



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 (เสาร์-อาทิตย์) ภาคเรียนที่ ๑/๒๕๕๘

๖. รายวิชาที่เรียนมาก่อน (Pre-requisites) (ถ้ามี)

-ไม่มี-

๗. รายวิชาที่ต้องการเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

๘. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

๙. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

กรกฎาคม ๒๕๕๘

## หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### ๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

ศึกษาความหมายวิวัฒนาการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ หลักการและบทบาทของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อระบบสังคม เศรษฐกิจและการเมือง กระบวนการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างขอบข่ายงานด้านการโฆษณาและงานด้านประชาสัมพันธ์ ตลอดจนพิจารณาความแตกต่างของการใช้เครื่องมือเพื่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งวางแผนสื่อสาร การกำหนดงบประมาณ และการประเมินผลงานโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

### ๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้ศึกษามีความรู้ความเข้าใจในความหมายและวิวัฒนาการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ หลักการและบทบาทของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อระบบสังคม เศรษฐกิจและการเมือง กระบวนการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างขอบข่ายงานด้านการโฆษณาและงานด้านประชาสัมพันธ์ ตลอดจนพิจารณาความแตกต่างของการใช้เครื่องมือเพื่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งวางแผนสื่อสาร การกำหนดงบประมาณ และการประเมินผลงานโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ให้ทันต่อสถานการณ์ในปัจจุบัน

### 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 ทุกวันพุธ เวลา ๑๓.๐๐ – ๑๖.๐๐ น. ณ คณะนิเทศศาสตร์

## หมวดที่ ๔ การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

วิชา หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ มีการกำหนดมาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ 5 ด้าน ดังนี้

### 1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม (Ethics and Moral)

ความ รับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
•	1.1 มีความรู้ ความเข้าใจในหลักจรรยาบรรณวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชน
○	1.2 ปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อสารมวลชน
•	1.3 มีวินัย ตรงต่อเวลา ซื่อสัตย์และรับผิดชอบต่อตนเอง ต่อวิชาชีพและสังคม
•	1.4 เคารพสิทธิมนุษยชนและยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นในการปฏิบัติงานร่วมกัน
•	1.5 ยึดฐานความคิดทางศีลธรรมทั้งในเรื่องส่วนตัวและสังคม มีจิตสาธารณะ
○	1.6 เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ขององค์กรและสังคม

### วิธีการสอนที่จะพัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- 1) อาจารย์ผู้สอนสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพในชั้นเรียน เช่น การจัดกิจกรรมการเรียนรู้งานโฆษณาและงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรต่างๆทั้งใน และนอกชั้นเรียนเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมของคณะ และมหาวิทยาลัย
- 2) ให้ความสำคัญของการมีวินัย การตรงต่อเวลา การส่งงานตามกำหนดและความซื่อสัตย์ในการทำกิจกรรมหรืองานที่มอบหมาย
- 3) อาจารย์ผู้สอนจัดกิจกรรมให้นักศึกษาทำงานร่วมกัน

4) อาจารย์ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่นักศึกษา

#### วิธีการประเมินผล

- 1) ประเมินจากควมมีวินัยและพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมชั้นเรียน ยินดีเข้าร่วมกิจกรรมของคณะ และมหาวิทยาลัย
- 2) ประเมินจากการตรงต่อเวลาของนักศึกษาในการเข้าเรียน การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย การเข้าร่วมกิจกรรม เช่นการเข้าชั้นเรียนตามเวลาที่กำหนดในตารางเรียน
- 3) ประเมินจากพฤติกรรมของนักศึกษาด้านคุณธรรม จริยธรรม

## ๒. ความรู้

ความ รับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
●	2.1 มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดหลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
○	2.2 สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์กับความรู้ในศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในงานโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
○	2.3 สามารถใช้ความรู้และทักษะในสาขาวิชาชีพวิทยาศาสตร์มาประยุกต์แก้ไขปัญหาในงานโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
○	2.4 มีความรู้และทักษะของงานโฆษณาและงานประชาสัมพันธ์
○	2.5 มีประสบการณ์ทางด้านการฝึกปฏิบัติการงานโฆษณาและงานประชาสัมพันธ์

#### วิธีการสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

- 1) จัดการเรียนการสอนให้ครบถ้วนตามคำอธิบายรายวิชาโดยเน้นให้มีการบูรณาการความรู้และทักษะทางวิชาชีพ

2) จัดให้มีการเรียนรู้โดยใช้เหตุการณ์จริงมาประยุกต์ใช้กับภาคทฤษฎี เช่น บรรยายนำเสนอความรู้ เรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น และฝึกหัดจากสถานการณ์จริงในท้องถิ่น ลักษณะโครงการเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น โดยประยุกต์จากเนื้อหาในบทเรียน มอบหมายงานให้นักศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมจาก แหล่งข้อมูลอื่น เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต ฯลฯ ให้นักศึกษานำเนื้อหาที่ได้จากการเรียนรู้ไปใช้ให้ ถูกต้อง และเหมาะสมตามสาขาวิชาชีพของตน

3) จัดบรรยายพิเศษโดยวิทยากรภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีประสบการณ์ตรง

4) จัดให้มีรายวิชาโครงการ/การฝึกปฏิบัติในสถานประกอบการ

### วิธีการประเมินผล

ประเมินจากผลสัมฤทธิ์แทนการเรียนและการปฏิบัติงานของนักศึกษาในด้านต่าง ๆ คือ

- 1) การทดสอบย่อย
- 2) การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน
- 3) การรายงาน/แผนงาน/โครงการ
- 4) การนำเสนอผลงานภาคปฏิบัติ
- 5) ประเมินจากผลการฝึกปฏิบัติในสถานประกอบการ

เน้นการใช้วิธีการวัดหลากหลายตามเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อพัฒนาผู้เรียนจาก แฟ้มสะสมงาน แบบฝึกหัด การสังเกต การสัมภาษณ์ นำเสนอข้อมูลจากการค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องในชั้นเรียน วิเคราะห์กรณีศึกษาทั้งงานเดี่ยวและงานกลุ่ม สอบกลางภาค สอบปลายภาค



### ๓. ทักษะทางปัญญา

ความ รับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
○	3.1 สามารถคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ โดยการใช้องค์ความรู้เกี่ยวกับหลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
●	3.2 ใช้ทักษะปัญญาสร้างสรรค์โครงการที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
○	3.3 สามารถเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงความรู้แนวคิดทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและประสบการณ์ในภาคปฏิบัติจริง

#### วิธีการสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะปัญญา

- 1) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้ฝึกทักษะด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีสมัยใหม่ ดำเนินกิจกรรมการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
- 2) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง เช่น ให้ผู้เรียนมีโอกาสฝึกปฏิบัติการดำเนินกิจกรรมการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
- 3) จัดกระบวนการเรียนการสอนที่ฝึกทักษะการคิดทั้งในระดับบุคคลและกลุ่ม เช่น การจัดทำกิจกรรม โดยให้นักศึกษารู้จักวางแผนในการทำงานทั้งงานเดี่ยว และงานกลุ่มโดยรู้ลำดับขั้นตอนความสำคัญ และแหล่งที่มาของข้อมูล ถ่ายภาพประกอบการทำงานอธิบายในรายงาน

#### วิธีการประเมินผล

ประเมินตามสภาพจริงจากผลงาน และการปฏิบัติของนักศึกษา หรือสังเกตการใช้ความคิดสร้างสรรค์ การใช้เทคโนโลยีสื่อสารสมัยใหม่ การแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์และเป็นระบบ

- พิจารณาจากการอภิปรายงานกลุ่มเล็กและกลุ่มใหญ่
- พิจารณาจากการนำเสนอผลงาน

## ๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ความ รับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
○	4.1 สามารถสื่อสารระหว่างบุคคลและกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยการมอบหมายงานที่ต้องมีการระดมความคิดและปฏิบัติงานร่วมกัน
●	4.2 มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย ทั้งรายงานรายบุคคลและงานกลุ่ม
○	4.3 มีความรับผิดชอบการพัฒนาการเรียนรู้ทั้งของตนเองและทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง
●	4.4 สามารถปรับตัวและทำงานร่วมกับผู้อื่นทั้งในฐานะผู้นำและสมาชิกกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ
●	4.5 สามารถใช้ความรู้ในศาสตร์มาชี้นำสังคมในประเด็นที่เหมาะสม
●	4.6 วางตัวและแสดงความคิดเห็นได้อย่างเหมาะสมกับบทบาท หน้าที่ และสำนึกความรับผิดชอบ

วิธีการสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

1) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นการทำงานเป็นกลุ่มและงานที่ต้องมีการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล สืบเนื่องจากการสร้างมนุษยสัมพันธ์มอบหมายให้นักศึกษาร่วมกันทำงานเป็นคู่และเป็นกลุ่ม การนำเสนอผลงานกลุ่ม

2) สอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบ การมีมนุษยสัมพันธ์ การเข้าใจวัฒนธรรมขององค์กรในรายวิชาต่าง ๆ สืบเนื่องมาจากภาวะผู้นำและผู้ตาม ความสามารถในการทำงานเป็นทีมการรู้จักเคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

วิธีการประเมินผล

- 1) ประเมินโดยการสังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาขณะทำกิจกรรมกลุ่ม
- 2) ประเมินจากการนำเสนอผลงานเป็นกลุ่ม และงานที่ได้รับมอบหมายในแต่ละบท

- 3) ประเมินความสม่ำเสมอการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม สังเกตจากพฤติกรรมการทำงานภายในกลุ่ม
- 4) ประเมินความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย
- 5) ประเมินโดยเพื่อนร่วมชั้น

#### ๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

ความ รับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
•	5.1 สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งทางวาจาและการเขียน พร้อมทั้งเลือกใช้รูปแบบของสื่อการนำเสนอได้อย่างเหมาะสม
○	5.2 สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสมกับงานนิเทศศาสตร์
○	5.3 เลือกใช้สถิติพื้นฐานเพื่อการวิเคราะห์และตัดสินใจ วางแผน อย่างเป็นระบบ
○	5.4 แนะนำประเด็นการแก้ไขปัญหาโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทางนิเทศศาสตร์ต่อปัญหาที่เกี่ยวข้องอย่างสร้างสรรค์

#### วิธีการสอนที่ใช้การพัฒนาจากการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- 1) จัดการเรียนการสอนที่เน้นการฝึกทักษะเทคนิคทางสถิติเพื่อคณิตศาสตร์และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น การสืบค้นรายงาน บทความ นำเสนอในชั้นเรียนได้อย่างเหมาะสม
- 2) จัดประสบการณ์ให้ผู้เรียนนำเสนอผลงานโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ทางคณิตศาสตร์และสถิติประกอบการดำเนินกิจกรรม/ชิ้นงาน

#### วิธีการประเมินผล

ประเมินจากความสามารถในการใช้ทักษะทางคณิตศาสตร์และสถิติเพื่ออธิบายและอภิปรายผลงานได้  
อย่างเหมาะสม

- ประเมินผลจากกระบวนการ ขั้นตอนในการดำเนินการจัดกิจกรรม/ชิ้นงาน
- พิจารณาจากการนำเสนอผลงานจากการใช้ และสืบค้นเทคโนโลยีการสื่อสาร การค้นคว้า การ  
สร้างสรรค์

## 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 -วิธีการต่างๆที่ใช้หรือเกี่ยวข้องในการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ -วัตถุประสงค์ของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ -วัตถุประสงค์ของการโฆษณา -วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์	<ul style="list-style-type: none"> <li>● เพื่อให้ศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์</li> <li>● เพื่อให้ศึกษา สามารถอธิบายความแตกต่างระหว่างการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์</li> </ul>	-บรรยาย ตำรา -ประกอบการสอน -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน	-เอกสารตำรา -ประกอบการสอน -แบบฝึกหัด	อ.ภารดี พิ่งสำราญ	

		-ประเภทของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ -ประเภทของการโฆษณา -ประเภทของการประชาสัมพันธ์ -หลักสำคัญในการการประชาสัมพันธ์ -หลักการประชาสัมพันธ์ -ภาพลักษณ์ในงานประชาสัมพันธ์ -สื่อมวลชนสัมพันธ์					
๓	๓	<b>บทที่ ๒ ประวัติและพัฒนาการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์</b> -ประวัติและวิวัฒนาการของการโฆษณาในต่างประเทศ -ประวัติและวิวัฒนาการของการโฆษณาในประเทศไทย -ประวัติและวิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ -ประวัติและวิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย	เพื่อให้ศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ ประวัติและพัฒนาการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ	-บรรยาย ตำรา -ประกอบการสอน -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน	-เอกสารตำรา -ประกอบการสอน -แบบฝึกหัด	อ.ภารดี พิ่งสำราญ	
๔-๕	๖	<b>บทที่ ๓ องค์ประกอบของการโฆษณา</b>	เพื่อให้ศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ แต่ละองค์ประกอบของการโฆษณา	-บรรยาย ตำรา -ประกอบการสอน	-เอกสารตำรา -ประกอบการ	อ.ภารดี พิ่งสำราญ	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>-ผู้โฆษณา</li> <li>-ความหมายของผู้โฆษณา</li> <li>-ความสัมพันธ์ระหว่างผู้โฆษณากับบริษัทตัวแทนโฆษณา</li> <li>-ชิ้นงานโฆษณา</li> <li>-ความหมายและความสำคัญของชิ้นงานโฆษณา</li> <li>-องค์ประกอบของชิ้นงานโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์</li> <li>-องค์ประกอบของชิ้นงานโฆษณาประเภทกระจายเสียงและแพร่ภาพ</li> <li>-สื่อโฆษณา</li> <li>-ความหมายและความสำคัญของสื่อโฆษณา</li> <li>-ประเภทของสื่อโฆษณา</li> <li>-กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย</li> <li>-ความหมายและความสำคัญของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย</li> <li>-การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายในการโฆษณา</li> </ul>	และการประชาสัมพันธ์และ	<ul style="list-style-type: none"> <li>-อภิปรายร่วมกัน</li> <li>-สรุปท้ายบทเรียน</li> </ul>	สอน		
--	---	------------------------	---	-----	--	--

๖-๘	๑๒	<b>บทที่ ๔ กระบวนการโฆษณา</b> - การเตรียมข้อมูลเพื่อการโฆษณา - ประเภทของข้อมูลเพื่อการโฆษณา - แหล่งข้อมูลเพื่อการโฆษณา - การวางแผนรณรงค์โฆษณา - ลักษณะของแผนการรณรงค์โฆษณา - ขั้นตอนการวางแผนการรณรงค์โฆษณา - การวางแผนสื่อโฆษณา - การประเมินผลการโฆษณา - วัตถุประสงค์ของการประเมินผลการโฆษณา - เทคนิคการประเมินผล	เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถอธิบายได้ถึงแต่ละขั้นตอน องค์ประกอบของ กระบวนการโฆษณา	-บรรยาย ตำรา -ประกอบการสอน -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน	-เอกสารตำรา -ประกอบการสอน	อ.ภารดี พึ่งสำราญ	
๙		<b>สอบกลางภาค</b>					
๑๐-๑๑	๖	<b>บทที่ ๕ อุตสาหกรรมการโฆษณา</b> -องค์ประกอบของอุตสาหกรรม -องค์ประกอบที่สำคัญในอุตสาหกรรมการโฆษณา -หน่วยงานโฆษณาภายในองค์กร -บริษัทตัวแทนโฆษณา	เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถอธิบายได้ถึงองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการโฆษณา โครงสร้าง ความสัมพันธ์แต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	-บรรยาย ตำรา -ประกอบการสอน -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน	-เอกสารตำรา -ประกอบการสอน	อ.ภารดี พึ่งสำราญ	



		<ul style="list-style-type: none"> <li>-ความหมายและบทบาทของบริษัทตัวแทนโฆษณา</li> <li>-ประเภทของบริษัทตัวแทนโฆษณา</li> <li>-โครงสร้างของบริษัทตัวแทนโฆษณา</li> <li>-การคิดค่าใช้จ่ายของบริษัทตัวแทนโฆษณา</li> <li>-การบริหารงานโฆษณา</li> <li>-เกณฑ์ในการคัดเลือกบริษัทตัวแทนโฆษณา</li> <li>-การประสานงานระหว่างบริษัทตัวแทนโฆษณากับบริษัทผู้โฆษณา</li> </ul>					
๑๒-๑๓	๖	<b>บทที่ ๖ กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>-การวิจัยทางการประชาสัมพันธ์</li> <li>-ความหมายและความสำคัญของการวิจัยเพื่อการวางแผนประชาสัมพันธ์</li> <li>-ประเภทของการวิจัยทางการประชาสัมพันธ์</li> <li>-ขั้นตอนการวิจัยการประชาสัมพันธ์</li> <li>-ประโยชน์การวิจัยการประชาสัมพันธ์</li> <li>-การวางแผนการประชาสัมพันธ์</li> <li>-ความหมายและความสำคัญของการวางแผนการประชาสัมพันธ์</li> </ul>	<p>เพื่อให้ศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถอธิบายได้ถึงแต่ละขั้นตอน องค์ประกอบของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์</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 ตำรา</li> <li>-ประกอบการสอน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>อ.ภารดี พึ่งสำราญ</li> </ul>	

		<ul style="list-style-type: none"> <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> <ul style="list-style-type: none"> <li>-สื่อบุคคลและสื่อคำพูด</li> <li>-สื่อมวลชน</li> <li>-สื่อวิทยุกระจายเสียง</li> <li>-โทรทัศน์</li> <li>-หนังสือพิมพ์</li> <li>-นิตยสาร</li> </ul>	<p>เพื่อให้ศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถอธิบายได้ถึงสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง</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>-เอกสารตำรา</li> <li>ประกอบการสอน</li> <li>-งานเดี่ยว</li> <li>พร้อมนำเสนอ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>อ.ภารดี</li> <li>พिंगสำราญ</li> </ul>	

		-สิ่งที่หน่วยงานผลิตและเผยแพร่ได้เอง -สื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ -สื่อกิจกรรม					
๑๕	๓	<b>บทที่ ๘ ข้อบังคับและจรรยาบรรณในการ โฆษณาและการประชาสัมพันธ์</b> -กฎหมายและจรรยาบรรณของการโฆษณา -กฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณา -จรรยาบรรณของการการโฆษณา -หน้าที่และจรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์ -บทบาทและหน้าที่ของประชาสัมพันธ์ -จรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์	เพื่อให้ศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ ในข้อบังคับและจรรยาบรรณในการ โฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนมองภาระความรับผิดชอบ ของงานโฆษณาและงาน ประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน	-บรรยาย -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน	-เอกสาร - Internet	อ.ภารดี พิ่งสำราญ	
๑๖		<b>สอบปลายภาค</b>					

## ๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรม ที่	ผลการเรียนรู้ตาม TQF	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
๑	2.2, 2.3, 3.2, 3.3, 5.1	๑. คະແນນ ระหว่างภาค	- นำเสนอรายงานเดี่ยว - แบบฝึกหัด	๒ - ๑๕	๓๐%
๒	2.2, 2.3	๑. คະແນນสอบ	- คະແນນสอบกลางภาค - คະແນນสอบปลายภาค	๘ ๑๖	๖๐%
๓	1.1, 1.3, 1.4, 1.5, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6	๑. พฤติกรรม ๒. จิตสาธารณะ	- การเข้าชั้นและมีส่วนร่วม ในชั้นเรียน - การมีมารยาทและการ ปฏิบัติตามกฎระเบียบของ มหาวิทยาลัย	๑ - ๑๕	๑๐%
			รวม		๑๐๐%

3. เกณฑ์การประเมินผล  อิงเกณฑ์ อิงกลุ่ม

ค่าระดับคะแนน

เกรด

Rate 80 - 100

A

Rate 75 - 79

B<sup>+</sup>

Rate 70 - 74

B

Rate 65 - 69

C<sup>+</sup>

Rate 60 - 64

C

Rate 55 - 59

D<sup>+</sup>

Rate 50 - 54

D

## หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

### ๑. ตำราและเอกสารหลัก

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

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ที่จัดทำโดยนักศึกษาได้จัดกิจกรรมในการนำเสนอแนวคิด และความเห็นจากนักศึกษา ดังนี้

- การร่วมอภิปรายระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การสังเกตการณ์พฤติกรรมของผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา

### ๒. กลยุทธ์ประเมินการสอน

ในการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินการสอน มีกลยุทธ์ ดังนี้

- แบบประเมินการสอนด้วยตนเอง
- ผลการเรียนรู้ของนักศึกษา
- การสัมภาษณ์นักศึกษา

### ๓. กลไกการปรับปรุงการสอน

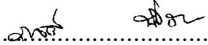
- ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์ และวิธีสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลรายวิชา
- การวิจัยในชั้นเรียน
- ประชุมผู้สอน เพื่อหารือปัญหาการเรียนรู้ของนักศึกษา และหาแนวทางแก้ไขในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน

### 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 .....  .....

(อาจารย์ภารดี พึ่งสำราญ)

ผู้สอนรายวิชาหลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

วันที่ ๒๓ กรกฎาคม ๒๕๕๘

อนุมัติโดย .....  .....

(ผศ.ดร.จำเริญ คังคะศรี)

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

วันที่ ๒๓ กรกฎาคม ๒๕๕๘