

## รายงานผลการดำเนินการของรายวิชา

## ชื่อสถาบันอุดมศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

## วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา

คณะนิเทศศาสตร์

## หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

## 1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 8001003 หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

## 2. รายวิชาที่ต้องเรียนก่อนรายวิชานี้

ไม่มี

## 3. อาจารย์ผู้รับผิดชอบ อาจารย์ผู้สอนและกลุ่มเรียน (Section)

อาจารย์ผู้สอนและผู้รับผิดชอบรายวิชา

อาจารย์ ภารดี พึ่งสำราญ

อาจารย์ ณัฐ์ชนก กิจกาญจน์

## 4. ภาคการศึกษา/ปีการศึกษาที่เปิดสอนรายวิชา

ภาคเรียนที่ ๑/ชั้นปีที่ ๑

## 5. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

## หมวดที่ 2 การจัดการเรียนการสอนที่เปรียบเทียบกับแผนการสอน

## 1. รายงานชั่วโมงการสอนจริงเทียบกับแผนการสอน

หัวข้อ	จำนวนชั่วโมงตามแผนการสอน	จำนวนชั่วโมงที่ได้สอนจริง	ระบุสาเหตุที่การสอนจริงต่างจากแผนการสอนหากมีความแตกต่างเกิน 25%
<b>บทที่ ๑ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์</b> -ความหมายและความสำคัญของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ -ความหมายของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ -ความสำคัญการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ -วิธีการต่างๆที่ใช้หรือเกี่ยวข้องในการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ -วัตถุประสงค์ของการโฆษณาและการ	๖	๖	

<p>ประชาสัมพันธ์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-วัตถุประสงค์ของการโฆษณา</li> <li>-วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์</li> <li>-ประเภทของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์</li> <li>-ประเภทของการโฆษณา</li> <li>-ประเภทของการประชาสัมพันธ์</li> <li>-หลักสำคัญในการการประชาสัมพันธ์</li> <li>-หลักการประชาสัมพันธ์</li> <li>-ภาพลักษณ์ในงานประชาสัมพันธ์</li> <li>-สื่อมวลชนสัมพันธ์</li> </ul>			
<p><b>บทที่ ๒ ประวัติและพัฒนาการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-ประวัติและวิวัฒนาการของการโฆษณาในต่างประเทศ</li> <li>-ประวัติและวิวัฒนาการของการโฆษณาในประเทศไทย</li> <li>-ประวัติและวิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ</li> <li>-ประวัติและวิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย</li> </ul>	๓	๓	
<p><b>บทที่ ๓ องค์ประกอบของการโฆษณา</b></p> <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> </ul>	๖	๖	

<p>-ความหมายและความสำคัญของสื่อโฆษณา</p> <p>-ประเภทของสื่อโฆษณา</p> <p>-กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย</p> <p>-ความหมายและความสำคัญของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย</p> <p>-การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายในการโฆษณา</p>			
<p><b>บทที่ ๔ กระบวนการโฆษณา</b></p> <p>- การเตรียมข้อมูลเพื่อการโฆษณา</p> <p>-ประเภทของข้อมูลเพื่อการโฆษณา</p> <p>-แหล่งข้อมูลเพื่อการโฆษณา</p> <p>- การวางแผนรณรงค์โฆษณา</p> <p>-ลักษณะของแผนการรณรงค์โฆษณา</p> <p>-ขั้นตอนการวางแผนการรณรงค์โฆษณา</p> <p>-การวางแผนสื่อโฆษณา</p> <p>- การประเมินผลการโฆษณา</p> <p>-วัตถุประสงค์ของการประเมินผลการโฆษณา</p> <p>-เทคนิคการประเมินผล</p>	๑๒	๖	<p>เนื่องด้วยกิจกรรมของมหาวิทยาลัยค่อนข้างมาก ผู้สอนจึงต้องรวบรัดบทเรียนให้มีความกระชับมากยิ่งขึ้น</p>
<p><b>บทที่ ๕ อุตสาหกรรมการโฆษณา</b></p> <p>-องค์ประกอบของอุตสาหกรรม</p> <p>-องค์ประกอบที่สำคัญในอุตสาหกรรมการโฆษณา</p> <p>-หน่วยงานโฆษณาภายในองค์กร</p> <p>-บริษัทตัวแทนโฆษณา</p> <p>-ความหมายและบทบาทของบริษัทตัวแทนโฆษณา</p> <p>-ประเภทของบริษัทตัวแทนโฆษณา</p> <p>-โครงสร้างของบริษัทตัวแทนโฆษณา</p> <p>-การคิดค่าใช้จ่ายของบริษัทตัวแทนโฆษณา</p> <p>-การบริหารงานโฆษณา</p> <p>-เกณฑ์ในการคัดเลือกบริษัทตัวแทน</p>	๖	๓	

โฆษณา -การประสานงานระหว่างบริษัทตัวแทน โฆษณากับบริษัทผู้โฆษณา			
<b>บทที่ ๖ กระบวนการดำเนินงาน          ประชาสัมพันธ์</b> -การวิจัยทางการประชาสัมพันธ์ -ความหมายและความสำคัญของการวิจัย เพื่อการวางแผนประชาสัมพันธ์ -ประเภทของการวิจัยทางการ ประชาสัมพันธ์ -ขั้นตอนการวิจัยการประชาสัมพันธ์ -ประโยชน์การวิจัยการประชาสัมพันธ์ -การวางแผนการประชาสัมพันธ์ -ความหมายและความสำคัญของการวางแผน แผนการประชาสัมพันธ์ -ความสำคัญของการวางแผนการ ประชาสัมพันธ์ -ประเภทของแผนการประชาสัมพันธ์ -ขั้นตอนการวางแผนการประชาสัมพันธ์ -การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ -องค์ประกอบของการสื่อสารการ ประชาสัมพันธ์ -ประเภทและหลักของการสื่อสาร -การจัดทำแผนเพื่อการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ -การประเมินผลการประชาสัมพันธ์ -ความหมายของการประเมินผลการ ประชาสัมพันธ์ -ประเภทของการประเมินผลการ ประชาสัมพันธ์ -ขั้นตอนของการประเมินผลการ ประชาสัมพันธ์	๖	๖	
<b>บทที่ ๗ สื่อสารประชาสัมพันธ์</b> -สื่อบุคคลและสื่อคำพูด	๓	๓	

<ul style="list-style-type: none"> <li>-สื่อมวลชน</li> <li>-สื่อวิทยุกระจายเสียง</li> <li>-โทรทัศน์</li> <li>-หนังสือพิมพ์</li> <li>-นิตยสาร</li> <li>-สิ่งที่หน่วยงานผลิตและเผยแพร่ได้เอง</li> <li>-สื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ</li> <li>-สื่อกิจกรรม</li> </ul>			
<b>บทที่ ๘ ข้อบังคับและจรรยาบรรณในการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>-กฎหมายและจรรยาบรรณของการโฆษณา</li> <li>-กฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณา</li> <li>-จรรยาบรรณของการการโฆษณา</li> <li>-หน้าที่และจรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์</li> <li>-บทบาทและหน้าที่ของประชาสัมพันธ์</li> <li>-จรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์</li> </ul>	๓	๓	เนื้อหาสามารถรวบรัดให้เป็นสาระความรู้หนึ่งเดียวกันได้ พร้อมเสริมแบบฝึกหัด

## 2. หัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน

หัวข้อที่ทำการสอนไม่ครอบคลุมหรือไม่ได้สอน (ถ้ามี)	ผลต่อผลการเรียนรู้ของรายวิชานี้	วิธีแก้ไข
ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

(ระบุหัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน และพิจารณานัยสำคัญของหัวข้อต่อผลการเรียนรู้ของรายวิชาและหลักสูตร ในกรณีที่มีนัยสำคัญให้เสนอแนวทางขจัดขย)

## 3. ประสิทธิภาพของวิธีสอนที่ทำให้เกิดผลการเรียนรู้ตามที่ระบุในรายละเอียดของรายวิชา

มาตรฐานผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอนที่ระบุในรายละเอียดของรายวิชา	ประสิทธิผล		อุปสรรคของการใช้กลยุทธ์ พร้อมข้อเสนอแนะในการลดอุปสรรค
		มี	ไม่มี	
ระดับดี ถึง ปานกลาง	ผู้สอนจะยกตัวอย่างที่นักศึกษาสามารถเห็นภาพอย่างชัดเจน และสอบถามผู้เรียนทุกครั้งว่าเข้าใจบทเรียนหรือไม่ หากยังมีกลุ่มผู้เรียน	/		ความตั้งใจของนักศึกษา

	ที่ไม่เข้าใจ ผู้สอนจะอธิบายอีกครั้ง จนกว่านักศึกษาจะเข้าใจ			
--	---	--	--	--

#### 4. ข้อเสนอการดำเนินการเพื่อปรับปรุงวิธีสอน

จากผลการประเมินพบว่าผู้เรียนส่วนใหญ่ อยากให้ผู้สอนอธิบายช้าลง

#### หมวดที่ 3 สรุปผลการจัดการเรียนการสอนของรายวิชา

##### 1. จำนวนนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียน (ณ วันหมดกำหนดการเพิ่มถอน )

168 คน

##### 2. จำนวนนักศึกษาที่คงอยู่เมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษา

138 คน

##### 3. จำนวนนักศึกษาที่ถอน (W)

-

##### 4. การกระจายของระดับคะแนน (เกรด)

A	2	1.19
B <sup>+</sup>	3	1.78
B	14	8.33
C <sup>+</sup>	29	17.26
C	27	16.07
D <sup>+</sup>	30	17.85
D	33	19.64
F	27	16.07
ไม่สมบูรณ์ (I)		
ผ่าน (P)		
ไม่ผ่าน (NP)		
ถอน (W)		

##### 5. ปัจจัยที่ทำให้ระดับคะแนนผิดปกติ

ความคลาดเคลื่อน	เหตุผล
ไม่มี	

## 6. ความคลาดเคลื่อนจากแผนการประเมินที่กำหนดไว้ในรายละเอียดรายวิชา

## 6.1 ความคลาดเคลื่อนด้านกำหนดการประเมิน

ปัจจัย	ความคลาดเคลื่อน	เหตุผล
ไม่มี	ไม่มี	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 (แนบเอกสาร)

## 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

.....  
(อาจารย์ณัฐสชนก กิจกาญจน์)

วันที่รายงาน 20/12/58

ชื่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

.....  
(อาจารย์วิษณุเศศวร ทะกอง)

หัวหน้าหลักสูตร

วันที่รับรายงาน 20/12/58