

รายงานผลการดำเนินการของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา

คณะนิเทศศาสตร์

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 8001003 หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

2. รายวิชาที่ต้องเรียนก่อนรายวิชานี้

ไม่มี

3. อาจารย์ผู้รับผิดชอบ อาจารย์ผู้สอนและกลุ่มเรียน (Section)

อาจารย์ผู้สอนและผู้รับผิดชอบรายวิชา ผศ.อรพรรณ ถาวรายุศม์ กลุ่มเรียนที่ 1-4

4. ภาคการศึกษา/ปีการศึกษาที่เปิดสอนรายวิชา

ภาคเรียนที่ 1/2557 ชั้นปีที่ 1

5. สถานที่เรียน

ตึกอาคารเฉลิมพระเกียรติฯ และตึกดนตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

หมวดที่ 2 การจัดการเรียนการสอนที่เปรียบเทียบกับแผนการสอน

1. รายงานชั่วโมงการสอนจริงเทียบกับแผนการสอน

หัวข้อ	จำนวนชั่วโมงตามแผนการสอน	จำนวนชั่วโมงที่ได้สอนจริง	ระบุสาเหตุที่การสอนจริงต่างจากแผนการสอนหากมีความแตกต่างเกิน 25%
บทที่ ๑ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ -ความหมายและความสำคัญของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ -ความหมายของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ -ความสำคัญของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ -วิธีการต่างๆที่ใช้หรือเกี่ยวข้องในการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ -วัตถุประสงค์ของการโฆษณาและการ	6	6	

<p>ประชาสัมพันธ</p> <ul style="list-style-type: none"> -วัตถุประสงค์ของการโฆษณา -วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ -ประเภทของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ -ประเภทของการโฆษณา -ประเภทของการประชาสัมพันธ์ -หลักสำคัญในการการประชาสัมพันธ์ -หลักการประชาสัมพันธ์ -ภาพลักษณ์ในงานประชาสัมพันธ์ -สื่อมวลชนสัมพันธ์ 			
<p>บทที่ ๒ ประวัติและพัฒนากการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์</p> <ul style="list-style-type: none"> -ประวัติและวิวัฒนาการของการโฆษณาในต่างประเทศ -ประวัติและวิวัฒนาการของการโฆษณาในประเทศไทย -ประวัติและวิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ -ประวัติและวิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย 	3	3	
<p>บทที่ ๓ องค์ประกอบของการโฆษณา</p> <ul style="list-style-type: none"> -ผู้โฆษณา -ความหมายของผู้โฆษณา -ความสัมพันธ์ระหว่างผู้โฆษณากับบริษัทตัวแทนโฆษณา -ชิ้นงานโฆษณา -ความหมายและความสำคัญของชิ้นงานโฆษณา -องค์ประกอบของชิ้นงานโฆษณา -ประเภทสิ่งพิมพ์ 	6	6	

<ul style="list-style-type: none"> -องค์ประกอบของชิ้นงานโฆษณา ประเภทกระจายเสียงและแพร่ภาพ -สื่อโฆษณา -ความหมายและความสำคัญของสื่อโฆษณา -ประเภทของสื่อโฆษณา -กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย -ความหมายและความสำคัญของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย -การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายในการโฆษณา 			
<p>บทที่ ๔ กระบวนการโฆษณา</p> <ul style="list-style-type: none"> - การเตรียมข้อมูลเพื่อการโฆษณา -ประเภทของข้อมูลเพื่อการโฆษณา -แหล่งข้อมูลเพื่อการโฆษณา - การวางแผนรณรงค์โฆษณา -ลักษณะของแผนการรณรงค์โฆษณา -ขั้นตอนการวางแผนการรณรงค์โฆษณา -การวางแผนสื่อโฆษณา - การประเมินผลการโฆษณา -วัตถุประสงค์ของการประเมินผลการโฆษณา -เทคนิคการประเมินผล 	12	6	<p>เนื่องด้วยกิจกรรมของมหาวิทยาลัยค่อนข้างมาก ผู้สอนจึงต้องรวบรัดบทเรียนให้มีความกระชับมากยิ่งขึ้น</p>
<p>บทที่ ๕ อุตสาหกรรมการโฆษณา</p> <ul style="list-style-type: none"> -องค์ประกอบของอุตสาหกรรม -องค์ประกอบที่สำคัญในอุตสาหกรรมการโฆษณา -หน่วยงานโฆษณาภายในองค์กร -บริษัทตัวแทนโฆษณา -ความหมายและบทบาทของบริษัทตัวแทนโฆษณา -ประเภทของบริษัทตัวแทนโฆษณา 	6	3	

<ul style="list-style-type: none"> -โครงสร้างของบริษัทตัวแทนโฆษณา -การคิดค่าใช้จ่ายของบริษัทตัวแทนโฆษณา -การบริหารงานโฆษณา -เกณฑ์ในการคัดเลือกบริษัทตัวแทนโฆษณา -การประสานงานระหว่างบริษัทตัวแทนโฆษณากับบริษัทผู้โฆษณา 			
<p>บทที่ ๖ กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์</p> <ul style="list-style-type: none"> -การวิจัยทางการประชาสัมพันธ์ -ความหมายและความสำคัญของการวิจัยเพื่อการวางแผนประชาสัมพันธ์ -ประเภทของการวิจัยทางการประชาสัมพันธ์ -ขั้นตอนการวิจัยการประชาสัมพันธ์ -ประโยชน์การวิจัยการประชาสัมพันธ์ -การวางแผนการประชาสัมพันธ์ -ความหมายและความสำคัญของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ -ความสำคัญของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ -ประเภทของแผนการประชาสัมพันธ์ -ขั้นตอนการวางแผนการประชาสัมพันธ์ -การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ -องค์ประกอบของการสื่อสารการประชาสัมพันธ์ -ประเภทและหลักของการสื่อสาร -การจัดทำแผนเพื่อการสื่อสารการประชาสัมพันธ์ -การประเมินผลการประชาสัมพันธ์ -ความหมายของการประเมินผลการ 	6	6	

ประชาสัมพันธ์ -ประเภทของการประเมินผลการ ประชาสัมพันธ์ -ขั้นตอนของการประเมินผลการ ประชาสัมพันธ์			
บทที่ ๗ สื่อสารประชาสัมพันธ์ -สื่อบุคคลและสื่อคำพูด -สื่อมวลชน -สื่อวิทยุกระจายเสียง -โทรทัศน์ -หนังสือพิมพ์ -นิตยสาร -สิ่งที่หน่วยงานผลิตและเผยแพร่ได้เอง -สื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ -สื่อกิจกรรม	3	3	
บทที่ ๘ ข้อบังคับและจรรยาบรรณ ในการโฆษณาและการ ประชาสัมพันธ์ -กฎหมายและจรรยาบรรณของการ โฆษณา -กฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณา -จรรยาบรรณของการการโฆษณา -หน้าที่และจรรยาบรรณของนัก ประชาสัมพันธ์ -บทบาทและหน้าที่ของประชาสัมพันธ์ -จรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์	3	3	เนื้อหาสามารถรวบรัดให้เป็นสาระ ความรู้หนึ่งเดียวกันได้ พร้อมเสริม แบบฝึกหัด

2. หัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน

หัวข้อที่ทำการสอนไม่ครอบคลุมหรือไม่ได้สอน (ถ้ามี)	ผลต่อผลการเรียนรู้ของรายวิชานี้	วิธีแก้ไข
ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

(ระบุหัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน และพิจารณาความสำคัญของหัวข้อต่อผลการเรียนรู้ของรายวิชาและหลักสูตร ในกรณีที่มีนัยสำคัญให้เสนอแนวทางชัดเจน)

3. ประสิทธิภาพของวิธีสอนที่ทำให้เกิดผลการเรียนรู้ตามที่ระบุในรายละเอียดของรายวิชา

มาตรฐานผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอนที่ระบุในรายละเอียดของรายวิชา	ประสิทธิผล		อุปสรรคของการใช้กลยุทธ์พร้อมข้อเสนอแนะในการลดอุปสรรค
		มี	ไม่มี	
ระดับดี ถึง ปานกลาง	ผู้สอนจะยกตัวอย่างที่นักศึกษาสามารถเห็นภาพอย่างชัดเจน และสอบถามผู้เรียนทุกครั้งว่าเข้าใจบทเรียนหรือไม่ หากยังมีกลุ่มผู้เรียนที่ไม่เข้าใจ ผู้สอนจะอธิบายอีกครั้งจนกว่านักศึกษาจะเข้าใจ	/		ความตั้งใจของนักศึกษา

4. ข้อเสนอการดำเนินการเพื่อปรับปรุงวิธีสอน

จากผลการประเมินพบว่าผู้เรียนส่วนใหญ่ อยากให้ผู้สอนอธิบายช้าลง

หมวดที่ 3 สรุปผลการจัดการเรียนการสอนของรายวิชา

1. จำนวนนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียน (ณ วันหมดกำหนดการเพิ่มถอน)

133 คน

2. จำนวนนักศึกษาที่คงอยู่เมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษา

124 คน

3. จำนวนนักศึกษาที่ถอน (W)

9 คน

4. การกระจายของระดับคะแนน (เกรด)

A	0	-
B ⁺	2	1.50
B	4	3.01
C ⁺	17	12.78
C	56	42.11
D ⁺	42	31.58
D	2	1.50
F	1	0.75
ไม่สมบูรณ์ (I)		
ผ่าน (P)		
ไม่ผ่าน (NP)		
ถอน (W)	9	6.77

5. ปัจจัยที่ทำให้ระดับคะแนนผิดปกติ

ปัจจัย	ความคลาดเคลื่อน	เหตุผล
ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

6. ความคลาดเคลื่อนจากแผนการประเมินที่กำหนดไว้ในรายละเอียดรายวิชา

6.1 ความคลาดเคลื่อนด้านกำหนดการประเมิน

ความคลาดเคลื่อน	เหตุผล
ไม่มี	

6.2 ความคลาดเคลื่อนด้านวิธีการประเมินผลการเรียนรู้

ความคลาดเคลื่อน	เหตุผล
ขึ้นอยู่กับความตั้งใจของนักศึกษา	นักศึกษาปัจจุบันมีความพร้อมในการใส่ใจหรือตั้งใจน้อยมาก

7. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

วิธีการทวนสอบ	สรุปผล
ไม่มี	

(ระบุความคลาดเคลื่อนจากแผนการประเมินผลการเรียนรู้ที่กำหนดไว้ใน มคอ.3 หมวด 5 ข้อ 2)

หมวดที่ 4 ปัญหา และผลกระทบต่อกรดำเนินการ

ประเด็น	อุปสรรค	ผลกระทบต่อกรเรียนรู้
กิจกรรมของทางมหาวิทยาลัย	กระทบต่อเวลาเรียน	นักศึกษามีเวลาเรียนไม่พอ

หมวดที่ 5 การประเมินรายวิชา

1. ผลการประเมินรายวิชาโดยนักศึกษา (แบบเอกสาร)

1.1 ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยนักศึกษา

ผลการประเมินออนไลน์.

1.2 ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อข้อวิพากษ์ตามข้อ 1.1

ไม่มี

2. ผลการประเมินรายวิชาโดยวิธีอื่น

2.1 ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยวิธีอื่น

ไม่มี

2.2 ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อข้อวิพากษ์ตามข้อ 2.1

ไม่มี

หมวดที่ 6 แผนการปรับปรุง

1. ความก้าวหน้าของการปรับปรุงการเรียนการสอนตามที่เสนอในรายงานของรายวิชาครั้งที่ผ่านมา

แผนการปรับปรุงของภาคเรียน/ปีการศึกษาที่ผ่านมา	ผลการดำเนินการ
ปรับเนื้อหาให้มีความทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์	ดำเนินการในทุกๆครั้งของการจัดทำแผนการสอนเพื่อปรับปรุง

(ระบุแผนการปรับปรุงที่เสนอในภาคการศึกษา/ปีการศึกษาที่ผ่านมาและอธิบายผลการดำเนินการตามแผน
ถ้าไม่ได้ดำเนินการหรือไม่เสร็จสมบูรณ์ให้ระบุเหตุผล)

2. การดำเนินการอื่นๆ ในการปรับปรุงรายวิชา

ไม่มี

3. ข้อเสนอแผนการปรับปรุงสำหรับภาคการศึกษา/ปีการศึกษาต่อไป

กิจกรรมที่ต้องการ	วันสิ้นสุดกิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ
ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

4. ข้อเสนอแนะของอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาต่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ไม่มี

ชื่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

.....*อรพรรณ ภาวราษฎร์*.....

(ผ.ศ. อรพรรณ ภาวราษฎร์)

วันที่รายงาน 11 ธ.ค. 57

ชื่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

.....*วิมลเนศวร ทะกอง*.....

(อาจารย์วิมลเนศวร ทะกอง)

หัวหน้าหลักสูตร

วันที่รับรายงาน 6 ม.ค. 58