



มคอ 3 รายละเอียดรายวิชา

รหัสวิชา 8001003

ชื่อวิชา หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
Principles of Advertising and Public Relations

รายวิชานี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต

หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2555

คณะนิเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	3
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	4
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	4
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	5-7
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	8-11
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	11-13
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	13-14

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

คณะ นิเทศศาสตร์

หมวดที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา
รหัสวิชา 8001003 ชื่อวิชา หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ Principles of Advertising and Public Relations
2. จำนวนหน่วยกิต หรือจำนวนชั่วโมง
3 (3- 0- 6) หน่วยกิต
3. หลักสูตรและประเภทรายวิชา
นิเทศศาสตร์ เป็นรายวิชาในหมวดวิชาหลักสูตรนิเทศศาสตร์
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผศ.ดร.จำเริญ คังคะศรี
อาจารย์ผู้สอน อาจารย์ภารดี พิงส์สำราญ
5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน
ภาคพิเศษ (เสาร์-อาทิตย์) ภาคเรียนที่ 2/2559
6. รายวิชาที่เรียนมาก่อน (Pre-requisites) (ถ้ามี)
-ไม่มี-
7. รายวิชาที่ต้องการเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)
ไม่มี
8. สถานที่เรียน
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด
ธันวาคม 2559

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

ศึกษาความหมายวิวัฒนาการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ หลักการและบทบาทของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อระบบสังคม เศรษฐกิจและการเมือง กระบวนการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างขอบข่ายงานด้านการโฆษณาและงานด้านประชาสัมพันธ์ ตลอดจนพิจารณาความแตกต่างของการใช้เครื่องมือเพื่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งวางแผนสื่อสาร การกำหนดงบประมาณ และการประเมินผลงานโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้ศึกษามีความรู้ความเข้าใจในความหมายและวิวัฒนาการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ หลักการและบทบาทของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อระบบสังคม เศรษฐกิจและการเมือง กระบวนการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างขอบข่ายงานด้านการโฆษณาและงานด้านประชาสัมพันธ์ ตลอดจนพิจารณาความแตกต่างของการใช้เครื่องมือเพื่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งวางแผนสื่อสาร การกำหนดงบประมาณ และการประเมินผลงานโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ให้ทันต่อสภาวะการณ์ในปัจจุบัน

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาความหมายวิวัฒนาการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ หลักการและบทบาทของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อระบบสังคม เศรษฐกิจและการเมือง กระบวนการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างขอบข่ายงานด้านการโฆษณาและงานด้านประชาสัมพันธ์ ตลอดจนพิจารณาความแตกต่างของการใช้เครื่องมือเพื่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งวางแผนสื่อสาร การกำหนดงบประมาณ และการประเมินผลงานโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติงาน ภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยายและอภิปราย ระหว่างอาจารย์กับ นักศึกษา จำนวน 28 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมตามความ ต้องการของนักศึกษา เฉพาะราย	ไม่มีการฝึกปฏิบัติงาน ภาคสนาม	การศึกษาด้วยตนเอง 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

- 3.จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล
3 ชั่วโมง ทุกวันพุธ เวลา 13.00 – 16.00 น. ณ คณะนิเทศศาสตร์

หมวดที่ 4 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

2. 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 ลักษณะโครงการเพื่อการ

พัฒนาท้องถิ่น โดยประยุกต์จากเนื้อหาในบทเรียน มอบหมายงานให้นักศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลอื่น เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต ข่าว ให้นักศึกษานำเนื้อหาที่ได้จากการเรียนรู้ไปใช้ให้ถูกต้อง 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

3. ทักษะทางปัญญา

ความ รับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
○	3.1 สามารถคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ โดยการใช้องค์ความรู้เกี่ยวกับหลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

ความ รับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
•	3.2 ใช้ทักษะปัญญาสร้างสรรค์โครงการที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
○	3.3 สามารถเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงความรู้แนวคิดทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและประสบการณ์ในภาคปฏิบัติจริง

วิธีการสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะปัญญา

- 1) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้ฝึกทักษะด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีสมัยใหม่
ดำเนินกิจกรรมการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
- 2) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง เช่น ให้ผู้เรียนมีโอกาสฝึก
ปฏิบัติการดำเนินกิจกรรมการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
- 3) จัดกระบวนการเรียนการสอนที่ฝึกทักษะการคิดทั้งในระดับบุคคลและกลุ่ม เช่น การจัดทำกิจกรรม
โดยให้นักศึกษารู้จักวางแผนในการทำงานทั้งงานเดี่ยว และงานกลุ่มโดยรู้ลำดับขั้นตอนความสำคัญ และ
แหล่งที่มาของข้อมูล ถ่ายภาพประกอบการทำงานอธิบายในรายงาน

วิธีการประเมินผล

ประเมินตามสภาพจริงจากผลงาน และการปฏิบัติของนักศึกษา หรือสังเกตการใช้ความคิดสร้างสรรค์
การใช้เทคโนโลยีสื่อสารสมัยใหม่ การแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์และเป็นระบบ

- พิจารณาจากการอภิปรายงานกลุ่มเล็กและกลุ่มใหญ่
- พิจารณาจากการนำเสนอผลงาน

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ความ รับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
○	4.1 สามารถสื่อสารระหว่างบุคคลและกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยการมอบหมายงานที่ต้องมีการ

ความ รับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
	ระดมความคิดและปฏิบัติงานร่วมกัน
•	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 สืบเนื่องจากภาวะผู้นำและผู้ตาม ความสามารถในการทำงานเป็นทีมการรู้จักเคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

วิธีการประเมินผล

- 1) ประเมินโดยการสังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาขณะทำกิจกรรมกลุ่ม
- 2) ประเมินจากการนำเสนอผลงานเป็นกลุ่ม และงานที่ได้รับมอบหมายในแต่ละบท
- 3) ประเมินความสม่ำเสมอการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม สืบเนื่องจากพฤติกรรมการทำงานภายในกลุ่ม
- 4) ประเมินความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย
- 5) ประเมินโดยเพื่อนร่วมชั้น

5. 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 ทางคณิตศาสตร์และสถิติ ประกอบการดำเนินกิจกรรม/ชิ้นงาน

วิธีการประเมินผล

ประเมินจากความสามารถในการใช้ทักษะทางคณิตศาสตร์และสถิติเพื่ออธิบายและอภิปรายผลงานได้อย่างเหมาะสม

- ประเมินผลจากกระบวนการ ขั้นตอนในการดำเนินการจัดกิจกรรม/ชิ้นงาน

- พิจารณาจากการนำเสนอผลงานจากการใช้ และสืบค้นเทคโนโลยีการสื่อสาร การค้นคว้า การสร้างสรรค์

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	จำนวนคาบ	เรื่อง	จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้	สื่อ อุปกรณ์	ผู้สอน	หมายเหตุ
1-2	6	บทที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ -ความหมายและความสำคัญของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ -ความหมายของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ -ความสำคัญการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ -วิธีการต่างๆที่ใช้หรือเกี่ยวข้องในการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ -วัตถุประสงค์ของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ -วัตถุประสงค์ของการโฆษณา -วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ -ประเภทของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ -ประเภทของการโฆษณา	<ul style="list-style-type: none"> ● เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ ● เพื่อให้ นักศึกษา สามารถ อธิบายความแตกต่างระหว่าง การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ 	-บรรยาย ตำรา -ประกอบการสอน -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน	-เอกสารตำรา -ประกอบการสอน -แบบฝึกหัด	อ.ภารดี พิ่งสำราญ	

ลำดับที่	จำนวนคาบ	เรื่อง	จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้	สื่อ อุปกรณ์	ผู้สอน	หมายเหตุ
		-ประเภทของการประชาสัมพันธ์ -หลักสำคัญในการการประชาสัมพันธ์ -หลักการประชาสัมพันธ์ -ภาพลักษณ์ในงานประชาสัมพันธ์ -สื่อมวลชนสัมพันธ์					
3	3	บทที่ 2 ประวัติและพัฒนาการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ -ประวัติและวิวัฒนาการของการโฆษณาในต่างประเทศ -ประวัติและวิวัฒนาการของการโฆษณาในประเทศไทย -ประวัติและวิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ -ประวัติและวิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย	เพื่อให้ศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ ประวัติและพัฒนาการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ	-บรรยาย ตำรา -ประกอบการสอน -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน	-เอกสารตำรา -ประกอบการสอน -แบบฝึกหัด	อ.ภารดี พิ่งสำราญ	
4-5	6	บทที่ 3 องค์ประกอบของการโฆษณา -ผู้โฆษณา -ความหมายของผู้โฆษณา	เพื่อให้ศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ แต่ละองค์ประกอบของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์และ	-บรรยาย ตำรา -ประกอบการสอน -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน	-เอกสารตำรา -ประกอบการสอน	อ.ภารดี พิ่งสำราญ	

สัปดาห์ที่	จำนวนคาบ	เรื่อง	จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้	สื่อ อุปกรณ์	ผู้สอน	หมายเหตุ
		<ul style="list-style-type: none"> -ความสัมพันธ์ระหว่างผู้โฆษณากับบริษัทตัวแทนโฆษณา -ชิ้นงานโฆษณา -ความหมายและความสำคัญของชิ้นงานโฆษณา -องค์ประกอบของชิ้นงานโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์ -องค์ประกอบของชิ้นงานโฆษณาประเภทกระจายเสียงและแพร่ภาพ -สื่อโฆษณา -ความหมายและความสำคัญของสื่อโฆษณา -ประเภทของสื่อโฆษณา -กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย -ความหมายและความสำคัญของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย -การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายในการโฆษณา 					
6-8	12	บทที่ 4 กระบวนการโฆษณา - การเตรียมข้อมูลเพื่อการโฆษณา	เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถอธิบายได้ถึงแต่ละขั้นตอน องค์ประกอบของ กระบวนการโฆษณา	-บรรยาย ตำรา -ประกอบการสอน -อภิปรายร่วมกัน	-เอกสารตำรา -ประกอบการสอน	อ.ภารดี พึ่งสำราญ	

สัปดาห์ที่	จำนวนคาบ	เรื่อง	จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้	สื่อ อุปกรณ์	ผู้สอน	หมายเหตุ
		<ul style="list-style-type: none"> -ประเภทของข้อมูลเพื่อการโฆษณา -แหล่งข้อมูลเพื่อการโฆษณา - การวางแผนรณรงค์โฆษณา -ลักษณะของแผนการรณรงค์โฆษณา -ขั้นตอนการวางแผนการรณรงค์โฆษณา -การวางแผนสื่อโฆษณา - การประเมินผลการโฆษณา -วัตถุประสงค์ของการประเมินผลการโฆษณา -เทคนิคการประเมินผล 		-สรุปท้ายบทเรียน			
9		สอบกลางภาค					
10-11	6	บทที่ 5 อุตสาหกรรมการโฆษณา <ul style="list-style-type: none"> -องค์ประกอบของอุตสาหกรรม -องค์ประกอบที่สำคัญในอุตสาหกรรมการโฆษณา -หน่วยงานโฆษณาภายในองค์กร -บริษัทตัวแทนโฆษณา -ความหมายและบทบาทของบริษัทตัวแทนโฆษณา 	เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถอธิบายได้ถึงองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการโฆษณา โครงสร้าง ความสัมพันธ์แต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	<ul style="list-style-type: none"> -บรรยาย ตำรา ประกอบการสอน -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน 	-เอกสารตำราประกอบการสอน	อ.ภารดี พึ่งสำราญ	

สัปดาห์ที่	จำนวนคาบ	เรื่อง	จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้	สื่อ อุปกรณ์	ผู้สอน	หมายเหตุ
		<ul style="list-style-type: none"> -ประเภทของบริษัทตัวแทนโฆษณา -โครงสร้างของบริษัทตัวแทนโฆษณา -การคิดค่าใช้จ่ายของบริษัทตัวแทนโฆษณา -การบริหารงานโฆษณา -เกณฑ์ในการคัดเลือกบริษัทตัวแทนโฆษณา -การประสานงานระหว่างบริษัทตัวแทนโฆษณากับบริษัทผู้โฆษณา 					
12-13	6	บทที่ 6 กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ <ul style="list-style-type: none"> -การวิจัยทางการประชาสัมพันธ์ -ความหมายและความสำคัญของการวิจัยเพื่อการวางแผนประชาสัมพันธ์ -ประเภทของการวิจัยทางการประชาสัมพันธ์ -ขั้นตอนการวิจัยการประชาสัมพันธ์ -ประโยชน์การวิจัยการประชาสัมพันธ์ -การวางแผนการประชาสัมพันธ์ -ความหมายและความสำคัญของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ -ความสำคัญของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ -ประเภทของแผนการประชาสัมพันธ์ 	<p>เพื่อให้ศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถอธิบายได้ถึงแต่ละขั้นตอนองค์ประกอบของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์</p>	<ul style="list-style-type: none"> -บรรยาย ตำรา -ประกอบการสอน -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> -เอกสาร -ตำรา -ประกอบการสอน 	อ.ภารดี พिंगสำราญ	

ลำดับที่	จำนวนคาบ	เรื่อง	จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้	สื่อ อุปกรณ์	ผู้สอน	หมายเหตุ
		<ul style="list-style-type: none"> -ขั้นตอนการวางแผนการประชาสัมพันธ์ -การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ -องค์ประกอบของการสื่อสารการประชาสัมพันธ์ -ประเภทและหลักของการสื่อสาร -การจัดทำแผนเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ -การประเมินผลการประชาสัมพันธ์ -ความหมายของการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ -ประเภทของการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ -ขั้นตอนของการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ 					
14	3	บทที่ 7 สื่อสารประชาสัมพันธ์ <ul style="list-style-type: none"> -สื่อบุคคลและสื่อคำพูด -สื่อมวลชน -สื่อวิทยุกระจายเสียง -โทรทัศน์ -หนังสือพิมพ์ -นิตยสาร -สิ่งที่หน่วยงานผลิตและเผยแพร่ได้เอง -สื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ 	เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถอธิบายได้ถึงสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง	<ul style="list-style-type: none"> -บรรยาย ตำรา -ประกอบการสอน -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> -เอกสารตำรา -ประกอบการสอน -งานเดี่ยว -พร้อมนำเสนอ 	อ.ภารดี พิ่งสำราญ	

ลำดับที่	จำนวนคาบ	เรื่อง	จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้	สื่อ อุปกรณ์	ผู้สอน	หมายเหตุ
		-สื่อกิจกรรม					
15	3	บทที่ 8 ข้อบังคับและจรรยาบรรณในการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ -กฎหมายและจรรยาบรรณของการโฆษณา -กฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณา -จรรยาบรรณของการการโฆษณา -หน้าที่และจรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์ -บทบาทและหน้าที่ของประชาสัมพันธ์ -จรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์	เพื่อให้ศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ ในข้อบังคับและจรรยาบรรณในการ โฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนมองภาวะความรับผิดชอบ ของงานโฆษณาและงาน ประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน	-บรรยาย -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน	-เอกสาร - Internet	อ.ภารดี พิ่งสำราญ	
16		สอบปลายภาค					

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรม ที่	ผลการเรียนรู้ตาม TQF	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
1	2.2, 2.3, 3.2, 3.3, 5.1	1. คະແນນ ระหว่างภาค	- นำเสนอรายงานเดี่ยว - แบบฝึกหัด	2 – 15	30%
2	2.2, 2.3	1. คະແນนสอบ	- คະແນนสอบกลางภาค - คະແນนสอบปลายภาค	8 16	60%
3	1.1, 1.3, 1.4, 1.5, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6	1. พฤติกรรม 2. จิตสาธารณะ	- การเข้าชั้นและมีส่วนร่วม ในชั้นเรียน - การมีมารยาทและการ ปฏิบัติตาม กฎระเบียบของ มหาวิทยาลัย	1 – 15	10%
			รวม		100%

3. เกณฑ์การประเมินผล อิงเกณฑ์ อิงกลุ่ม

ค่าระดับคะแนน

เกรด

Rate 80 - 100

A

Rate 75 - 79

B⁺

Rate 70 - 74

B

Rate 65 - 69

C⁺

Rate 60 - 64

C

Rate 55 - 59

D⁺

Rate 50 - 54

D

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

- วิมลพรรณ อาภาเวท.(2553).หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์.โอ.เอส. พรินติ้ง เฮ้าส์.กรุงเทพฯ.
- เสกสรร สายสีเสด, (2552). หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

- วิมลพรรณ อาภาเวท. (2546). การวางแผนการประชาสัมพันธ์และการรณรงค์. บุ๊ค พอยท์ จำกัด. กรุงเทพฯ.
- เสรี วงษ์มณฑา.(2546).สื่อประชาสัมพันธ์.กรุงเทพฯ : บริษัท ธนรัชการพิมพ์ จำกัด
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. (2546). เอกสารการสอนชุดหลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ (หน่วยที่ 8 – 15)

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- www.google.com
- www.tu.ac.th
- www.chula.ac.th
- www. www.positioningmag.com
- www.marketeer.co.th
- เว็บไซต์ของหน่วยงาน/องค์กรและภาคเอกชน

หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ที่จัดทำโดยนักศึกษาได้จัดกิจกรรมในการนำเสนอแนวคิดและความเห็นจากนักศึกษา ดังนี้

- การร่วมอภิปรายระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การสังเกตการณ์พฤติกรรมของผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา

2. กลยุทธ์ประเมินการสอน

ในการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินการสอน มีกลยุทธ์ ดังนี้

- แบบประเมินการสอนด้วยตนเอง
- ผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

- การสัมภาษณ์นักศึกษา

3. กลไกการปรับปรุงการสอน

- ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์ และวิธีสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลรายวิชา
- การวิจัยในชั้นเรียน
- ประชุมผู้สอน เพื่อหารือปัญหาการเรียนรู้ของนักศึกษา และหาแนวทางแก้ไขในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษารายวิชา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทบทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อ ตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในวิชาได้จากการสอบถามนักศึกษา หรือการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผลการทดสอบย่อย การตั้งคณะกรรมการในสาขาตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจข้อสอบ รายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม

5. การดำเนินการทบทวน และการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

จัดให้มีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษา คณะกรรมการประเมินของหลักสูตร/ภาควิชา การรายงานรายวิชาหลังการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา การทบทวนเนื้อหาที่สอน กลยุทธ์การสอน ปรับปรุงรายวิชาทุกปี เปลี่ยนสลับผู้สอนหรือสอนเป็นทีม