



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ประจำภาคเรียนที่ 1/2560

รหัสวิชา 3011105 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

(ภาษาอังกฤษ) Principles of Advertising and Public Relation

อาจารย์ผู้สอน
ผศ.ดร.รรินทร์ วสุนันต์

คำนำ

มคอ.3 ของรายวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ รหัสวิชา 3011105 จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็น
แนวการสอนประจำภาคเรียนที่ 1/2560 สำหรับนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตร์ ชั้นปีที่ 1 โดยเนื้อหาเนื้อหา
ในรายวิชาดังกล่าวเกี่ยวข้องกับการศึกษาความหมาย แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการโฆษณา บทบาทของการ
โฆษณาต่อสังคมเศรษฐกิจ การตลาด การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ สื่อโฆษณา กระบวนการโฆษณา
การวางแผนโฆษณา ศึกษาความหมาย ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ และ หลักการประชาสัมพันธ์
กระบวนการประชาสัมพันธ์ กลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ เครื่องมือการประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์และ
เทคนิคการประชาสัมพันธ์ คุณลักษณะของนักประชาสัมพันธ์ และจริยธรรมของนักประชาสัมพันธ์

ผศ.ดร.รรินทร์ วสุนันต์

30 มิถุนายน 2560

สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	4
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	4
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	5
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	6
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	10
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	17
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	18

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
คณะ คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 301105 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
(ภาษาอังกฤษ) Principles of Advertising and Public Relation

2. จำนวนหน่วยกิต

3 (3-0-6) หน่วยกิต

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต รายวิชา วิชาบังคับ

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผศ.ดร.รรินทร์ วสุนันต์
อาจารย์ผู้สอน (1) ผศ.ดร.รรินทร์ วสุนันต์ ตอนเรียน A2

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 1 / ชั้นปีที่ 1

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

ศูนย์การเรียนระนอง 2

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

มิถุนายน 2560

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจในแนวคิด ความหมาย หลักการสำคัญ เกี่ยวกับโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
2. เพื่อให้ผู้เรียนมีความเข้าใจบทบาทของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ในด้านต่างๆ ที่มีต่อสังคมในหลายภาคส่วน
3. เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อโฆษณา วิธีการและสื่อประชาสัมพันธ์ประชาสัมพันธ์ต่างๆ

4. เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการของการโฆษณาและการวางแผนการโฆษณา

5. เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการของการประชาสัมพันธ์ และการวางแผนการประชาสัมพันธ์

6. เพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจและตระหนักถึงจรรยาบรรณด้านวิชาชีพโฆษณาและประชาสัมพันธ์

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เป็นวิชาที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดทางการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ กระบวนการวางแผนการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ สื่อการโฆษณาและกลยุทธ์การโฆษณา สื่อประชาสัมพันธ์และวิธีการในการประชาสัมพันธ์ จริยธรรมในการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาความหมาย แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการโฆษณา บทบาทของการโฆษณาต่อสังคม เศรษฐกิจ การตลาด การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ สื่อโฆษณา กระบวนการโฆษณา การวางแผนโฆษณา ศึกษาความหมาย ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ และ หลักการประชาสัมพันธ์ กระบวนการประชาสัมพันธ์ กลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ เครื่องมือการประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์และเทคนิคการประชาสัมพันธ์ คุณลักษณะของนักประชาสัมพันธ์ จริยธรรมของนักประชาสัมพันธ์

Study meaning, concepts and theories of advertising, roles of advertising toward society, economic, marketing, integrated marketing communication, advertising media, and process. Study meanings, importance, and principles of public relations, public relations process, target groups, tools, strategies, techniques and codes of ethics of public relations personnel

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชม.	ไม่มี	ไม่มี	90 ชม.

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

รายบุคคล

อาจารย์ผู้สอนมีข้อตกลงกับนักศึกษากำหนดวัน เวลา ในการให้คำปรึกษา (Office Hour) สัปดาห์ละ 6 ชั่วโมง และแจ้งให้ผู้เรียนทราบ นอกจากนี้ นักศึกษาสามารถติดต่อเครือข่ายระบบสื่อสารสนเทศ (Facebook, Line) และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- 1.1.1 ผู้เรียนมีวินัย การตรงต่อเวลา ปฏิบัติตามระเบียบของมหาวิทยาลัย
- 1.1.2 ผู้เรียนมีความซื่อสัตย์ในการทำงานที่ได้รับมอบหมายด้วยตนเอง ไม่ละเมิดลิขสิทธิ์งานของผู้อื่นด้วยการลอกเลียนงานของผู้อื่นและเพื่อนร่วมชั้น
- 1.1.3 ผู้เรียนตระหนักถึงจรรยาบรรณทางด้านวิชาชีพการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
- 1.1.4 มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ รู้จักการเสียสละ และมีจิตสาธารณะในการทำงานร่วมกับผู้อื่นและส่วนรวม

1.2 วิธีการสอน

1. สร้างวัฒนธรรมความมีวินัยในชั้นเรียนเพื่อปลูกจิตสำนึกด้านความรับผิดชอบ ความตรงต่อเวลา ความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบ มารยาท และการปฏิบัติตามระเบียบของมหาวิทยาลัย
2. มอบหมายงานให้ผู้เรียนได้ทำงานแบบกลุ่มและงานเดี่ยว เพื่อให้ผู้เรียนได้ใช้ความรู้และทักษะการทำงานผ่านกระบวนการกลุ่ม
3. นำตัวอย่างของการนำผลงานของผู้อื่นมาใช้อ้างอิงอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการและหลักทางกฎหมาย พร้อมยกกรณีศึกษาของการละเมิดลิขสิทธิ์งานและผลงานของผู้อื่น และชี้ให้เห็นถึงผลเสียทั้งต่อตนเองต่อจรรยาบรรณวิชาชีพและสังคมส่วนรวม
4. นำตัวอย่างและกรณีศึกษาของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่ขาดจรรยาบรรณทางวิชาชีพและขัดต่อกฎหมาย และให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็น
5. มอบหมายงานที่ต้องทำผ่านกระบวนการทำงานแบบกลุ่มเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมและเพื่อปลูกฝังการทำงานในรูปแบบของจิตสาธารณะ

1.3 วิธีการประเมินผล

1. ประเมินผลจากพฤติกรรมที่แสดงออกในชั้นเรียน และการประเมินจากเพื่อนร่วมงาน
2. ประเมินจากผลงาน และการร่วมแสดงความคิดเห็นในตัวอย่างและกรณีศึกษาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับจรรยาบรรณทางวิชาชีพ

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- 2.1.1 ผู้เรียนสามารถอธิบายความหมาย แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนกระบวนการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ รวมถึงจรรยาบรรณของนักโฆษณาและนักประชาสัมพันธ์
- 2.1.2 ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้จากการเรียนทั้งในภาคทฤษฎีและปฏิบัติมาบูรณาการใช้กับงานด้านนิเทศศาสตร์ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ตลอดจนสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้กับการประกอบอาชีพได้ในอนาคต

2.2 วิธีการสอน

ใช้การสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยใช้เทคนิคการสอนที่หลากหลายเพื่อให้เข้ากับสถานการณ์และองค์ความรู้ เช่น ใช้การบรรยายประกอบสื่อการสอน การจัดกิจกรรม ศึกษาตัวอย่างงานโฆษณาและ

ประชาสัมพันธที่มีจรรยาบรรณ เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองโดยการคิดวิเคราะห์และลงมือปฏิบัติสร้างสรรค์ชิ้นงานด้วยตนเองตามความเหมาะสม และฝึกฝนให้ผู้เรียนรู้จักการค้นคว้าข้อมูลด้วยตนเองจากแหล่งข้อมูลประเภทต่าง ๆ ทั้งในสถานศึกษาและแหล่งการเรียนรู้นอกห้องเรียนอย่างต่อเนื่อง รวมถึงส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ และกระบวนการคิดวิเคราะห์ผ่านการนำเสนอชิ้นงานและโครงการตามที่ได้รับมอบหมาย

2.3 วิธีการประเมินผล

1. ประเมินจากผลงานที่มอบหมายให้ทำ
2. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น การอภิปราย การนำเสนอผลงาน และการตอบคำถามในชั้นเรียน
3. ประเมินจากรายงานที่นำเสนอและการอ้างอิงแหล่งที่มาของเอกสารต่างๆ ที่นำมาใช้ในการทำรายงานได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน
4. ประเมินจากการสอบปลายภาค

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- 3.1.1 ผู้เรียนสามารถคิด วิเคราะห์ บทบาทของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อตนเอง สังคม ในด้านต่างๆ ทั้งเชิงบวกและลบ
- 3.1.2 ผู้เรียนสามารถค้นคว้า ตีความ และประเมินผลข้อมูลเกี่ยวกับการโฆษณาการประชาสัมพันธ์ ที่ค้นคว้าด้วยตนเองจากแหล่งเรียนรู้ต่างๆ เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนางานได้ทั้งในและนอกชั้นเรียน
- 3.1.3 ผู้เรียนสามารถพัฒนาทักษะทางปัญญาด้วยตนเองอย่างต่อเนื่องผ่านแหล่งเรียนรู้และแหล่งข้อมูลต่างๆ ทั้งในและนอกห้องเรียน
- 3.1.4 ผู้เรียนเกิดความคิดสร้างสรรค์และต่อยอดความรู้ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อใช้ในการทำงานได้ต่อไป

3.2 วิธีการสอน

1. บรรยายพร้อมยกตัวอย่าง กรณีศึกษา และสถานการณ์ ในประเด็นปัญหาด้านการโฆษณาการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนเปิดให้มีการอภิปรายกลุ่ม การสอนแบบกิจกรรม active learning ให้ผู้เรียนได้ประสบการณ์จริงมีบทบาทในการเรียนรู้ด้วยตนเอง การระดมสมองเพื่อช่วยให้ผู้เรียนมีความคิดที่กว้างไกล มองประเด็นปัญหาต่างๆ ในแง่มุมที่หลากหลาย
2. การมอบหมายรายงานแบบเดี่ยวและกลุ่ม โดยเน้นการสืบค้นข้อมูล การหาความรู้ใหม่ การวิเคราะห์ปัญหา สังเคราะห์ และนำข้อสรุปหรือความรู้ใหม่พร้อมแนวทางแก้ไขปัญหาที่ได้นำเสนอในชั้นเรียนเพื่อให้ผู้ร่วมชั้นเรียนมีโอกาสได้แสดงความคิดเห็นอย่างกว้างขวาง
3. การใช้แหล่งการเรียนรู้ทั้งในสถานศึกษาและแหล่งการเรียนรู้นอกห้องเรียน
4. การใช้สื่อการสอนที่มีความหลากหลาย มีความรู้บูรณาการ มีความทันสมัยต่อเหตุการณ์ และมีเป็นสิ่งที่ปรากฏอยู่จริง

3.3 วิธีการประเมินผล

1. ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยเน้นข้อสอบปรนัยและอัตนัยที่มีการประยุกต์ความรู้ด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
2. ประเมินจากการตอบปัญหาและการแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน ทั้งรายบุคคลและกลุ่ม
3. ประเมินจากความสมบูรณ์ของรายงานเดี่ยว รายงานกลุ่มหรือโครงการกลุ่ม
4. ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน
5. ประเมินจากพฤติกรรมการเรียน

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- 4.1.1 การพัฒนาทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ เพื่อให้ผู้เรียนมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้
- 4.1.2 เป็นผู้มีจิตใจโอบอ้อมอารีช่วยเหลืออาจารย์ผู้สอนและเพื่อนร่วมชั้นเรียนด้วยความเต็มใจ เพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานและการอยู่ร่วมกัน
- 4.1.3 สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นในการพัฒนางาน พัฒนาความรู้ และพัฒนาตนเอง ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 4.1.4 แสดงภาวะผู้นำและผู้ตามได้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์ สามารถตัดสินใจ แก้ปัญหา และรับผิดชอบต่อความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นทั้งกับตนเองและส่วนรวม

4.2 วิธีการสอน

1. การมอบหมายรายงานแบบเดี่ยวและกลุ่มให้รับผิดชอบโดยกำหนดรายละเอียดของงานและเวลาที่ต้องส่ง
2. การวิเคราะห์กรณีศึกษาโดยเน้น Group Discussion กิจกรรม active learning ให้ผู้เรียนมีกระบวนการกลุ่มร่วมกันวางแผนและแก้ปัญหาในประเด็นที่อาจารย์และนักศึกษาร่วมกันกำหนดและนำเสนอในชั้นเรียน

4.3 วิธีการประเมินผล

1. ประเมินจากความรับผิดชอบ ในการเข้าชั้นเรียน
2. ประเมินจากบทบาทและความรับผิดชอบในการทำงานร่วมกับผู้อื่น (ผู้สอนและเพื่อนร่วมงานเป็นผู้ประเมิน)
3. ประเมินจากความสมบูรณ์และการตรงต่อเวลาของของงานที่มอบหมาย (ผู้สอนและเพื่อนร่วมงานเป็นผู้ประเมิน)
4. ประเมินจากพฤติกรรมของผู้เรียนในระหว่างที่ทำงานร่วมกัน (ผู้สอนและเพื่อนร่วมงานเป็นผู้ประเมิน)

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- 5.1.1 ผู้เรียนสามารถสื่อสารเพื่อแสดงความคิดเห็น อภิปราย นำเสนอในชั้นเรียนอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการด้วยวัจนะและอวัจนภาษาได้อย่างเหมาะสม

- 5.1.2 ผู้เรียนสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและเทคนิคการสื่อสารที่เหมาะสมในการนำเสนอผลงาน

- 5.1.3 ผู้เรียนสามารถใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมการสื่อสารต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้กับงานด้านนิเทศศาสตร์ได้อย่างเหมาะสม

5.2 วิธีการสอน

1. มอบหมายให้นักศึกษาทำรายงานเดี่ยวและกลุ่มที่ต้องมีการสืบค้นข้อมูลจากแหล่งสารสนเทศต่างๆ

2. การวิเคราะห์กรณีศึกษาในประเด็นที่อาจารย์กำหนด โดยการสืบค้นทางเทคโนโลยีสารสนเทศ

3. การนำเสนอในชั้นเรียนโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและเทคนิคการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่างๆ ที่จำเป็นในการนำเสนอชิ้นงาน

5.3 วิธีการประเมินผล

1. ประเมินจากความสมบูรณ์และความถูกต้องของรายงานเดี่ยว รายงานกลุ่ม ในประเด็นที่ให้สืบค้น

2. ประเมินจากรูปแบบการนำเสนอรายงานด้วยเอกสาร การนำเสนอด้วยวาจา และการบรรยายประกอบสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
1	<p>ปฐมนิเทศแนะนำรายวิชา</p> <ul style="list-style-type: none"> - การจัดการเรียนการสอน - การวัดและประเมินผล <p>หัวข้อการสอน</p> <p>ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการโฆษณา</p> <p>Learning Outcome</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของการโฆษณา - วัตถุประสงค์ของการโฆษณา - แบบจำลองขบวนการตอบสนอง - องค์ประกอบของขบวนการสื่อสารการโฆษณา - กระบวนการสื่อสารแบบโต้ตอบ - ประเภทของการโฆษณา - บทบาทของการโฆษณาต่อเศรษฐกิจและสังคม 	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยาย 2. กิจกรรมการสร้างแบบจำลองขบวนการสื่อสาร 2. การค้นคว้าด้วยตนเอง 3. การอภิปรายแสดงความคิดเห็น 4. การทำแบบฝึกหัดทบทวน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการโฆษณา 2. Power Point 3. สื่อนั่งสื่อพิมพ์ <p>นิตยสาร</p> <p>วิทยุกระจายเสียง</p> <p>โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต</p>	1,2	ผศ.ดร.รริ นทร วสุนันต์
2	<p>หัวข้อการสอน</p> <p>องค์กรในธุรกิจการโฆษณา</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยาย 2. การค้นคว้าด้วยตนเอง 3. ผู้เรียนร่วมแสดงความคิดเห็น การ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการโฆษณา 2. Power Point 	1, 2	ผศ.ดร.รริ นทร วสุนันต์

	Learning Outcome - ผู้โฆษณา - บริษัทตัวแทนโฆษณา - องค์กรสื่อ - บริษัทให้บริการสื่อโฆษณา - ธุรกิจสนับสนุนงานโฆษณาและสื่อสารการตลาด - ความเกี่ยวข้องขององค์กรในธุรกิจการโฆษณา		เปลี่ยนแปลงองค์กรธุรกิจการโฆษณาปัจจุบัน 4. การทำแบบฝึกหัด			
3	หัวข้อการสอน ผู้โฆษณาและหน่วยงานโฆษณา Learning Outcome - ความหมายและลักษณะของผู้โฆษณา - ประเภทของผู้โฆษณา - ความสำคัญของผู้โฆษณา - โครงสร้างการจัดองค์กรของผู้โฆษณา - แผนกโฆษณาของผู้โฆษณา	3	1. การบรรยาย 2. การค้นคว้าด้วยตนเอง 3. ผู้เรียนจัดกลุ่มและแสดงบทบาทสมมติตามโครงสร้างองค์กร 4. การทำแบบฝึกหัด	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการโฆษณาฯ 2. Power Point 3. สื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง โทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ต	1, 2	ผศ.ดร.รริ นทร วสุนันต์
4	หัวข้อการสอน กระบวนการโฆษณา Learning Outcome - ขั้นตอนการดำเนินงานในกระบวนการโฆษณา	3	1. การบรรยาย 2. การระดมสมองและคิดวิเคราะห์ในกิจกรรมกลุ่ม 3. การนำเสนอ Map กระบวนการโฆษณา 4. การทำแบบฝึกหัด	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการโฆษณาฯ 2. Power Point	1, 2, 3, 4, 6	ผศ.ดร.รริ นทร วสุนันต์
5	หัวข้อการสอน การวางแผนการโฆษณา	3	1. การบรรยาย 2. การคิดวิเคราะห์และระดมสมองในกิจกรรมกลุ่ม	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการโฆษณาฯ 2. Power Point	1, 2, 3, 4, 6	ผศ.ดร.รริ นทร วสุนันต์

	Learning Outcome - ขั้นตอนการวางแผนการโฆษณา - แรงจูงใจในโฆษณา - ส่วนประสมของการสร้างสรรค์ - เทคนิคการนำเสนอเสนองานโฆษณา		3. การนำเสนอแผนการโฆษณา 4. การทำแบบฝึกหัดทบทวน	3. สื่อโฆษณาประเภทต่างๆ 4. ตัวอย่างแผนการโฆษณา		
6	หัวข้อการสอน สื่อโฆษณา Learning Outcome - ความหมายของสื่อโฆษณา - ความสำคัญของสื่อโฆษณา - ประเภทของสื่อโฆษณา - สื่อวิทยุกระจายเสียง - สื่อโทรทัศน์ - สื่อหนังสือพิมพ์ - สื่อนิตยสาร - สื่อโฆษณานอกสถานที่	3	1. การบรรยาย 2. การนำเสนอ 3. การแสดงความคิดเห็นการเปลี่ยนแปลงสื่อโฆษณา 4. การทัศนศึกษาสื่อโฆษณานอกห้องเรียน 5. การทำแบบฝึกหัด	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการโฆษณาฯ 2. Power Point 3. DVD 4. หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต	3,4,5	ผศ.ดร.รริ นทร วสุนันต์
7	หัวข้อการสอน หลักการวางแผนสื่อโฆษณา Learning Outcome - ความหมายของการวางแผนสื่อโฆษณา คำศัพท์ที่เกี่ยวข้องในการวางแผนสื่อโฆษณา - หลักสำคัญในการซื้อสื่อโฆษณา - การศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล - วัตถุประสงค์ในการวางแผนสื่อ	3	1. การบรรยาย 2. การค้นคว้าด้วยตนเอง 3. การระดมสมองและคิดวิเคราะห์ในกิจกรรมกลุ่ม 4. การทำแบบฝึกหัดทบทวน	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการโฆษณาฯ 2. Power Point 3. วีซีดี 4. ตัวอย่างการวางแผนสื่อโฆษณา	1, 2, 3, 4, 5, 6	ผศ.ดร.รริ นทร วสุนันต์

	โฆษณา					
8	หัวข้อการสอน การประเมินผลการโฆษณา Learning Outcome - วัตถุประสงค์ของการประเมินผล การโฆษณา - ประเภทของการประเมินผลการ โฆษณา	3	1. การบรรยาย 2. การค้นคว้าด้วยตนเอง 3. การคิดวิเคราะห์และการระดมสมองใน กิจกรรมกลุ่ม 4. การทำแบบฝึกหัดทบทวน	1. เอกสารประกอบการ สอนวิชาหลักการโฆษณาฯ 2. Power Point	1, 2, 3, 4, 5, 6	ผศ.ดร.รริ นทร วสุนันต์
9	หัวข้อการสอน ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการ ประชาสัมพันธ์ Learning Outcome - ความหมายของการ ประชาสัมพันธ์ - วัตถุประสงค์ของการ ประชาสัมพันธ์ - หน้าที่และจุดมุ่งหมายของการ ประชาสัมพันธ์ - ลักษณะของการประชาสัมพันธ์ - องค์ประกอบของการ ประชาสัมพันธ์ในขบวนการสื่อสาร - บทบาทของการประชาสัมพันธ์	3	1. การบรรยาย 2. การค้นคว้าด้วยตนเอง 3. การอภิปรายแสดงความคิดเห็นบทบาทการ ประชาสัมพันธ์ในยุคสื่อออนไลน์ 4. การทำแบบฝึกหัดทบทวน	1. เอกสารประกอบการ สอนวิชาหลักการโฆษณาฯ 2. Power Point 3. สื่ อ ห ึ่ง สื่ อ พื ม พ์ นิตยสารวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต	1, 2, 3, 4, 5, 6	ผศ.ดร.รริ นทร วสุนันต์
10	หัวข้อการสอน องค์กรและกลุ่มเป้าหมายของการ ประชาสัมพันธ์ Learning Outcome - ประเภทขององค์กร	3	1. การบรรยาย 2. การค้นคว้าด้วยตนเอง 3. การอภิปรายแสดงความคิดเห็นบทบาทนัก ประชาสัมพันธ์ 4. การทำแบบฝึกหัดทบทวน	1. เอกสารประกอบการ สอนวิชาหลักการโฆษณาฯ 2. Power Point 3. สื่อนิตยสาร นิตยสาร	2	ผศ.ดร.รริ นทร วสุนันต์

	<ul style="list-style-type: none"> - องค์กรที่เกี่ยวข้องในการทำประชาสัมพันธ์ - กลุ่มเป้าหมายการประชาสัมพันธ์ขององค์กรทางธุรกิจ - กลุ่มเป้าหมายการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ - หน่วยงานประชาสัมพันธ์ในองค์กร - บทบาทหน้าที่ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ในองค์กร 			วิทยุกระจายเสียง โทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ต 4. ตัวอย่างงานการประชาสัมพันธ์ภาครัฐภาคเอกชน		
11	หัวข้อการสอน กระบวนการและการวางแผนประชาสัมพันธ์ Learning Outcome <ul style="list-style-type: none"> - ขั้นตอนในกระบวนการประชาสัมพันธ์ - ขั้นตอนการวางแผนการประชาสัมพันธ์ - หลักสำคัญของการติดต่อสื่อสาร 	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยาย 2. การคิดวิเคราะห์และการระดมสมองในกิจกรรมกลุ่มการวางแผนประชาสัมพันธ์ 3. การอภิปรายแผนประชาสัมพันธ์ และสรุปแผนเป็นผังภาพพร้อมนำเสนอ 4. การทำแบบฝึกหัด 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการโฆษณา 2. Power Point 3. วีซีดี 	1, 2, 3, 4, 5, 6	ผศ.ดร.รริ นทร วสุนันต์
12	หัวข้อการสอน เครื่องมือการประชาสัมพันธ์ Learning Outcome <ul style="list-style-type: none"> - วิธีการและเทคนิคประชาสัมพันธ์ - สื่อประชาสัมพันธ์ - หลักการสำคัญในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ 	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยาย 2. การค้นคว้าด้วยตนเอง 3. การอภิปรายแสดงความคิดเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ในยุคการหลอมรวมสื่อ และนำเสนอ 4. การทำแบบฝึกหัด 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการโฆษณา 2. Power Point 3. สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ 4. ตัวอย่างการใช้เทคนิคประชาสัมพันธ์ การใช้สื่อประชาสัมพันธ์แบบหลอม 	3	ผศ.ดร.รริ นทร วสุนันต์

				รวม		
15	หัวข้อการสอน คุณลักษณะและจรรยาบรรณของ นักโฆษณาและนักประชาสัมพันธ์ Learning Outcome - คุณลักษณะขององ นัก ประชาสัมพันธ์ - จริยธรรมหรือจรรยาบรรณของ นักประชาสัมพันธ์ - คุณลักษณะของบุคลากรใน ธุรกิจงานโฆษณา - จรรยาบรรณวิชาชีพโฆษณา - กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการ โฆษณา	3	1. การบรรยาย 2. การระดมสมองและกิจกรรมกลุ่ม 3. การอภิปรายแสดงความคิดเห็น และการ นำเสนอ 4. การทำแบบฝึกหัด	1. เอกสารประกอบการ สอนวิชาหลักการโฆษณาฯ 2. Power Point 3. สื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยูกระจายเสียง โทรศัพท์ และสื่อ อินเทอร์เน็ต	1, 2, 3, 4, 5, 6	ผศ.ดร.รริ นทร วสุนันต์
	สอบปลายภาค	1.5			1, 2, 3, 4, 5, 6	

หมายเหตุ : ระบุทุกสัปดาห์ จำนวน 15 สัปดาห์

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้ที่ได้ (ระบุข้อ)	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
มีความซื่อสัตย์ ต่อตนเองและ ผู้อื่น มีวินัย มี ความ รับผิดชอบ และมี จรรยาบรรณ ต่อวิชาชีพ	1.1.1, 1.1.4, 4.1.1, 4.1.2	- คุณภาพของงาน - การสังเกตพฤติกรรม	2-14	10%
ความรู้ความ เข้าใจใน หลักการของ การโฆษณา และ ประชาสัมพันธ์ ความสามารถ คิดวิเคราะห์ จากการ ค้นคว้าข้อมูล จากแหล่ง ความรู้ต่าง ๆ และสามารถ นำเสนองาน ได้อย่างเป็น รูปธรรมทั้ง งานที่ต้อง รับผิดชอบเป็น ทีมและงาน ส่วนบุคคล	1.1.4, 4.1.1, 4.1.2, 4.1.3, 4.1.5	- คุณภาพของงาน - ความถูกต้องสมบูรณ์ - การตรงต่อเวลา การสังเกตพฤติกรรม	2, 4-13	รายงานบุคคล 25% รายงานกลุ่ม 25%
การสอบปลาย ภาค	3.1.1, 3.1.2, 3.1.4	แบบทดสอบปรนัยหรืออัตนัย	16	40

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

ศิริมา คงทัพบ (2558). *หลักการโฆษณาและประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์บริการสื่อและสิ่งพิมพ์ กราฟฟิคโซลท์ มสส.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

กมล ชัยวัฒน์. (2008). *การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แมครอ-ฮิล.

ธีรพันธ์ โล่ทองคำ และคณะ. (2544). *BrandAge on Branding*. กรุงเทพมหานคร: ทิปปิง พอยท์.

พรทิพย์ พิมลสินธุ์. (2545). *การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพมหานคร: ยงพลเทรตติ้ง.

รตี สมบูรณ์. (2549). *ขบวนการสร้างบุคลิกภาพตราสินค้าสำหรับเด็กปฐมวัย*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์การตลาด. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

วงหทัย ต้นชีวะวงศ์. (2554). *การโฆษณาข้ามวัฒนธรรม*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วารุณี ต้นติววงศ์วานิช และคณะ (เรียบเรียง). (2545). *หลักการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อิน โดไชน่า. (Philip Kotler, Gary Armstrong 2545, ผู้แต่ง)

วิมลพรรณ อาภาเวท. (2553). *หลักการโฆษณาและประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.

วิรัช ลภีรัตนกุล. (2544). *การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). *การบริหารงานโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: วิสิทธิ์ วัฒนา.

สกนธ์ ภู่งามดี. (2547). *การวางแผนในงานโฆษณา*. กรุงเทพมหานคร: บิ๊กพอยท์.

สมควร กวียะ. (2547). *การประชาสัมพันธ์ใหม่*. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.

เสกสรร สายสีเสด. (2545). *หลักการโฆษณาและประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.

เสรี วงษ์มณฑา. (2546). *หลักการโฆษณา*. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.

เสรี วงษ์มณฑา. (2546). *สื่อประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ : ธีรชการพิมพ์.

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคดำเนินการโฆษณา. (2546). *เอกสารประกอบการสัมมนา*

“โฆษณาอย่างไรไม่ให้ละเมิดสิทธิผู้บริโภค”. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา.

องอาจ ปทะวานิช. (2555). *การโฆษณา*. กรุงเทพมหานคร: แสงดาว.

William, W. (2006). *Advertising Principle Effective IMC Practice*. Singapore : Prentice Hall Person Education.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

www.adasso thai.com

www.business thai.co.th

www.marketingoop.com

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

ให้ผู้เรียนได้ประเมินประสิทธิผลของรายวิชา ซึ่งรวมถึง วิธีการสอน การจัดกิจกรรม สภาพแวดล้อม สิ่งสนับสนุนการเรียนการสอน ซึ่งมีผลกระทบต่อการเรียนรู้ และผลการเรียนรู้ที่ได้รับ และเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงรายวิชาด้วยแบบประเมินรายวิชา

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

การประเมินการสอน โดยคณะกรรมการประเมินการสอนที่แต่งตั้งโดยกรรมการบริหารหลักสูตร และการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยตัวแทนนักศึกษา

3. การปรับปรุงการสอน

หลักสูตรกำหนดให้อาจารย์ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงวิธีการสอนและกลยุทธ์จากผลการประเมินประสิทธิผลของรายวิชา ร่วมกับการทำวิจัยในชั้นเรียนอย่างน้อยปีการศึกษาละ 1 รายวิชา

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

หลักสูตรกำหนดให้อาจารย์ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงวิธีการสอนและกลยุทธ์จากผลการประเมินประสิทธิผลของรายวิชา แล้วจัดทำรายงานรายวิชาส่งหลักสูตร

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

1. หลักสูตรมีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาจากผลการประเมินการสอน โดยนักศึกษา ผลการประเมินโดยคณะกรรมการประเมินการสอนของหลักสูตร การรายงานรายวิชาโดยอาจารย์ผู้สอน หลังการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา

2. อาจารย์ผู้สอนรับผิดชอบในการทบทวนเนื้อหาที่สอนและกลยุทธ์การสอนที่ใช้ และนำเสนอแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาในรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา เสนอต่อประธานหลักสูตรเพื่อนำเข้าที่ประชุมอาจารย์ประจำหลักสูตรพิจารณาให้ความคิดเห็นและสรุปวางแผนพัฒนาปรับปรุงสำหรับใช้ในปีการศึกษาถัดไป นำผลการวิจัยในชั้นเรียนมาปรับปรุงแผนการสอนและกิจกรรมการเรียนการสอน