

รายงานผลการดำเนินการของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา

คณะนิเทศศาสตร์

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 8123001 การวางแผนและการบริหารงานประชาสัมพันธ์

2. รายวิชาที่ต้องเรียนก่อนรายวิชานี้

ไม่มี

3. อาจารย์ผู้รับผิดชอบ อาจารย์ผู้สอนและกลุ่มเรียน (Section)

อาจารย์ผู้สอนและผู้รับผิดชอบรายวิชา อาจารย์ ภารดี พึ่งสำราญ

4. ภาคการศึกษา/ปีการศึกษาที่เปิดสอนรายวิชา

ภาคเรียนที่ 1/ชั้นปีที่ 3

5. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

หมวดที่ 2 การจัดการเรียนการสอนที่เปรียบเทียบกับแผนการสอน

1. รายงานชั่วโมงการสอนจริงเทียบกับแผนการสอน

หัวข้อ	จำนวนชั่วโมงตามแผนการสอน	จำนวนชั่วโมงที่ได้สอนจริง	ระบุสาเหตุที่การสอนจริงต่างจากแผนการสอนหากมีความแตกต่างกัน 25%
บทที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ความหมายและความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ ลักษณะของการประชาสัมพันธ์ วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ หลักของการประชาสัมพันธ์ ประเภทของการประชาสัมพันธ์ กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	4	4	

<p>เครื่องมือที่ใช้ในการ ประชาสัมพันธ์ บทบาทของงานด้านการ ประชาสัมพันธ์</p>			
<p>บทที่ 2 ประชาสัมพันธ์กับการ วางแผน</p> <p>ความหมายของการวางแผน ประโยชน์ของการวางแผน ปัจจัยที่ส่งผลให้ต้องมีการ วางแผน ข้อจำกัดของการวางแผน ประเภทของการวางแผน การประชาสัมพันธ์กับการ วางแผน ความหมายของการวางแผน ประชาสัมพันธ์ ความสำคัญของการวางแผนการ ประชาสัมพันธ์ ประเภทของแผนงาน ประชาสัมพันธ์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนการ ประชาสัมพันธ์</p>	4	4	
<p>บทที่ 3 ระบบงานและการจัด โครงสร้างหน่วยงานประชาสัมพันธ์</p> <p>ระบบงานประชาสัมพันธ์ การกำหนดโครงสร้างหน่วยงาน ประชาสัมพันธ์ หลักหรือแนวทางปฏิบัติกับการ จัดองค์กร ข้อบัญญัติสืบประการของการ จัดองค์กรที่ดี หลักเกณฑ์การจัดโครงสร้าง</p>	4	4	

<p>หน่วยงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร ธุรกิจ</p> <p>การจัดโครงสร้างหน่วยงานการ ประชาสัมพันธ์ (Public Relations Organization)</p> <p>การประชาสัมพันธ์ในโครงสร้าง ขององค์กรแม่</p> <p>การจัดรูปแบบองค์กรภายในของ งานประชาสัมพันธ์ตามขนาดของ องค์กร</p> <p>บทบาทของนักประชาสัมพันธ์ใน องค์กรหรือหน่วยงาน</p> <p>หน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์มา พอสังเขป</p> <p>คุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ มีลักษณะอย่างไร</p>			
<p>บทที่ 4 หลักการวางแผนการ ประชาสัมพันธ์</p> <p>ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับ การวางแผนงานประชาสัมพันธ์</p> <p>แนวคิดในการวิเคราะห์ สถานการณ์</p> <p>ประเด็นด้านการประชาสัมพันธ์ และวิธีการวิเคราะห์สถานการณ์</p> <p>การทบทวน วิสัยทัศน์ พันธกิจ ขององค์กร</p> <p>วัตถุประสงค์และเป้าหมายของ องค์กร</p> <p>นโยบายที่ดีกับการวางแผน ประชาสัมพันธ์</p> <p>นโยบายในการดำเนินการ ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน</p> <p>ความสำคัญของนโยบายต่อการ วางแผนการประชาสัมพันธ์</p>	4	4	

<p>ประเภทและแหล่งที่มาของนโยบาย</p> <p>หลักและเทคนิคของการวางแผนการประชาสัมพันธ์</p> <p>ลักษณะที่ดีของแผนการประชาสัมพันธ์</p>			
<p>บทที่ 5 กระบวนการวางแผนการประชาสัมพันธ์</p> <p>กระบวนการวางแผนการประชาสัมพันธ์</p> <p>ขั้นตอนการวางแผนการประชาสัมพันธ์</p> <p>องค์ประกอบของแผนการประชาสัมพันธ์</p> <p>กำหนดวัตถุประสงค์ของแผนการประชาสัมพันธ์</p> <p>กลยุทธ์ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์</p>	4	4	
สอบกลางภาค			
<p>บทที่ 6 การจัดทำแผนและการบริการงานประชาสัมพันธ์</p> <p>การจัดทำแผนกาประชาสัมพันธ์</p> <p>ลักษณะของแผนการประชาสัมพันธ์</p> <p>วัตถุประสงค์ที่ดีกับการจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์</p> <p>ข้อผิดพลาดในการเขียนวัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์</p>	4	4	
<p>บทที่ 6 การจัดทำแผนและการบริการงานประชาสัมพันธ์ (ต่อ)</p> <p>การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์</p>	4	4	

<p>การวิเคราะห์กิจกรรมและชนิดของสื่อที่จะใช้</p> <p>การกำหนดงบประมาณค่าใช้จ่าย</p> <p>ความสัมพันธ์และความเชื่อมโยงของแผนงานประชาสัมพันธ์</p>			
<p>บทที่ 6 การจัดทำแผนและการบริการงานประชาสัมพันธ์ (ต่อ)</p> <p>ความหมายของการบริหารงานประชาสัมพันธ์</p> <p>ประเด็นหลักของการบริหารงานประชาสัมพันธ์</p> <p>บทบาทของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์</p> <p>ลักษณะของการบริหารงานประชาสัมพันธ์</p> <p>กระบวนการบริหารงานประชาสัมพันธ์</p> <p>การติดตามตรวจสอบและการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์</p>	4	8	<p>นักศึกษาเขียนโครงร่างแผนและมองภาพการบริหารงานประชาสัมพันธ์ ยังไม่ครอบคลุมและละเอียดเท่าที่ควร ผู้สอนจึงจัดสอนบรรยายเพิ่มเติมในหัวข้อ บทเรียนดังกล่าว</p>
<p>บทที่ 7 การประชาสัมพันธ์ทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์เพื่อความรับผิดชอบต่อสังคม</p> <p>การประชาสัมพันธ์ทางการตลาด (Marketing Public Relations : MPR)</p> <p>ความสัมพันธ์ระหว่างการประชาสัมพันธ์กับการดำเนินธุรกิจ</p> <p>ประโยชน์ของการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด</p> <p>ประเภทของการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด</p>	4	4	

<p>วัตถุประสงค์ของการ ประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด เครื่องมือในการทำ ประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด กลวิธีของการประชาสัมพันธ์ทาง การตลาด ขั้นตอนการวางแผนการ ประชาสัมพันธ์ทางการตลาด</p>			
<p>บทที่ 7 การประชาสัมพันธ์ทาง การตลาดและการประชาสัมพันธ์ เพื่อความรับผิดชอบต่อสังคม (ต่อ) การประชาสัมพันธ์เพื่อความ รับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) หลักแนวคิดของความรับผิดชอบต่อ สังคม ระดับของความรับผิดชอบต่อ สังคม วัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์เพื่อสังคม กระบวนการสร้างสรรค์งาน ประชาสัมพันธ์เพื่อสังคม</p>	4	4	
<p>บทที่ 8 การบริหารภาพลักษณ์และ แนวทางการรณรงค์การ ประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ของการ ประชาสัมพันธ์ ปรัชญาพื้นฐานของการสร้าง ภาพพจน์ ความสำคัญของภาพลักษณ์</p>	4	4	

<p>กระบวนการเกิดภาพลักษณ์ ลักษณะของภาพลักษณ์ งานประชาสัมพันธ์เพื่อ ภาพลักษณ์ ปัจจัยที่เป็นผลกระทบต่อ ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์การ การบริหารภาพลักษณ์ การรณรงค์ทางการ ประชาสัมพันธ์ ประเภทของการรณรงค์ทางการ ประชาสัมพันธ์ ลักษณะรูปแบบการรณรงค์ วัตถุประสงค์ของการรณรงค์ ทางการประชาสัมพันธ์ ขั้นตอนการวางแผนการรณรงค์ ประชาสัมพันธ์</p>			
<p>บทที่ 9 การบริหารประเด็นและการ บริหารการประชาสัมพันธ์ในภาวะ วิกฤต ที่มาและความหมายของการ บริหารประเด็น องค์ประกอบของการบริหาร ประเด็น ขั้นตอนการบริหารประเด็น การวางแผนการบริหารประเด็น หลักการบริหารประเด็นที่ดี การประชาสัมพันธ์ภาวะวิกฤต ลักษณะของภาวะวิกฤต ประเภทของภาวะวิกฤต การวางแผนการประชาสัมพันธ์ใน ภาวะวิกฤต กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภาวะ</p>	4	4	

<p>วิกฤต</p> <p>หลักการดำเนินการ</p> <p>ประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต</p> <p>การบริหารการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต</p> <p>ข้อควรคำนึงและหลักสำคัญในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤติ</p>			
<p>บทที่ 10 การติดตามตรวจสอบและการประเมินผลการประชาสัมพันธ์</p> <p>การติดตามตรวจสอบและการประเมินผล</p> <p>ลักษณะของการติดตามตรวจสอบและการประเมินผล</p> <p>ผู้ทำหน้าที่ประเมิน</p> <p>ขั้นตอนการติดตามตรวจสอบและประเมินผลการประชาสัมพันธ์</p> <p>วิธีการประเมินผลการประชาสัมพันธ์</p> <p>เทคนิคการเก็บข้อมูลในการประเมินผลการประชาสัมพันธ์</p> <p>ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการเก็บข้อมูล</p> <p>หลักการสร้างคำถาม สำหรับแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกตและแบบประเมิน</p> <p>ตัวอย่างแบบสอบถามเพื่อใช้ประเมินผลการประชาสัมพันธ์</p> <p>การรวบรวมข้อมูลในการประเมินผลทางการประชาสัมพันธ์</p> <p>การวิเคราะห์ข้อมูลในการประเมินผล</p>	4	4	

นำเสนอผลงานวางแผนและการบริหารงานประชาสัมพันธ์	4	4	
---	---	---	--

2. หัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน

หัวข้อที่ทำการสอนไม่ครอบคลุมหรือไม่ได้สอน (ถ้ามี)	ผลต่อผลการเรียนรู้ของรายวิชานี้	วิธีแก้ไข
ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

(ระบุหัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน และพิจารณาปัจจัยสำคัญของหัวข้อต่อผลการเรียนรู้ของรายวิชาและหลักสูตร ในกรณีที่มีนัยสำคัญให้เสนอแนวทางขจัดขย)

3. ประสิทธิภาพของวิธีสอนที่ทำให้เกิดผลการเรียนรู้ตามที่ระบุในรายละเอียดของรายวิชา

มาตรฐานผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอนที่ระบุในรายละเอียดของรายวิชา	ประสิทธิผล		อุปสรรคของการใช้กลยุทธ์พร้อมข้อเสนอแนะในการลดอุปสรรค
		มี	ไม่มี	
ระดับดี ถึง ปานกลาง	ผู้สอนจะยกตัวอย่างแผนงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรขนาดใหญ่ และเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป เพื่อให้ นักศึกษาสามารถเห็นภาพการบริหารงานอย่างชัดเจน โดยผู้สอนจะสอบถามผู้เรียนทุกครั้งว่าเข้าใจ บทเรียนหรือไม่ หากยังมีผู้เรียนที่ไม่เข้าใจ ผู้สอนจะอธิบายอีกครั้งจนกว่า นักศึกษาจะเข้าใจ	/		ความตั้งใจของนักศึกษา

4. ข้อเสนอการดำเนินการเพื่อปรับปรุงวิธีสอน

จากผลการประเมินพบว่าผู้เรียนส่วนใหญ่ อยากให้ผู้สอนอธิบายช้าลง

หมวดที่ 3 สรุปผลการจัดการเรียนการสอนของรายวิชา

1. จำนวนนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียน (ณ วันหมดกำหนดการเพิ่มถอน)

23 คน

2. จำนวนนักศึกษาที่คงอยู่เมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษา

23 คน

3.จำนวนนักศึกษาที่ถอน (W)

1

4. การกระจายของระดับคะแนน (เกรด)

เกรด	ช่วงเกรด MANUAL	รวม	%
A	80->>	1	4.35
B+	75-79.99	2	8.70
B	70-74.99	2	8.70
C+	65-69.99	4	17.39
C	60-64.99	4	17.39
D+	55-59.99	6	26.09
D	50-54.99	4	17.39
F	0-49.99	0	0.00
ไม่สมบูรณ์ (I)			
ผ่าน (P)			
ไม่ผ่าน (NP)			
ถอน (W)			

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 และผลกระทบต่อการดำเนินการ

ประเด็น	อุปสรรค	ผลกระทบต่อการเรียนรู้
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/ปีการศึกษาที่ผ่านมาและอธิบายผลการดำเนินการตามแผนถ้าไม่ได้ดำเนินการหรือไม่เสร็จสมบูรณ์ให้ระบุเหตุผล)

2. การดำเนินการอื่นๆ ในการปรับปรุงรายวิชา

ไม่มี

3. ข้อเสนอแผนการปรับปรุงสำหรับภาคการศึกษา/ปีการศึกษาต่อไป

กิจกรรมที่ต้องการ	วันสิ้นสุดกิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ
ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

4. ข้อเสนอแนะของอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาต่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ไม่มี

ชื่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบ

.....
(อาจารย์ภารดี พึ่งสำราญ)

วันที่รายงาน 20/12/58

ชื่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

.....
(อาจารย์วิษณุเศียร ทะกอง)

หัวหน้าหลักสูตร

วันที่รับรายงาน 20/12/58