



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
- อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อาจารย์อรพรรณ ถาวรายุศม์
อาจารย์ผู้สอน อาจารย์อรพรรณ ถาวรายุศม์
- ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน
ภาคเรียนที่ 2/2557 ชั้นปีที่ 2
- รายวิชาที่เรียนมาก่อน (Pre-requisites) (ถ้ามี)
ไม่มี
- รายวิชาที่ต้องการเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)
ไม่มี

8. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ห้องเรียน 35312

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

15 ธันวาคม 2557

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์**1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา**

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

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจในบทบาทและความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ที่มีต่อองค์กร องค์กรประกอบขององค์กร ลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร ประเภทต่างๆ เพื่อที่จะสามารถนำความรู้ดังกล่าวไปประยุกต์ใช้กับการดำเนินชีวิตและการประกอบอาชีพในอนาคต

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ**1. คำอธิบายรายวิชา**

ศึกษาบทบาท และความสำคัญของการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน แนวคิดและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์หน่วยงาน การจัดองค์กรงานประชาสัมพันธ์ ความสัมพันธ์ระหว่างงานประชาสัมพันธ์กับองค์กร กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ วัตถุประสงค์ นโยบาย และวิธีดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ตลอดจนความรับผิดชอบที่หน่วยงานมีต่อสังคม 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

- อาจารย์สังเกตพฤติกรรมการแสดงออกตามปกติของนักศึกษา
- พฤติกรรมการเข้าชั้นเรียนกิริยามารยาท การพูดจา มีสัมมาคารวะ
- การส่งงานที่ได้รับมอบหมายตามกำหนด
- การนำเสนอผลงานในที่ทีมงานที่ได้รับมอบหมาย

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทของการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อหน่วยงาน วิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน การจัดองค์การการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน วัตถุประสงค์ นโยบายของหน่วยงาน การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานประเภทต่างๆ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานที่แสดงถึงความรับผิดชอบที่มีต่อสังคม ตลอดจนกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน

2.2 วิธีการสอน

บรรยาย อภิปรายกลุ่ม แบ่งกลุ่มค้นคว้า กรณีศึกษา ศึกษารูปแบบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรประเภทต่างๆ วิเคราะห์ วิจาร์ณ ฝึกปฏิบัติการสร้างรูปแบบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้องค์กร ศึกษาดูงานการประชาสัมพันธ์องค์กร

2.3 วิธีการประเมินผล

แบบฝึกหัด การอภิปรายกลุ่ม วิเคราะห์กรณีศึกษา แบบฟอร์มการประเมินการนำเสนอผลงานการจัดการประชาสัมพันธ์แก่องค์กรประเภทต่างๆ และรายงาน สอบกลางภาค และปลายภาค

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

มีความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์ สร้างองค์ความรู้ นำหลักทฤษฎีทางด้านการประชาสัมพันธ์มาประยุกต์ในเชิงปฏิบัติ โดยมีหลักการที่เหมาะสม

3.2 วิธีการสอน

การสอนที่เน้นให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะทางด้านการใช้ความคิด การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ และการแก้ปัญหาทั้งระดับบุคคลและกลุ่มในสถานการณ์ทั่วไป โดยวิธีการสอนที่หลากหลาย อาทิ การอภิปรายกลุ่ม การสะท้อนความคิด การศึกษาตัวอย่างกรณีศึกษา การฝึกการคิด โดยนำทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ในการจัดการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ใหแก่องค์กร

3.3 วิธีการประเมินผล

เป็นการวัดและประเมินผลทักษะด้านการใช้ความคิด การใช้เทคโนโลยีสื่อสารสมัยใหม่และแก้ไขปัญหา

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

พัฒนาทักษะในการสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างผู้เรียนด้วยกันมีความสามารถในการทำงานเป็นทีม สามารถเป็นทั้งผู้นำและผู้ตาม

พัฒนาการเรียนรู้ด้วยตนเองจากการค้นคว้า มีความรับผิดชอบในงานที่มอบหมาย ส่งงานครบถ้วน ตามกำหนดเวลา

4.2 วิธีการสอน

กลยุทธ์การสอน เน้นการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน และผู้เรียนกับผู้สอน การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่มีการทำงานร่วมกันเป็นทีม เพื่อส่งเสริมการแสดงบทบาท การเป็นผู้นำและผู้ตาม และเน้นการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารในการนำเสนอเนื้อหา

4.3 วิธีการประเมินผล

เน้นการประเมินผู้เรียนในการแสดงบทบาทของการเป็นผู้นำและผู้ตาม การประเมินความสามารถในการทำงานร่วมกันเป็นทีมอย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างสรรค์ ซึ่งจะต้องตระหนักถึงความรับผิดชอบ ประสบการณ์การเรียนรู้ 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

สัปดาห์ที่	จำนวนคาบ	หัวข้อ/รายละเอียด/เรื่อง	จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อ/อุปกรณ์ที่ใช้	ผู้สอน	หมายเหตุ
1	4	บทที่ 1 ความหมายและความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของการประชาสัมพันธ์ - ลักษณะที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์ - ปรัชญาการประชาสัมพันธ์ - การประชาสัมพันธ์กับความเป็นศาสตร์และศิลปะ - ขอบเขตของการประชาสัมพันธ์ - ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ - ความเข้าใจเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ - บทบาทหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถอธิบายความรู้ ความหมาย ปรัชญาของการประชาสัมพันธ์ - เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ สำหรับศาสตร์และศิลปะ - ขอบเขตของการประชาสัมพันธ์ - เพื่อให้ นักศึกษาเข้าใจบทบาทหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์อย่างท่องแท้ 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรยาย ประกอบ การยกตัวอย่าง - การอภิปราย - สรุปท้ายบทเรียน - แบบฝึกหัดค้นคว้าเพิ่มเติม 	<ul style="list-style-type: none"> - เอกสาร - แบบฝึกหัด 	อ.อรพรรณ ถาวรายุศม์	
2	4	บทที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ <ul style="list-style-type: none"> - แนวคิดการประชาสัมพันธ์ - แนวคิดการประชาสัมพันธ์ในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ โดยนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถอธิบายแนวคิดต่าง ๆ ด้านการประชาสัมพันธ์ได้ - เพื่อให้ นักศึกษาสามารถประยุกต์ใช้ หรือนำแนวคิดดังกล่าว มาปรับใช้ได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรยาย ประกอบ การยกตัวอย่าง - การอภิปราย - สรุปท้ายบทเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> - เอกสาร - สื่ออิเล็กทรอนิกส์ - PPT 	อ.อรพรรณ ถาวรายุศม์	

		<ul style="list-style-type: none"> - แนวคิดการประชาสัมพันธ์ในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติโดยสถาบันและสมาคมวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์ - แนวคิดการประชาสัมพันธ์ : หน้าที่ของการประชาสัมพันธ์ในด้านการปฏิบัติ การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ - แนวคิดการประชาสัมพันธ์ ในการดำเนินงานอดีต - ปัจจุบัน - แนวคิดการประชาสัมพันธ์ : กระบวนการและหน้าที่ของการประชาสัมพันธ์ - แนวคิดการประชาสัมพันธ์เริ่มต้น จากฝ่ายบริหารสื่อสารไปสู่ประชาชน - นักประชาสัมพันธ์กับภาระหน้าที่ ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ - นักประชาสัมพันธ์กับหลักปฏิบัติเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ - แนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์ธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคม - แนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมสาธารณะ 	อย่างเหมาะสม				
3-4	8	บทที่ 3 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์	-เพื่อให้ให้นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ	-บรรยาย ประกอบ การ	-เอกสาร	อ.อรพรรณ	

		<ul style="list-style-type: none"> - กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ - การวิจัยการประชาสัมพันธ์ - การวางแผนการประชาสัมพันธ์ - การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ - การประเมินผลการประชาสัมพันธ์ - ปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน - ข้อเสนอแนะในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ 	<p>ในกระบวนการด้านการประชาสัมพันธ์ทุกขั้นตอน</p> <p>-เพื่อให้นักศึกษาสามารถอธิบายและเข้าใจถึงกระบวนการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ หากเกิดปัญหาขึ้นภายในหน่วยงาน</p>	<p>ยกตัวอย่าง</p> <ul style="list-style-type: none"> -การอภิปราย -สรุปท้ายบทเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> -สื่ออิเล็กทรอนิกส์ PPT -แบบฝึกหัด 	ถาวร ยุศม์	
5	4	<p>บทที่ 4 หลักการและวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - หลักการประชาสัมพันธ์ - หลักสำคัญที่พึงยึดถือปฏิบัติในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ - หลักปฏิบัติเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ - วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ - การประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจ 	<p>-เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ ในหลักเกณฑ์ การกำหนด วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์</p>	<p>-บรรยาย ประกอบ การ ยกตัวอย่าง</p> <ul style="list-style-type: none"> -การอภิปราย -แบบฝึกหัด -กรณีศึกษาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์องค์กร 	<ul style="list-style-type: none"> -เอกสาร -สื่ออิเล็กทรอนิกส์ PPT 	อ.อรพรรณ ถาวร ยุศม์	
6	4	<p>บทที่ 5 นโยบายการประชาสัมพันธ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของนโยบาย - ความสำคัญของนโยบาย - การจัดทำนโยบาย - ประเภทและแหล่งที่มาของนโยบาย 	<p>-เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ ในความหมาย ประเภท แหล่งที่มา การกำหนดนโยบายที่เหมาะสมต่อหน่วยงาน</p> <p>-เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ</p>	<p>-บรรยายสรุป</p> <ul style="list-style-type: none"> -การอภิปราย -แบบฝึกหัด -กรณีศึกษาตัวอย่างนโยบายองค์กรจากเว็บไซต์องค์กร 	<ul style="list-style-type: none"> -เอกสาร -สื่ออิเล็กทรอนิกส์ PPT -งานเดี่ยวค้นคว้าเพิ่มเติมนโยบายของ 	อ.อรพรรณ ถาวร ยุศม์	

		<ul style="list-style-type: none"> - ปัจจัยเพื่อกำหนดนโยบาย - ลักษณะของนโยบายที่ดี - นโยบายการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร 	<p>ในลักษณะของนโยบายการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรและลักษณะของนโยบายที่ดี</p>	<p>ต่างๆ และค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร เว็บไซต์ องค์กรต่างๆ</p>	<p>องค์กรต่างๆพร้อมนำเสนอ</p>		
7	4	<p>บทที่ 6 การจัดตั้งองค์กรประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของหน่วยงาน - องค์กรประกอบที่สำคัญของหน่วยงาน - หลักปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดองค์กร - ปัจจัยที่จะต้องพิจารณาในการจัดองค์กร - การจัดหน่วยงานและการกำหนดอำนาจหน้าที่ - โครงสร้างของงานประชาสัมพันธ์ - งานประชาสัมพันธ์ในโครงสร้างขององค์กรแม่ - รูปแบบโครงสร้างองค์กรประชาสัมพันธ์หน่วยงาน - ขอบเขตการประชาสัมพันธ์ - บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ - ปัญหาและอุปสรรคในการจัดโครงสร้างหน่วยงานประชาสัมพันธ์ 	<p>-เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ ในหลักเกณฑ์ การจัดตั้งองค์กรประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานที่เหมาะสม</p> <p>-เพื่อให้ นักศึกษาเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ตามโครงสร้างงานประชาสัมพันธ์อย่างท่องแท้</p>	<ul style="list-style-type: none"> -บรรยาย ประกอบ การยกตัวอย่าง -การอภิปราย -แบบฝึกหัดทำยบบท -กรณีศึกษาตัวอย่างการจัดโครงสร้างการประชาสัมพันธ์องค์กร -ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเว็บไซต์ ตำรา 	<ul style="list-style-type: none"> -เอกสาร -สื่ออิเล็กทรอนิกส์ PPT 	<p>อ.อรพรรณ ถาวรยศม์</p>	

8	สอบกลางภาค					
9	4	บทที่ 7 จรรยาบรรณนักประชาสัมพันธ์และ ความรับผิดชอบที่มีต่อสังคม - จรรยาบรรณนักประชาสัมพันธ์ - ความรับผิดชอบต่อสังคม - บทบาทและความรับผิดชอบต่อ ของนักประชาสัมพันธ์ที่มีต่อสังคม - นักประชาสัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อ ผลประโยชน์ของประชาชน - จรรยาบรรณสมาคม นักประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ - จรรยาบรรณวิชาชีพ การประชาสัมพันธ์ของสมาคม การประชาสัมพันธ์แห่งสหรัฐอเมริกา - จรรยาบรรณสถาบัน การประชาสัมพันธ์แห่งราชอาณาจักร - จรรยาบรรณสมาคม นักประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทยแคนาดา - จรรยาบรรณของสมาคม นักประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทยเนเธอร์แลนด์ - จรรยาบรรณสมาคม	-เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับจรรยาบรรณ วิชาชีพการ ประชาสัมพันธ์ และความรับผิดชอบต่อ ของนักประชาสัมพันธ์ ที่มีต่อสังคม	- บรรยาย - อภิปราย - แบบฝึกหัด - ค้นคว้าเพิ่มเติมจาก เอกสาร เว็บไซต์	-เอกสาร -สื่ออิเล็กทรอนิกส์ PPT -งานเดี่ยวค้นคว้า เพิ่มเติมนโยบายของ องค์กรต่างๆพร้อม นำเสนอ	อ.อรพรรณ ถาวรายุศม์

		นักประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย					
10	4	บทที่ 8 คุณลักษณะ ภาระหน้าที่ และคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ - งานที่เป็นภาระหน้าที่ของ นักประชาสัมพันธ์ - หน้าที่ความรับผิดชอบในการดำเนินงานของนัก ประชาสัมพันธ์ - คุณลักษณะของงานประชาสัมพันธ์ - การสร้างความศรัทธา เชื่อถือ และชื่อเสียง - โอกาสในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ - คุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ - นักประชาสัมพันธ์กับฝ่ายบริหาร ในองค์กร	- นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจ คุณลักษณะ ภาระหน้าที่ และคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์	- บรรยาย - อภิปราย - แบบฝึกหัด - ค้นคว้าเพิ่มเติมจาก เอกสาร เว็บไซต์	- เอกสาร - สื่ออิเล็กทรอนิกส์ PPT	อ.อรพรรณ ถาวรายุศม์	
11	4	บทที่ 9 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ การประชาสัมพันธ์ - ความเป็นมาพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของ ทางการ พ.ศ.๒๕๔๐ - ประกาศคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของ ราชการ เรื่อง หลักเกณฑ์ และวิธีการเกี่ยวกับการ จัดให้มีข้อมูลข่าวสารของราชการไว้ให้ประชาชน	- เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ ในกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการ ประชาสัมพันธ์	- บรรยาย ประกอบ การ ยกตัวอย่าง - การอภิปราย - สรุปท้ายบทเรียน	- เอกสาร - สื่ออิเล็กทรอนิกส์ PPT	อ.อรพรรณ ถาวรายุศม์	

		<p>เข้าตรวจสอบดู</p> <p>- กฎกระทรวงฉบับที่ ๔ (พ.ศ.๒๕๔๐) ออกตามความในพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.๒๕๔๐</p>					
12-13	8	<p>บทที่ 10 การประชาสัมพันธ์</p> <p>ขององค์กรต่าง ๆ</p> <p>- การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ</p> <p>- การประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล</p> <p>- การประชาสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจ</p> <p>- การประชาสัมพันธ์องค์กรไม่แสวงหากำไร</p>	<p>- นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์องค์กรประเภทต่างๆ</p>	<p>- บรรยาย</p> <p>- กรณีศึกษาจากองค์กรตัวอย่าง</p> <p>- กิจกรรมกลุ่ม</p> <p>ระดมสมอง/คิดกิจกรรมประชาสัมพันธ์องค์กรแต่ละประเภท</p> <p>- แบบฝึกหัด</p> <p>- ค้นคว้าจากตำรา เว็บไซต์</p>	<p>- เอกสาร</p> <p>- สื่ออิเล็กทรอนิกส์</p> <p>PPT</p>	<p>อ.อรพรรณ</p> <p>ถาวรายุศม์</p>	
14-15	8	<p>บทที่ 11 ยกตัวอย่างกรณีศึกษาหรือการดำเนินงานประชาสัมพันธ์องค์กรต่างๆ</p>	<p>- เพื่อให้ให้นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้ มาประยุกต์ใช้เมื่อเกิดการปฏิบัติจริง</p>	<p>- ศึกษากรณีตัวอย่างและดำเนินการหรือจัดทำโครงการที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน</p>	<p>- บรรยาย</p> <p>- ปฏิบัติจริงพร้อมนำเสนอ</p>	<p>อ.อรพรรณ</p> <p>ถาวรายุศม์</p>	
16	สอบปลายภาค						

1. แผนการสอน

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรม ที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของ การประเมินผล
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

- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2554). การวางแผนและการประเมินผลการสื่อสารเชิงกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. (2552). ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์. (2545). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : อัลฟ่า พับลิชชิ่ง จำกัด.
- วิรัช ลภีรัตน์กุล. (2542). นักประชาสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติยุคสารสนเทศ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรัช ลภีรัตน์กุล. (2549). การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. (ปรับปรุงเพิ่มเติมใหม่). พิมพ์ครั้งที่ 1.

กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

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

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

- จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. (2552). **ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์**. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ :
สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นางลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์. (2545). **กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ : อัลฟ่า 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 วงษ์มณฑา. (2542). **การประชาสัมพันธ์ : ทฤษฎีและปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์ม
และโซเท็กซ์ จำกัด.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. (2548). **เอกสารการสอนชุดวิชากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์**.
(หน่วยที่ 1 – 7). นนทบุรี. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. (2548). **เอกสารการสอนชุดวิชากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์**.
(หน่วยที่ 11 – 15).
- สุธา พงศ์ถาวรภิญโญ, นันทิตา โอฐกรรม และ ดุษฎี นิลดำ. (2549). **หลักการสื่อสารองค์กร**.
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- อรรถพรณ ถาวรายุศม์. (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, นันทิตา โอฐกรรม และ ดุชนิ 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
- ผลการเรียนรู้ของนักศึกษา
- การสัมภาษณ์นักศึกษา

3. กลไกการปรับปรุงการสอน

- ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์ และวิธีสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลรายวิชา
- การวิจัยในชั้นเรียน
- ประชุมผู้สอน เพื่อหารือปัญหาการเรียนรู้ของนักศึกษา และหาแนวทางแก้ไขในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน

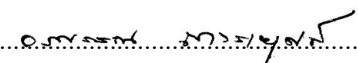
4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษารายวิชา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อ ตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในวิชาได้จากการสอบถามนักศึกษา หรือการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผล

การทดสอบย่อย การตั้งคณะกรรมการในสาขาตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษา โดย
ตรวจข้อสอบ รายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม

5. การดำเนินการทบทวน และการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

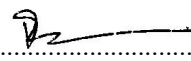
จัดให้มีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษา
คณะกรรมการประเมินของหลักสูตร/ภาควิชา การรายงานรายวิชาหลังการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา
การทบทวนเนื้อหาที่สอน กลยุทธ์การสอน ปรับปรุงรายวิชาทุกปี เปลี่ยนสลับผู้สอนหรือสอนเป็นทีม

จัดทำโดย..........

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรพรรณ ถาวรายุศม์)

ผู้สอนรายวิชา การประชาสัมพันธ์หน่วยงาน

วันที่ 8 มกราคม 2558

อนุมัติโดย..........

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี)

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

วันที่ 10 มกราคม 2558