



มคอ 3 รายละเอียดรายวิชา

รหัสวิชา 8123004

ชื่อวิชา การประชาสัมพันธ์หน่วยงาน
(Public Relation of an Organization)

รายวิชานี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต

หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2552

คณะนิเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สารบัญ

หมวด		หน้า
หมวด 1	ข้อมูลทั่วไป	3
หมวด 2	จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	4
หมวด 3	ลักษณะและการดำเนินการ	4
หมวด 4	การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	5-7
หมวด 5	แผนการสอนและการประเมินผล	8-13
หมวด 6	ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	14-15
หมวด 7	การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	15-16

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

คณะ นิเทศศาสตร์

หมวดที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไป

- รหัสและชื่อรายวิชา**
8123004 การประชาสัมพันธ์หน่วยงาน (Public Relation of an Organization)
- จำนวนหน่วยกิต หรือจำนวนชั่วโมง**
3 (2-2-5) หน่วยกิต
- หลักสูตรและประเภทรายวิชา**
นิเทศศาสตร์ เป็นรายวิชาในหมวดวิชาเอกบังคับ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์
- อาจารย์รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน**
อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อาจารย์พรพิมล สงกระสันต์
อาจารย์ผู้สอน อาจารย์พรพิมล สงกระสันต์
- ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน**
ภาคเรียนที่ 2/2556 ชั้นปีที่ 2
- รายวิชาที่เรียนมาก่อน (Pre-requisites) (ถ้ามี)**
ไม่มี
- รายวิชาที่ต้องการเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)**
ไม่มี
- สถานที่เรียน**
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ห้องเรียน 22306
- วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด**
14 ตุลาคม 2556

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทและความสำคัญของการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน
2. นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจถึงแนวคิดของการประชาสัมพันธ์
3. นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจถึงรูปแบบวิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน
4. นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจถึงรูปแบบการจัดองค์การงานประชาสัมพันธ์หน่วยงาน
5. นักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์
6. มีความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
7. นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์
8. นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานประเภทต่างๆ
9. นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อที่มี

ต่อสังคมขององค์กร

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจในบทบาทและความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ที่มีต่อองค์กร องค์กรประกอบขององค์กร ลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร ประเภทต่างๆ เพื่อที่จะสามารถนำความรู้ดังกล่าวไปประยุกต์ใช้กับการดำเนินชีวิตและการประกอบอาชีพในอนาคต

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาบทบาท และความสำคัญของการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน แนวคิดและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์หน่วยงาน การจัดองค์การงานประชาสัมพันธ์ ความสัมพันธ์ระหว่างงานประชาสัมพันธ์กับองค์กร กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ วัตถุประสงค์ นโยบาย และวิธีดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ตลอดจนความรับผิดชอบต่อหน่วยงานที่มีต่อสังคม วิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติงาน ภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยายและอภิปราย ระหว่างอาจารย์กับ นักศึกษา จำนวน 30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมตามความ ต้องการของนักศึกษา เฉพาะราย	การดำเนินการหรือจัดทำ โครงการที่เกี่ยวข้องกับการ ประชาสัมพันธ์หน่วยงาน	การศึกษาด้วยตนเอง 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

3 ชั่วโมง ทุกวันพุธ เวลา 13:00 – 16:00 น. ณ ห้องพักอาจารย์ คณะนิเทศศาสตร์

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- มีจิตสำนึกและตระหนักในการปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพ
- แสดงออกถึงความซื่อสัตย์สุจริตอย่างสม่ำเสมอ
- มีวินัยและความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
- เคารพกฎระเบียบ และบังคับต่างๆ ขององค์กร และสังคม
- เคารพสิทธิ และยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น
- มีภาวะการเป็นผู้นำ และผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีม และลำดับความสำคัญ

1.2 วิธีการสอน

- การเรียนรู้จากสถานการณ์จริง ศึกษาดูงานการประชาสัมพันธ์จากองค์กรต่างๆ
- สอนสอดแทรกในเนื้อหาที่เรียน
- แสดงตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่นักศึกษา
- สอนแบบอภิปรายจากตัวอย่างกรณีศึกษา
- ได้ทำงานเป็นทีม ร่วมแสดงความคิดเห็น กระบวนการกลุ่ม

1.3 วิธีการประเมินผล

- อาจารย์สังเกตพฤติกรรมแสดงออกตามปกติของนักศึกษา
- พฤติกรรมการเข้าชั้นเรียนกิริยามารยาท การพูดจามีสัมมาคารวะ

- การส่งงานที่ได้รับมอบหมายตามกำหนด
- การนำเสนอผลงานในที่งานที่ได้รับมอบหมาย

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทของการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อหน่วยงาน วิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน การจัดองค์การการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน วัตถุประสงค์ นโยบายของหน่วยงาน การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานประเภทต่างๆ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ตลอดจนกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน

2.2 วิธีการสอน

บรรยาย อภิปรายกลุ่ม แบ่งกลุ่มค้นคว้า กรณีศึกษา ศึกษารูปแบบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรประเภทต่างๆ วิเคราะห์ วิจารณ์ ฝึกปฏิบัติการสร้างรูปแบบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้องค์กร ศึกษาดูงานการประชาสัมพันธ์องค์กร

2.3 วิธีการประเมินผล

แบบฝึกหัด การอภิปรายกลุ่ม วิเคราะห์กรณีศึกษา แบบฟอร์มการประเมินการนำเสนอผลงาน การจัดการประชาสัมพันธ์แก่องค์กรประเภทต่างๆ และรายงาน สอบกลางภาค และปลายภาค

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

มีความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์ สร้างองค์ความรู้ นำหลักทฤษฎีทางการประชาสัมพันธ์มาประยุกต์ในเชิงปฏิบัติ โดยมีหลักการที่เหมาะสม

3.2 วิธีการสอน

การสอนที่เน้นให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะทางด้านการใช้ความคิด การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ และการแก้ปัญหาทั้งระดับบุคคลและกลุ่มในสถานการณ์ทั่วไป โดยวิธีการสอนที่หลากหลาย อาทิ การอภิปรายกลุ่ม การสะท้อนความคิด การศึกษาตัวอย่างกรณีศึกษา การฝึกการคิด โดยนำทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ในการจัดการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้แก่องค์กร

3.3 วิธีการประเมินผล

เป็นการวัดและประเมินผลทักษะด้านการใช้ความคิด การใช้เทคโนโลยีสื่อสารสมัยใหม่และแก้ไขปัญหา

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

พัฒนาทักษะในการสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างผู้เรียนด้วยกันมีความสามารถในการทำงานเป็นทีม สามารถเป็นทั้งผู้นำและผู้ตาม

พัฒนาการเรียนรู้ด้วยตนเองจากการค้นคว้า มีความรับผิดชอบในงานที่มอบหมาย ส่งงานครบถ้วนตามกำหนดเวลา

4.2 วิธีการสอน

กลยุทธ์การสอน เน้นการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน และผู้เรียนกับผู้สอน การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่มีการทำงานร่วมกันเป็นทีม เพื่อส่งเสริมการแสดงบทบาท การเป็นผู้นำและผู้ตาม และเน้นการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารในการนำเสนอเนื้อหา

4.3 วิธีการประเมินผล

เน้นการประเมินผู้เรียนในการแสดงบทบาทของการเป็นผู้นำและผู้ตาม การประเมินความสามารถในการทำงานร่วมกันเป็นทีมอย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างสรรค์ ซึ่งจะต้องตระหนักถึงความรับผิดชอบ ประสิทธิภาพการเรียนรู้ และความสนใจในการพัฒนาตนเอง และวิชาชีพได้อย่างมีเหตุผล

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

สามารถใช้ภาษาในการสื่อความหมายได้อย่างเหมาะสม

มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำเสนอรายงาน

สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งปากเปล่า การเขียน และการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม

5.2 วิธีการสอน

จัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้นักศึกษาได้ใช้ เทคโนโลยีการสื่อสาร วิเคราะห์สถานการณ์จำลองและสถานการณ์จริง รวมถึงการนำเสนอแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์องค์กรประเภทต่างๆ โดยใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม

5.3 วิธีการประเมินผล

ประเมินจากการนำเสนอโดยใช้ทฤษฎี การจัดการทางเทคโนโลยีการสื่อสาร หรือศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงอธิบายเหตุผลในการจัดรูปแบบเนื้อหาที่นำเสนอในชั้นเรียน

ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการอภิปราย และวิธีการอภิปราย

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	จำนวนคาบ	หัวข้อ/รายละเอียด/เรื่อง	จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อ/อุปกรณ์ที่ใช้	ผู้สอน	หมายเหตุ
1	4	บทที่ 1 ความหมายและความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ - ความหมายของการประชาสัมพันธ์ - ลักษณะที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์ - ปรัชญาการประชาสัมพันธ์ - การประชาสัมพันธ์กับความเป็นศาสตร์และศิลปะ - ขอบเขตของการประชาสัมพันธ์ - ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ - ความเข้าใจเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ - บทบาทหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์	- เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถอธิบายความรู้ ความหมาย ปรัชญาของการประชาสัมพันธ์ - เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ สำหรับศาสตร์และศิลปะ - ขอบเขตของการประชาสัมพันธ์ - เพื่อให้ นักศึกษา เข้าใจบทบาทหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์อย่างทอ่งแท้	- บรรยายประกอบการยกตัวอย่าง - การอภิปราย - สรุปท้ายบทเรียน	- เอกสาร - สื่ออิเล็กทรอนิกส์ PPT - แบบฝึกหัด	อ.พรพิมล สงกระสันต์	
2	4	บทที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ - แนวคิดการประชาสัมพันธ์ - แนวคิดการประชาสัมพันธ์ในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ โดยนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ - แนวคิดการประชาสัมพันธ์ในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติโดยสถาบันและสมาคมวิชาชีพด้านการ	- เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถอธิบายแนวคิดต่าง ๆ ด้านการประชาสัมพันธ์ได้ - เพื่อให้ นักศึกษาสามารถประยุกต์ใช้ หรือนำแนวคิดดังกล่าว มาปรับใช้ได้ อย่างเหมาะสม	- บรรยายประกอบการยกตัวอย่าง - การอภิปราย - สรุปท้ายบทเรียน	- เอกสาร - สื่ออิเล็กทรอนิกส์ PPT	อ.พรพิมล สงกระสันต์	

		<p>ประชาสัมพันธ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - แนวคิดการประชาสัมพันธ์ : หน้าที่ของการประชาสัมพันธ์ในด้านการปฏิบัติ การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ - แนวคิดการประชาสัมพันธ์ ในการดำเนินงานอดีต - ปัจจุบัน - แนวคิดการประชาสัมพันธ์ : กระบวนการและหน้าที่ของการประชาสัมพันธ์ - แนวคิดการประชาสัมพันธ์เริ่มต้น จากฝ่ายบริหารสื่อสารไปสู่ประชาชน - นักประชาสัมพันธ์กับภาระหน้าที่ ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ - นักประชาสัมพันธ์กับหลักปฏิบัติเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ - แนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์ธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคม - แนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมสาธารณะ 					
3-4	8	<p>บทที่ 3 การวิเคราะห์สถานการณ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ประโยชน์ของการวิเคราะห์สถานการณ์ - แนวคิดในการวิเคราะห์สถานการณ์ - วิธีการวิเคราะห์สถานการณ์ - การวิเคราะห์สถานการณ์อย่างไม่เป็นทางการ 	-เพื่อให้นักศึกษาสามารถวิเคราะห์สถานการณ์ได้อย่างถี่ถ้วน ถูกต้อง	-บรรยายประกอบการยกตัวอย่าง -การอภิปราย -สรุปท้ายบทเรียน	-เอกสาร -นำเสนอการวิเคราะห์ สถานการณ์ หน่วยงานรายกลุ่ม	อ.พรพิมล สงกระสันต์	

		<ul style="list-style-type: none"> -การการวิเคราะห์สถานการณ์ด้วยหลักการ SWOT - การวิเคราะห์สถานการณ์ด้วยวิธีการอย่างเป็นทางการ ด้วยวิธีการวิจัย -กระบวนการวิจัย -วิธีการวิจัยเพื่อการวางแผน 					
5	4	บทที่ 4 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ <ul style="list-style-type: none"> - กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ - การวิจัยการประชาสัมพันธ์ - การวางแผนการประชาสัมพันธ์ - การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ - การประเมินผลการประชาสัมพันธ์ - ปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน - ข้อเสนอแนะในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ 	<ul style="list-style-type: none"> -เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจในกระบวนการด้านการประชาสัมพันธ์ทุกขั้นตอน -เพื่อให้ นักศึกษาสามารถอธิบายและเข้าใจถึงกระบวนการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ หากเกิดปัญหาขึ้นภายในหน่วยงาน 	<ul style="list-style-type: none"> -บรรยายประกอบการยกตัวอย่าง -การอภิปราย -สรุปท้ายบทเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> -เอกสาร -สื่ออิเล็กทรอนิกส์ PPT -แบบฝึกหัด 	อ.พรพิมล สงกระสันต์	
6	สอบกลางภาค						
7	4	บทที่ 5 หลักการและวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ <ul style="list-style-type: none"> - หลักการประชาสัมพันธ์ - หลักสำคัญที่พึงยึดถือปฏิบัติในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ - หลักปฏิบัติเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ 	<ul style="list-style-type: none"> -เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจในหลักเกณฑ์ การกำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ 	<ul style="list-style-type: none"> -บรรยายประกอบการยกตัวอย่าง -การอภิปราย -สรุปท้ายบทเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> -เอกสาร -สื่ออิเล็กทรอนิกส์ PPT 	อ.พรพิมล สงกระสันต์	

		<ul style="list-style-type: none"> - วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ - การประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจ 				
8	4	บทที่ 6 นโยบายการประชาสัมพันธ์ <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของนโยบาย - ความสำคัญของนโยบาย - การจัดทำนโยบาย - ประเภทและแหล่งที่มาของนโยบาย - ปัจจัยเพื่อการกำหนดนโยบาย - ลักษณะของนโยบายที่ดี - นโยบายการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร 	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจในความหมาย ประเภท แหล่งที่มา การกำหนดนโยบายที่เหมาะสมต่อหน่วยงาน - เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจในลักษณะของนโยบายการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร และลักษณะของนโยบายที่ดี 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรยายประกอบการยกตัวอย่าง - การอภิปราย - สรุปท้ายบทเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> - เอกสาร - สื่ออิเล็กทรอนิกส์ - PPT - งานเดี่ยวค้นคว้าเพิ่มเติมนโยบายขององค์กรต่างๆ พร้อมนำเสนอ 	อ.พรพิมล สงกระสันต์
9	4	บทที่ 7 การจัดตั้งองค์กรประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของหน่วยงาน - องค์ประกอบที่สำคัญของหน่วยงาน - หลักปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดองค์กร - ปัจจัยที่จะต้องพิจารณาในการจัดองค์กร - การจัดหน่วยงานและการกำหนดอำนาจหน้าที่ - โครงสร้างของงานประชาสัมพันธ์ - งานประชาสัมพันธ์ในโครงสร้างขององค์กรแม่ - รูปแบบโครงสร้างองค์กรประชาสัมพันธ์หน่วยงาน 	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจในหลักเกณฑ์ การจัดตั้ง องค์กรประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานที่เหมาะสม - เพื่อให้ นักศึกษาเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ตามโครงสร้างงานประชาสัมพันธ์อย่าง ท้องแท้ 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรยายประกอบการยกตัวอย่าง - การอภิปราย - สรุปท้ายบทเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> - เอกสาร - สื่ออิเล็กทรอนิกส์ - PPT 	อ.พรพิมล สงกระสันต์

		<ul style="list-style-type: none"> - ขอบเขตการประชาสัมพันธ์ - บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ - ปัญหาและอุปสรรคในการจัดโครงสร้างหน่วยงานประชาสัมพันธ์ 					
1๐	4	บทที่ 8 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ <ul style="list-style-type: none"> - รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย - พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสาร 	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจในกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรยายประกอบการยกตัวอย่าง - การอภิปราย - สรุปท้ายบทเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> - เอกสาร 	<ul style="list-style-type: none"> อ.พรพิมล สงกระสันต์ 	
11-12	8	บทที่ 9 กลยุทธ์การสื่อสารการประชาสัมพันธ์องค์กร <ul style="list-style-type: none"> - กลยุทธ์สำหรับการสื่อสารองค์กร - กลยุทธ์การจัดการภาพลักษณ์และชื่อเสียงองค์กร - กลยุทธ์การจัดการความขัดแย้ง การจัดการประเด็นสาธารณะและการจัดการภาวะวิกฤต - กลยุทธ์การจัดการความเสี่ยง - กลยุทธ์การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม - กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มเป้าหมาย - กลยุทธ์สำหรับการสื่อสารการตลาด - กลยุทธ์การบริหารภาพลักษณ์และชื่อเสียงตราสินค้า 	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถอธิบายกลยุทธ์การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ได้ - เพื่อให้ นักศึกษาสามารถประยุกต์ใช้กลยุทธ์การสื่อสารหรือนำกลยุทธ์การสื่อสารดังกล่าว มาปรับใช้สำหรับการประชาสัมพันธ์องค์กรได้อย่างเหมาะสม 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรยายประกอบการยกตัวอย่าง - การอภิปราย - สรุปท้ายบทเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> - เอกสาร - สื่ออิเล็กทรอนิกส์ - PPT - งานกลุ่มค้นคว้ากลยุทธ์การสื่อสารการประชาสัมพันธ์องค์กร - พร้อมนำเสนอ 	<ul style="list-style-type: none"> อ.พรพิมล สงกระสันต์ 	

		<ul style="list-style-type: none"> - กลยุทธ์การเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรม - กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มเป้าหมาย - กลยุทธ์การใช้สื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย - กลยุทธ์สำหรับการสื่อสารสาธารณะหรือเพื่อการรณรงค์ด้านสังคม - กลยุทธ์การจูงใจ - กลยุทธ์การเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรม - กลยุทธ์การใช้สื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย 						
13	4	บทที่ 10 การประชาสัมพันธ์ขององค์กรต่างๆ <ul style="list-style-type: none"> - การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ - การประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล - การประชาสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจ - การประชาสัมพันธ์องค์กรไม่แสวงหากำไร 	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจการประชาสัมพันธ์องค์กรต่างๆ - เพื่อให้ นักศึกษาเข้าใจและสามารถอธิบายได้ถึงกลยุทธ์เทคนิค การสื่อสารประชาสัมพันธ์องค์กรตามลักษณะองค์กรประเภทต่างๆ 	<ul style="list-style-type: none"> -บรรยายประกอบการยกตัวอย่าง -การอภิปราย -สรุปท้ายบทเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> -เอกสาร -สื่ออิเล็กทรอนิกส์ PPT 	<ul style="list-style-type: none"> อ.พรพิมล สงกระสันต์ 		
14-15	8	บทที่ 11 ยกตัวอย่างกรณีศึกษาหรือการดำเนินงานประชาสัมพันธ์องค์กรต่างๆ	<ul style="list-style-type: none"> -เพื่อให้ นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้ มาประยุกต์ใช้เมื่อเกิดการปฏิบัติจริง 	<ul style="list-style-type: none"> -ศึกษากรณีตัวอย่างและดำเนินการหรือจัดทำโครงการที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน 	<ul style="list-style-type: none"> -บรรยาย -ปฏิบัติจริงพร้อมนำเสนอ 	<ul style="list-style-type: none"> อ.พรพิมล สงกระสันต์ 		
16	สอบปลายภาค							

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรม ที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ ที่ ประเมิน	สัดส่วนของ การ ประเมินผล
1	1. คะแนนระหว่างภาค	-การศึกษาค้นคว้า รายงานกลุ่ม กรณีศึกษา -การรายงานการค้นคว้าด้วยตนเอง -รายงานการสรุปผลการดำเนินหรือ จัดทำโครงการ	2 – 15	40%
2	1. คะแนนสอบ	-คะแนนสอบกลางภาค -คะแนนสอบปลายภาค	8 16	50%
3	1. พฤติกรรม 2. จิตสาธารณะ	-การเข้าชั้นเรียนและมีส่วนร่วม ในกิจกรรมชั้นเรียน -การมีมารยาทและปฏิบัติตาม กฎระเบียบของมหาวิทยาลัย -ทำแบบฝึกหัดและส่งงานภายใน ระยะเวลาที่กำหนด	1 – 15	10%
		รวม		100%

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. ตำราและเอกสารหลัก

- ยুবล เบ็ญจรงค์กิจ (2554). การวางแผนและการประเมินผลการสื่อสารเชิงกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. (2552). ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นางลักษณ์ สุทธิวิวัฒน์พันธ์. (2545). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : อัลฟ่า พับลิชชิ่ง จำกัด.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2542). นักประชาสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติยุคสารสนเทศ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2549). การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. (ปรับปรุงเพิ่มเติมใหม่). พิมพ์ครั้งที่ 1.

กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- อรรถพรณ ถาวรอายุศม์. (2549). **การประชาสัมพันธ์หน่วยงาน**. ตำราการประชาสัมพันธ์
หลักสูตรนิเทศศาสตร์. จันทบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

- จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. (2552). **ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์**. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ :
สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์. (2545). **กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ : อัลฟา พับลิชชิ่ง จำกัด.
- วิจิตร อาระกุล. (2534). **การประชาสัมพันธ์หลักและวิธีปฏิบัติ**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ :
ไทยวัฒนาพานิชจำกัด.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2542). **นักประชาสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติยุคสารสนเทศ**.
พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2549). **การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์**. (ปรับปรุงเพิ่มเติมใหม่). พิมพ์ครั้งที่ 1.
กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี วงษ์มนทนา. (2542). **การประชาสัมพันธ์ : ทฤษฎีและปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์ม
และไซเท็กซ์ จำกัด.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. (2548). **เอกสารการสอนชุดวิชากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์**.
(หน่วยที่ 1 – 7). นนทบุรี. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. (2548). **เอกสารการสอนชุดวิชากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์**.
(หน่วยที่ 11 – 15).
- สุธา พงศ์ถาวรภิญโญ, นันทิดา ไชยธรรม และ ดุชนฎี นิลดำ. (2549). **หลักการสื่อสารองค์กร**.
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- อรรถพรณ ถาวรอายุศม์. (2549). **การประชาสัมพันธ์หน่วยงาน**. ตำราการประชาสัมพันธ์
หลักสูตรนิเทศศาสตร์. จันทบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- Berneys, E.L. (1982). **Public Relations**. Norman : University of Oklahoma. Press.
- Pearce, J.A.& Robinson, B.J. (1989). **Management**. New York : Random House.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. (2548). **เอกสารการสอนชุดวิชากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์**.
(หน่วยที่ 1 – 7). นนทบุรี. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. (2548). **เอกสารการสอนชุดวิชากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์**.
(หน่วยที่ 11 – 15).
- สุธา พงศ์ถาวรภิญโญ, นันทิดา ไชยธรรม และ ดุชนฎี นิลดำ. (2549). **หลักการสื่อสารองค์กร**.

กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

- Berneys, E.L. (1982). **Public Relations**. Norman : University of Oklahoma. Press.
- Pearce, J.A.& Robinson, B.J. (1989). **Management**. New York : Random House.
- www.google.com
- www.sanook.com
- เว็บไซต์ต่างๆ ขององค์กร

หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ที่จัดทำโดยนักศึกษาได้จัดกิจกรรมในการนำเสนอแนวคิดและความเห็นจากนักศึกษา ดังนี้

- การร่วมอภิปรายระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การสังเกตการณ์พฤติกรรมของผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา

2. กลยุทธ์ประเมินการสอน

ในการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินการสอน มีกลยุทธ์ ดังนี้

- แบบประเมินการสอนด้วยตนเอง
- ผลการเรียนของนักศึกษา
- การสัมภาษณ์นักศึกษา

3. กลไกการปรับปรุงการสอน


- ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์ และวิธีสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลรายวิชา
- การวิจัยในชั้นเรียน
- ประชุมผู้สอน เพื่อหารือปัญหาการเรียนรู้นักศึกษา และหาแนวทางแก้ไขในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษารายวิชา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อ ตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในวิชาได้จากการสอบถามนักศึกษา หรือการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผลการทดสอบย่อย การตั้งคณะกรรมการในสาขาตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้นักศึกษา โดยตรวจข้อสอบ รายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม

5. การดำเนินการทบทวน และการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา


จัดให้มีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษาคณะกรรมการประเมินของหลักสูตร/ภาควิชา การรายงานรายวิชาหลังการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา การทบทวนเนื้อหาที่สอน กลยุทธ์การสอน ปรับปรุงรายวิชาทุกปี เปลี่ยนสลับผู้สอนหรือสอนเป็นทีม

จัดทำโดย..... 

(อาจารย์พรพิมล สงกระสันต์)

ผู้สอนรายวิชา การประชาสัมพันธ์หน่วยงาน

28 ตุลาคม 2556

อนุมัติโดย..... 

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี)

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

วันที่ 29 ตุลาคม 2556