



มคอ ๓ รายละเอียดรายวิชา

รหัสวิชา ๘๐๐๑๐๐๓

ชื่อวิชา หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์  
Principles of Advertising and Public Relations

รายวิชานี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต

หลักสูตรใหม่ พ.ศ. ๒๕๕๕

คณะนิเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

## สารบัญ

หมวด		หน้า
หมวด ๑	ข้อมูลทั่วไป	๓
หมวด ๒	จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	๔
หมวด ๓	ลักษณะและการดำเนินการ	๔
หมวด ๔	การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	๕-๗
หมวด ๕	แผนการสอนและการประเมินผล	๘-๑๑
หมวด ๖	ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	๑๑-๑๓
หมวด ๗	การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	๑๓-๑๔

## รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

คณะ นิเทศศาสตร์

## หมวดที่ ๑ ข้อมูลโดยทั่วไป

## ๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา ๘๐๐๑๐๐๓ ชื่อวิชา หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ Principles of Advertising and Public Relations

## ๒. จำนวนหน่วยกิต หรือจำนวนชั่วโมง

๓ (๓- ๐- ๖) หน่วยกิต

## ๓. หลักสูตรและประเภทรายวิชา

นิเทศศาสตร์ เป็นรายวิชาในหมวดวิชาหลักสูตรนิเทศศาสตร์

## ๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อาจารย์ภารดี พึ่งสำราญ

## ๕. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคพิเศษ ภาคเรียนที่ ๑/๒๕๕๗

## ๖. รายวิชาที่เรียนมาก่อน (Pre-requisites) (ถ้ามี)

-ไม่มี-

## ๗. รายวิชาที่ต้องการเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

## ๘. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

## ๙. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

มิถุนายน ๒๕๕๗

## หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### ๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

ศึกษาความหมายวิวัฒนาการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ หลักการและบทบาทของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อระบบสังคม เศรษฐกิจและการเมือง กระบวนการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างขอบข่ายงานด้านการโฆษณาและงานด้านประชาสัมพันธ์ ตลอดจนพิจารณาความแตกต่างของการใช้เครื่องมือเพื่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งวางแผนสื่อสาร การกำหนดงบประมาณ และการประเมินผลงานโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

### ๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจในความหมายและวิวัฒนาการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ หลักการและบทบาทของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อระบบสังคม เศรษฐกิจและการเมือง กระบวนการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างขอบข่ายงานด้านการโฆษณาและงานด้านประชาสัมพันธ์ ตลอดจนพิจารณาความแตกต่างของการใช้เครื่องมือเพื่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งวางแผนสื่อสาร การกำหนดงบประมาณ และการประเมินผลงานโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ให้ทันต่อสภาวะการณ์ในปัจจุบัน

## หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

### ๑. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาความหมายวิวัฒนาการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ หลักการและบทบาทของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อระบบสังคม เศรษฐกิจและการเมือง กระบวนการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างขอบข่ายงานด้านการโฆษณาและงานด้านประชาสัมพันธ์ ตลอดจนพิจารณาความแตกต่างของการใช้เครื่องมือเพื่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งวางแผนสื่อสาร การกำหนดงบประมาณ และการประเมินผลงานโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

## ๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติงาน ภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยายและอภิปราย ระหว่างอาจารย์กับ นักศึกษา จำนวน 28 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมตามความ ต้องการของนักศึกษา เฉพาะราย	ไม่มีการฝึกปฏิบัติงาน ภาคสนาม	การศึกษาด้วยตนเอง ๖ ชั่วโมงต่อสัปดาห์

## ๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

๓ ชั่วโมง ทุกวันจันทร์ เวลา ๐๙.๐๐ – ๑๒.๐๐ น. ณ คณะนิเทศศาสตร์

## หมวดที่ ๔ การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

## ๑. คุณธรรม จริยธรรม

## ๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- มีวินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบต่อตนเอง และสังคม
- เคารพสิทธิ และยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่า และศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์
- มีความตระหนักในคุณค่า คุณธรรม จริยธรรม เสียสละและซื่อสัตย์ สุจริต
- มีภาวะการเป็นผู้นำ และผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีม และสามารถแก้ไขข้อขัดแย้งและลำดับความสำคัญ
- เคารพกฎระเบียบ และบังคับต่าง ๆ ขององค์กร และสังคม
- มีจรรยาบรรณทางวิชาการ และวิชาชีพ
- มีความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์ขององค์กร และปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร และสามารถนำมาปรับใช้ในการดำเนินงานด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ได้

## ๑.๒ วิธีการสอน

- มอบหมายงานให้นักศึกษาไปศึกษาค้นคว้าในประเด็นหัวข้อที่กำหนดก่อนเข้าสู่บทเรียนจริงตลอดจนค้นคว้าตัวอย่างที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ประกอบในการเรียนรู้

- บรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาที่เกี่ยวกับที่ผู้สอนและนักศึกษาได้เตรียมมา ในขณะเดียวกันก็มีการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน

- มีการสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรม ความถูกต้อง เป็นไปได้ของข้อมูลที่จะนำมาสร้างสรรค์งานด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

- นักศึกษาได้ค้นคว้าด้วยตนเองโดยการจัดทำเป็นรูปเล่มรายงาน

#### ๑.๓ วิธีการประเมินผล

- พฤติกรรมการเข้าเรียน และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมในชั้นเรียน ตลอดจนการส่งแบบฝึกหัด และงานที่ได้มอบหมายตามขอบเขตที่ให้ และตรงเวลา มีความถูกต้องสมบูรณ์

- กิริยามารยาท การแต่งกาย การแสดงออกต่ออาจารย์

- คะแนนสะสมระหว่างภาคเรียน การสอบเก็บคะแนนระหว่างภาคเรียน ตลอดจนการอภิปรายทำงานเป็นกลุ่มนำเสนอผลงาน

## ๒. ความรู้

### ๒.๑ ความรู้ที่ต้องได้รับ

ความหมายวิวัฒนาการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ หลักการและบทบาทของการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อระบบสังคม เศรษฐกิจและการเมือง กระบวนการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างขอบข่ายงานด้านการโฆษณาและงานด้านประชาสัมพันธ์ ตลอดจนพิจารณาความแตกต่างของการใช้เครื่องมือเพื่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งวางแผนสื่อสาร การกำหนดงบประมาณ และการประเมินผลงานโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

### ๒.๒ วิธีการสอน

- บรรยายสรุปในประเด็นเนื้อหาเชิงทฤษฎี

- อภิปรายเนื้อหาที่เรียนในเชิงความรู้ หลักการทฤษฎี ตลอดจนกรณีศึกษาร่วมกันระหว่างผู้สอนและนักศึกษา และระหว่างนักศึกษากับนักศึกษา

- มอบหมายงานให้นักศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร ตำรา หนังสือ สื่อเว็บไซต์ต่าง ๆ มาประกอบการศึกษาการทำรายงานเดี่ยว และทำงานเป็นกลุ่ม

### ๒.๓ วิธีการประเมินผล

- แบบฝึกหัดท้ายบท

- ตรวจสอบกิจกรรมที่นักศึกษาได้ปฏิบัติ มีความสมจริง สมเหตุผล มีความเป็นไปได้อย่างน้อยเพียงใด

- การทดสอบระหว่างภาคและการทดสอบปลายภาค

### ๓. ทักษะทางปัญญา

#### ๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- ความสามารถในการคิดอย่างมีระบบ มีหลักการ มีเหตุผล รู้จักวิเคราะห์สิ่งต่าง ๆ อย่างมีเหตุผล รู้จักการคิด การวางแผน และการอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างมีความสุข

#### ๓.๒ วิธีการสอน

- ให้นักศึกษาฝึกคิด ตลอดจนวิเคราะห์กรณีศึกษา กิจกรรมด้านงานโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
- อภิปรายร่วมกัน

### ๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

#### ๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- พัฒนาทักษะในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนด้วยกัน
- พัฒนาความเป็นผู้นำ และผู้ตามในการทำงานเป็นทีม
- พัฒนาการเรียนรู้ด้วยตนเอง และมีความรับผิดชอบในงานที่มอบหมาย

#### ๔.๒ วิธีการสอน

- มอบหมายงานค้นคว้าเป็นรายกลุ่ม เช่น ค้นคว้าสื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

#### ๔.๓ วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากผลงานการปฏิบัติงาน
- ประเมินจากรายงาน

### ๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

#### ๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- พัฒนาทักษะในการสื่อสารทั้งการพูด การฟัง อ่าน และเขียน ตลอดจนการคิดและการใช้เหตุผล
- พัฒนาทักษะการวิเคราะห์ข้อมูลจากกรณีศึกษา ตัวอย่าง กิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์
- พัฒนาทักษะในการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต
- พัฒนาทักษะในการนำเสนอรายงานโดยใช้สื่อเครื่องมือและเทคโนโลยีที่เหมาะสม

#### ๕.๒ วิธีการสอน

- มอบหมายงานให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจากเว็บไซต์ และนำเสนอรายงานด้วยสื่อเทคโนโลยีที่มี

ความเหมาะสม

๕.๓ วิธีการประเมินผล

- จัดทำรายงาน หรือนำเสนอด้วยสื่อเทคโนโลยี
- ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการอภิปราย วิธีการอภิปราย



## หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

## ๑. แผนการสอน

ลำดับที่	จำนวนคาบ	เรื่อง	จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้	สื่อ อุปกรณ์	ผู้สอน	หมายเหตุ
๑-๒	๖	<b>บทที่ ๑ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์</b> -ความหมายและความสำคัญของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ -ความหมายของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ -ความสำคัญการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ -วิธีการต่างๆที่ใช้หรือเกี่ยวข้องข้องในการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ -วัตถุประสงค์ของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ -วัตถุประสงค์ของการโฆษณา	<ul style="list-style-type: none"> <li>● เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์</li> <li>● เพื่อให้ นักศึกษา สามารถ อธิบายความแตกต่างระหว่าง การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์</li> </ul>	-บรรยาย ตำรา -ประกอบการสอน -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน	-เอกสารตำรา -ประกอบการสอน -แบบฝึกหัด	อ.ภารดี พึ่งสำราญ	

		<ul style="list-style-type: none"> <li>-วัตถุประสงค์ของการประชุมพันธ์</li> <li>-ประเภทของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์</li> <li>-ประเภทของการโฆษณา</li> <li>-ประเภทของการประชาสัมพันธ์</li> <li>-หลักสำคัญในการการประชาสัมพันธ์</li> <li>-หลักการประชาสัมพันธ์</li> <li>-ภาพลักษณ์ในงานประชาสัมพันธ์</li> <li>-สื่อมวลชนสัมพันธ์</li> </ul>					
๓	๓	<b>บทที่ ๒ ประวัติและพัฒนากการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>-ประวัติและวิวัฒนาการของการโฆษณาในต่างประเทศ</li> <li>-ประวัติและวิวัฒนาการของการโฆษณาในประเทศไทย</li> <li>-ประวัติและวิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ</li> <li>-ประวัติและวิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย</li> </ul>	เพื่อให้ให้นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ ประวัติและพัฒนากการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ	<ul style="list-style-type: none"> <li>-บรรยาย ตำรา</li> <li>-ประกอบการสอน</li> <li>-อภิปรายร่วมกัน</li> <li>-สรุปท้ายบทเรียน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-เอกสารตำรา</li> <li>-ประกอบการสอน</li> <li>-แบบฝึกหัด</li> </ul>	อ.ภารดี พึ่งสำราญ	

๔-๕	๖	<b>บทที่ ๓ องค์ประกอบของการโฆษณา</b> -ผู้โฆษณา -ความหมายของผู้โฆษณา -ความสัมพันธ์ระหว่างผู้โฆษณากับบริษัทตัวแทนโฆษณา -ชิ้นงานโฆษณา -ความหมายและความสำคัญของชิ้นงานโฆษณา -องค์ประกอบของชิ้นงานโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์ -องค์ประกอบของชิ้นงานโฆษณาประเภทกระจายเสียงและแพร่ภาพ -สื่อโฆษณา -ความหมายและความสำคัญของสื่อโฆษณา -ประเภทของสื่อโฆษณา -กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย -ความหมายและความสำคัญของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย	เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ แต่ละองค์ประกอบของการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์และ	-บรรยาย ตำรา ประกอบการสอน -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน	-เอกสารตำรา ประกอบการสอน	อ.ภารดี พึ่งสำราญ	
-----	---	---	---	---	-----------------------------	----------------------	--

		-การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคนเป้าหมายในการโฆษณา					
๖-๘	๑๒	<b>บทที่ ๔ กระบวนการโฆษณา</b> - การเตรียมข้อมูลเพื่อการโฆษณา -ประเภทของข้อมูลเพื่อการโฆษณา -แหล่งข้อมูลเพื่อการโฆษณา - การวางแผนรณรงค์โฆษณา -ลักษณะของแผนการรณรงค์โฆษณา -ขั้นตอนการวางแผนการรณรงค์โฆษณา -การวางแผนสื่อโฆษณา - การประเมินผลการโฆษณา -วัตถุประสงค์ของการประเมินผลการโฆษณา -เทคนิคการประเมินผล	เพื่อให้ศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถอธิบายได้ถึงขั้นตอนองค์ประกอบของ กระบวนการโฆษณา	-บรรยาย ตำรา -ประกอบการสอน -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน	-เอกสารตำรา -ประกอบการสอน	อ.ภารดี พิ่งสำราญ	
๙		<b>สอบกลางภาค</b>					
๑๐-๑๑	๖	<b>บทที่ ๕ อุตสาหกรรมโฆษณา</b> -องค์ประกอบของอุตสาหกรรม	เพื่อให้ศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถอธิบายได้ถึงองค์ประกอบ	-บรรยาย ตำรา -ประกอบการสอน	-เอกสารตำรา -ประกอบการสอน	อ.ภารดี พิ่งสำราญ	

		<ul style="list-style-type: none"> <li>-องค์ประกอบที่สำคัญในอุตสาหกรรมการโฆษณา</li> <li>-หน่วยงานโฆษณาภายในองค์กร</li> <li>-บริษัทตัวแทนโฆษณา</li> <li>-ความหมายและบทบาทของบริษัทตัวแทนโฆษณา</li> <li>-ประเภทของบริษัทตัวแทนโฆษณา</li> <li>-โครงสร้างของบริษัทตัวแทนโฆษณา</li> <li>-การคิดค่าใช้จ่ายของบริษัทตัวแทนโฆษณา</li> <li>-การบริหารงานโฆษณา</li> <li>-เกณฑ์ในการคัดเลือกบริษัทตัวแทนโฆษณา</li> <li>-การประสานงานระหว่างบริษัทตัวแทนโฆษณากับบริษัทผู้โฆษณา</li> </ul>	<p>ของอุตสาหกรรมการโฆษณา</p> <p>โครงสร้าง ความสัมพันธ์แต่ละ</p> <p>หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-อภิปรายร่วมกัน</li> <li>-สรุปท้ายบทเรียน</li> </ul>	สอน		
๑๒-๑๓	๖	<p><b>บทที่ ๖ กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-การวิจัยทางการประชาสัมพันธ์</li> <li>-ความหมายและความสำคัญของการวิจัยเพื่อการวางแผนประชาสัมพันธ์</li> <li>-ประเภทของการวิจัยทางการประชาสัมพันธ์</li> <li>-ขั้นตอนการวิจัยการประชาสัมพันธ์</li> </ul>	<p>เพื่อให้ศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ</p> <p>และสามารถอธิบายได้ถึงแต่ละขั้นตอน</p> <p>องค์ประกอบของกระบวนการ</p> <p>ดำเนินงานประชาสัมพันธ์</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-บรรยาย ตำรา</li> <li>ประกอบการสอน</li> <li>-อภิปรายร่วมกัน</li> <li>-สรุปท้ายบทเรียน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-เอกสาร</li> <li>ตำรา</li> <li>ประกอบการ</li> <li>สอน</li> </ul>	อ.ภารดี	พึงสำราญ

		<ul style="list-style-type: none"> <li>-ประโยชน์การวิจัยการประชาสัมพันธ์</li> <li>-การวางแผนการประชาสัมพันธ์</li> <li>-ความหมายและความสำคัญของการวางแผนการประชาสัมพันธ์</li> <li>-ความสำคัญของการวางแผนการประชาสัมพันธ์</li> <li>-ประเภทของแผนการประชาสัมพันธ์</li> <li>-ขั้นตอนการวางแผนการประชาสัมพันธ์</li> <li>-การสื่อสารการประชาสัมพันธ์</li> <li>-องค์ประกอบของการสื่อสารการประชาสัมพันธ์</li> <li>-ประเภทและหลักของการสื่อสาร</li> <li>-การจัดทำแผนเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์</li> <li>-การประเมินผลการประชาสัมพันธ์</li> <li>-ความหมายของการประเมินผลการประชาสัมพันธ์</li> <li>-ประเภทของการประเมินผลการประชาสัมพันธ์</li> <li>-ขั้นตอนของการประเมินผลการประชาสัมพันธ์</li> </ul>					
๑๔	๓	<b>บทที่ ๗ สื่อสารประชาสัมพันธ์</b> -สื่อบุคคลและสื่อคำพูด	เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถอธิบายได้ถึงสื่อ	-บรรยาย ตำรา ประกอบการสอน	-เอกสารตำรา ประกอบการ	อ.ภารดี พึ่งสำราญ	

		<ul style="list-style-type: none"> <li>-สื่อมวลชน</li> <li>-สื่อวิทยุกระจายเสียง</li> <li>-โทรทัศน์</li> <li>-หนังสือพิมพ์</li> <li>-นิตยสาร</li> <li>-สิ่งทีหน่วยงานผลิตและเผยแพร่ได้เอง</li> <li>-สื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ</li> <li>-สื่อกิจกรรม</li> </ul>	<p>ประชาสัมพันธ์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-อภิปรายร่วมกัน</li> <li>-สรุปท้ายบทเรียน</li> </ul>	<p>สอน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-งานเดี่ยว</li> <li>พร้อมนำเสนอ</li> </ul>		
๑๕	๓	<p><b>บทที่ ๘ ข้อบังคับและจรรยาบรรณในการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-กฎหมายและจรรยาบรรณของการโฆษณา</li> <li>-กฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณา</li> <li>-จรรยาบรรณของการการโฆษณา</li> <li>-หน้าที่และจรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์</li> <li>-บทบาทและหน้าที่ของประชาสัมพันธ์</li> <li>-จรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์</li> </ul>	<p>เพื่อให้ให้นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ ในข้อบังคับและจรรยาบรรณในการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนมองภาระความรับผิดชอบของงานโฆษณาและงานประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-บรรยาย</li> <li>-อภิปรายร่วมกัน</li> <li>-สรุปท้ายบทเรียน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-เอกสาร</li> <li>- Internet</li> </ul>	<p>อ.ภารดี</p> <p>พึงสำราญ</p>	
๑๖		<b>สอบปลายภาค</b>					

## ๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรม ที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของ การประเมินผล
๑	๑. คะแนนระหว่างภาค	- นำเสนอรายงานเดี่ยว - แบบฝึกหัด	๒ - ๑๕	๓๐%
๒	๑. คะแนนสอบ	- คะแนนสอบกลางภาค - คะแนนสอบปลายภาค	๘ ๑๖	๖๐%
๓	๑. พฤติกรรม ๒. จิตสาธารณะ	- การเข้าชั้นและมีส่วนร่วมในชั้นเรียน - การมีมารยาทและการปฏิบัติตาม กฎระเบียบของมหาวิทยาลัย	๑ - ๑๕	๑๐%
		รวม		๑๐๐%

## หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

## ๑. ตำราและเอกสารหลัก

- วิมลพรรณ อภาเวท.(๒๕๕๓).หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์.โอ.เอส. พรินติ้ง เฮ้าส์.กรุงเทพฯ.
- เสกสรร สายสีเสด,(๒๕๕๒). หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

## ๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

- วิมลพรรณ อภาเวท. (๒๕๕๖). การวางแผนการประชาสัมพันธ์และการรณรงค์. บั๊ค พอยท์ จำกัด. กรุงเทพฯ.
- เสรี วงษ์มณฑา.(๒๕๕๖).สื่อประชาสัมพันธ์.กรุงเทพฯ : บริษัท ธนัชการพิมพ์ จำกัด
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. (๒๕๕๖). เอกสารการสอนชุดหลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ (หน่วยที่ ๘ - ๑๕)

## ๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- www.google.com



- www.tu.ac.th
- www.chula.ac.th
- www. www.positioningmag.com
- www.marketeer.co.th
- เว็บไซต์ของหน่วยงาน/องค์กรและภาคเอกชน

### หมวด ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

#### ๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ที่จัดทำโดยนักศึกษาได้จัดกิจกรรมในการนำเสนอแนวคิดและความเห็นจากนักศึกษา ดังนี้

- การร่วมอภิปรายระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การสังเกตการณ์พฤติกรรมของผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา

#### ๒. กลยุทธ์ประเมินการสอน

ในการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินการสอน มีกลยุทธ์ ดังนี้

- แบบประเมินการสอนด้วยตนเอง
- ผลการเรียนรู้ของนักศึกษา
- การสัมภาษณ์นักศึกษา

#### ๓. กลไกการปรับปรุงการสอน

- ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์ และวิธีสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลรายวิชา
- การวิจัยในชั้นเรียน
- ประชุมผู้สอน เพื่อหารือปัญหาการเรียนรู้ของนักศึกษา และหาแนวทางแก้ไขในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน

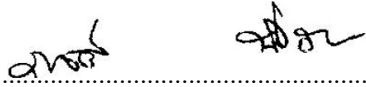
#### ๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของศึกษารายวิชา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อ ตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในวิชาได้จากการสอบถามนักศึกษา หรือการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผล

การทดสอบย่อย การตั้งคณะกรรมการในสาขาตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษา โดย  
ตรวจข้อสอบ รายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม

**๕. การดำเนินการทบทวน และการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา**

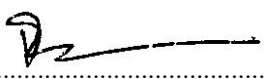
จัดให้มีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษา  
คณะกรรมการประเมินของหลักสูตร/ภาควิชา การรายงานรายวิชาหลังการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา  
การทบทวนเนื้อหาที่สอน กลยุทธ์การสอน ปรับปรุงรายวิชาทุกปี เปลี่ยนสลับผู้สอนหรือสอนเป็นทีม

จัดทำโดย ..... 

(อาจารย์ภารตี พิงสำราญ)

ผู้สอนรายวิชาหลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

30 มิถุนายน 2557

อนุมัติโดย ..... 

(ผศ.ดร.จำเริญ คังคะศรี)

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

วันที่ 1 กรกฎาคม 2557