



มคอ ๓ รายละเอียดรายวิชา

รหัสวิชา ๘๐๐๑๐๐๘

ชื่อวิชา หลักการจัดการธุรกิจสื่อสารมวลชน

(Communication Management)

รายวิชานี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต

หลักสูตรใหม่ พ.ศ. ๒๕๕๒

คณะนิเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด ๑ ข้อมูลทั่วไป	๓
หมวด ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	๓-๔
หมวด ๓ ลักษณะและการดำเนินการ	๔
หมวด ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	๔-๖
หมวด ๕ แผนการสอนและการประเมินผล	๗-๑๐
หมวด ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	๑๑-๑๒
หมวด ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	๑๒-๑๓

รายละเอียดของรายวิชา

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

คณะนิเทศศาสตร์

หมวด ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อวิชา : รหัสวิชา ๘๐๐๑๐๐๘ ชื่อวิชา หลักการจัดการธุรกิจสื่อสารมวลชน
(Communication Management)

๒. จำนวนหน่วยกิต : ๓ หน่วยกิต ๓(๓-๐-๖)

๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา :

เป็นรายวิชาในหมวดวิชาบังคับ กลุ่มวิชาเลือก หลักสูตรนิเทศศาสตร์

๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน :

อาจารย์สกล กิจจรีต

สถานที่ติดต่อ : ห้องพักอาจารย์ ชั้น ๔ ตึกบรรณราชนครินทร์

โทร.๐๘๗-๑๓๑-๔๗๔๕

E-mail -

๕. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน : ภาคการศึกษา ๒/๒๕๕๖ ชั้นปีที่ ๑

๖. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) : ชื่อวิชา -

๗. รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน (Co-requisites) : -

๘. สถานที่เรียน : ห้อง ๒๒๑๐๑ , ศิลาปี ๓ , ๒๒๔๐๔

๙. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด : ๑๐ ตุลาคม ๒๕๕๖

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา : เมื่อนักศึกษาเรียนรายวิชานี้แล้ว นักศึกษามีสมรรถนะที่ต้องการในด้านต่าง ๆ ดังนี้

๑. เพื่อศึกษาความหมาย และประเภทของการจัดการธุรกิจด้านการสื่อสารมวลชน ความสำคัญ

และพัฒนาการของการจัดการธุรกิจด้านการสื่อสารมวลชนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

๒. เพื่อศึกษาในด้านแนวคิดการจัดองค์กร และสื่อ รวมถึงบทบาทของการจัดการธุรกิจ

สื่อสารมวลชนที่มีประสิทธิภาพและได้รับการยอมรับในปัจจุบัน

๓. เพื่อศึกษาหลักจริยธรรมด้านการจัดการธุรกิจสื่อสารมวลชน

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา :

๒.๑ เพื่อให้ให้นักศึกษาเข้าใจกระบวนการจัดการธุรกิจสื่อสารมวลชนที่มีต่อองค์กรธุรกิจ

สื่อสารมวลชน เศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม และผลกระทบที่มีต่อสาธารณชน

เน้นในเรื่องของจริยธรรมและจรรยาบรรณในวิชาชีพ

หมวด ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาลักษณะโครงสร้างขององค์การธุรกิจทางด้านสื่อสารมวลชน การวางแผน การจัดสรรงาน หลักเกณฑ์ และแนวความคิดในการจัดตั้งองค์การธุรกิจทางด้านสื่อสารมวลชน ลักษณะ ประเภท หลักการบริหารจัดการธุรกิจ การบัญชี การเงิน การตลาด การบริหารบุคคล การบริหารสำนักงาน เศรษฐศาสตร์ นิเทศศาสตร์ ซึ่งครอบคลุมถึงเอกสารทางธุรกิจประเภทต่าง ๆ แนวทางในการประกอบธุรกิจ ตลอดจนศึกษา ปัญหาที่เกี่ยวข้อง และจรรยาบรรณของนักธุรกิจทางด้านสื่อสารมวลชนและหน้าที่สำคัญของฝ่ายบริหารทุก ๆ ด้านในแง่การวางแผน การจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการ การจูงใจ การควบคุม ปฏิบัติงาน ให้บรรลุเป้าหมายตามนโยบายที่ตั้งไว้

๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา :

บรรยาย ๓๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

ฝึกปฏิบัติการ ๓๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ๑๕ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษาเฉพาะราย

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล ทุกวัน ทุกเวลา และทุกสถานที่

หมวด ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

มาตรฐานการเรียนรู้แต่ละด้านที่เกี่ยวข้อง

๑. ด้านคุณธรรม จริยธรรม (Ethics and Moral)

๑) คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละและซื่อสัตย์สุจริต
- มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
- มีภาวะการเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและลำดับความสำคัญ
- เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของ

ความเป็นมนุษย์

- เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ขององค์กรและสังคม
- มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ

๒) วิธีการสอนที่จะพัฒนาการเรียนรู้

- บรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาเกี่ยวกับประเด็นทางจริยธรรม
- กำหนดให้นักศึกษาหาตัวอย่างที่เกี่ยวข้องผ่านสื่อต่างๆ
- อภิปรายกลุ่ม

๓) วิธีการประเมินผล

- พฤติกรรมการเข้าเรียน กริยามารยาท การพูดจา
- ส่งงานที่ได้รับมอบหมายตามกำหนด
- มีการอ้างอิงเอกสารอย่างถูกต้องและเหมาะสม
- ประเมินผลการวิเคราะห์กรณีศึกษา
- ประเมินผลงานที่รับมอบหมาย
- ทดสอบย่อยในห้องเรียน

๒. ด้านความรู้ (Knowledge)

๑) ความรู้ที่ต้องได้รับ

รู้ถึงความหมาย และประเภทของงานด้านวารสารศาสตร์ ประวัติ และพัฒนาการของงานทางด้านการจัดการธุรกิจสื่อสารมวลชน ด้านแนวคิดการจัดการองค์กร และสื่อ รวมถึงบทบาทของงานด้านการจัดการธุรกิจสื่อสารมวลชนที่มีต่อองค์กรสื่อสารมวลชน เศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม และผลกระทบต่อสาธารณสุข โดยเน้นหนักในหลักจริยธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพด้านการสื่อสารมวลชน

๒) วิธีการสอน

บรรยาย อภิปราย กระบวนการทางด้านวารสารศาสตร์ การแสดงความคิดเห็น การคิด วิเคราะห์ สังเคราะห์ โดยยกกรณีศึกษาการจัดการองค์กรด้านการจัดการธุรกิจสื่อสารมวลชน ที่มีประสิทธิภาพทั้งในประเทศไทย ในระดับนานาชาติ และในระดับโลก ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป รวมทั้งหลักจริยธรรมทางวิชาชีพ รวมถึงการจัดทำรายงานประกอบกิจกรรมการเรียนการสอน

๓) วิธีการประเมินผล

เพิ่มสะสมงาน แบบฝึกหัด นำเสนอข้อมูลจากการค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องในชั้นเรียน วิเคราะห์กรณีศึกษาทั้งงานเดี่ยวและงานกลุ่ม การนำเสนอหลักการจัดการธุรกิจสื่อสารมวลชนเป็นรูปเล่ม สอบกลางภาค สอบปลายภาค

๓) ด้านทักษะทางปัญญา (Cognitive Skills)

๑) ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

เป็นผู้ใฝ่รู้ สามารถเรียนรู้ตลอดชีวิต สามารถพัฒนาความคิดอย่างมีระบบ มีการวิเคราะห์ประเมินผลการวิจัยเพื่อนำความรู้ที่ได้จากทฤษฎีและการปฏิบัติมาประยุกต์ในการแก้ไขปัญหา พัฒนาปรับปรุงหรือสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ในชีวิตประจำวันหรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง

๒) วิธีการสอน

ฝึกตอบปัญหาและแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน การอภิปรายกลุ่ม วิเคราะห์กรณีศึกษาบทความ การเขียนบทความที่สะท้อนแนวความคิดต่อสภาพการณ์ต่างๆ มอบหมายให้นักศึกษาจัดทำรายงานหลักการจัดการธุรกิจสื่อสารมวลชนฉบับสมบูรณ์

๓) วิธีการประเมินผล

สอบเก็บคะแนน สอบกลางภาค และสอบปลายภาค โดยเน้นข้อสอบที่นำความรู้ที่ได้จากทฤษฎีมาใช้ในการสร้างความรู้และความเข้าใจในการเขียนเพื่อประมวลความรู้นั้นอย่างเป็นรูปธรรม

๔) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ (Interpersonal Skills and Responsibility)

๑) ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

มีความสามารถในการทำงานเป็นทีมปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมองค์กร สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ พัฒนาความเป็นผู้นำและผู้ตามในการทำงานเป็นทีม ตระหนักถึงสิทธิของตนเองและผู้อื่น และยอมรับในความแตกต่างหลากหลายของมนุษย์ พัฒนาการเรียนรู้ด้วยตนเองและมีความรับผิดชอบในงานที่มอบหมายให้ครบถ้วนตามกำหนด

๒) วิธีการสอน

มอบหมายรายงานเดี่ยว รายงานกลุ่มศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการจัดการธุรกิจสื่อสารมวลชน ค้นคว้าบทความ งานเขียน โครงการ แผนงานและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานการจัดการธุรกิจสื่อสารมวลชน พร้อมนำเสนอรายงาน

๓) วิธีการประเมินผล

รายงานการศึกษาด้วยตนเอง รายงานการศึกษาที่เป็นกลุ่ม พฤติกรรมการทำงานด้วยแบบฟอร์มที่กำหนด

๕) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Numerical Analysis, Communication and Information Technology Skills)

๑) ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร การจัดการและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

สามารถใช้ภาษาในการติดต่อสื่อความหมายได้ดี ทั้งการฟัง พูด อ่าน เขียน และการพิมพ์สามารถคำนวณเชิงตัวเลข สามารถวิเคราะห์ข้อมูลจากกรณีศึกษา สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสืบค้นข้อมูลทางการศึกษา สามารถใช้โปรแกรมทางการสืบค้นข้อมูล สามารถนำเสนอรายงานโดยใช้รูปแบบเครื่องมือ และเทคโนโลยีที่เหมาะสม

๒) วิธีการสอน

การแนะนำเทคนิคการสืบค้นข้อมูล การมอบหมายงานด้วยการสืบค้นข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ จาก Website และสื่อการสอน ใช้ Power point ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการวิจัย นำเสนอโดยใช้รูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม

๓) วิธีการประเมินผล

วัดผลจากงานที่ทำและการนำเสนองานที่เชื่อมโยงกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่สามารถนำมาเขียนสรุปผล เพื่อนำมาพัฒนา ปรับปรุง วางแผนในการดำเนินการจัดการธุรกิจสื่อสารมวลชนมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม

หมวด ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

๑. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ / รายละเอียดการสอน	จำนวน ชั่วโมง	สื่อการเรียนรู้	ชื่อผู้สอน
๑-๒	บทที่ ๑ ทฤษฎีการจัดองค์กรสื่อมวลชน - ประเภทเจ้าของโดยตรง - ประเภทเจ้าของโดยหุ้นส่วน - ประเภทเจ้าของโดยจดทะเบียนนิติบุคคล โดยบริษัท - ประเภทเจ้าของโดยถือกรรมสิทธิ์แบบ เครือข่ายหรือแบบกลุ่ม - ประเภทเจ้าของโดยการร่วมหุ้นระหว่าง พนักงานลูกจ้าง - ประเภทเจ้าของโดยเป็นเครือข่าย เชื่อมโยงโดยหน่วยงานอื่น - ประเภทเจ้าของโดยการร่วมลงทุนใน กิจการของสื่อมวลชนหลายประเภท - ประเภทเจ้าของโดยร่วมลงทุนธุรกิจข้าม สื่อ	๖	- การประเมินความรู้ก่อนการ เรียน - การบรรยายด้วยเอกสาร ประกอบการสอนพร้อม Power Point Present - ร่วมกันแสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับสาระสำคัญ - แบบทบทวนความรู้	อ. สกต กิจจรีต

สัปดาห์ที่	หัวข้อ / รายละเอียดการสอน	จำนวน ชั่วโมง	สื่อการเรียนรู้	ชื่อผู้สอน
๓-๔	<p>บทที่ ๒ สื่อมวลชนกับหลักการบริหาร</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของการบริหาร - กำไร - การผลิต - การตลาด - การบริหารการเงิน - ผู้บริหารกับงานด้านการสื่อสารมวลชน - การวางแผนงานบริหาร - การควบคุมดูแลการบริหารฝ่ายบุคคล - การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพของผู้บริหาร - วิธีในการบริหารงาน - คุณสมบัติของความเป็นผู้นำ - ความสามารถในการวางแผนและกำหนดงบประมาณ - การคาดคะเนรายได้ ยอดจำหน่าย และโฆษณาของสื่อมวลชน - การพัฒนาทรัพยากรบุคคลในธุรกิจสื่อมวลชน - การบริหาร โดยถือเป้าหมายเป็นเกณฑ์ - ปัญหาในการทำงานของพนักงาน - แนวทางที่พึงปฏิบัติสำหรับผู้บริหารงานองค์กรสื่อมวลชน - ความร่วมมือระหว่างแผนกในองค์กรสื่อมวลชน - การสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงาน - การพิจารณาเกี่ยวกับแรงงาน - แรงกระตุ้นที่ทำให้เกิดการปรับปรุงสื่อมวลชน 	๖	<ul style="list-style-type: none"> - การบรรยายด้วย Power point พร้อมเอกสารประกอบการสอน - ให้ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง และ ร่วมกันแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสาระสำคัญ - แบบทบทวนความรู้ 	อ. สกต กิจจรีต
๕-๖	<p>บทที่ ๓ หลักการตลาดกับธุรกิจการสื่อสารมวลชน</p> <ul style="list-style-type: none"> - แนวคิดทางการตลาด - วัตถุประสงค์ของการตลาด 	๖	<ul style="list-style-type: none"> - การบรรยายด้วย Power point พร้อมเอกสารประกอบการสอน - ทบทวนความรู้ 	อ. สกต กิจจรีต

สัปดาห์ที่	หัวข้อ / รายละเอียดการสอน	จำนวน ชั่วโมง	สื่อการเรียนรู้	ชื่อผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - รูปแบบการส่งเสริมการขายทั่วไป - การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พ่อค้าคนกลางหรือร้านค้า - กิจกรรมการส่งเสริมการขายเพื่อสร้างภาพลักษณ์แก่สื่อมวลชน - ตลาดนัดแรงงาน - การประเมินประสิทธิผลของกิจกรรมการส่งเสริมการขาย - การส่งเสริมการขายกับการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ - รูปแบบองค์กรอุตสาหกรรมและสถานภาพทางการตลาดของสื่อมวลชน - เงื่อนไขการเข้ามาในตลาดธุรกิจสื่อสารมวลชน - โครงสร้างราคา - ลักษณะของการครอบครองตลาดแต่เพียงผู้เดียว - การดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด - วิธีการส่งเสริมการขาย - การดำเนินงานของตลาดสื่อสารมวลชน - กลยุทธ์ทางการตลาดกับธุรกิจการสื่อสารมวลชน - ส่วนผสมทางการตลาด - กลยุทธ์การส่งเสริมการขายขององค์กรสื่อสารมวลชน - ความสำคัญของการวิจัยตลาดสื่อสารมวลชน 			
๑-๘	<p>บทที่ ๔ ธุรกิจสื่อสารมวลชนกับการเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์</p> <ul style="list-style-type: none"> - แนวโน้มธุรกิจสื่อสารมวลชน - แนวโน้มทางด้านเทคโนโลยี - แนวโน้มทางการนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาสื่อสารมวลชน - แนวโน้มทางด้านผู้ประกอบการ 	๖	<ul style="list-style-type: none"> - การบรรยาย Power point พร้อมเอกสารประกอบการสอน - ชกกรณีศึกษา - มอบหมายงานให้นักศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับลักษณะของธุรกิจสื่อสารมวลชนกับการ 	อ. สกต กิจจรีต

ลำดับที่	หัวข้อ / รายละเอียดการสอน	จำนวน ชั่วโมง	สื่อการเรียนรู้	ชื่อผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - แนวโน้มทางด้านบุคลากร - แนวโน้มทางด้านผู้รับสาร - แนวโน้มทางด้านราคาจำหน่าย - ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ - หลักเกณฑ์ในการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ - ที่ปรึกษาทางการเงิน - หลักเกณฑ์การพิจารณารับหลักทรัพย์เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ - การวางแผนการจัดทำสื่อมวลชน - การบริหารบัญชีและควบคุมต้นทุน - ธุรกิจการสื่อสารมวลชนกับการเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ 		<p>เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์และพร้อมนำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน</p> <ul style="list-style-type: none"> - แบบทบทวนความรู้ 	
๕	<p>บทที่ ๕ การจัดทำและบริษัทจัดทำธุรกิจสื่อสารมวลชน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความเป็นมา - ความสำคัญของการจัดทำ - ความหมายของการจัดทำ - บริษัทจัดทำธุรกิจสื่อสารมวลชน 	๓	<ul style="list-style-type: none"> - การบรรยาย Power Point - เอกสารประกอบการสอนพร้อมตัวอย่าง - ร่วมกันแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสาระสำคัญ - แบบทบทวนความรู้ 	อ. สกต กิจจรีต
๑๐	<p>บทที่ ๖ การบริหารงานและโครงสร้างของหน่วยงานโฆษณา</p> <ul style="list-style-type: none"> - โครงสร้างการทำงานของหน่วยงานโฆษณาสื่อสารมวลชน - บุคลากรของหน่วยงานโฆษณา - ขั้นตอนการทำงานของหน่วยงานโฆษณา - การซื้อพื้นที่และเวลาโฆษณา - การบริหารงานขายโฆษณา - อัตราค่าโฆษณา 	๓	<ul style="list-style-type: none"> - การบรรยายด้วย Power Point Present - เอกสารประกอบการสอนพร้อมตัวอย่างบทความเว็บไซต์ - ร่วมกันแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสาระสำคัญ - แบบทบทวนความรู้ 	อ. สกต กิจจรีต
๑๑	สอบกลางภาค			
๑๒	<p>บทที่ ๗ ศูนย์ข้อมูลองค์กรสื่อสารมวลชน</p>	๓	<ul style="list-style-type: none"> - การบรรยายด้วย Power point พร้อมเอกสาร 	อ. สกต กิจจรีต

สัปดาห์ที่	หัวข้อ / รายละเอียดการสอน	จำนวน ชั่วโมง	สื่อการเรียนรู้	ชื่อผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - ศูนย์ข้อมูลองค์กรด้านสื่อสิ่งพิมพ์ - ศูนย์ข้อมูลองค์กรกระจายเสียง - ศูนย์ข้อมูลออนไลน์ - ศูนย์ข้อมูลสื่อทางเคเบิล - ศูนย์ข้อมูลสื่อทางดาวเทียม - การเข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ต - การเลือกกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม 		<p>ประกอบการสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ร่วมกันแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสาระสำคัญ - แบบทบทวนความรู้ 	
๑๓	<p>บทที่ ๘ การสื่อสารมวลชนกับอินเทอร์เน็ต</p> <ul style="list-style-type: none"> - เว็บไซต์เว็บ - เครือข่ายไทยสาร-อินเทอร์เน็ตของไทย - การผลิตสื่อมวลชนอิเล็กทรอนิกส์ - สื่อมวลชนอิเล็กทรอนิกส์ในเชิงธุรกิจ - การขายข้อมูลในเชิงธุรกิจ - การขายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต 	๓	<ul style="list-style-type: none"> - การบรรยายด้วย Power point พร้อมเอกสารประกอบการสอน - ร่วมกันแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสาระสำคัญ - แบ่งกลุ่มจัดทำรายงานเรื่องจริยธรรม จรรยาบรรณในวิชาชีพสื่อสารมวลชน 	อ. สกต กิจจรีต
๑๔-๑๕	<p>บทที่ ๙ ธุรกิจสื่อสารมวลชน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ - ธุรกิจสื่อกระจายเสียง - ธุรกิจสื่อสัญญาณดาวเทียม - ธุรกิจสื่อเคเบิล - ธุรกิจสื่อออนไลน์ 	๓	<ul style="list-style-type: none"> - อภิปรายและบรรยายประกอบ power point - ให้นักศึกษาร่วมอภิปรายหน้าชั้นเรียนเกี่ยวกับประเด็นอิทธิพลและผลกระทบของสื่อมวลชน 	อ. สกต กิจจรีต
๑๖	<p>บทพิเศษ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ทบทวน บูรณาการการเรียนรู้ กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้และอภิปรายเสริม 	๓	<ul style="list-style-type: none"> - อภิปรายและบรรยายประกอบ power point - ให้นักศึกษาร่วมอภิปรายหน้าชั้นเรียนเกี่ยวกับประเด็นอิทธิพลและผลกระทบของการจัดการธุรกิจการสื่อสารมวลชน 	อ. สกต กิจจรีต
สอบปลายภาค				

๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้ Learning Outcome	วิธีการประเมิน	สัดส่วนที่ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
๑	๑.คะแนนระหว่างภาค	- วิเคราะห์กรณีศึกษา การค้นคว้า การนำเสนอรายงานเดี่ยวและ กลุ่ม รวมถึงภาพรวม - การส่งงานตามที่ได้รับมอบหมาย และตรงตามเวลา	๒-๑๕	๔๐%
๒	๑.คะแนนสอบ	- คะแนนสอบกลางภาค - คะแนนสอบปลายภาค	๑๐ ๑๖	๒๐% ๓๐ %
๓	๑.พฤติกรรม ๒. จิตสาธารณะ	- การเข้าชั้นเรียน - มารยาททางสังคม - การมีส่วนร่วมในกิจกรรม	๑-๑๕	๑๐%
รวม				๑๐๐ %

หมวด ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

ภาษาไทย

๑. ตำราและเอกสารหลักที่ใช้ในการเรียนการสอน

ไกรฤทธิ บุญเกียรติ.๒๕๓๘ ทางด่วนการตลาด. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มติชน

มาลี บุญศิริพันธ์.๒๕๕๐.ปรัชญาวารสารศาสตร์.กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ดรุณี หิรัญรักษ์.๒๕๔๑. การจัดการธุรกิจหนังสือพิมพ์. กรุงเทพฯ : บริษัทเอกพิมพ์ไทย จำกัด

ธงชัย สันติวงษ์.๒๕๑๕. การบริหารเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด

นนุช ศิริโรจน์.๒๕๔๕.การสื่อสารมวลชนเบื้องต้น.กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง

พิชิต สุขเจริญพงษ์.๒๕๒๕.การตลาดเพื่อสร้างกำไร. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด

สุรัตน์ ตรีสกุล.๒๕๔๗.หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ พ.ศ. พัฒนา

สุรสิทธิ์ วิทยาวัฏ.๒๕๔๕.หลักการสื่อสารมวลชน.กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏ

สวนสุนันทา

วิรัช ลภีรัตนกุล.๒๕๔๐. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญที่นักศึกษาจำเป็นต้องศึกษาเพิ่มเติม

วิทยานิพนธ์

เกียรติพงษ์ ไทยเจริญ. ๒๕๔๑. การกำหนดนโยบายขององค์กรและลักษณะการรายงานข่าวทางอินเทอร์เน็ต (www) ของสื่อมวลชนไทย

กัลยานิด อินทพันธ์. ๒๕๑๐. นโยบายกลยุทธ์การดำเนินงานและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการขยายตัวกับธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ในเครือมติชน. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ไชยขง รัตนอังกูร. ๒๕๔๒. ผลกระทบวิกฤตการณ์เศรษฐกิจต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์ : กลุ่มแมเนเจอร์มีเดียกรุ๊ป วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปัญญา ไกรทัศน์. ๒๕๔๐. โครงสร้างบทบาทในด้านการข่าวและธุรกิจของศูนย์ข่าวภูมิภาค ประไพ ไกรสรโกวิท. ๒๕๔๐. การปรับตัวของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์เพื่อการแข่งขันสังคมข่าวสาร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปัญญา จันทรา. ๒๕๔๒. การปรับกลยุทธ์การจัดจำหน่ายของสื่อสิ่งพิมพ์ในภาวะวิกฤติ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวุฒิ เพิ่มทรัพย์. ๒๕๔๑. การรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตของอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์และการปรับตัวขององค์กร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ยุวดี มณีกุล. ๒๕๓๕. วัฒนธรรมองค์กรสื่อสิ่งพิมพ์กับขีดความสามารถในการขยายธุรกิจข้ามสื่อของบริษัท เนชั่นพับลิชชิงกรุ๊ป. บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศศิยา วิจิตรจามรี. ๒๕๓๘. พัฒนาการและแนวโน้มของอุตสาหกรรมสื่อมวลชน : การวิเคราะห์เดอะเนชั่นกรุ๊ป. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อัญธิสา พานิชศิริ. ๒๕๓๘. พัฒนาการและแนวโน้มของอุตสาหกรรมสื่อมวลชน : การวิเคราะห์บริษัทผู้จัดการ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วารสาร

วารสาร Internet Magazine

ข้อมูลออนไลน์

ข้อมูลออนไลน์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Sim-S CD-ROM, ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. ๒๕๔๑.

www.set.or.th, Internet website ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย .๒๕๔๒.

www.manager.co.th . Internet Website. หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ.๒๕๔๒.

<http://www.thanews.th.com>.

ภาษาอังกฤษ

Baird, R.N. , and A.T. Turnbull , 1969 . **Industrial and Business Journalism , Chilton.**

Philadelphia.

Dominick, Joseph R. 2002 . **The dynamics of mass communication : media in digital age.** 7th ed.

NY: Mcgrawhill.

Dunn, S.W., 1969 . **Advertising : Its Role in Modern Marketing .2nd . ed., Holt , Rinehart**

& Winston.

Fiske, John. Introduction to communication studies. 1st 7th ed. NY: Methuen.

Potter, W. Jame. 2001. Media Literacy. USA : Sage Publications.

Rogers M. Everett and Shoemaker Floyd F. 1971. Communication of Innovation : A cross Cultural Approach. NY : The Free Press.

เอกสารและข้อมูลแนะนำที่นักศึกษาควรศึกษาเพิ่มเติม

<http://www.thailandinone.com/dotcom/servlet/pollsetup>

<http://manage.nstru.ac.th/home/vijai5.html>

http://www.ipst.ac.th/thaiversion/publications/in_sci/surpop.pdf

<http://www.polsci.chula.ac.th/scorm/1/CD-offline/index.htm>

<http://www.watpon.com/Elearning/res15.htm>

http://itc.pkru.ac.th/syllabus/view_syllabus.php?id=16

http://bupress.bu.ac.th/ebook/comart/pr301_norasate.c.pdf

<http://dusitpoll.dusit.ac.th>

<http://research.bu.ac.th/poll>

<http://www.abacpoll.com/index.html>

<http://www.google.com> ,

<http://www.riclib.nrct.go.th/> (สกว.) , <http://kosanathai.com/> (โฆษณา)

วารสารงานวิจัย บทความจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร อาทิ นสพ. กรุงเทพธุรกิจ ,

นสพ. ประชาชาติธุรกิจ , มติชนรายสัปดาห์ , วารสารวิชาการงานวิจัย , สปอตโฆษณาทาง

วิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ สารคดี นิตยสาร Brandage ฯลฯ

หมวด ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

๑. การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา:

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ที่จัดทำโดยนักศึกษา ได้จัดกิจกรรมในการนำเสนอแนวคิดและความเห็นจากนักศึกษาได้แก่ การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน แบบประเมินผู้สอนและข้อเสนอแนะ

๒. การประเมินการสอน:

หลักสูตรนิเทศศาสตร์กำหนดให้มีการประเมินการสอนจากการสังเกตการณ์สอน ผลการสอน การสัมภาษณ์นักศึกษา

๓. การปรับปรุงการสอน :

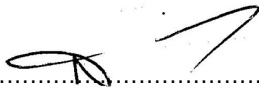
หลักสูตรนิเทศศาสตร์กำหนดให้ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์และวิธีสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลรายวิชา แล้วจัดทำรายงานรายวิชาตามที่ สกอ.กำหนด ทุกภาคการศึกษา ให้ผู้สอนเข้ารับการอบรมกลยุทธ์การสอน การวิเคราะห์ผู้เรียน การวิจัยในชั้นเรียน ในรายวิชาที่มีปัญหาอย่างน้อยภาคการศึกษาละ ๑ รายวิชา มีการประชุมผู้สอนเพื่อหารือปัญหาการเรียนรู้ของนักศึกษาและหาแนวทางแก้ไข

๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา :

หลักสูตรนิเทศศาสตร์กำหนดให้มีการสอบถามนักศึกษา หรือตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาถึงผลการทำข้อสอบ และความเหมาะสมของการให้คะแนนทั้งคะแนนดิบและระดับคะแนน มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้ทุกภาคการศึกษาโดยการตรวจข้อสอบ รายงาน วิธีการสอนและการให้คะแนนแก่นักศึกษา

๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา :


จัดให้มีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษา คณะกรรมการประเมินของหลักสูตร/ภาควิชา การรายงานรายวิชาหลังการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา การทบทวนเนื้อหาที่สอน กลยุทธ์การสอน และเสนอแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนา รายวิชาเสนอต่อประธานหลักสูตรหรือหัวหน้าภาค เสนอต่อกรรมการประจำคณะพิจารณาให้ความคิดเห็นและสรุปเพื่อวางแผนปรับปรุงในปีการศึกษาต่อไป

จัดทำโดย 

(อาจารย์สกล กิจจวิต)

ผู้สอนรายวิชาหลักการจัดการจัดการธุรกิจการสื่อสารมวลชน

วันที่ ๑๑ ตุลาคม ๒๕๕๖

อนุมัติโดย 

(ผศ.ดร.จำเริญ คังคะศรี)

รักษาราชการแทนคณบดีคณะนิเทศศาสตร์

วันที่ ๑๖ ตุลาคม ๒๕๕๖