



มคอ ๓ รายละเอียดรายวิชา

รหัสวิชา ๘๑๒๓๐๐๔

ชื่อวิชาการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน
(Public Relation of an Organization)

รายวิชานี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๕๕

คณะนิเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สารบัญ

| หมวด | | หน้า |
|--------|---|-------|
| หมวด ๑ | ข้อมูลทั่วไป | ๑ |
| หมวด ๒ | จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ | ๔ |
| หมวด ๓ | ลักษณะและการดำเนินการ | ๔ |
| หมวด ๔ | การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา | ๕-๗ |
| หมวด ๕ | แผนการสอนและการประเมินผล | ๘-๑๓ |
| หมวด ๖ | ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน | ๑๔-๑๕ |
| หมวด ๗ | การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา | ๑๕-๑๖ |

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

คณะ นิเทศศาสตร์

หมวดที่ ๑ ข้อมูลโดยทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

๘๑๒๓๐๐๔ การประชาสัมพันธ์หน่วยงาน (Public Relation of an Organization)

๒. จำนวนหน่วยกิต หรือจำนวนชั่วโมง

๓ (๒ - ๒ - ๕) หน่วยกิต

๓. หลักสูตรและประเภทรายวิชา

นิเทศศาสตร์ เป็นรายวิชาในหมวดวิชาเอกบังคับ สาขาวิชาประชาสัมพันธ์

๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อาจารย์ภารดี พึ่งสำราญ

อาจารย์ผู้สอน อาจารย์ภารดี พึ่งสำราญ

๕. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคเรียนที่ ๑/๒๕๕๙ ภาคพิเศษ

๖. รายวิชาที่เรียนมาก่อน (Pre-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

๗. รายวิชาที่ต้องการเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

๘. สถานที่เรียน

ตึกอาคารเรียน เฉลิมพระเกียรติ

๙. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

กรกฎาคม ๒๕๕๙

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

๑. นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทและความสำคัญของการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน

๒. นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจถึงแนวคิดของการประชาสัมพันธ์

๓. นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจถึงรูปแบบวิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน
๔. นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจถึงรูปแบบการจัดองค์กรงานประชาสัมพันธ์หน่วยงาน
๕. นักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์
๖. มีความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
๗. นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์
๘. นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานประเภทต่าง ๆ
๙. นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่แสดงถึงความรับผิดชอบที่มีต่อสังคมขององค์กร

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจในบทบาทและความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ที่มีต่อองค์กร องค์กรประกอบขององค์กร ลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร ประเภทต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถนำความรู้ดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตและการประกอบอาชีพในอนาคต

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาบทบาท และความสำคัญของการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน แนวคิดและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์หน่วยงาน การจัดองค์กรงานประชาสัมพันธ์ ความสัมพันธ์ระหว่างงานประชาสัมพันธ์กับองค์กร กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ วัตถุประสงค์ นโยบาย และวิธีดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ตลอดจนความรับผิดชอบต่อหน่วยงานมีต่อสังคม วิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน

๒. จำนวนชั่วโมงใช้ต่อภาคการศึกษา

| บรรยาย | สอนเสริม | การฝึกปฏิบัติงานภาคสนาม/การฝึกงาน | การศึกษาด้วยตนเอง |
|--|--|--|---------------------------------------|
| บรรยายและอภิปรายระหว่างอาจารย์กับนักศึกษา จำนวน ๓๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา | สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษา เฉพาะราย | การดำเนินการหรือจัดทำโครงการที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน | การศึกษาด้วยตนเอง ๖ ชั่วโมงต่อสัปดาห์ |

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

๓ ชั่วโมง ทุกวันจันทร์ เวลา ๐๙.๐๐ – ๑๒.๐๐ น. ณ คณะนิเทศศาสตร์

หมวดที่ ๔

การพัฒนาการเรียนรูของนักศึกษา วิชา การประชาสัมพันธ์หน่วยงาน มีการกำหนดมาตรฐาน การเรียนรูตามกรอบ มาตรฐานคุณวุฒิ 5 ด้าน

1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม (Ethics and Moral)

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

วิธีการสอนที่จะพัฒนาการเรียนรูด้านคุณธรรม จริยธรรม

- 1) อาจารย์ผู้สอนสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพในชั้นเรียน เช่น หลักการคุณสมบัตินักประชาสัมพันธ์ จรรยาบรรณวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชน การจัดการกิจกรรม/โครงการประจำคณะและมหาวิทยาลัย
- 2) ให้ความสำคัญของการมีวินัย การตรงต่อเวลา การส่งงานตามกำหนดและความซื่อสัตย์ในการทำกิจกรรมหรืองานที่มอบหมาย
- 3) อาจารย์ผู้สอนจัดกิจกรรมให้นักศึกษาทำงานร่วมกัน
- 4) อาจารย์ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่นักศึกษา

วิธีการประเมินผล

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

๒. ความรู้

| ความ รับผิดชอบ | ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF |
|-------------------|--|
| • | 2.1 มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดหลักการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน |
| • | 2.2 สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาในศาสตร์กับความรู้ในศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในหลักการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน |
| • | 2.3 สามารถใช้ความรู้และทักษะในสาขาวิชาชีพในศาสตร์มาประยุกต์แก้ไขปัญหาในงานประชาสัมพันธ์หน่วยงาน |

| ความ รับผิดชอบ | ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF |
|-------------------|--|
| ○ | 2.4 มีความรู้และทักษะของหลักการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน |
| ● | 2.5 มีประสบการณ์ทางการฝึกปฏิบัติการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน |

วิธีการสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

- 1) จัดการเรียนการสอนให้ครบถ้วนตามคำอธิบายรายวิชาโดยเน้นให้มีการบูรณาการความรู้และทักษะทางวิชาชีพ
- 2) จัดให้มีการเรียนรู้โดยใช้เหตุการณ์จริงมาประยุกต์ใช้กับภาคทฤษฎี เช่น บรรยายนำเสนอความรู้เรื่อง หลักการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน ตัวอย่างองค์กรธุรกิจที่เกี่ยวข้อง
- 3) จัดบรรยายพิเศษโดยวิทยากรภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีประสบการณ์ตรง
- 4) จัดให้มีรายวิชาโครงการ/การฝึกปฏิบัติในสถานประกอบการ

วิธีการประเมินผล

ประเมินจากผลสัมฤทธิ์แทนการเรียนและการปฏิบัติงานของนักศึกษาในด้านต่าง ๆ คือ

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

เน้นการใช้วิธีการวัดหลากหลายตามเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อพัฒนาผู้เรียนจาก เพิ่มสะสมงานแบบฝึกหัด การสังเกต การสัมภาษณ์ นำเสนอข้อมูลจากการค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องในชั้นเรียน วิเคราะห์กรณีศึกษาทั้งงานเดี่ยวและงานกลุ่ม สอบกลางภาค สอบปลายภาค

๓. ทักษะทางปัญญา

| ความ รับผิดชอบ | ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF |
|-------------------|--|
| ● | 3.1 สามารถคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ โดยการใช้องค์ความรู้เกี่ยวกับหลักการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน |
| ● | 3.2 ใช้ทักษะปัญญาสร้างสรรค์โครงการที่เกี่ยวข้องกับหลักการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน |
| ● | 3.3 สามารถเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงความรู้แนวคิดทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและประสบการณ์ในภาคปฏิบัติจริง |

วิธีการสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะปัญญา

- 1) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้ฝึกทักษะด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีสมัยใหม่ ดำเนินกิจกรรมการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน
- 2) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง เช่น ให้ผู้เรียนมีโอกาสฝึกปฏิบัติการดำเนินกิจกรรมการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน
- 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 สังเกตจากการสร้างมนุษยสัมพันธ์มอบหมายให้นักศึกษาร่วมกันทำงานเป็นคู่และเป็นกลุ่ม การนำเสนอผลงานกลุ่ม
- 2) สอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบ การมีมนุษยสัมพันธ์ การเข้าใจวัฒนธรรมขององค์กรในรายวิชาต่าง ๆ สังเกตจากภาวะผู้นำและผู้ตาม 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 |

| ความ รับผิดชอบ | ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF |
|-------------------|--|
| ○ | 5.3 เลือกใช้สถิติพื้นฐานเพื่อการวิเคราะห์และตัดสินใจ วางแผน อย่างเป็นระบบ |
| ● | 5.4 แนะนำประเด็นการแก้ไขปัญหาโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทางนิเทศศาสตร์ต่อปัญหาที่เกี่ยวข้องอย่างสร้างสรรค์ |

วิธีการสอนที่ใช้การพัฒนาจากการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

1) จัดการเรียนการสอนที่เน้นการฝึกทักษะเทคนิคทางสถิติเพื่อคณิตศาสตร์และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น การสืบค้นรายงาน บทความ นำเสนอในชั้นเรียนได้อย่างเหมาะสม

2) จัดประสบการณ์ให้ผู้เรียนนำเสนอผลงานโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ทางคณิตศาสตร์และสถิติประกอบการดำเนินกิจกรรม/ชิ้นงาน

วิธีการประเมินผล

ประเมินจากความสามารถในการใช้ทักษะทางคณิตศาสตร์และสถิติเพื่ออธิบายและอภิปรายผลงานได้อย่างเหมาะสม

- ประเมินผลจากกระบวนการ ขั้นตอนในการดำเนินการจัดกิจกรรม/ชิ้นงาน

- พิจารณาจากการนำเสนอผลงานจากการใช้ และสืบค้นเทคโนโลยีการสื่อสาร การค้นคว้า การ

สร้างสรรค์

หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

๑.แผนการสอน

| ลำดับที่ | จำนวนคาบ | หัวข้อ/รายละเอียด/เรื่อง | จุดประสงค์การเรียนรู้ | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อ/อุปกรณ์ที่ใช้ | ผู้สอน | หมายเหตุ |
|----------|----------|--|---|---|---|----------------------|----------|
| ๑ | ๔ | บทที่ ๑ ความหมายและความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ - ความหมายของการประชาสัมพันธ์ - ลักษณะที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์ - ปรัชญาการประชาสัมพันธ์ - การประชาสัมพันธ์กับความเป็นศาสตร์และศิลปะ - ขอบเขตของการประชาสัมพันธ์ - ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ - ความเข้าใจเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ - บทบาทหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ | - เพื่อให้ศึกษามีความรู้ ความเข้าใจและสามารถอธิบายความรู้ ความหมาย ปรัชญาของการประชาสัมพันธ์ -เพื่อให้ศึกษามีความรู้ ความเข้าใจสำหรับศาสตร์และศิลปะ -ขอบเขตของการประชาสัมพันธ์ -เพื่อให้ศึกษาเข้าใจบทบาทหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์อย่างท่องแท้ | -บรรยายประกอบการยกตัวอย่าง -การอภิปราย -สรุปท้ายบทเรียน | -เอกสาร -สื่ออิเล็กทรอนิกส์ PPT -แบบฝึกหัด | อ.ภารดี พิ่งสำราญ | |
| ๒ | ๔ | บทที่ ๒ แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ - แนวคิดการประชาสัมพันธ์ - แนวคิดการประชาสัมพันธ์ในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ โดยนักวิชาการ | - เพื่อให้ศึกษามีความรู้ ความเข้าใจและสามารถอธิบายแนวคิดต่าง ๆ ด้านการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ได้ | -บรรยายประกอบการยกตัวอย่าง -การอภิปราย -สรุปท้ายบทเรียน | -เอกสาร -สื่ออิเล็กทรอนิกส์ PPT | อ.ภารดี พิ่งสำราญ | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|--|--|--|--|
| | | <p>และผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - แนวคิดการประชาสัมพันธ์ในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติโดยสถาบันและสมาคม | <p>- เพื่อให้ นักศึกษาสามารถประยุกต์ใช้หรือนำแนวคิดดังกล่าว มาปรับใช้ได้เหมาะสม</p> | | | | |
| ๒ | ๔ | <p>และวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - แนวคิดการประชาสัมพันธ์ : หน้าที่ของการประชาสัมพันธ์ในด้านการปฏิบัติ - แนวคิดการประชาสัมพันธ์ <p>ในการดำเนินงานอดีต – ปัจจุบัน</p> <ul style="list-style-type: none"> - แนวคิดการประชาสัมพันธ์ : กระบวนการและหน้าที่ของการประชาสัมพันธ์ - แนวคิดการประชาสัมพันธ์เริ่มต้นจากฝ่ายบริหารสื่อสารไปสู่ประชาชน - นักประชาสัมพันธ์กับภาระหน้าที่ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ - นักประชาสัมพันธ์กับหลักปฏิบัติเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ - แนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์ธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคม | | | | | |

| | | | | | | | |
|-----|---|---|--|---|---|---------------------|--|
| | | - แนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมสาธารณะ | | | | | |
| ๓-๔ | ๘ | บทที่ 3 การวิเคราะห์สถานการณ์ - ประโยชน์ของการวิเคราะห์สถานการณ์ - แนวคิดในการวิเคราะห์สถานการณ์ - วิธีการวิเคราะห์สถานการณ์ - การวิเคราะห์สถานการณ์อย่างไม่เป็นทางการ - การการวิเคราะห์สถานการณ์ด้วยหลักการ SWOT - การวิเคราะห์สถานการณ์ด้วยวิธีการอย่างเป็นทางการ ด้วยวิธีการวิจัย - กระบวนการวิจัย - วิธีการวิจัยเพื่อการวางแผน | -เพื่อให้นักศึกษาสามารถวิเคราะห์สถานการณ์ได้อย่างถี่ถ้วน ถูกต้อง | -บรรยายประกอบการยกตัวอย่าง -การอภิปราย -สรุปท้ายบทเรียน | -เอกสาร -นำเสนอการวิเคราะห์สถานการณ์ หน่วยงานรายกลุ่ม | อ.ภารดี พິงสำราญ | |
| ๕ | ๔ | บทที่ 4 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ - กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ - การวิจัยการประชาสัมพันธ์ - การวางแผนการประชาสัมพันธ์ - การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ - การประเมินผลการประชาสัมพันธ์ | -เพื่อให้ศึกษามีความรู้ ความเข้าใจในกระบวนการด้านการประชาสัมพันธ์ทุกขั้นตอน -เพื่อให้ศึกษามีความรู้ความเข้าใจถึงกระบวนการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ หากเกิด | -บรรยายประกอบการยกตัวอย่าง -การอภิปราย -สรุปท้ายบทเรียน | -เอกสาร -สื่ออิเล็กทรอนิกส์ PPT -แบบฝึกหัด | อ.ภารดี พິงสำราญ | |

| | | | | | | | |
|---|---|--|--|---|---|----------------------|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> - ปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน - ข้อเสนอแนะในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ | ปัญหาขึ้นภายในหน่วยงาน | | | | |
| ๖ | | สอบกลางภาค | | | | | |
| ๗ | ๔ | บทที่ ๕ หลักการและวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ <ul style="list-style-type: none"> - หลักการประชาสัมพันธ์ - หลักสำคัญที่พึงยึดถือปฏิบัติในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ - หลักปฏิบัติเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ - วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ - การประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจ | -เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจในหลักเกณฑ์ การกำหนด วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ | -บรรยายประกอบการยกตัวอย่าง -การอภิปราย -สรุปท้ายบทเรียน | -เอกสาร -สื่ออิเล็กทรอนิกส์ PPT | อ.ภารดี พिंगสำราญ | |
| ๘ | ๔ | บทที่ ๖ นโยบายการประชาสัมพันธ์ <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของนโยบาย - ความสำคัญของนโยบาย - การจัดทำนโยบาย - ประเภทและแหล่งที่มาของนโยบาย - ปัจจัยเพื่อกำหนดนโยบาย | -เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจในความหมาย ประเภท แหล่งที่มา การกำหนดนโยบายที่เหมาะสมต่อหน่วยงาน -เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจในลักษณะของนโยบายการ | -บรรยายประกอบการยกตัวอย่าง -การอภิปราย -สรุปท้ายบทเรียน | -เอกสาร -สื่ออิเล็กทรอนิกส์ PPT -งานเดี่ยวค้นคว้าเพิ่มเติมนโยบายขององค์กรต่างๆ | อ.ภารดี พिंगสำราญ | |

| | | | | | | | |
|----|---|---|--|--|---|---------------------|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะของนโยบายที่ดี - นโยบายการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร | <p>ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรและลักษณะของนโยบายที่ดี</p> | | พร้อมนำเสนอ | | |
| ๙ | ๔ | <p>บทที่ ๗ การจัดตั้งองค์กรประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของหน่วยงาน - องค์ประกอบที่สำคัญของหน่วยงาน - หลักปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดองค์กร - ปัจจัยที่จะต้องพิจารณาในการจัดองค์กร - การจัดหน่วยงานและการกำหนดอำนาจหน้าที่ - โครงสร้างของงานประชาสัมพันธ์ - งานประชาสัมพันธ์ในโครงสร้างขององค์กรแม่ - รูปแบบโครงสร้างองค์กรประชาสัมพันธ์หน่วยงาน - ขอบเขตการประชาสัมพันธ์ - บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ - ปัญหาและอุปสรรคในการจัดโครงสร้างหน่วยงานประชาสัมพันธ์ | <ul style="list-style-type: none"> - เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจในหลักเกณฑ์ การจัดตั้งองค์กรประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานที่เหมาะสม - เพื่อให้ นักศึกษาเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ตามโครงสร้างงานประชาสัมพันธ์อย่างท่องแท้ | <ul style="list-style-type: none"> - บรรยายประกอบการยกตัวอย่าง - การอภิปราย - สรุปท้ายบทเรียน | <ul style="list-style-type: none"> - เอกสาร - สื่ออิเล็กทรอนิกส์ PPT | อ.ภารดี พึงสำราญ | |
| ๑๐ | ๔ | <p>บทที่ ๗ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกันกับการ</p> | <ul style="list-style-type: none"> - เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความ | <ul style="list-style-type: none"> - บรรยายประกอบการ | <ul style="list-style-type: none"> - เอกสาร | อ.ภารดี | |

| | | | | | | | |
|-------|---|--|---|---|---|--------------------------------|--|
| | | <p>ประชาสัมพันธ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย - พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสาร | <p>เข้าใจในกฎหมายที่เกี่ยวข้องกันกับการประชาสัมพันธ์</p> | <p>ยกตัวอย่าง</p> <ul style="list-style-type: none"> -การอภิปราย -สรุปท้ายบทเรียน | | <p>ฟังสำราญ</p> | |
| ๑๑-๑๒ | ๘ | <p>บทที่ ๙ กลยุทธ์การสื่อสารการประชาสัมพันธ์องค์กร</p> <ul style="list-style-type: none"> - กลยุทธ์สำหรับการสื่อสารองค์กร กลยุทธ์การจัดการภาพลักษณ์และชื่อเสียงองค์กร กลยุทธ์การจัดการความขัดแย้ง การจัดการประเด็นสาธารณะและการจัดการภาวะวิกฤต กลยุทธ์การจัดการความเสี่ยง กลยุทธ์การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มเป้าหมาย - กลยุทธ์สำหรับการสื่อสารการตลาด กลยุทธ์การบริหารภาพลักษณ์และ | <ul style="list-style-type: none"> - เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจและสามารถอธิบายกลยุทธ์การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ต่างๆได้ - เพื่อให้ นักศึกษาสามารถประยุกต์ใช้กลยุทธ์การสื่อสารหรือนำกลยุทธ์การสื่อสารดังกล่าวมาปรับใช้สำหรับการประชาสัมพันธ์องค์กรได้อย่างเหมาะสม | <p>-บรรยายประกอบการยกตัวอย่าง</p> <ul style="list-style-type: none"> -การอภิปราย -สรุปท้ายบทเรียน | <p>-เอกสาร</p> <ul style="list-style-type: none"> -สื่ออิเล็กทรอนิกส์ <p>PPT</p> <ul style="list-style-type: none"> -งานกลุ่มค้นคว้า <p>กลยุทธ์การสื่อสารการประชาสัมพันธ์องค์กร พร้อมนำเสนอ</p> | <p>อ.ภารดี</p> <p>ฟังสำราญ</p> | |

| | | | | | | | |
|----|---|---|--|---|---|---|--|
| | | <p>ชื่อเสียงตราสำคัญการจูงใจ</p> <p>กลยุทธ์การเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรม</p> <p>กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มเป้าหมาย</p> <p>กลยุทธ์การใช้สื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย</p> <p>- กลยุทธ์สำหรับการสื่อสารสาธารณะหรือเพื่อการรณรงค์ด้านสังคม</p> <p>กลยุทธ์การจูงใจ</p> <p>กลยุทธ์การเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรม</p> <p>กลยุทธ์การใช้สื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย</p> | | | | | |
| ๑๓ | ๔ | <p>บทที่ ๑๐ การประชาสัมพันธ์ขององค์กรต่าง</p> <ul style="list-style-type: none"> - การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ - การประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล - การประชาสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจ - การประชาสัมพันธ์องค์กรไม่แสวงหากำไร | <ul style="list-style-type: none"> - เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ การประชาสัมพันธ์องค์กรต่างๆ - เพื่อให้ นักศึกษาเข้าใจ และสามารถอธิบายได้ถึงกลยุทธ์ เทคนิค การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์องค์กรตาม | <ul style="list-style-type: none"> -บรรยายประกอบการยกตัวอย่าง -การอภิปราย -สรุปท้ายบทเรียน | <ul style="list-style-type: none"> -เอกสาร -สื่ออิเล็กทรอนิกส์ PPT | <ul style="list-style-type: none"> อ.ภารดี พึงสำราญ | |

| | | | | | | | |
|-------|---|--|--|---|------------------------------------|---------------------|--|
| | | | ลักษณะองค์กรประเภทต่างๆ | | | | |
| ๑๔-๑๕ | ๘ | บทที่ ๑๑ ยกตัวอย่างกรณีศึกษาหรือการดำเนินงานประชาสัมพันธ์องค์กรต่าง ๆ | เพื่อให้สามารถนำความรู้ที่ได้ มาประยุกต์ใช้เมื่อเกิดการปฏิบัติจริง | - ศึกษากรณีตัวอย่างและดำเนินการหรือจัดทำโครงการที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์หน่วยงานค์กร | -บรรยาย -ปฏิบัติจริงพร้อมนำเสนอ | อ.ภารดี พึงสำราญ | |
| ๑๖ | | สอบปลายภาค | | | | | |

๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

| กิจกรรม ที่ | ผลการเรียนรู้ | วิธีการประเมิน | สัปดาห์ที่ ประเมิน | สัดส่วนของ การประเมินผล |
|----------------|------------------------------|---|-----------------------|----------------------------|
| ๑ | ๑. คะแนนระหว่างภาค | - การศึกษาค้นคว้า รายงานกลุ่ม กรณีศึกษา - การรายงานการค้นคว้าด้วยตนเอง - รายงานการสรุปผลการดำเนินหรือ จัดทำโครงการ | ๒ - ๑๕ | ๔๐% |
| ๒ | ๑. คะแนนสอบ | - คะแนนสอบกลางภาค - คะแนนสอบปลายภาค | ๘ ๑๖ | ๕๐% |
| ๓ | ๑. พฤติกรรม ๒. จิตสาธารณะ | - การเข้าชั้นเรียนและมีส่วนร่วม ในกิจกรรมชั้นเรียน - การมีมารยาทและปฏิบัติตาม กฎระเบียบของมหาวิทยาลัย - ทำแบบฝึกหัดและส่งงานภายใน ระยะเวลาที่กำหนด | ๑ - ๑๕ | ๑๐% |
| | | รวม | | ๑๐๐% |

หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (๒๕๕๔). การวางแผนและการประเมินผลการสื่อสารเชิงกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่ ๑. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตรารภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. (๒๕๕๒). ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ ๘. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นงลักษณ์ สุทธิวิวัฒน์พันธ์. (๒๕๕๕). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : อัลฟ่า พับลิชชิ่ง จำกัด.
- วิรัช ลภีรัตน์กุล. (๒๕๕๒). นักประชาสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติยุคสารสนเทศ. พิมพ์ครั้งที่ ๓. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรัช ลภีรัตน์กุล. (๒๕๕๙). การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. (ปรับปรุงเพิ่มเติมใหม่). พิมพ์ครั้งที่ ๑. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรพรรณ ถาวรายุศม์. (๒๕๕๙). การประชาสัมพันธ์หน่วยงาน. ตำราการประชาสัมพันธ์

หลักสูตรนิเทศศาสตร์. จันทบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

- จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. (๒๕๕๒). **ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์**. พิมพ์ครั้งที่ ๘. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นงลักษณ์ สุทธิวิฒนพันธ์. (๒๕๕๕). **กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ : อัลฟ่า พับลิชชิ่ง จำกัด.
- วิจิตร อาระกุล. (๒๕๓๔). **การประชาสัมพันธ์หลักและวิธีปฏิบัติ**. พิมพ์ครั้งที่ ๓. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิชจำกัด.
- วิรัช ลภีรัตน์กุล. (๒๕๕๒). **นักประชาสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติยุคสารสนเทศ**. พิมพ์ครั้งที่ ๓. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรัช ลภีรัตน์กุล. (๒๕๕๙). **การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์**. (ปรับปรุงเพิ่มเติมใหม่). พิมพ์ครั้งที่ ๑. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี วงษ์มนธา. (๒๕๕๒). **การประชาสัมพันธ์ : ทฤษฎีและปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. (๒๕๕๘). **เอกสารการสอนชุดวิชากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์**. (หน่วยที่ ๑ – ๗). นนทบุรี. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. (๒๕๕๘). **เอกสารการสอนชุดวิชากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์**. (หน่วยที่ ๑๑ – ๑๕).
- สุธา พงศ์ถาวรภิญโญ, นันทิตา โอฐกรรม และ ดุษฎี นิลดำ. (๒๕๕๙). **หลักการสื่อสารองค์กร**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- อรพรรณ ถาวรยศม์. (๒๕๕๙). **การประชาสัมพันธ์หน่วยงาน**. ตำราการประชาสัมพันธ์ หลักสูตรนิเทศศาสตร์. จันทบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- Berneys, E.L. (๑๙๘๒). **Public Relations**. Norman : University of Oklahoma. Press.
- Pearce, J.A.& Robinson, B.J. (๑๙๘๙). **Management**. New York : Random House.
- www.google.com
- www.sanook.com
- เว็บต่าง ๆ ขององค์กร

๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. (๒๕๕๘). **เอกสารการสอนชุดวิชากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์**. (หน่วยที่ ๑ – ๗). นนทบุรี. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. (๒๕๕๘). **เอกสารการสอนชุดวิชากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์**. (หน่วยที่ ๑๑ – ๑๕).
- สุธา พงศ์ถาวรภิญโญ, นันทิตา โอฐกรรม และ ดุษฎี นิลดำ. (๒๕๕๙). **หลักการสื่อสารองค์กร**.

กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

-Berneys, E.L. (๑๙๘๒). **Public Relations**. Norman : University of Oklahoma. Press.

-Pearce, J.A.& Robinson, B.J. (๑๙๘๙). **Management**. New York : Random House.

- www.google.com

-www.sanook.com

-เว็บต่าง ๆ ขององค์กร

หมวด ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ที่จัดทำโดยนักศึกษาได้จัดกิจกรรมในการนำเสนอแนวคิดและความเห็นจากนักศึกษา 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

จัดให้มีระบบการทบทวนประสิทธิภาพของรายวิชา โดยพิจารณาผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษา คณะกรรมการประเมินของหลักสูตร/ภาควิชา การรายงานรายวิชาหลังการทบทวนประสิทธิภาพของรายวิชา การทบทวนเนื้อหาที่สอน กลยุทธ์การสอน ปรับปรุงรายวิชาทุกปี เปลี่ยนสลับผู้สอนหรือสอนเป็นทีม