



มคอ ๓ รายละเอียดรายวิชา

รหัสวิชา ๘๑๒๓๐๐๑

ชื่อวิชา การวางแผนการบริหารงานประชาสัมพันธ์  
(Public Relation Planning for Management)

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	๑๑-๑๒
หมวด ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	๑๒-๑๓

## รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี  
คณะ นิเทศศาสตร์

## หมวดที่ ๑ ข้อมูลโดยทั่วไป

## ๑. รหัสและชื่อรายวิชา

๘๑๒๓๐๐๑ การวางแผนการบริหารงานประชาสัมพันธ์ (Public Relation Planning for Management )

## ๒. จำนวนหน่วยกิต หรือจำนวนชั่วโมง

๓ (๒ - ๒ - ๕) หน่วยกิต

## ๓. หลักสูตรและประเภทรายวิชา

นิเทศศาสตร์ เป็นรายวิชาในหมวดวิชาเอกบังคับ แขนงวิชาประชาสัมพันธ์

## ๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรพรรณ ถาวรายุศม์

อาจารย์ผู้สอน ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรพรรณ ถาวรายุศม์

## ๕. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคเรียนที่ ๑/๒๕๕๗ ชั้นปีที่ ๓

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

หลักการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์

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

การประชาสัมพันธ์หน่วยงาน

## ๘. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ห้อง. ๒๑๑๐๑

## ๙. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

๒๕ กรกฎาคม ๒๕๕๗

## หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### ๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ วัตถุประสงค์ของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ นโยบายของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ประเภทของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนรูปแบบ กระบวนการวางแผนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานแต่ละประเภท และสามารถนำหลักทฤษฎีที่ได้ไปจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ในองค์กรได้อย่างเกิดประสิทธิภาพ

### ๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ และสามารถนำหลักทฤษฎีไปประยุกต์ใช้ในการประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อสามารถเป็นแนวทางในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ให้องค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

### ๑. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาความหมาย ความสำคัญ วัตถุประสงค์ นโยบาย และประเภทของการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ รวมทั้งกระบวนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ เช่น การกำหนดงบประมาณ การกำหนดอัตรากำลัง การติดตามผลและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการแก้ไขปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ

### ๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติงาน ภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยายและอภิปราย ระหว่างอาจารย์กับ นักศึกษา จำนวน ๖๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมตามความ ต้องการของนักศึกษา เฉพาะราย	ไม่มีการฝึกปฏิบัติงาน ภาคสนาม	การศึกษาด้วยตนเอง ๖ ชั่วโมงต่อสัปดาห์

### ๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

วันพฤหัสบดี เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น. และ เวลา ๑๓.๐๐ - ๑๕.๐๐ น. อาคารบรรณราชนครินทร์ ชั้น ๔

## 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 และสามารถแก้ไขข้อขัดแย้ง และลำดับความสำคัญ
- เคารพกฎระเบียบ และบังคับต่าง ๆ ขององค์กร และสังคม
- มีจรรยาบรรณทางวิชาการ และวิชาชีพ
- มีความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์ขององค์กร และปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร และสามารถนำมาปรับใช้ในการวางแผนให้เกิดประโยชน์และประสิทธิภาพสูงสุดต่อองค์กร ชุมชน และสังคม

#### ๑.๒ วิธีการสอน

- มอบหมายงานให้นักศึกษาไปศึกษาค้นคว้าในประเด็นหัวข้อที่กำหนดก่อนเข้าสู่บทเรียนจริง ตลอดจนค้นคว้าตัวอย่างที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ประกอบในการเรียนรู้
- บรรยาย พร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาที่เกี่ยวกับที่ผู้สอนและนักศึกษาได้เตรียมมา ในขณะเดียวกันก็มีการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน
- จัดกลุ่มให้มีการวิเคราะห์ข้อมูลองค์กร ฝึกเขียนแผนประชาสัมพันธ์จริง และนำแผนประชาสัมพันธ์ดังกล่าวมานเสนอ โดยผ่านสื่อ PowerPoint
- จัดอภิปรายกลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มความเป็นไปได้ของข้อมูลแผนงานประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอ
- มีการสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรม ความถูกต้อง เป็นไปได้ของข้อมูลที่จะนำมาเขียนเป็นแผนประชาสัมพันธ์
- นักศึกษาได้ค้นคว้าด้วยตนเอง และทำงานเป็นทีม

#### ๑.๓ วิธีการประเมินผล

- พฤติกรรมการเข้าเรียน และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมในชั้นเรียน ตลอดจนการส่งแบบฝึกหัดและงานที่ได้รับมอบหมายตามขอบเขตที่ให้ และตรงเวลา มีความถูกต้องสมบูรณ์
- กิริยามารยาท การแต่งกาย การแสดงออกต่ออาจารย์

- คณะนสสมระหว่างภาคเรียน การสอบเก็บคะแนนระหว่างภาคเรียน ตลอดจนการอภิปรายทำงานเป็นกลุ่มนำเสนอผลงาน

## ๒. ความรู้

### ๒.๑ ความรู้ที่ต้องได้รับ

มีความรู้เกี่ยวกับความหมาย ความสำคัญ วัตถุประสงค์ นโยบาย และประเภทของการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ กระบวนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ การติดตามและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการแก้ไขปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ

### ๒.๒ วิธีการสอน

- บรรยายสรุปในประเด็นเนื้อหาเชิงทฤษฎี
- อภิปรายเนื้อหาที่เรียนในเชิงหลักการทฤษฎี ตลอดจนกรณีศึกษาร่วมกันระหว่างผู้สอนและนักศึกษา และระหว่างนักศึกษากับนักศึกษา
- จัดกิจกรรมกลุ่ม ฝึกวิเคราะห์แผนประชาสัมพันธ์จากกรณีศึกษาและเขียนแผนการประชาสัมพันธ์ เพื่อนำเสนอในชั้นเรียน
- มอบหมายงานให้นักศึกษาค้นคว้าจากสื่อเว็บไซต์ต่าง ๆ ประกอบการศึกษา การทำรายงานเดี่ยว และทำงานเป็นกลุ่ม

### ๒.๓ วิธีการประเมินผล

- แบบฝึกหัดก่อนเรียน และแบบฝึกหัดท้ายบท
- ตรวจสอบแผนประชาสัมพันธ์ที่นักศึกษาฝึกเขียนมีความสมจริงสมเหตุผล มีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด
- กิจกรรมที่มอบหมายให้ทำเป็นกลุ่ม
- การทดสอบระหว่างภาคและการทดสอบปลายภาค
- รายงานเดี่ยวสรุปความคิดรวบยอดของรายวิชาที่เรียน
- แฟ้มสะสมงาน (Portfolio) ตลอดภาคเรียน

## ๓. ทักษะทางปัญญา

### ๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- ความสามารถในการคิดอย่างมีระบบ มีหลักการ มีเหตุผล รู้จักวิเคราะห์สิ่งต่าง ๆ อย่างมีเหตุผล รู้จักวางแผน และการอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างมีความสุข

### ๓.๒ วิธีการสอน

- แบ่งกลุ่มให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์กรณีศึกษาแผนประชาสัมพันธ์ขององค์กรต่าง ๆ
- แบ่งกลุ่มอภิปรายร่วมกัน
- เสนอแผนประชาสัมพันธ์จากการที่ได้ฝึกคิดวิเคราะห์สถานการณ์ที่เป็นปัจจัยเกี่ยวข้องกับองค์กร และสามารถเขียนเป็นแผนงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างสมเหตุผล

#### ๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

##### ๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- พัฒนาทักษะในการสร้างความสัมพันธ์ภาพระหว่างผู้สอนด้วยกัน
- พัฒนาความเป็นผู้นำ และผู้ตามในการทำงานเป็นทีม
- พัฒนาการเรียนรู้ด้วยตนเอง และมีความรับผิดชอบในงานที่มอบหมาย

##### ๔.๒ วิธีการสอน

- จัดกิจกรรมกลุ่มวิเคราะห์ศึกษา และแผนประชาสัมพันธ์ที่เพื่อนนักศึกษานำเสนอ
- มอบหมายงานค้นคว้าเป็นรายกลุ่มและรายบุคคล เช่น ค้นคว้าตัวอย่างแผนประชาสัมพันธ์ของ

องค์กร

- ฝึกระดมสมองเขียนแผนประชาสัมพันธ์องค์กร
- นำเสนอแผนประชาสัมพันธ์องค์กร

##### ๔.๓ วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากผลงานการปฏิบัติงานตามกลุ่มจากแบบฟอร์มที่กำหนด
- ประเมินจากรายงานที่นำเสนอ พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม
- รายงานการศึกษาด้วยตนเอง

#### ๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

##### ๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- พัฒนาทักษะในการสื่อสารทั้งการพูด การฟัง อ่าน และเขียน ตลอดจนการคิดและการใช้เหตุผล
- พัฒนาทักษะการวิเคราะห์ข้อมูลจากกรณีศึกษาตัวอย่างแผนงานประชาสัมพันธ์
- พัฒนาทักษะในการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต
- พัฒนาทักษะในการนำเสนอรายงานโดยใช้สื่อเครื่องมือและเทคโนโลยีที่เหมาะสม

##### ๕.๒ วิธีการสอน

- มอบหมายงานให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจากเว็บไซต์ และนำเสนอด้วยสื่อเทคโนโลยีที่มี

ความเหมาะสม

- เขียนแผนงานประชาสัมพันธ์ โดยมีการเน้นการนำตัวเลข หรือมีสถิติอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลที่

น่าเชื่อถือ

##### ๕.๓ วิธีการประเมินผล

- จัดทำรายงาน และนำเสนอด้วยสื่อเทคโนโลยี
- ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการอภิปรายวิธีการอภิปราย

## หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

### ๑. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑	<b>บทที่ ๑</b> แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ - การบรรยายและความสำคัญของการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ - ประโยชน์ของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ - วัตถุประสงค์ของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ - ความสัมพันธ์ระหว่างแผนงานประชาสัมพันธ์กับแผนงานอื่น ๆ - บทบาทหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์	๔	- บรรยาย - อภิปราย - แบบฝึกหัด - ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสารตำรา สื่ออินเทอร์เน็ต ทำการสรุป	ผศ.อรพรรณ ถาวรายุศม์
๒	<b>บทที่ ๒</b> หลักการวางแผนการประชาสัมพันธ์ - หลักและเทคนิคของการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ - ประเภทและลักษณะที่ดีของการวางแผนงานประชาสัมพันธ์	๔	- บรรยาย - อภิปราย - แบบฝึกหัด - ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสารตำรา สื่อต่าง ๆ ทำการสรุป	ผศ.อรพรรณ ถาวรายุศม์
๓-๔	<b>บทที่ ๓</b> กระบวนการวางแผนการประชาสัมพันธ์ - แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ - ขั้นตอนในกระบวนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์	๘	- บรรยาย - อภิปราย - ศึกษาตัวอย่างกรณีศึกษา แผนประชาสัมพันธ์ - ฝึกวิเคราะห์แผน	ผศ.อรพรรณ ถาวรายุศม์



สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			ประชาสัมพันธ์ - ฝึกเขียนแผน ตามขั้นตอนที่ได้เรียน - แบบฝึกหัด - ค้นคว้าเพิ่มเติม สรุปเนื้อหา	
๕-๖	<b>บทที่ ๔</b> การวิจัยเพื่อการวางแผน การประชาสัมพันธ์ - ความสำคัญของการวิจัย เพื่อการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ - ประเภทและลักษณะของการวิจัย เพื่อการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ - วิธีการและขั้นตอนของการวิจัย เพื่อการวางแผนงานประชาสัมพันธ์	๘	- บรรยาย - อภิปราย - กิจกรรมกลุ่มระดม สมองกำหนดหัวข้อ ของเขตของงานวิจัย ขององค์กร - แบบฝึกหัด - ค้นคว้าเพิ่มเติม สรุปเนื้อหา	ผศ.อรพรรณ ถาวรายุศม์
๗-๘	<b>บทที่ ๕</b> การจัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์ - การกำหนดวัตถุประสงค์ และเป้าหมายของแผนงานประชาสัมพันธ์ - การกำหนดและวิเคราะห์ กลุ่มเป้าหมายและสื่อ การประชาสัมพันธ์ - การกำหนดกิจกรรม และงบประมาณ	๘	- บรรยาย - อภิปราย - กิจกรรมระดมสมอง เป็นกลุ่ม - แบบฝึกหัด - นำเสนอแผน ประชาสัมพันธ์ - ค้นคว้าจากเอกสาร เว็บไซต์ต่าง ๆ	ผศ.อรพรรณ ถาวรายุศม์
๙-๑๐	<b>บทที่ ๖</b> การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ ขององค์กร - การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ ของหน่วยงานราชการ	๘	- บรรยาย - อภิปราย - กิจกรรมกลุ่มเขียน แผนประชาสัมพันธ์	ผศ.อรพรรณ ถาวรายุศม์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ ของธุรกิจเอกชน</li> <li>- การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ ของรัฐวิสาหกิจ</li> <li>- การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ ขององค์กรไม่แสวงหากำไร</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>องค์กรแต่ละประเภท</li> <li>นำเสนอแผน ประชาสัมพันธ์</li> <li>- แบบฝึกหัด</li> <li>- ค้นคว้าจากเอกสาร เว็บไซต์ต่าง ๆ</li> </ul>	
๑๑-๑๒	<b>บทที่ ๗</b> การประชาสัมพันธ์ ในภาวะวิกฤต <ul style="list-style-type: none"> <li>- แนวคิดเกี่ยวกับภาวะวิกฤต</li> <li>- การวางแผนและบริหารงาน ประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต</li> <li>- การจัดการภาวะวิกฤต และกรณีศึกษา</li> </ul>	๘	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรยาย</li> <li>- อภิปราย</li> <li>- กิจกรรมกลุ่ม</li> <li>ฝึกเขียนแผน/ ประชาสัมพันธ์</li> <li>- ศึกษาตัวอย่าง กรณีศึกษา</li> <li>- แบบฝึกหัด</li> <li>- ค้นคว้าจากเอกสาร เว็บไซต์</li> </ul>	ผศ.อรพรรณ ถาวรายุศม์
๑๓-๑๔	<b>บทที่ ๘</b> การประเมินผล การประชาสัมพันธ์ <ul style="list-style-type: none"> <li>- บทบาทของการประเมินผล งานประชาสัมพันธ์</li> <li>- ประเภทของการประเมินผล งานประชาสัมพันธ์</li> <li>- วิธีการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์</li> </ul>	๘	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรยาย</li> <li>- อภิปราย</li> <li>- กิจกรรมกลุ่ม</li> <li>- กรณีศึกษาแผน ประชาสัมพันธ์</li> <li>- แบบฝึกหัด</li> <li>- ค้นคว้าจากเอกสาร เว็บไซต์</li> </ul>	ผศ.อรพรรณ ถาวรายุศม์
๑๕	<b>บทที่ ๙</b> อุปสรรค และปัญหาในการ วางแผน และดำเนินการประชาสัมพันธ์	๔	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรยาย</li> <li>- อภิปราย</li> <li>- แบบฝึกหัด</li> <li>- ค้นคว้าจากเอกสาร</li> </ul>	ผศ.อรพรรณ ถาวรายุศม์

## ๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรม ที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของ การประเมินผล
๑	๑. คะแนนระหว่างภาค	- วิเคราะห์กรณีศึกษา คำนคว้า นำเสนอรายงานเดี่ยวและผลงาน - วิเคราะห์กรณีศึกษาการศึกษาดูงาน - การศึกษาค้นคว้า เขียนแผนงาน ประชาสัมพันธ์ นำเสนอเป็นรายกลุ่ม	๒ - ๑๕	๔๐%
๒	๑. คะแนนสอบ	- คะแนนสอบกลางภาค - คะแนนสอบปลายภาค	๘ ๑๖	๕๐%
๓	๑. พฤติกรรม ๒. จิตสาธารณะ	- การเข้าชั้นและมีส่วนร่วมในชั้นเรียน - การมีมารยาทและการปฏิบัติตาม กฎระเบียบของมหาวิทยาลัย - ทำแบบฝึกหัดและส่งงานภายใน ระยะเวลาที่กำหนด	๑ - ๑๕	๑๐%
		รวม		๑๐๐%

## เกณฑ์การให้ระดับคะแนน

ระดับคะแนน	A	=	๘๖ - ๑๐๐
ระดับคะแนน	B <sup>+</sup>	=	๘๐ - ๘๕
ระดับคะแนน	B	=	๗๔ - ๗๙
ระดับคะแนน	C <sup>+</sup>	=	๖๘ - ๗๓
ระดับคะแนน	C	=	๖๒ - ๖๗
ระดับคะแนน	D <sup>+</sup>	=	๕๖ - ๖๑
ระดับคะแนน	D	=	๕๐ - ๕๕
ระดับคะแนน	F	=	๐ - ๔๙

## หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

### ๑. ตำราและเอกสารหลัก

- จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์. (พิมพ์ครั้งที่ ๘). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประทุม ฤกษ์กลาง. (๒๕๕๑). ยุทธศาสตร์การวางแผนการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์. (๒๕๓๗). ภาพพจน์สำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์/กับภาพพจน์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ทำปกเจริญผล.
- ลักษณะ สตะเวทิน. (๒๕๕๒). หลักการประชาสัมพันธ์. (พิมพ์ครั้งที่ ๒). กรุงเทพฯ : บริษัทเพื่อองฟ้าพรินต์ติ้ง จำกัด.
- วิมลพรรณ อภาเวท. (๒๕๕๖). การวางแผนการประชาสัมพันธ์และการรณรงค์. บุค พอยท์ จำกัด. กรุงเทพฯ.
- สมควร กวียะ. (๒๕๔๗). การประชาสัมพันธ์ใหม่. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรินต์ติ้ง เฮาส์.
- สุโขทัยธรรมาราช, มหาวิทยาลัย. (๒๕๕๖). เอกสารการสอนชุดวิชาการวางแผนงานประชาสัมพันธ์. (ฉบับปรับปรุง) (หน่วยที่ ๑ - ๗)
- สุโขทัยธรรมาราช, มหาวิทยาลัย. (๒๕๕๖). เอกสารการสอนชุดวิชาการวางแผนงานประชาสัมพันธ์. (ฉบับปรับปรุง). (หน่วยที่ ๘ - ๑๕)
- Hanacock, Alam. (๑๙๘๐), Communication Planning For Development : Operational Framework,
- Monographs on Communication Planning, UNESCO.

### ๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

- จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์. (พิมพ์ครั้งที่ ๘). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุโขทัยธรรมาราช, มหาวิทยาลัย. (๒๕๕๖). เอกสารการสอนชุดวิชาการวางแผนงานประชาสัมพันธ์. (ฉบับปรับปรุง) (หน่วยที่ ๑ - ๗)
- สุโขทัยธรรมาราช, มหาวิทยาลัย. (๒๕๕๖). เอกสารการสอนชุดวิชาการวางแผนงานประชาสัมพันธ์. (ฉบับปรับปรุง). (หน่วยที่ ๘ - ๑๕)

### ๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- www.google.com
- www.sanook.com
- www.yahoo.com
- www.chula.ac.th
- เว็บไซต์ของหน่วยงาน/องค์กรและภาคเอกชน

## หมวด ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### ๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้จัดทำโดยนักศึกษาได้จัดกิจกรรมในการนำเสนอแนวคิดและความเห็นจากนักศึกษา ดังนี้

- การร่วมอภิปรายระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การสังเกตการณ์พฤติกรรมของผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา

### ๒. กลยุทธ์ประเมินการสอน

ในการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินการสอน มีกลยุทธ์ ดังนี้

- แบบประเมินการสอนด้วยตนเอง
- ผลการเรียนรู้ของนักศึกษา
- การสัมภาษณ์นักศึกษา

### ๓. กลไกการปรับปรุงการสอน

- ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์ และวิธีสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลรายวิชา

- การวิจัยในชั้นเรียน

- ประชุมผู้สอน เพื่อหารือปัญหาการเรียนรู้อันของนักศึกษา และหาแนวทางแก้ไขในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน

### ๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษารายวิชา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อ ตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในวิชาได้จากการสอบถามนักศึกษา หรือการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผลการทดสอบย่อย การตั้งคณะกรรมการในสาขาตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจข้อสอบ รายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม

### ๕. การดำเนินการทบทวน และการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

จัดให้มีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษา คณะกรรมการประเมินของหลักสูตร/ภาควิชา การรายงานรายวิชาหลังการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา การทบทวนเนื้อหาที่สอน กลยุทธ์การสอน ปรับปรุงรายวิชาทุกปี เปลี่ยนสลับผู้สอนหรือสอนเป็นทีม

จัดทำโดย.....*อ.พรพรรณ ภาวระ/ยุสภ*.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรพรรณ ภาวระยุสภ)

ผู้สอนรายวิชา การวางแผนและการบริหารงานประชาสัมพันธ์

วันที่ ๒๕ กรกฎาคม ๒๕๕๗

อนุมัติโดย.....*จ*.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี)

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

วันที่ ๒๕ กรกฎาคม ๒๕๕๗