



รายละเอียดของหลักสูตร หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2558

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
คณะ/สถาบัน/สำนัก วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อหลักสูตร

ชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การออกแบบเพื่อธุรกิจ

ภาษาอังกฤษ Master of Arts Program in Design for Business

2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ภาษาไทย ชื่อเต็ม : ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การออกแบบเพื่อธุรกิจ)

ชื่อย่อ : ศศ.ม. (การออกแบบเพื่อธุรกิจ)

ภาษาอังกฤษ ชื่อเต็ม : Master of Arts (Design for Business)

ชื่อย่อ : M.A. (Design for Business)

3. วิชาเอก/แขนงวิชา

ไม่มี

4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า 36 หน่วยกิต

5. รูปแบบของหลักสูตร

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ เปิดสอนเป็นหลักสูตรระดับปริญญาโท ระยะเวลา 2 ปี แผน ก2

6. อาชีพที่ประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

ผู้สำเร็จการศึกษา สามารถประกอบอาชีพนักร้องแบบในด้านต่างๆ ที่เข้าใจในระบบการวิจัยและพัฒนา รวมทั้ง นักวิจัย อาจารย์ในระดับอุดมศึกษา ที่ปรึกษาด้านการออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

7. ค่าธรรมเนียมการศึกษา

ภาคเรียนละ 55,000 บาท

หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

1. ปรัชญา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.1 ปรัชญา

การออกแบบเพื่อธุรกิจบนพื้นฐานการวิจัยและพัฒนา สู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

1.2 ความสำคัญ

หลักสูตรที่เปิดสอนด้านการออกแบบในระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย เท่าที่เป็นอยู่ล้วนเป็นหลักสูตรที่ได้รับอิทธิพลจากระบบคิดของตะวันตกเป็นหลัก ทำให้การผลิตบัณฑิตเท่าที่ผ่านมามุ่งเน้นการสร้างนักออกแบบในสไตล์ของตะวันตกเป็นส่วนใหญ่ ส่งผลให้การฝึกปฏิบัติของผู้เรียนใช้แนวคิดและสไตล์การออกแบบของตะวันตกเป็นต้นแบบเป็นตัวอย่างในการพัฒนาสร้างสรรค์ผลงาน ซึ่งขาดลักษณะการประยุกต์ใช้การวิจัยและพัฒนา(R&D) และการประยุกต์ใช้อัตลักษณ์ชุมชน ตลอดจนอัตลักษณ์ไทย เพื่อการสร้างสรรค์งานออกแบบ ผลงานทั้งหลายเหล่านั้นจึงมีทิศทาง雷同เช่นเดียวกับผลงานการออกแบบของตะวันตก ทว่าปัจจุบัน ปรากฏการณ์ของโลกโลกาภิวัตน์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับระบบธุรกิจส่งผลให้นักออกแบบต้องตระหนักถึงการสร้างผลงานที่มีลักษณะเฉพาะตน อันมีความแตกต่างไปจากผลงานของนักออกแบบอื่นๆ ในตลาด

นักออกแบบของไทยต้องเผชิญหน้ากับการสร้างสรรค์ผลงานของทั้งชาติตะวันตกและตะวันออก ส่งผลให้นักออกแบบเหล่านั้นจำเป็นต้องแสวงหาเครื่องมือหรือกระบวนการพัฒนาสร้างสรรค์งานออกแบบที่มีลักษณะเฉพาะตนมากยิ่งขึ้น ในการนี้ การวิจัยและพัฒนานับว่าเป็นเครื่องมือที่มีบทบาทสำคัญในการช่วยนักออกแบบของไทย ด้วยเหตุที่การวิจัยและพัฒนาเป็นกระบวนการที่จะสามารถช่วยให้นักออกแบบพัฒนาแรงดลใจ ความคิดรวบยอด ตลอดจนกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานโดยประยุกต์ใช้มรดกทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และอัตลักษณ์ของชุมชนและคนไทย เพื่อสร้างสรรค์ผลงานที่มีลักษณะเฉพาะแห่งตนได้เป็นอย่างดี

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม ในฐานะสถาบันอุดมศึกษาที่มีการจัดการเรียนการสอนในด้านการออกแบบ และบริหารธุรกิจ เห็นควรว่าเป็นความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาหลักสูตรที่จะช่วย

พัฒนาสมรรถนะของนักออกแบบของไทยให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก เหตุนี้เองการออกแบบเพื่อธุรกิจจึงเกิดขึ้นจากการบูรณาการศาสตร์ทางการออกแบบ และศาสตร์ด้านการบริหารธุรกิจ

1.3 วัตถุประสงค์

เพื่อผลิตมหาบัณฑิตสาขาการออกแบบเพื่อธุรกิจที่มีคุณลักษณะดังนี้

1. สามารถผสมผสานความรู้ทางการออกแบบและแนวคิดทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. สามารถใช้การวิจัย เพื่อประโยชน์ในการออกแบบพัฒนาสร้างสรรค์งานได้อย่างมีคุณภาพและมีลักษณะเฉพาะตน บนพื้นฐานของคุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม

รายวิชาเรียน

1. หมวดวิชาบังคับ กำหนดให้เรียน 9 หน่วยกิต ดังนี้

อธ 501	วิจัยและพัฒนาเพื่อการออกแบบ	3(2-2-5)
DB 501	Research and Development in Design	
อธ 511	นวัตกรรมและเทคโนโลยีในการออกแบบเพื่อธุรกิจ	3(2-2-5)
DB 511	Innovation and Technology in Design for Business	
อธ 522	แนวคิดเชิงธุรกิจ	3(3-0-6)
DB 522	Business Perspective	

2. หมวดวิชาเลือก กำหนดให้เรียนไม่น้อยกว่า 15 หน่วยกิต ดังนี้

อธ 502	สัมมนาวิจัยและพัฒนาในการออกแบบเพื่อธุรกิจ	3(1-4-4)
DB 502	Seminar in Research and Development in Design for Business	
อธ 512	อัตลักษณ์ไทยและการออกแบบเพื่อธุรกิจ	3(2-2-5)
DB 512	Thai Identity and Design for Business	
อธ 513	ปฏิบัติการออกแบบเพื่อธุรกิจ	3(1-4-4)
DB 513	Design Studio for Business	
อธ 514	สัมมนาปฏิบัติการด้านการออกแบบเพื่อธุรกิจ	3(1-4-4)
DB 514	Seminar in Design Studio for Business	
อธ 515	ประเด็นปัจจุบันในการออกแบบเพื่อธุรกิจ	3(2-2-5)
DB 515	Current Issue in Design for Business	
อธ 521	สัมมนาพฤติกรรมผู้บริโภค	3(1-4-4)
DB 521	Seminar in Consumer Insight	
อธ 523	กลยุทธ์การสร้างแบรนด์	3(3-0-6)
DB 523	Brand Strategy	
อธ 524	การโปรโมทงานสื่อดิจิทัล	3(3-0-6)
DB 524	Digital Media Promotion	
อธ 525	ความรับผิดชอบต่อองค์กรที่มีต่อสังคม	3(2-2-5)
DB 525	Corporate Social Responsibility	

3. วิทยานิพนธ์ จำนวน 12 หน่วยกิต

อธ 531 วิทยานิพนธ์

12 หน่วยกิต

DB 531 Thesis

ความหมายของรหัสวิชา

- 1) รหัสตัวอักษร อธ (DB) หมายถึง รายวิชาในสาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ
- 2) รหัสตัวเลข เลขตัวแรก หมายถึง หมวดวิชาแกนของระดับมหาบัณฑิต
เลขตัวกลาง หมายถึง หมวดวิชาของหลักสูตร
 - 0 หมายถึง หมวดวิชาวิจัย
 - 1 หมายถึง หมวดวิชาการออกแบบ
 - 2 หมายถึง หมวดวิชาธุรกิจ
 - 3 หมายถึง หมวดวิชาศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง วิทยานิพนธ์เลขตัวท้าย หมายถึง แสดงลำดับที่ของรายวิชาในแต่ละหมวดวิชา
- 3) ความหมายของเลขรหัสแสดงจำนวนหน่วยกิต
 - เลขรหัสนอกวงเล็บ หมายถึง จำนวนหน่วยกิตทั้งหมดของแต่ละรายวิชา
 - เลขรหัสในวงเล็บตัวที่ 1 หมายถึง จำนวนชั่วโมงการบรรยาย
 - เลขรหัสในวงเล็บตัวที่ 2 หมายถึง จำนวนชั่วโมงปฏิบัติการ
 - เลขรหัสในวงเล็บตัวที่ 3 หมายถึง จำนวนชั่วโมงที่ศึกษาด้วยตนเอง

อธ 512	อัตลักษณ์ไทยและการออกแบบเพื่อธุรกิจ	3(2-2-5)
DB 512	Thai Identity and Design for Business ศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับอัตลักษณ์ไทย ภูมิปัญญาพื้นบ้าน การประยุกต์ใช้อัตลักษณ์ ในงานออกแบบเพื่อธุรกิจ แนวโน้มการใช้อัตลักษณ์ในงานออกแบบในกระแสธุรกิจโลก ปัจจุบัน	
อธ 513	ปฏิบัติการออกแบบเพื่อธุรกิจ	3(1-4-4)
DB 513	Design Studio for Business ฝึกปฏิบัติด้านการออกแบบเพื่อธุรกิจ ทดลองประยุกต์ใช้ทฤษฎีและแนวคิด เทคนิค กระบวนการ เพื่อการพัฒนาสร้างสรรค์งานออกแบบเพื่อธุรกิจ	
อธ 514	สัมมนาปฏิบัติการด้านการออกแบบเพื่อธุรกิจ	3(1-4-4)
DB 514	Seminar in Design Studio for Business สัมมนา อภิปราย แลกเปลี่ยนแนวคิดเกี่ยวกับงานออกแบบเพื่อธุรกิจ ในประเด็นของทฤษฎี และแนวคิด เทคนิค กระบวนการ แนวโน้มที่ส่งผลต่อการตลาดของงานออกแบบในบริบท สังคมโลก	
อธ 515	ประเด็นปัจจุบันในการออกแบบเพื่อธุรกิจ	3(2-2-5)
DB 515	Current Issue in Design for Business ศึกษา วิเคราะห์ประเด็นปัจจุบันในงานออกแบบเพื่อธุรกิจ กรณีศึกษาเกี่ยวกับแนวโน้ม ปัญหา สถานการณ์ปัจจุบันของงานออกแบบเพื่อธุรกิจ ทดลองพัฒนารูปแบบจำลองของงาน ออกแบบเพื่อธุรกิจที่สอดคล้องกับแนวโน้มธุรกิจในปัจจุบัน	
อธ 521	สัมมนาพฤติกรรมผู้บริโภค	3(1-4-4)
DB 521	Seminar in Consumer Insight สัมมนา อภิปราย แลกเปลี่ยนแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค โดยพิจารณาถึงประเด็น ปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคกับงานออกแบบ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านจิตวิทยา พฤติกรรมภายหลังการซื้อสินค้า ในการศึกษาจะ เน้นกรณีศึกษาและการอภิปรายเป็นหลัก	

อธ 523	กลยุทธ์การสร้างแบรนด์	3(3-0-6)
DB 523	Brand Strategy ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับแนวคิด และหลักการกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ โดยคำนึงถึงลักษณะของกลุ่มผู้บริโภค และการตลาด ตลอดจนความต้องการ และความคาดหวังของกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อแบรนด์	
อธ 524	การโปรโมทงานสื่อดิจิทัล	3(3-0-6)
DB 524	Digital Media Promotion ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับแนวคิดการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อขยายโอกาสทางธุรกิจผ่านระบบออนไลน์ เพื่อการตระหนักรู้ กำหนดบทบาท วางตำแหน่งสินค้าในตลาด ตลอดจนการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า	
อธ 525	ความรับผิดชอบต่อองค์กรที่มีต่อสังคม	3(2-2-5)
DB 525	Corporate Social Responsibility ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อองค์กรที่มีต่อสังคมโดยอาศัยหลักการวิเคราะห์ กระแสสังคม สภาพปัญหา การเปลี่ยนแปลง ผลกระทบ โดยให้ความสำคัญกับการรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม	

3. ปริญญาานิพนธ์ จำนวน 12 หน่วยกิต

อธ 531	ปริญญาานิพนธ์	12 หน่วยกิต
DB 531	Thesis ศึกษาค้นคว้าในหัวข้อที่สนใจด้านการออกแบบเพื่อธุรกิจอันก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ตามรูปแบบและวิธีการวิจัยในแนวทาง โดยอยู่ภายใต้การควบคุมของคณะกรรมการควบคุมปริญญาานิพนธ์ เรียบเรียงรายงานผลการศึกษาอย่างเป็นรูปแบบและนำเสนอปริญญาานิพนธ์ การเขียนรายงานการวิจัยเพื่อการเผยแพร่ จริยธรรมในการทำวิจัย และจริยธรรมในการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ	