

## รายละเอียดของรายวิชา(มคอ.3)

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา	คณะนิเทศศาสตร์

## หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา รหัสวิชา 8001003 ชื่อรายวิชา หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ (Principles of Advertising and Public Relations)
2. จำนวนหน่วยกิต 3(3-0-6)
3. หลักสูตร และประเภทรายวิชา หลักสูตร : นิเทศศาสตรบัณฑิต ประเภทรายวิชา : เป็นวิชาแกน
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน 4.1 ผู้รับผิดชอบรายวิชา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี 4.2 อาจารย์ผู้สอน : ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรพรรณ ถาวรยศม์ อาจารย์ภารดี พิงสำราญ อาจารย์สรียาภา คันธวัลย์ และอาจารย์เหมือนฝัน คงสมแสง MR.Mwangati Whenda-Bhose N G'oli 4.3 กลุ่มเรียนที่ 2 จำนวนนักศึกษา 26 คน กลุ่มเรียนที่ 3 จำนวนนักศึกษา 28 คน กลุ่มเรียนที่ 4 จำนวนนักศึกษา 42 คน กลุ่มเรียนที่ 5 จำนวนนักศึกษา 13 คน กลุ่มเรียนที่ 6 จำนวนนักศึกษา 16 คน
5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน ภาคการศึกษาที่ 2/2559 ชั้นปีที่ 1
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี) ไม่มี
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี) ไม่มี
8. สถานที่เรียน กลุ่มที่ 2 อาคารเรียนรวม ห้อง ร125 มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี กลุ่มที่ 3 อาคารคณะเทคโนโลยีการเกษตร ห้อง 22405 มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี กลุ่มที่ 4 อาคารเฉลิมพระเกียรติ ห้อง 35209 มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี กลุ่มที่ 5 อาคารคณะเทคโนโลยีการเกษตร(เก่า) ห้อง 21101 มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

กลุ่มที่ 6 อาคารคณะนิเทศศาสตร์ ห้อง 1145 มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
<b>9. วันที่จัดทำรายละเอียดของรายวิชา หรือวันที่มีการปรับปรุงครั้งล่าสุด</b> 2 มกราคม 2560

## หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

- 1) เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายวิวัฒนาการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
- 2) เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ บทบาทของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อระบบสังคม เศรษฐกิจและการเมือง
- 3) เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจถึงกระบวนการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
- 4) เพื่อให้ นักศึกษาสามารถเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างขอบข่ายงานด้านการโฆษณาและงานด้านประชาสัมพันธ์ ตลอดจนพิจารณาความแตกต่างของการใช้เครื่องมือเพื่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งวางแผนสื่อสาร การกำหนดงบประมาณ และการประเมินผลงานโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

### 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจในความหมายและวิวัฒนาการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ หลักการและบทบาทของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อระบบสังคม เศรษฐกิจและการเมือง กระบวนการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างขอบข่ายงานด้านการโฆษณาและงานด้านประชาสัมพันธ์ ตลอดจนพิจารณาความแตกต่างของการใช้เครื่องมือเพื่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งวางแผนสื่อสาร การกำหนดงบประมาณ และการประเมินผลงานโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ให้ทันต่อสถานการณ์ในปัจจุบัน

## หมวดที่ 3 ส่วนประกอบของรายวิชา

### 1. คำอธิบายรายวิชา : หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ (Principles of Advertising and Public Relations)

ศึกษาความหมายวิวัฒนาการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ หลักการและบทบาทของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อระบบสังคม เศรษฐกิจและการเมือง กระบวนการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างขอบข่ายงานด้านการโฆษณาและงานด้านประชาสัมพันธ์ ตลอดจนพิจารณาความแตกต่างของการใช้เครื่องมือเพื่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งวางแผนสื่อสาร การกำหนดงบประมาณ และการประเมินผลงานโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

ใน 1 ภาคการศึกษา มีการเรียนการสอน 15 สัปดาห์ สัปดาห์ที่ 16 สอบปลายภาค โดยแบ่งดังนี้

จำนวนคาบ		สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	จำนวนคาบ การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยาย	ปฏิบัติ			
45	-	สอนเสริมตามความต้องการของผู้สอน/นักศึกษาเฉพาะราย	ไม่มี	6 ชั่วโมง/สัปดาห์

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์จะให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

จำนวน 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ทุกวันพุธ เวลา 13.00 – 16.00 น. ณ ห้องพักอาจารย์ คณะนิเทศศาสตร์  
สำนักวิทยบริการ ชั้น 4

## หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

(● ความรับผิดชอบหลัก) (○ ความรับผิดชอบรอง)

วิชา หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ มีการกำหนดมาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ  
5 ด้าน ดังนี้

### 1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม

#### 1.1 ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- (1) มีความรู้ ความเข้าใจในหลักจรรยาบรรณวิชาชีพ (●)
- (2) ปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพ (○)
- (3) มีวินัย ตรงต่อเวลา ซื่อสัตย์ และรับผิดชอบต่อตนเองวิชาชีพและสังคม(○)
- (4) เคารพสิทธิมนุษยชนและยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น (●)
- (5) ยึดฐานความคิดทางศีลธรรมทั้งในเรื่องส่วนตัวและสังคม มีจิตสาธารณะ (○)
- (6) เคารพกฎระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ ขององค์กรและสังคม (○)

#### 1.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- (1) อาจารย์ผู้สอนสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพในชั้นเรียน
- (2) ให้ความสำคัญของการมีวินัย การตรงต่อเวลา การส่งงานตามกำหนดและความซื่อสัตย์

ในการทำกิจกรรมหรืองานที่มอบหมาย

- (3) อาจารย์ผู้สอนจัดกิจกรรมให้นักศึกษาทำงานร่วมกัน
- (4) อาจารย์ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่นักศึกษา

#### 1.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- (1) ประเมินจากควมมีวินัยและพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรมของคณะ  
และมหาวิทยาลัย
- (2) สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์กับความรู้ในศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
- (3) ประเมินจากพฤติกรรมของนักศึกษาด้านคุณธรรม จริยธรรม

### 2 ด้านความรู้

#### 2.1 ผลการเรียนรู้ด้านความรู้

- (1) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชาวิทยาศาสตร์(●)
- (2) สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์กับความรู้ในศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง(○)
- (3) สามารถใช้ความรู้และทักษะในสาขาวิชาชีพวิทยาศาสตร์ในการประยุกต์แก้ไขปัญหา(○)

ในงานจริงได้

- (4) มีความรู้และทักษะของการวิจัยทางด้านวิทยาศาสตร์ (○)
- (5) มีประสบการณ์ทางการฝึกปฏิบัติงานทางด้านวิทยาศาสตร์ (○)

#### 2.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

- (1) จัดการเรียนการสอนให้ครบถ้วนตามคำอธิบายรายวิชาโดยเน้นให้มีการบูรณาการความรู้และ

## ทักษะทางวิชาชีพ

- (2) จัดให้มีการเรียนรู้โดยใช้เหตุการณ์จริงมาประยุกต์ใช้กับภาคทฤษฎี
- (3) จัดบรรยายพิเศษโดยวิทยากรภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีประสบการณ์ตรง
- (4) จัดให้มีรายวิชาโครงการ/การฝึกปฏิบัติในสถานประกอบการ

**2.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้** ประเมินจากผลสัมฤทธิ์แทนการเรียนและการปฏิบัติงานของนักศึกษาในด้านต่าง ๆ คือ

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

## 3 ด้านทักษะทางปัญญา

## 3.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

(1) สามารถคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ โดยการใช้อรรถศาสตร์ทางวิชาชีพนิเทศศาสตร์และวิชาชีพที่เกี่ยวข้องโดยใช้ประสบการณ์เป็นฐานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพทางด้านงานนิเทศศาสตร์(O)

(2) ใช้ปัญญาสร้างสรรค์องค์ความรู้ด้านการสื่อสารที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาตนเอง สังคม และส่วนร่วม(●)

(3) สามารถเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงความรู้ทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและประสบการณ์ในภาคปฏิบัติจริง(O)

## 3.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- (1) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้ฝึกทักษะด้านการใช้ความคิดและเทคโนโลยีสมัยใหม่
- (2) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง
- (3) จัดกระบวนการเรียนการสอนที่ฝึกทักษะการคิดทั้งในระดับบุคคลและกลุ่ม

เช่น การจัดทำโครงการ

## 3.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

ประเมินตามสภาพจริงจากผลงาน และการปฏิบัติของนักศึกษา หรือสังเกตการใช้ความคิด การใช้เทคโนโลยีสื่อสารสมัยใหม่ การแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์และเป็นระบบ

## 4 ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

## 4.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- (1) สามารถสื่อสารระหว่างบุคคลและกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ(O)
- (2) มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย ทั้งรายงานรายบุคคลและงานกลุ่ม (●)
- (3) มีความรับผิดชอบการพัฒนาการเรียนรู้ทั้งของตนเองและทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง(O)
- (4) สามารถปรับตัวและทำงานร่วมกับผู้อื่นทั้งในฐานะผู้นำและสมาชิกกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ(●)
- (5) สามารถใช้ความรู้ในศาสตร์มาชี้นำสังคมในประเด็นที่เหมาะสม(●)

<p>(6) วางตัวและแสดงความคิดเห็นได้อย่างเหมาะสมกับบทบาท หน้าที่ และสำนึกความรับผิดชอบ(●)</p> <p><b>4.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ</b></p> <p>(1) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นการทำงานเป็นกลุ่มและงานที่ต้องมีการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล</p> <p>(2) สอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบ การมีมนุษยสัมพันธ์ การเข้าใจวัฒนธรรมขององค์กรในรายวิชาต่าง ๆ</p> <p><b>4.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ</b></p> <p>(1) ประเมินโดยการสังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาขณะทำกิจกรรมกลุ่ม</p> <p>(2) ประเมินจากการนำเสนอผลงานเป็นกลุ่ม</p> <p>(3) ประเมินความสม่ำเสมอการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม</p> <p>(4) ประเมินความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย</p> <p>(5) ประเมินโดยเพื่อนร่วมชั้น</p>
<p><b>5 ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ</b></p> <p><b>5.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ</b></p> <p>(1) สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งทางวาจาและการเขียน พร้อมทั้งเลือกใช้รูปแบบของสื่อการนำเสนอได้อย่างเหมาะสม(●)</p> <p>(2) สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสมกับงานนิเทศศาสตร์(○)</p> <p>(3) เลือกใช้สถิติพื้นฐานเพื่อการวิเคราะห์และตัดสินใจ วางแผนการวิจัยสื่อสารอย่างเป็นระบบ(○)</p> <p>(4) แนะนำประเด็นการแก้ไขปัญหาโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทางนิเทศศาสตร์ต่อปัญหาที่เกี่ยวข้องอย่างสร้างสรรค์(○)</p> <p><b>5.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้การพัฒนาจากการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ</b></p> <p>(1) จัดการเรียนการสอนที่เน้นการฝึกทักษะเทคนิคทางสถิติเพื่อคณิตศาสตร์และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ</p> <p>(2) จัดประสบการณ์ให้ผู้เรียนนำเสนอผลงานโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ทางคณิตศาสตร์และสถิติ</p> <p><b>5.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ</b></p> <p>ประเมินจากความสามารถในการใช้ทักษะทางคณิตศาสตร์และสถิติเพื่ออธิบายและอภิปรายผลงานได้อย่างเหมาะสม</p>

## หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน				
ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
1	<p>ปฐมนิเทศเกี่ยวกับด้านการเรียนการสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- แนวการสอน/เนื้อหาสาระ</li> <li>- กิจกรรมการเรียนการสอน</li> <li>- การวัดผลประเมินผล</li> </ul>	3	<p>กิจกรรม : อธิบายรายละเอียดการสอน แผนการประเมินผล การเรียนรู้ในรายวิชา พร้อมยกตัวอย่างชิ้นงาน/โครงการด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ เช่น โครงการประชาสัมพันธ์ของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ หรือ คสช. แคมเปญเครื่องดื่มชาเขียว 2560 ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้เรียนเห็นความแตกต่างระหว่างศาสตร์ด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ในขั้นต้น</p> <p>สื่อที่ใช้ : การบรรยาย การอภิปรายร่วมกัน</p>	<p>อาจารย์ภารดี พึ่งสำราญ ผศ. อรพรรณถาวรายุศม์ อาจารย์สรียาภา คันธวัลย์ อาจารย์เหมือนฝัน คงสมแสง และ MR.Mwangati Whenda-Bhose N G'oli</p>
2	<p>บทที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความหมายและความสำคัญของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์</li> <li>- ความหมายของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์</li> <li>- ความสำคัญการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์</li> <li>- วิธีการต่างๆที่ใช้หรือเกี่ยวข้องในการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์</li> </ul>	3	<p>กิจกรรม : บรรยาย อภิปราย พร้อมยกตัวอย่างประกอบ สำหรับวิธีการต่างๆที่ใช้ในงานโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ เช่น การโฆษณาชวนเชื่อของพรรคการเมือง การจัดกิจกรรมสาธารณะขององค์กรธุรกิจ การส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์ การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น สรุปท้ายบทเรียน</p> <p>สื่อที่ใช้ : เอกสารประกอบการสอน PowerPoint Facebook</p>	<p>อาจารย์ภารดี พึ่งสำราญ ผศ. อรพรรณถาวรายุศม์ อาจารย์สรียาภา คันธวัลย์ อาจารย์เหมือนฝัน คงสมแสง และ MR.Mwangati Whenda-Bhose N G'oli</p>
3	<p>บทที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ</p>		<p>กิจกรรม : บรรยาย อภิปราย</p>	<p>อาจารย์ภารดี พึ่ง</p>



	<p><b>การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ (ต่อ)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-วัตถุประสงค์ของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์</li> <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>พร้อมยกตัวอย่างประกอบการจัดกิจกรรมหรือโครงการตามวัตถุประสงค์ต่างๆ เช่น การจัดงานแถลงข่าวตามวัตถุประสงค์เพื่อ “แก้” เมื่อเกิดเหตุการณ์วิกฤติหรือข่าวลือต่างๆ ขององค์กร เช่น เหตุการณ์เครื่องบินตก น้ำมันดิบรั่วไหลบริเวณอ่าวพร้าว จังหวัดระยอง เป็นต้น ตลอดจนประเภทของการโฆษณาในระดับต่างๆ เช่น การโฆษณาระดับท้องถิ่น ร้านค้าปลีกของจังหวัดจันทบุรี</p> <p>สรุปท้ายบทเรียน</p> <p><b>สื่อที่ใช้ :</b> เอกสารประกอบการสอน PowerPoint Facebook</p>	<p>สำราญ ผศ. อรพรรณ ถาวรายุศม์ อาจารย์สรียาภา คันธวัลย์ อาจารย์เหมือนฝัน คงสมแสง และ MR.Mwangati Whenda-Bhose N G'oli</p>
4	<p><b>บทที่ 2 ประวัติและพัฒนาการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-ประวัติและวิวัฒนาการของการโฆษณาในต่างประเทศ</li> <li>-ประวัติและวิวัฒนาการของการโฆษณาในประเทศไทย</li> <li>-ประวัติและวิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ</li> <li>-ประวัติและวิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย</li> </ul>	3	<p><b>กิจกรรม :</b> บรรยาย ยกตัวอย่างประกอบสื่อโฆษณาในอดีต เช่น การโฆษณาบนหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ “ตรู โฉวาท” สรุปท้ายบทเรียน พร้อมจัดทำรายงานเดี่ยว หัวข้อ ประวัติและพัฒนาการของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ</p> <p><b>สื่อที่ใช้ :</b> เอกสารประกอบการสอน PowerPoint Facebook</p>	<p>อาจารย์ภารดี พึ่ง สำราญ ผศ. อรพรรณ ถาวรายุศม์ อาจารย์สรียาภา คันธวัลย์ อาจารย์เหมือนฝัน คงสมแสง และ MR.Mwangati Whenda-Bhose N G'oli</p>
5	<p><b>บทที่ 3 องค์ประกอบของการโฆษณา</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-ผู้โฆษณา</li> <li>-ความหมายของผู้โฆษณา</li> <li>-ความสัมพันธ์ระหว่างผู้โฆษณา</li> </ul>	3	<p><b>กิจกรรม :</b> บรรยาย อภิปราย ยกตัวอย่างประกอบ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้โฆษณา กับบริษัทตัวแทนโฆษณา ในฐานะผู้ให้บริการในเรื่องการ</p>	<p>อาจารย์ภารดี พึ่ง สำราญ ผศ. อรพรรณ ถาวรายุศม์ อาจารย์สรียาภา</p>

	<p>บริษัทตัวแทนโฆษณา</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-ชิ้นงานโฆษณา</li> <li>-ความหมายและความสำคัญของชิ้นงานโฆษณา</li> <li>-องค์ประกอบของชิ้นงานโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์</li> <li>-องค์ประกอบของชิ้นงานโฆษณาประเภทกระจายเสียงและแพร่ภาพ</li> </ul>		<p>วางแผนการโฆษณา</p> <p>สร้างสรรค์และผลิตชิ้นงานโฆษณาหรือการวางแผนสื่อโฆษณา สรุปรายบทเรียน</p> <p><b>สื่อที่ใช้</b> : เอกสารประกอบการสอน PowerPoint Facebook</p>	<p>คันทวัลย์</p> <p>อาจารย์เหมือนฝัน</p> <p>คงสมแสง และ</p> <p>MR.Mwangati</p> <p>Whenda-Bhose</p> <p>N G'oli</p>
6	<p><b>บทที่ 3 องค์ประกอบของการโฆษณา (ต่อ)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-สื่อโฆษณา</li> <li>-ความหมายและความสำคัญของสื่อโฆษณา</li> <li>-ประเภทของสื่อโฆษณา</li> <li>-กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย</li> <li>-ความหมายและความสำคัญของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย</li> <li>-การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายในการโฆษณา</li> </ul>	3	<p><b>กิจกรรม</b> : บรรยาย อภิปราย ยกตัวอย่างประกอบสื่อโฆษณาแต่ละประเภท เช่น สื่อโฆษณาออนไลน์ สื่อโฆษณาเคลื่อนที่ Billboard เป็นต้น สรุปรายบทเรียน พร้อมแบ่งกลุ่มนำเสนอข้อดี-ข้อด้อยสื่อโฆษณาในแต่ละประเภท</p> <p><b>สื่อที่ใช้</b> : เอกสารประกอบการสอน PowerPoint Facebook</p>	<p>อาจารย์ภารดี พึ่งสำราญ</p> <p>ผศ. อรพรรณ</p> <p>ถาวรายุศม์</p> <p>อาจารย์สรียาภา</p> <p>คันทวัลย์</p> <p>อาจารย์เหมือนฝัน</p> <p>คงสมแสง และ</p> <p>MR.Mwangati</p> <p>Whenda-Bhose</p> <p>N G'oli</p>
7	<p><b>บทที่ 4 กระบวนการโฆษณา</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การเตรียมข้อมูลเพื่อการโฆษณา</li> <li>-ประเภทของข้อมูลเพื่อการโฆษณา</li> <li>-แหล่งข้อมูลเพื่อการโฆษณา</li> <li>- การวางแผนรณรงค์โฆษณา</li> <li>-ลักษณะของแผนการรณรงค์โฆษณา</li> <li>-ขั้นตอนการวางแผนการรณรงค์โฆษณา</li> <li>-การวางแผนสื่อโฆษณา</li> <li>- การประเมินผลการโฆษณา</li> <li>-วัตถุประสงค์ของการประเมินผลการโฆษณา</li> <li>-เทคนิคการประเมินผล</li> </ul>	3	<p><b>กิจกรรม</b> : บรรยาย ยกตัวอย่างประกอบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้า บริการ ผู้บริโภค และข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดของสินค้า ทั้งแหล่งข้อมูลประเภทปฐมภูมิและทุติยภูมิ สรุปรายบทเรียน</p> <p><b>สื่อที่ใช้</b> : เอกสารประกอบการสอน PowerPoint Facebook</p>	<p>อาจารย์ภารดี พึ่งสำราญ</p> <p>ผศ. อรพรรณ</p> <p>ถาวรายุศม์</p> <p>อาจารย์สรียาภา</p> <p>คันทวัลย์</p> <p>อาจารย์เหมือนฝัน</p> <p>คงสมแสง และ</p> <p>MR.Mwangati</p> <p>Whenda-Bhose</p> <p>N G'oli</p>
<b>สอบกลางภาค</b>				

9	<b>บทที่ 5 อุตสาหกรรมการโฆษณา</b> -องค์ประกอบของอุตสาหกรรม -องค์ประกอบที่สำคัญในอุตสาหกรรมโฆษณา -หน่วยงานโฆษณาภายในองค์กร -บริษัทตัวแทนโฆษณา -ความหมายและบทบาทของบริษัทตัวแทนโฆษณา -ประเภทของบริษัทตัวแทนโฆษณา	3	<b>กิจกรรม :</b> บรรยาย อภิปราย ยกตัวอย่างประกอบ เช่น งบประมาณโฆษณาในแต่ละเดือนตามประเภทสื่อต่าง, การจัดลำดับ 10 แบนด์ใช้ งบประมาณสูงสุดประจำเดือน ทั้งนี้ อ้างอิงข้อมูลจาก บริษัท นีลเส็น ประเทศไทย สรุปท้าย บทเรียน <b>สื่อที่ใช้ :</b> เอกสารประกอบการ สอน PowerPoint Facebook	อาจารย์ภารดี พึ่งสำราญ ผศ. อรพรรณ ถาวรายุศม์ อาจารย์สรียาภา คันธวัลย์ อาจารย์เหมือนฝัน คงสมแสง และ MR.Mwangati Whenda-Bhose N G'oli
10	<b>บทที่ 5 อุตสาหกรรมการโฆษณา (ต่อ)</b> -โครงสร้างของบริษัทตัวแทนโฆษณา -การคิดค่าใช้จ่ายของบริษัทตัวแทนโฆษณา -การบริหารงานโฆษณา -เกณฑ์ในการคัดเลือกบริษัทตัวแทนโฆษณา -การประสานงานระหว่างบริษัทตัวแทนโฆษณากับบริษัทผู้โฆษณา		<b>กิจกรรม :</b> บรรยาย ยกตัวอย่างประกอบบริษัทตัวแทนโฆษณายอดนิยม เช่น บริษัทลีโอบอร์เนท กลุ่มบริษัท โอกลีวี แอนด์ เมเธอร์ (ประเทศไทย) เป็นต้น อภิปราย สรุปท้ายบทเรียน <b>สื่อที่ใช้ :</b> เอกสารประกอบการ สอน PowerPoint Facebook	อาจารย์ภารดี พึ่งสำราญ ผศ. อรพรรณ ถาวรายุศม์ อาจารย์สรียาภา คันธวัลย์ อาจารย์เหมือนฝัน คงสมแสง และ MR.Mwangati Whenda-Bhose N G'oli
11	<b>บทที่ 6 กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์</b> -การวิจัยทางการประชาสัมพันธ์ -ความหมายและความสำคัญของการวิจัยเพื่อการวางแผนประชาสัมพันธ์ -ประเภทของการวิจัยทางการประชาสัมพันธ์ -ขั้นตอนการวิจัยการประชาสัมพันธ์ -ประโยชน์การวิจัยการประชาสัมพันธ์	3	<b>กิจกรรม :</b> บรรยาย อภิปราย ยกตัวอย่างประกอบหัวข้อ เรื่องงานวิจัยทางการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนเชื่อมโยงการนำผลงานวิจัยมาใช้ประโยชน์ต่อการวางแผนงานด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับองค์กรต่างๆ สรุปท้าย บทเรียน <b>สื่อที่ใช้ :</b> เอกสารประกอบการ สอน PowerPoint Facebook	อาจารย์ภารดี พึ่งสำราญ ผศ. อรพรรณ ถาวรายุศม์ อาจารย์สรียาภา คันธวัลย์ อาจารย์เหมือนฝัน คงสมแสง และ MR.Mwangati Whenda-Bhose N G'oli

12	<b>บทที่ 6 กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์(ต่อ)</b> -การวางแผนการประชาสัมพันธ์ -ความหมายและความสำคัญของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ -ความสำคัญของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ -ประเภทของแผนการประชาสัมพันธ์ -ขั้นตอนการวางแผนการประชาสัมพันธ์		<b>กิจกรรม :</b> บรรยาย ยกตัวอย่างประกอบโครงการประชาสัมพันธ์ขององค์กรชั้นนำ เช่น กิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของเอสซีจี หรือ บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เป็นต้น สรุปรายบรรยาย <b>สื่อที่ใช้ :</b> เอกสารประกอบการสอน PowerPoint Facebook	อาจารย์ภารดี พึ่งสำราญ ผศ. อรพรรณ ถาวรายุศม์ อาจารย์สรียาภา คันธวัลย์ อาจารย์เหมือนฝัน คงสมแสง และ MR.Mwangati Whenda-Bhose N G'oli
13	<b>บทที่ 6 กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ (ต่อ)</b> -การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ -องค์ประกอบของการสื่อสารการประชาสัมพันธ์ -ประเภทและหลักของการสื่อสาร -การจัดทำแผนเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ -การประเมินผลการประชาสัมพันธ์ -ความหมายของการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ -ประเภทของการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ -ขั้นตอนของการประเมินผลการประชาสัมพันธ์		<b>กิจกรรม :</b> บรรยาย อภิปราย ยกตัวอย่างประกอบแผนการประชาสัมพันธ์องค์กรต่างๆ ตลอดจนประเภทของการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ สรุปรายบรรยาย พร้อมแบบฝึกหัด <b>สื่อที่ใช้ :</b> เอกสารประกอบการสอน PowerPoint Facebook	อาจารย์ภารดี พึ่งสำราญ ผศ. อรพรรณ ถาวรายุศม์ อาจารย์สรียาภา คันธวัลย์ อาจารย์เหมือนฝัน คงสมแสง และ MR.Mwangati Whenda-Bhose N G'oli
14	<b>บทที่ 7 สื่อสารประชาสัมพันธ์</b> -สื่อบุคคลและสื่อคำพูด -สื่อมวลชน -สื่อวิทยุกระจายเสียง -โทรทัศน์ -หนังสือพิมพ์ -นิตยสาร -สิ่งที่หน่วยงานผลิตและเผยแพร่ได้	3	<b>กิจกรรม :</b> บรรยาย อภิปราย ยกตัวอย่างประกอบสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ สรุปรายบรรยาย <b>สื่อที่ใช้ :</b> เอกสารประกอบการสอน PowerPoint Facebook	อาจารย์ภารดี พึ่งสำราญ ผศ. อรพรรณ ถาวรายุศม์ อาจารย์สรียาภา คันธวัลย์ อาจารย์เหมือนฝัน คงสมแสง และ

	เอง -สื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ -สื่อกิจกรรม			MR.Mwangati Whenda-Bhose N G'oli
15	<b>บทที่ 8 ข้อบังคับและ จรรยาบรรณในการโฆษณาและ การประชาสัมพันธ์</b> -กฎหมายและจรรยาบรรณของการ โฆษณา -กฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณา -จรรยาบรรณของการโฆษณา -หน้าที่และจรรยาบรรณของนัก ประชาสัมพันธ์ -บทบาทและหน้าที่ของ ประชาสัมพันธ์ -จรรยาบรรณของนัก ประชาสัมพันธ์	3	<b>กิจกรรม :</b> บรรยาย อภิปราย ยกตัวอย่างประกอบหน้าที่และ จรรยาบรรณของนัก ประชาสัมพันธ์ สรุปราย บทเรียน <b>สื่อที่ใช้ :</b> เอกสารประกอบการ สอน Facebook	อาจารย์ภารดี พึ่ง สำราญ ผศ. อรพรรณ ถาวรยศม์ อาจารย์สรียาภา คันธวัลย์ อาจารย์เหมือนฝัน คงสมแสวง และ MR.Mwangati Whenda-Bhose N G'oli
16	<b>สอบปลายภาค</b>			
	รวม	45		

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

ผลการเรียนรู้*	กิจกรรมการประเมิน (เช่น การเขียนรายงาน โครงการ การสอบย่อย การสอบกลางภาค การสอบปลายภาค)	กำหนดการประเมิน (สัปดาห์ที่)	สัดส่วนของการ ประเมินผล
2.1(1)	- การสอบกลางภาค	8	30%
3.1(2)	- การสอบปลายภาค	16	30%
4.1(2),(4),(5), (6)	การเข้าชั้นเรียน และการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	ตลอดภาคการศึกษา	10%
1.1(1),(4)	- การทำแบบฝึกหัด	13	10%
2.1(1)	- การทำรายงานรายบุคคล หัวข้อประวัติและ พัฒนาการของการโฆษณาและการ	4	10%
3.1(2)	ประชาสัมพันธ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ		
4.1(2),(4),(5) (6)	- การทำงานกลุ่มและการนำเสนอข้อดี-ข้อด้อย สื่อโฆษณาในแต่ละประเภท	6	10%
5.1(1)			
<b>การประเมินผล</b>			

คะแนนระหว่าง	ระดับเกรดที่ได้
80 – 100	A
75 – 79	B+
70 – 74	B
65 – 69	C+
60 – 64	C
55 – 59	D+
50 – 54	D
00 – 49	F

## หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียน

### 1. เอกสารและตำราหลัก

ภารดี พึ่งสำราญ.2559. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์. จันทบุรี: คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

Muanfun Kongsomsawaeng and Mwangati Whenda-Bhose N G'oli. (2017). Principles of Advertising and Public Relations. Chanthaburi : Rambhai Barni Rajabhat University.

### 2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

วิมลพรรณ อาภาเวท. (2553).หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์.

เสกสรร สายสีเสด. (2542).หลักการโฆษณาและประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

วงหทัย ต้นชีวะวงศ์. (2554). การโฆษณาข้ามวัฒนธรรม. ปทุมธานี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

### 3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

Website	นิตยสารโพซิชั่นนิ่ง (Positioning)	<a href="http://positioningmag.com">http://positioningmag.com</a>
	นิตยสารมาร์เก็ตเียร์ (Marketeer)	<a href="http://marketeer.co.th">http://marketeer.co.th</a>
	หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ออนไลน์	<a href="http://www.posttoday.com">http://www.posttoday.com</a>
	Marketing Oops!	<a href="https://www.marketingoops.com">https://www.marketingoops.com</a>
	Brand Buffet	<a href="http://www.brandbuffet.in.th">http://www.brandbuffet.in.th</a>
	สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย	<a href="http://www.adasso thai.com">www.adasso thai.com</a>
	Cannes Lions	<a href="http://www.canneslions.com">www.canneslions.com</a>

## หมวดที่ 7 การประเมินรายวิชาและกระบวนการปรับปรุง

### 1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

#### 1.1 นักศึกษาประเมินประสิทธิผลของรายวิชา

- (1) ด้านวิธีการสอนของอาจารย์
- (2) ด้านการจัดกิจกรรมในห้องเรียนและนอกห้องเรียน
- (3) สิ่งสนับสนุนการเรียนการสอนที่ส่งผลกระทบต่อการเรียนรู้และผลการเรียนรู้ 5 ด้านที่ได้รับ
- (4) ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงรายวิชาด้วยระบบเครือข่ายของมหาวิทยาลัยฯ

#### 1.2 อาจารย์ผู้สอนประเมินพฤติกรรมการเรียนของนักศึกษา

- (1) การสังเกตจากสนทนากลุ่มระหว่างอาจารย์ผู้สอนกับผู้เรียน
- (2) การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน

#### 1.3 แบบประเมินผู้สอนและแบบประเมินรายวิชา

- (1) แบบประเมินอาจารย์ผู้สอนและเอกสารรายงานที่สรุปผลการประเมิน
- (2) แบบประเมินรายวิชา และเอกสารรายงานที่สรุปผลการประเมิน

#### 1.4 ข้อเสนอแนะผ่านเว็บ ที่อาจารย์ผู้สอนได้จัดทำเป็นช่องทางการสื่อสารกับนักศึกษา

หลักฐานที่จะใช้ประเมินผลตาม มคอ.5 เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ก ห้องพักอาจารย์ E-mail REG ฯลฯ

### 2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

#### 2.1 การสอนเป็นไปในลักษณะที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

- มีการบรรยายถึงเนื้อหาหลักและแนะนำให้ผู้เรียนค้นคว้าหรือทำความเข้าใจปลีกย่อยด้วยตนเอง และ/หรือมีการฝึกปฏิบัติพร้อมทั้งแนะนำ

#### 2.2 การสอนหลักการหรือทฤษฎีและกฎเกณฑ์ต่างๆ

- เพื่อทดลองปฏิบัติจริงและใช้เครื่องมือด้วยตนเองโดยสอนสอดแทรกเนื้อหา/กิจกรรมที่ส่งเสริมด้านคุณธรรม จริยธรรม เพื่อให้ผู้เรียนเกิดทักษะในการเรียนรู้ การนำเสนอ และการอภิปราย โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารกับผู้อื่น

#### 2.3 การวัดและประเมินการสอน

- การกำหนดวิธีวัดผลการศึกษา โดยอิงมาตรฐานกลุ่มหรืออิงเกณฑ์
- การสังเกตโดยอาจารย์ผู้สอนจากการที่นักศึกษามาขอคำปรึกษา

### 3. การปรับปรุงการสอน

3.1 หลังจากผลการประเมินการสอนในข้อ 2 จึงมีการปรับปรุงการสอน โดยจัดกิจกรรมในการระดมสมอง และหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงการสอน ดังนี้

- สาขาวิชาฯ กำหนดให้ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์และวิธีการสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลรายวิชาแล้วจัดทำรายงานผลดำเนินการรายวิชา(มคอ.5) ตามที่ สกอ.กำหนดให้จัดทำ

ทุกภาคการศึกษา(ภายใน 30 วัน/เทอม)

- สาขาวิชาฯ ส่งเสริมให้อาจารย์ประจำทุกคนได้รับการพัฒนาทางวิชาการ และ/หรือวิชาชีพอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง

- สาขาวิชาและคณะวิชาฯ จัดให้มีการประชุม/สัมมนากับอาจารย์ผู้สอนเพื่อปรึกษาหารือปัญหา



การเรียนรู้ของนักศึกษาและวิธีการปรับปรุง/แก้ไขหรือพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น

#### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อ ตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในรายวิชา 5 ด้าน โดยสอบถามนักศึกษาหรือสุ่มตรวจผลงานนักศึกษา รวมถึงผลการทดสอบย่อย ดังนี้

**4.1 การแต่งตั้งคณะกรรมการทวนสอบฯ** เพื่อตรวจสอบผลการประเมิน”ผลการเรียนรู้ 5 ด้าน”ของนักศึกษา โดยการตรวจสอบกระบวนการเรียน-การสอนรายวิชานั้นๆ เช่น ตรวจสอบ มคอ.3 เนื้อหาในรายวิชาและสื่อการสอน รวมทั้งเอกสารประกอบการสอน/เอกสารคำสอน/ตำราที่ใช้ประกอบการสอน (ที่ระบุไว้ในหมวดที่6 ข้อ1)

**4.2 การตรวจสอบข้อสอบ ตรวจรายงาน** (ชิ้นงานตามจุดค่า) และวิธีการให้คะแนนสอบ การให้คะแนนพฤติกรรม และการให้คะแนน ตามข้อกำหนดการวัดและประเมินผลรายวิชาตามที่กำหนดไว้ รวมทั้งพิจารณาจากผลการทดสอบย่อยหรือกลางภาคเรียนและการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการเรียนรายวิชา

**4.3 การทวนสอบผลการเรียนรายวิชา** มีทวนสอบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้รายวิชา(ที่สุ่มมา25%) ดังนี้

(1) การทวนสอบการให้คะแนน การสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษาโดยคณะกรรมการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์

(2) การสอบถาม/สัมภาษณ์นักศึกษาเพื่อพิจารณาผลเรียนรู้ในรายวิชา โดยคณะกรรมการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ เพื่อตรวจสอบผลประเมิน”ผลการเรียนรู้ 5ด้าน”และพฤติกรรมนักศึกษา

#### 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

จากผลการประเมินและทวนสอบผลสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชา โดยหลักสูตร/สาขาวิชา ได้มีการวางแผน การปรับปรุงกลยุทธ์การสอนและบูรณาการเนื้อหาสาระของรายวิชา(มคอ.3) เพื่อให้เกิดคุณภาพมากขึ้น ดังนี้

**5.1 การปรับปรุงกลยุทธ์การสอนและบูรณาการของรายวิชาทุกภาคการศึกษา/ปี** หรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบรายวิชาในมาตรฐานผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษา ตามข้อ4

**5.2 การเชิญวิทยากร/อาจารย์ผู้สอนคนอื่นฯ** เพื่อเข้าร่วมสอน เพื่อให้นักศึกษาได้รับความรู้เพิ่มหรือมีมุมมองในเรื่องประสบการณ์หรือการประยุกต์ความรู้กับปัญหาที่มาจากผลงานวิจัย/ประสบการณ์วิทยากรฯ

ลงชื่อ..... อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

( ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ กังคะศรี )

2 มกราคม 2560

ลงชื่อ..... อาจารย์ผู้สอนรายวิชา  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรพรรณ ถาวรายุคัม)  
2 มกราคม 2560

ลงชื่อ..... อาจารย์ผู้สอนรายวิชา  
(อาจารย์ภารดี พึ่งสำราญ)  
2 มกราคม 2560

ลงชื่อ..... อาจารย์ผู้สอนรายวิชา  
(อาจารย์สรียาภา คันธวัลย์)  
2 มกราคม 2560

ลงชื่อ..... อาจารย์ผู้สอนรายวิชา  
(อาจารย์เหมือนฝัน คงสมแสง )  
2 มกราคม 2560

ลงชื่อ..... อาจารย์ผู้สอนรายวิชา  
(MR.Mwangati Whenda-Bhose N G'oli)  
2 มกราคม 2560