาว การจัดทำงบประมาณเงินทุน และการจัดหาเงินทุนเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจดนตรีและบันเทิง

Meaning and importance of business finance; scopes and roles of finance department; business formation and taxation; financial analysis, forecast and operation; principles of administrating revolving fund; financial structure; long-term and short-term funding; budgeting and providing fund for music and entertainment businesses.

665 523 ดนตรีเพื่อธุรกิจท่องเที่ยว 3(1-4-4)

(Music for Tourism Business)

การนำดนตรีทั้งร่วมสมัยและดนตรีพื้นเมืองมาหาจุดเด่นในสถานที่ต่าง ๆ เพื่อดึงเป็นจุดขาย กระบวนการด้านการตลาดเพื่อนำเสนอดนตรีและเชื่อมโยงท่องเที่ยว เพื่อเป็นหนึ่งกลยุทธ์ในการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น

Apply contemporary and local music to distinct geographical landmark selling point; marketing of the relativity of music and tourism as a strategy of local income distribution.

665 524 กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยบันเทิงและดนตรี 2(2-0-4)

(Competitive Advantage Strategy through Entertainment Business and Music)

กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจโดยการนำผลงานด้านดนตรีหรือศิลปิน มาบริหารให้มีชื่อเสียง การเปลี่ยนความรู้สึกของกลุ่มฐานคนฟังสู่ความรู้สึกที่ดีต่อสินค้าหรือบริการต่าง ๆ กลยุทธ์จากดนตรีและบันเทิงในการสร้างโอกาสต่าง ๆ แก่ธุรกิจ

Competitive Advantage Strategy by accumulating music or artist reputation; audience positive opinion persuasion on product or service; strategy base on music and entertainment to create business opportunity.

665 525 ภาษาอังกฤษเพื่องานดนตรี 1 3(2-2-5)

(English for Music I)

การฝึกทักษะการใช้ภาษาอังกฤษทั้ง 4 ด้าน คือ การฟัง การพูด การอ่าน การเขียน เพื่อนำไปใช้ในงานวิชาการทางด้านดนตรี

The practice of English language skills in four areas, namely, listening, speaking, reading and writing, to be used in music-related academic work.

665 526 ภาษาอังกฤษเพื่องานดนตรี 2 3(2-2-5)

(English for Music II)

การฝึกทักษะการใช้ภาษาอังกฤษทั้ง 4 ด้าน คือ การฟัง การพูด การอ่าน การเขียน เพื่อนำไปใช้ในงานวิชาการทางด้านดนตรี

The practice of English language skills in four areas, namely, listening, speaking, reading and writing, to be used in music-related academic work.