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	๕-๘
หมวด ๕	แผนการสอนและการประเมินผล	๙-๑๓
หมวด ๖	ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	๑๓-๑๔
หมวด ๗	การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	๑๔-๑๕

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
คณะ นิเทศศาสตร์

หมวดที่ ๑ ข้อมูลโดยทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา ๘๐๐๑๐๐๓ ชื่อวิชา หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

Principles of Advertising and Public Relations

๒. จำนวนหน่วยกิจ หรือจำนวนชั่วโมง

๓ (๓– ๐– ๖) หน่วยกิต

๓. หลักสูตรและประเภทรายวิชา

นิเทศศาสตร์ เป็นรายวิชาในหมวดวิชาหลักสูตรนิเทศศาสตร์

๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรพรรณ ถาวรายุศม์

อาจารย์ผู้สอน ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรพรรณ ถาวรายุศม์

๕. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคเรียนที่ ๑/๒๕๕๗ ชั้นปีที่ ๑

๖. รายวิชาที่เรียนมาก่อน (Pre-requisites) (ถ้ามี)

- ไม่มี -

๗. รายวิชาที่ต้องการเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

๘. สถานที่เรียน

ห้อง ๓๕๕๐๒ อาคารเฉลิมพระเกียรติฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

๙. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

๒๕ กรกฎาคม ๒๕๕๗

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้นักศึกษาได้เข้าใจถึงความหมายวิวัฒนาการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนหลักการและบทบาทของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อระบบสังคม เศรษฐกิจและการเมือง มีความเข้าใจถึงกระบวนการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ และสามารถเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างขอบข่ายงานด้านการโฆษณาและงานด้าน

ประชาสัมพันธ์ ตลอดจนพิจารณาความแตกต่างของการใช้เครื่องมือเพื่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งวางแผนสื่อสาร การกำหนดงบประมาณ และการประเมินผลงานโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

๒.วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจในความหมายและวิวัฒนาการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนหลักการและบทบาทของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อระบบสังคม เศรษฐกิจและการเมือง กระบวนการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างขอบข่ายงานด้านการโฆษณาและงานด้านประชาสัมพันธ์ ตลอดจนพิจารณาความแตกต่างของการใช้เครื่องมือเพื่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งวางแผนสื่อสาร การกำหนดงบประมาณ และการประเมินผลงานโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ให้ทันต่อสภาวการณ์ในปัจจุบัน

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาความหมายวิวัฒนาการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ หลักการและบทบาทของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อระบบสังคม เศรษฐกิจและการเมือง กระบวนการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างขอบข่ายงานด้านการโฆษณาและงานด้านประชาสัมพันธ์ ตลอดจนพิจารณาความแตกต่างของการใช้เครื่องมือเพื่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งวางแผนสื่อสาร การกำหนดงบประมาณ และการประเมินผลงานโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติงานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยายและอภิปรายระหว่างอาจารย์กับนักศึกษา จำนวน ๒๘ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษาเฉพาะราย	ไม่มีการฝึกปฏิบัติงานภาคสนาม	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 และสามารถแก้ไขในข้อขัดแย้ง และลำดับความสำคัญ
- เคารพกฎระเบียบ และบังคับต่าง ๆ ขององค์กร และสังคม
- มีจรรยาบรรณทางวิชาการ และวิชาชีพ
- มีความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์ขององค์กร และปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร และสามารถนำมาปรับใช้ในดำเนินงานด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๑.๒ วิธีการสอน

- มอบหมายงานให้นักศึกษาไปศึกษาค้นคว้าในประเด็นหัวข้อที่กำหนดก่อนเข้าสู่บทเรียนจริง ตลอดจนค้นคว้าตัวอย่างที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ประกอบในการเรียนรู้
- บรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาที่เกี่ยวกับที่ผู้สอนและนักศึกษาได้เตรียมมา ในขณะเดียวกันก็มีการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน
- มีการสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรม ความถูกต้อง เป็นไปได้ของข้อมูลที่จะนำมาสร้างสรรค์งานด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
- นักศึกษาได้ค้นคว้าด้วยตนเองโดยการจัดทำเป็นรูปเล่มรายงานและทำงานเป็นทีม
- จัดสัมมนานักวิชาการและวิชาชีพทางสายนิเทศศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์และงานโฆษณา

๑.๓ วิธีการประเมินผล

- พฤติกรรมการเข้าเรียน และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมในชั้นเรียน ตลอดจนการส่งแบบฝึกหัดและงานที่ได้มอบหมายตามขอบเขตที่ให้ และตรงเวลา มีความถูกต้องสมบูรณ์
- กิริยามารยาท การแต่งกาย การแสดงออกต่ออาจารย์
- คะแนนสะสมระหว่างภาคเรียน การสอบเก็บคะแนนระหว่างภาคเรียน ตลอดจนการอภิปรายทำงานเป็นกลุ่มนำเสนอผลงาน

๒. ความรู้

๒.๑ ความรู้ที่ต้องได้รับ

มีความรู้เกี่ยวกับความหมายวิวัฒนาการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ หลักการและบทบาทของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อระบบสังคม เศรษฐกิจและการเมือง กระบวนการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างขอบข่ายงานด้านการโฆษณาและงานด้านประชาสัมพันธ์ ตลอดจนพิจารณาความแตกต่างของการใช้เครื่องมือเพื่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งวางแผนสื่อสาร การกำหนดงบประมาณ และการประเมินผลงานโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

๒.๒ วิธีการสอน

- บรรยายสรุปในประเด็นเนื้อหาเชิงทฤษฎี
- ทำแบบฝึกหัดก่อนเรียนและหลังเรียน
- อภิปรายเนื้อหาที่เรียนในเชิงความรู้ หลักการทฤษฎี ตลอดจนกรณีศึกษาร่วมกันระหว่างผู้สอนและนักศึกษา และระหว่างนักศึกษากับนักศึกษา
- มอบหมายงานให้นักศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร ตำรา หนังสือ สื่อเว็บไซต์ต่าง ๆ มาประกอบการศึกษาการทำรายงานเดี่ยว และทำงานเป็นกลุ่ม
- เชิญผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องในสายวิชาชีพมาพูดคุยในรูปแบบสัมมนา

๒.๓ วิธีการประเมินผล

- แบบฝึกหัดท้ายบท
- การประเมินผลจากการค้นคว้าทำรายงาน ตลอดจนการสรุปผลการจัดกิจกรรมการสัมมนา และการอภิปรายเป็นทีมในชั้นเรียน
- สอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน
- ตรวจสอบกิจกรรมที่นักศึกษาได้ปฏิบัติ มีความสมจริง สมเหตุผล มีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด
- แฟ้มสะสมงาน (Portfolio) ตลอดภาคเรียน

๓. ทักษะทางปัญญา

๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- ความสามารถในการคิดอย่างมีระบบ มีหลักการ และเหตุผล รู้จักวิเคราะห์สิ่งต่าง ๆ อย่างมีเหตุผล รู้จักการคิด การวางแผนในการทำงาน และแก้ไขสถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนนำหลักทฤษฎีที่ได้ศึกษาไปประยุกต์ใช้กับวิชาชีพ และการอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างมีความสุข

๓.๒ วิธีการสอน

- ให้นักศึกษาฝึกคิด ตลอดจนวิเคราะห์กรณีศึกษากิจกรรมด้านงานโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ อภิปรายร่วมกัน

๓.๓ วิธีการประเมินผล

- สอบกลางภาคและปลายภาค โดยเน้นข้อสอบที่มีการวิเคราะห์หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- พัฒนาทักษะในการสร้างความสัมพันธภาพระหว่างบุคคล
- พัฒนาทักษะในการสร้างสัมพันธภาพระหว่างผู้เรียนด้วยกัน
- พัฒนาความเป็นผู้นำ และผู้ตามในการทำงานเป็นทีม
- พัฒนาการเรียนรู้ด้วยตนเอง และมีความรับผิดชอบในงานที่มอบหมาย

๔.๒ วิธีการสอน

- มอบหมายงานค้นคว้าเป็นรายกลุ่ม เช่น ค้นคว้าสื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

๔.๓ วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากผลงานการปฏิบัติงาน
- ประเมินจากรายงานที่นำเสนอ พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม

๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- พัฒนาทักษะในการสื่อสารทั้งการพูด การฟัง อ่าน และเขียน ตลอดจนการคิดและการใช้เหตุผล
- พัฒนาทักษะการวิเคราะห์ข้อมูลจากกรณีศึกษาตัวอย่าง กิจกรรมการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา
- พัฒนาทักษะในการสืบค้นข้อมูลทางอินเตอร์เน็ต
- พัฒนาทักษะในการนำเสนอรายงานโดยใช้สื่อเครื่องมือและเทคโนโลยีที่เหมาะสม

๕.๒ วิธีการสอน

- มอบหมายงานให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจากเว็บไซต์ และนำเสนองานด้วยสื่อเทคโนโลยีที่มีความเหมาะสม
- ฝึกการพูดนำเสนองานในชั้นเรียนประกอบสื่อเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่เพื่อฝึกทักษะทางด้านการสื่อสาร

๕.๓ วิธีการประเมินผล

- จัดทำรายงาน หรือนำเสนอด้วยสื่อเทคโนโลยี
- ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการอภิปราย วิธีการอภิปราย

หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

๑. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑	**บทที่ ๑ แนวคิดเกี่ยวกับการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์** -ความหมายของการโฆษณา -ความหมายของการประชาสัมพันธ์ -ความแตกต่างของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ -ความหมายของคำใกล้เคียงและเกี่ยวข้องกับการโฆษณา -ความหมายของคำใกล้เคียงและเกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ -ความสัมพันธ์ของการโฆษณากับศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง -ความสัมพันธ์ของการประชาสัมพันธ์ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งขององค์กรและสังคม	๓	- บรรยาย - แบบฝึกหัดก่อนเรียนและหลังเรียน - ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสารตำรา เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง - ใช้สื่อ Power point - ทำการสรุปท้ายบทเรียน	-ผศ.อรพรรณ ถาวรายุศม์
๒	**บทที่ ๒ ประวัติและวิวัฒนาการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์** -ประวัติและวิวัฒนาการของการโฆษณาในประเทศไทย -ประวัติและวิวัฒนาการของการโฆษณาในต่างประเทศ -ประวัติและวิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย -ประวัติและวิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ	๓	- บรรยาย - แบบฝึกหัดก่อนเรียนและหลังเรียน - ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสารตำรา เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง - ใช้สื่อ Power point - ทำการสรุปท้ายบทเรียน - นำเสนองานเป็นกลุ่ม	-ผศ.อรพรรณ ถาวรายุศม์
๓-๔	**บทที่ ๓ บทบาทและวัตถุประสงค์การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์**	๖	- บรรยาย - แบบฝึกหัดก่อนเรียน	-ผศ.อรพรรณ ถาวรายุศม์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
	-บทบาทของการโฆษณา -วัตถุประสงค์ของการโฆษณา -อิทธิพลของการโฆษณา -ความรับผิดชอบของการโฆษณา -กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโฆษณา -บทบาทของการประชาสัมพันธ์ -หลักการประชาสัมพันธ์ -วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ -อิทธิพลของการประชาสัมพันธ์ -การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างงานขอบข่ายงานด้านโฆษณาและงานด้านการประชาสัมพันธ์		และหลังเรียน - ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสารตำรา เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง - ใช้สื่อ Power point - ทำการสรุปท้ายบทเรียน - การอภิปราย	
๕-๖	**บทที่ ๔ กระบวนการโฆษณา** **-**การรับและรวบรวมข้อมูลเพื่องานโฆษณา - การวางแผนงานโฆษณา - การดำเนินงานตามแผนงานโฆษณา - การประเมินผลงานโฆษณา	๖	- บรรยาย - อภิปราย - ใช้สื่อ Power point - กรณีศึกษา - ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสารตำรา เว็บไซต์ ที่เกี่ยวข้อง - แบบฝึกหัดก่อนเรียนและหลังเรียน - สรุปท้ายบทเรียน	-ผศ.อรพรรณ ถาวรายุศม์
๗	**บทที่ ๕ กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์** **-**การศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์ -การวางแผนการประชาสัมพันธ์ -การสื่อสารการประชาสัมพันธ์	๓	- บรรยาย - อภิปราย - ใช้สื่อ Power point - กรณีศึกษา - ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสารตำรา เว็บไซต์ ที่	-ผศ.อรพรรณ ถาวรายุศม์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
	-การประเมินผลงานประชาสัมพันธ์		เกี่ยวข้อง - แบบฝึกหัดก่อนเรียนและหลังเรียน - สรุปท้ายบทเรียน	
๘	สอบกลางภาค			
๙	**บทที่ ๖ สื่อโฆษณา** **-**ความหมายและประเภทของสื่อโฆษณา -คุณสมบัติของสื่อโฆษณา -การวางแผนสื่อโฆษณา -หลักการวางแผนซื้อสื่อโฆษณา -การประเมินผลการซื้อสื่อโฆษณา	๓	- บรรยาย - อภิปราย - ใช้สื่อ Power point - กรณีศึกษา - ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสารตำรา เว็บไซด์ ที่เกี่ยวข้อง - แบบฝึกหัดก่อนเรียนและหลังเรียน - สรุปท้ายบทเรียน	-ผศ.อรพรรณ ถาวรายุศม์
๑๐-๑๑	**บทที่ ๗ สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์** - ความหมายและประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ - ความสำคัญของสื่อประชาสัมพันธ์ - หลักในการพิจารณาเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์	๖	- บรรยาย - อภิปราย - ใช้สื่อ Power point - ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสารตำรา เว็บไซด์ ที่เกี่ยวข้อง - แบบฝึกหัดก่อนเรียนและหลังเรียน - สรุปท้ายบทเรียน	-ผศ.อรพรรณ ถาวรายุศม์
๑๒-๑๓	**บทที่ ๘ การวางแผนการสื่อสารงานโฆษณาและงานประชาสัมพันธ์** -ความหมายของการสื่อสาร -องค์ประกอบการสื่อสาร	๖	- บรรยาย - อภิปราย - ใช้สื่อ Power point - ค้นคว้าเพิ่มเติมจาก	-ผศ.อรพรรณ ถาวรายุศม์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
	-วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร -องค์ประกอบของการโฆษณา -ทฤษฎีการสื่อสารการโฆษณา -การประยุกต์ใช้ทฤษฎีการสื่อสารการโฆษณา -การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ -หลักในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ -การกำหนดแผนประชาสัมพันธ์		เอกสารตำรา เว็บไซด์ ที่เกี่ยวข้อง - แบบฝึกหัดก่อนเรียนและหลังเรียน - สรุปท้ายบทเรียน	
๑๔	**บทที่ ๙ งบประมาณโฆษณา** -ความหมายของงบประมาณโฆษณา -วิธีตั้งงบประมาณโฆษณา -ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดงบประมาณ	๓	- บรรยาย - อภิปราย - ใช้สื่อ Power point - ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสารตำรา เว็บไซด์ ที่เกี่ยวข้อง - แบบฝึกหัดก่อนเรียนและหลังเรียน - สรุปท้ายบทเรียน	-ผศ.อรพรรณ ถาวรายุศม์
๑๕	**บทที่ ๑๐ การประเมินผลการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์** -การประเมินผลการโฆษณา -การประเมินผลการประชาสัมพันธ์จากการสื่อสาร -การประเมินผลการดำเนินงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์ -อุปสรรคของการประเมินผลของการประชาสัมพันธ์	๓	- บรรยาย - อภิปราย - ใช้สื่อ Power point - ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสารตำรา เว็บไซด์ ที่เกี่ยวข้อง - แบบฝึกหัดก่อนเรียนและหลังเรียน - สรุปท้ายบทเรียน	-ผศ.อรพรรณ ถาวรายุศม์
๑๖	สอบปลายภาค			

๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
๑	๑. คะแนนระหว่างภาค	-ทดสอบย่อย -รายงาน -แบบฝึกหัด		๓๐% ๑๐% ๑๐%
๒	๑. คะแนนสอบ	- คะแนนสอบระหว่างภาค - คะแนนสอบปลายภาค	๘ ๑๖	๓๐% ๔๐%
๓	๑. พฤติกรรม ๒. จิตสาธารณะ	- การเข้าชั้นและมีส่วนร่วมในชั้นเรียน - การมีมารยาทและการปฏิบัติตามกฎระเบียบของมหาวิทยาลัย	๑ – ๑๕	๑๐%
		รวม		๑๐๐%

เกณฑ์การให้ระดับคะแนน

ระดับคะแนน A = ๘๖ – ๑๐๐
ระดับคะแนน B^+ = ๘๐ – ๘๕
ระดับคะแนน B = ๗๔ – ๗๙
ระดับคะแนน C^+ = ๖๘ – ๗๓
ระดับคะแนน C = ๖๒ – ๖๗
ระดับคะแนน D^+ = ๕๖ – ๖๑
ระดับคะแนน D = ๕๐ – ๕๕
ระดับคะแนน F = ๐ – ๔๙

หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

- เสกสรร สายสีสด, (๒๕๕๒). **หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์.** (พิมพ์ครั้งที่ ๒). กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช จำกัด
- ลักษณา สตะเวทิน. (๒๕๕๒). **หลักการประชาสัมพันธ์.** (พิมพ์ครั้งที่ ๒). กรุงเทพฯ : เฟื่องฟ้า พริ้นติ้ง จำกัด
- อรุณรัตน์ ชินวรณ์. (๒๕๕๓). **สื่อประชาสัมพันธ์.** กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

- วิมลพรรณ อาภาเวท. (๒๕๔๖). **การวางแผนการประชาสัมพันธ์และการรณรงค์**. กรุงเทพฯ : บุ๊ค พอยท์ จำกัด.
- เสรี วงษ์มณฑา. (๒๕๔๖). **สื่อประชาสัมพันธ์.** กรุงเทพฯ : บริษัท ธนธัชการพิมพ์ จำกัด
- สุโขทัยธรรมาธิราช, มหาวิทยาลัย. (๒๕๔๖). **เอกสารการสอนชุดหลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์** (หน่วยที่ ๘ – ๑๕)
- นธกฤต วันต๊ะเมล์ . (๒๕๕๔). **หลักการโฆษณา.** กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- วิรัช ลภิรัตนกุล. (๒๕๔๙). **การประชาสัมพันธ์ (ฉบับสมบูรณ์ปรับปรุงเพิ่มเติมใหม่).** (พิมพ์ครั้งที่ ๑๑). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญเกื้อ ควรหาเวช. (๒๕๓๗). **การประชาสัมพันธ์.** กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิจิตร อาวะกุล. (๒๕๓๔). **การประชาสัมพันธ์หลักและวิธีปฏิบัติ.** (พิมพ์ครั้งที่ ๓). กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช จำกัด
- จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. (๒๕๕๒). **ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์.** (พิมพ์ครั้งที่ ๘). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

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

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ผู้สอนได้ให้นักศึกษาประเมินผลการเรียนการสอนระบบออนไลท์ และผู้สอนได้จัดกิจกรรมในการประเมินความสามารถของผู้เรียน ได้แก่ การสนทนาระหว่างผู้สอนและผู้เรียน การสังเกตพฤติกรรมของผู้เรียน การอภิปรายระหว่างผู้สอนและผู้เรียน

๒. กลยุทธ์ประเมินการสอน

ในการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินการสอน มีกลยุทธ์ ดังนี้

- แบบประเมินการสอนด้วยตนเอง
- ผลการเรียนของนักศึกษา
- การสัมภาษณ์นักศึกษา

๓. กลไกการปรับปรุงการสอน

- ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์ และวิธีสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลรายวิชา
- การวิจัยในชั้นเรียน
- ประชุมผู้สอน เพื่อหารือปัญหาการเรียนรู้ของนักศึกษา และหาแนวทางแก้ไขในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน

๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษารายวิชา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทบทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อ ตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในวิชาได้จากการสอบถามนักศึกษา หรือการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผลการทดสอบย่อย การตั้งคณะกรรมการในสาขาตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจข้อสอบ รายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม

๕. การดำเนินการทบทวน และการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

จัดให้มีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษา คณะกรรมการประเมินของหลักสูตร/ภาควิชา การรายงานรายวิชาหลังการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา การทบทวนเนื้อหาที่สอน กลยุทธ์การสอน ปรับปรุงรายวิชาทุกปี เปลี่ยนสลับผู้สอนหรือสอนเป็นทีม

จัดทำโดย .....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อรพรรณ ถาวรายุศม์)

ผู้สอนรายวิชาหลักการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

วันที่ ๒๕ กรกฎาคม ๒๕๕๗

อนุมัติโดย .....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี)

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

วันที่ ๒๕ กรกฎาคม ๒๕๕๗