



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรนิเทศศาสตร์
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ประจำภาคเรียนที่ 1/2560

รหัสวิชา 3034302 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด

(ภาษาอังกฤษ) Public Relations for Marketing

อาจารย์ผู้สอน

- (1) อาจารย์สุดตมา แสงวิเชียร
- (2) ผศ.ดร.กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ

คำนำ

รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3) ฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นเอกสารประกอบการเรียนการสอนในรายวิชาการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด สำหรับนักศึกษาของหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต โดยเนื้อหาแบ่งออกเป็น 7 หมวด ได้แก่ หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน และหมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษา และทั้งหมดเป็นแนวทางที่นักศึกษาจะต้องปฏิบัติเพื่อสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตหวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายละเอียดของรายวิชาการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด (มคอ.3) ฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์สำหรับนักศึกษา คณาจารย์ นำไปเป็นแนวทางประกอบการเรียนการสอนให้สามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สารบัญ

| หมวด | หน้า |
|--|------|
| หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป | |
| หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ | |
| หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ | |
| หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา | |
| หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล | |
| หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน | |
| หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา | |

รายละเอียดของรายวิชา

| | |
|---------------------|---------------------|
| ชื่อสถาบันอุดมศึกษา | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| คณะ | คณะวิทยาการจัดการ |

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา
รหัสวิชา 3034302 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด
(ภาษาอังกฤษ) Public Relations for Marketing
2. จำนวนหน่วยกิต
3(3-0-6) หน่วยกิต
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา
หลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต (นศ.บ.) คณะวิทยาการจัดการ กลุ่มวิชาเลือก
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อาจารย์สุดตมา แสงวิเชียร
อาจารย์ผู้สอน (1) อาจารย์สุดตมา แสงวิเชียร ตอนเรียน A
(2) ผศ.ดร.กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ ตอนเรียน B
5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน
ภาคการศึกษาที่ 1/ 2560 ชั้นปีที่ 3
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)
- ไม่มี -
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)
- ไม่มี -
8. สถานที่เรียน
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด
มิถุนายน 2560

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา
 - 1.1 เพื่อศึกษาแนวคิด ความหมาย และวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด
 - 1.2 เพื่อศึกษาเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดและรูปแบบของการประชาสัมพันธ์เชิงการตลาด
2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา
- ไม่มี -

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา (ระบุทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)

ศึกษาแนวคิด ความหมาย วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด เครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การตลาด รูปแบบและขอบเขตของการประชาสัมพันธ์เชิงการตลาด

Study concepts, meaning and objectives of public relations for marketing, public relations for marketing tools, forms and scopes of marketing public relations.

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

| บรรยาย การฝึก | สอนเสริม | ปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน | การศึกษาด้วยตนเอง |
|------------------------------|---|----------------------------------|-------------------|
| 45 ชั่วโมง ต่อภาคการศึกษา | ตามความต้องการของ อาจารย์และนักศึกษา | - | 75 ชั่วโมง |

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

รายบุคคล

อาจารย์ผู้สอนกำหนดวัน เวลา ในการให้คำปรึกษา (Office Hour) สัปดาห์ละ 6 ชั่วโมง และ
ยังอนุญาตให้นักศึกษาติดต่อผ่านโทรศัพท์ E-mail , Face book และLine

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- (1) มีความตระหนักในคุณค่าของคุณธรรม จริยธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต
- (2) มีวินัย ตรงต่อเวลา ความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคมผู้อื่น
- (3) มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละ จิตสาธารณะ ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ รวมทั้งมีค่านิยมที่ดีในการดำเนินชีวิตและเข้าใจ

(4) มีความตระหนักในการตัดสินใจเชิงจริยธรรม และจรรยาบรรณทางวิชาชีพ

(5) เคารพในกฎระเบียบ กติกา กฎเกณฑ์ขององค์กรและสังคม โดยตระหนักในคุณค่าของความเป็นมนุษย์

1.2 วิธีการสอน

(1) ปลูกฝังให้นักศึกษาตระหนักในคุณค่าของคุณธรรม จริยธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต ความรับผิดชอบทางวิชาชีพทั้งต่อตนเองและสังคม

(2) ส่งเสริมให้นักศึกษามีระเบียบวินัย มีการแต่งกายตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

(3) ส่งเสริมให้นักศึกษาตระหนัก เคารพกติกาขององค์กรและสังคมให้ยอมรับในบทบาท สิทธิหน้าที่ของตนเองและผู้อื่น

(4) ส่งเสริม สนับสนุนให้จัดกิจกรรมที่กระตุ้นให้นักศึกษามีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละ จิตสาธารณะ และมีค่านิยมที่ดีในการดำเนินชีวิต

1.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากการตรงต่อเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลา และความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

(2) ประเมินผลจากพฤติกรรมการแสดงออก กิริยามารยาทของนักศึกษาตามบทบาททั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

(3) ประเมินผลจากการเข้าร่วมกิจกรรมในหลักสูตรและนอกหลักสูตร

(4) ประเมินผลจากความถูกต้องเหมาะสมของชิ้นงาน และการปฏิบัติกิจกรรมของนักศึกษา

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

(1) มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิด และองค์ความรู้ด้านความหมาย วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด เครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การตลาด รูปแบบและขอบเขตของการประชาสัมพันธ์เชิงการตลาด

(2) มีความสามารถเชิงการคิดวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ และคิดสร้างสรรค์ สามารถนำความรู้ด้านการสื่อสารไปประยุกต์ใช้ เพื่อการประกอบอาชีพ และสามารถปรับตัวสร้างงานสร้างอาชีพได้อย่างเหมาะสม

2.2 วิธีการสอน

(1) เน้นการเรียนการสอนแบบร่วมมือ (cooperative learning groups) โดยการแบ่งนักศึกษาออกเป็นกลุ่ม เพื่อการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ช่วยเหลือสนับสนุนซึ่งกันและกัน และมีความรับผิดชอบร่วมกัน ทั้งในส่วนตัวและส่วนรวม เพื่อให้กลุ่มได้รับความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด โดยเน้นให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์ อภิปรายแสดงความคิดเห็น และศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมด้วยตนเอง เป็นต้น

(2) จัดให้มีการเรียนรู้จากสถานการณ์จริง การฝึกปฏิบัติในสภาพแวดล้อมจริง

(3) จัดให้มีการศึกษาดูงาน หรือเชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นวิทยากรบรรยายให้ความรู้พิเศษเฉพาะเรื่อง

2.3 วิธีการประเมินผล

(1) การทดสอบย่อย

(2) การสอบปลายภาคเรียน

(3) ประเมินจากความสมบูรณ์และคุณภาพของเนื้อหารายงาน การนำเสนองาน หรือโครงการที่นักศึกษาจัดทำ

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

(1) มีความใฝ่รู้ รอบรู้ รู้จักใช้แหล่งข้อมูลในการสืบค้นหาข้อเท็จจริง สามารถพิจารณาและตัดสินใจนำไปใช้ได้อย่างเหมาะสมกับงานในแต่ละด้าน

(2) สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน ประเด็นปัญหาทางสังคม การสื่อสาร ประยุกต์ใช้ทักษะทางสื่อสารเสนอปัญหา และแนวทางแก้ไขได้อย่างสร้างสรรค์

3.2 วิธีการสอน

(1) จัดการสอนแบบยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยมีกิจกรรมการเรียนการสอนให้ผู้รู้จักคิดวิเคราะห์ สร้างสรรค์จากตัวอย่างหรือกรณีศึกษา ตลอดจนการแก้ปัญหาจากสถานการณ์จำลอง

(2) การอภิปรายกลุ่มจากกรณีปัญหาหรือกรณีตัวอย่าง

3.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากผลการวิเคราะห์ สังเคราะห์เนื้อหาในรายงาน ผลงานสร้างสรรค์
- (2) ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

(1) มีความรู้ ความเข้าใจในจิตวิทยาผู้รับสาร สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมและโลกที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ตัดสินใจเสริมความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคลต่อการอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(2) สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ มีบุคลิกภาพเหมาะสม และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานในองค์กร และบุคคลทั่วไป ตลอดจนสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ สังคม และวัฒนธรรมองค์กรได้

(3) สามารถแสดงออกตามบทบาทหน้าที่ และมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมายในปัจจุบัน และอนาคต

4.2 วิธีการสอน

- (1) ส่งเสริมให้นักศึกษาเรียนรู้แบบการมีส่วนร่วมหรือฝึกการทำงานเป็นกลุ่ม
- (2) ให้นักศึกษารู้จักความรับผิดชอบตามบทบาทหน้าที่ ตลอดจนมีการสอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบต่อตนเอง ต่อผู้อื่น และต่อสังคม
- (3) ส่งเสริมการพัฒนาความคิด และการนำเสนอความคิดเห็นผ่านสื่ออย่างสร้างสรรค์
- (4) ส่งเสริมความเข้าใจในวัฒนธรรมองค์กร

4.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากพฤติกรรมกรรมกรมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมในชั้นเรียนและกิจกรรมกลุ่มของนักศึกษา

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- (1) มีความรู้ ทักษะการใช้ภาษาในการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม
- (2) มีทักษะ กลวิธี เทคนิคในการสื่อสารอธิบายหลักการ สถานการณ์ ตลอดจนการถ่ายทอดอธิบายความคิด หรือสื่อสารความหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.2 วิธีการสอน

(1) จัดการเรียนการสอนให้นักศึกษาได้ปฏิบัติงาน หรือจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ทางการตลาด โดยใช้เครื่องมือ อุปกรณ์การสื่อสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆอย่างสร้างสรรค์

(2) การติดตาม วิเคราะห์ สังเคราะห์ และนำเสนอรายงานประเด็นสำคัญด้านการสื่อสารจากสื่อต่าง ๆ

(3) สืบค้นและนำเสนอรายงานประเด็นสำคัญด้านการสื่อสารโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศจากความสามารถของนักศึกษาในการใช้ทักษะ เทคนิค รูปแบบการเลือกใช้เทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศ

(3) ประเมินผลการเรียนรู้จากความสามารถในการใช้ภาษาอธิบายขยายความเพื่อการสื่อสาร ตลอดจนความสามารถในการอธิบาย การอภิปราย และทักษะการนำเสนอผลงานต่าง ๆ ทั้งภายใน และภายนอกชั้นเรียน

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

| ลำดับที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวนชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|----------|---|--------------|--|---|-------------------------------|--------------------------|
| 1. | - ชี้แจงแนวการสอน กิจกรรมการเรียนการสอน การประเมินผล และทบทวนความรู้พื้นฐานด้านการประชาสัมพันธ์ - Learning Outcome เข้าใจภาวะเทียบ หลักเกณฑ์ และแนวทางการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด ตลอดจนสามารถปรับตัวและมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมในชั้นเรียน | 3 | - แนะนำตัวและทำกิจกรรม ละลายพฤติกรรม ชักถาม และแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ร่วมกัน | - เอกสารชี้แจงแนวการสอน - กิจกรรมนันทนาการ | 1.1, 1.2, 1.4,1.6 4.2, 4.4 | อ.สุตตมา ผศ.ดร.กฤษณพร |
| 2. | - ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาด - Learning Outcome มีความรู้ความเข้าใจเรื่องแนวคิดทางการตลาด การสื่อสารทางการตลาด และกลยุทธ์ทางการตลาด | 3 | - บรรยายสรุปเนื้อหา - ชักถาม แลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็น | - PowerPoint - เอกสารประกอบการเรียน | 1.1, 1.2, 1.4,1.6 2.1, 2.2 | อ.สุตตมา ผศ.ดร.กฤษณพร |
| 3. | - แนวคิดการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด - Learning Outcome มีความรู้ความเข้าใจเรื่องวัตถุประสงค์วิธีการ เครื่องมือ รูปแบบและขอบเขต | 3 | - บรรยายสรุปเนื้อหา - ชักถาม แลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็น | - PowerPoint - เอกสารประกอบการเรียน | 1.1, 1.2, 1.4,1.6 2.1, 2.2 | อ.สุตตมา ผศ.ดร.กฤษณพร |

| | | | | | | |
|-----|---|---|--|---|---|--------------------------|
| | การประชุมสัมพันธทางการตลาด | | | | | |
| 4 | - กระบวนการประชุมสัมพันธเพื่อการตลาด - Learning Outcome มีความรู้ความเข้าใจเรื่องกระบวนการประชุมสัมพันธเพื่อการตลาด และสามารถนำความรู้ไปคิด วิเคราะห์ อภิปรายกรณีศึกษาทางด้านการประชุมสัมพันธเพื่อการตลาดได้ | 3 | - เน้นให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์ อภิปรายแสดงความคิดเห็น และศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล เพิ่มเติมด้วยตนเอง - เรียนรู้ศึกษาจากสถานการณ์จริงและหรือจากผู้เชี่ยวชาญ ด้านการประชุมสัมพันธทางการตลาดกับองค์กรภายนอก - ถอดบทเรียนสรุปเนื้อหา | - PowerPoint - เอกสารประกอบการเรียน - ตัวอย่างกรณีศึกษา (Case Study) - ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชุมสัมพันธทางการตลาดจากองค์กรภายนอก | 1.1, 1.2, 1.4,1.6 2.1, 2.2, 3.2, 3.3 | อ.สุตตมา ผศ.ดร.กฤษณพร |
| 5-6 | - เครื่องมือที่ใช้ในการประชุมสัมพันธทางการตลาด - Learning Outcome มีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครื่องมือการประชุมสัมพันธเพื่อการตลาด และสามารถนำความรู้ไปคิด วิเคราะห์ อภิปรายกรณีศึกษาทางด้านการประชุมสัมพันธเพื่อการตลาดได้ ตลอดจนผลิตสื่อประชุมสัมพันธทางการตลาดได้อย่างสร้างสรรค์ | 6 | - เน้นให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์ อภิปรายแสดงความคิดเห็น และศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล เพิ่มเติมด้วยตนเอง - ผลิตสื่อประชุมสัมพันธเพื่อการตลาด - ถอดบทเรียนสรุปเนื้อหา | - PowerPoint - เอกสารประกอบการเรียน - ตัวอย่างกรณีศึกษา (Case Study) | 1.1, 1.2, 1.4,1.6 2.1, 2.2, 3.2, 3.3,4.1, 4.2, 4.4, 5.1, 5.2 | อ.สุตตมา ผศ.ดร.กฤษณพร |
| 7-8 | - กลยุทธ์การประชุมสัมพันธเพื่อการตลาด - Learning Outcome | 6 | - เน้นให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์ อภิปรายแสดงความคิดเห็นและศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติม | - PowerPoint - เอกสารประกอบการเรียน - ตัวอย่างกรณีศึกษา | 1.1, 1.2, 1.4,1.6 2.1, 2.2, 3.2, 3.3,4.1, 4.2, 4.4, | อ.สุตตมา ผศ.ดร.กฤษณพร |

| | | | | | | |
|-------|---|---|---|--|---|--------------------------|
| | มีความรู้ความเข้าใจเรื่องกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด และสามารถนำความรู้ไปคิด วิเคราะห์ วางแผนและประยุกต์เลือกใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดได้อย่างเหมาะสม | | ด้วยตนเอง - วางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด - ถอดบทเรียนสรุปเนื้อหา | (Case Study) | 5.1, 5.2 | |
| 9-10 | - รูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด - Learning Outcome มีความรู้ความเข้าใจเรื่องรูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด และสามารถนำความรู้ไปคิด วิเคราะห์ อภิปรายกรณีศึกษางานด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดได้ | 6 | - เน้นให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์ อภิปรายแสดงความคิดเห็น และศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมด้วยตนเอง - เรียนรู้ศึกษาจากสถานการณ์จริงและหรือจากผู้เชี่ยวชาญ วิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดกับองค์กร ภายนอก - ถอดบทเรียนสรุปเนื้อหา | - PowerPoint - เอกสารประกอบการเรียน - ตัวอย่างกรณีศึกษา (Case Study) | 1.1, 1.2, 1.4,1.6 2.1, 2.2, 3.2, 3.3,4.1, 4.2, 4.4, 5.1, 5.2 | อ.สุตตมา ผศ.ดร.กฤษณพร |
| 11-12 | - บทบาทของสื่อออนไลน์ต่อการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด - Learning Outcome มีความรู้ความเข้าใจเรื่องบทบาทของสื่อออนไลน์ต่อการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด และสามารถนำความรู้ไปคิด วิเคราะห์หรืออภิปรายกรณีศึกษางานด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดได้ | 6 | - เน้นให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์ อภิปรายแสดงความคิดเห็น และศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมด้วยตนเอง - เรียนรู้ศึกษาจากสถานการณ์จริงและหรือจากผู้เชี่ยวชาญ วิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดกับองค์กร ภายนอก | - PowerPoint - เอกสารประกอบการเรียน - ตัวอย่างกรณีศึกษา (Case Study) - ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดจากองค์กร ภายนอก | 1.1, 1.2, 1.4,1.6 2.1, 2.2, 3.2, 3.3,4.1, 4.2, 4.4, 5.1, 5.2 | อ.สุตตมา ผศ.ดร.กฤษณพร |

| | | | | | | |
|-------|---|---|--|---|---|--------------------------|
| | | | ภายนอก - ถอดบทเรียนสรุปเนื้อหา | | | |
| 13-14 | - เรียนรู้งานประชาสัมพันธ์เพื่อ การตลาดแนวใหม่ - Learning Outcome มีความรู้ความเข้าใจเรื่องงาน ประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดแนวใหม่ และสามารถนำความรู้ไปคิด วิเคราะห์ วางแผนและผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อการตลาดได้อย่างสร้างสรรค์ | 6 | - เน้นให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์ อภิปรายแสดงความคิดเห็น และศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล เพิ่มเติมด้วยตนเอง - ถอดบทเรียนสรุปเนื้อหา | - PowerPoint - เอกสารประกอบการเรียน - ตัวอย่างกรณีศึกษา (Case Study) | 1.1, 1.2, 1.4,1.6 2.1, 2.2, 3.2, 3.3,4.1, 4.2, 4.4, 5.1, 5.2 | อ.สุดตมา ผศ.ดร.กฤษณพร |
| 15 | สรุปบทเรียน และประเมินผู้สอน | 3 | บรรยายสรุปเนื้อหาทั้งหมด | - PowerPoint - เอกสารประกอบการเรียน | | อ.สุดตมา ผศ.ดร.กฤษณพร |

หมายเหตุ : ระบุทุกสัปดาห์ จำนวน 15 สัปดาห์

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

| กิจกรรม ที่ | ผลการเรียนรู้ | วิธีการประเมิน | สัปดาห์ที่ประเมิน | สัดส่วนของ การประเมินผล |
|----------------|---|---|-------------------|----------------------------|
| 1 | 1.1, 1.2, 1.4,1.6 | การมีส่วนร่วมในการอภิปราย แสดงความคิดเห็น และวินัย ในการเรียน ความรับผิดชอบ | 1-15 | 10% |
| 2 | 2.1, 2.2, 5.1,5.2 | การวิเคราะห์กรณีศึกษาการ ประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด | 4-11 | 20% |
| 3 | 2.1,2.2, 3.2, 3.3, 4.1,4.2, 4.4,5.1, 5.2 | ผลงานหรือชิ้นงานที่นศ.ผลิต เพื่อการประชาสัมพันธ์ทาง การตลาด | 9-14 | 40% |
| ๔ | 2.1,2.3,3.2 | สอบปลายภาค | 16 | 30% |

หมวดที่ 6 ทฤษฎีการประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

สุดตมา แสงวิเชียร.(2558). *เอกสารประกอบการเรียนรายวิชาการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด*
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

นิตยสาร Marketeer และนิตยสาร BrandAge

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

วิรัช ลภีรัตนกุล.(2544) .*นิเทศศาสตร์กับการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด*. กรุงเทพฯ. ซีเอ็ดดูเคชั่น.

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

ให้นักศึกษาทุกคนประเมินประสิทธิผลของรายวิชา ซึ่งรวมถึง วิธีการสอน การจัดกิจกรรมในและนอก
ห้องเรียน สิ่งสนับสนุนการเรียนการสอน ซึ่งมีผลกระทบต่อการเรียนรู้ และผลการเรียนรู้ที่ได้รับ และ
เสนอแนะเพื่อการปรับปรุงรายวิชา

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

สังเกตพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมในชั้นเรียน การแสดงความคิดเห็น และการ
นำเสนอผลงานของนักศึกษา

3. การปรับปรุงการสอน

หลักสูตรกำหนดให้อาจารย์ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์และวิธีการสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลของรายวิชา แล้วจัดทำรายงาน รายวิชาตามรายละเอียดที่ สกอ. กำหนดทุกภาคการศึกษา รวมถึงมีการประชุมอาจารย์ผู้รับผิดชอบและอาจารย์ประจำของหลักสูตรเพื่อหารือปัญหาการเรียนรู้นักศึกษาและร่วมกันหาแนวทางแก้ไข

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

อาจารย์ผู้สอนร่วมพิจารณาความเหมาะสมของข้อสอบ และทำหน้าที่ทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา รวมถึงงานเดี่ยวและงานกลุ่ม

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

การทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาจากผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษา ทบทวนเนื้อหาและกลยุทธ์การสอน นำเสนอแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาในรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา เสนอต่อประธานหลักสูตร เพื่อนำเข้าที่ประชุมคณะกรรมการบริหารหลักสูตรพิจารณาให้ความคิดเห็นและสรุปวางแผนพัฒนาปรับปรุงสำหรับใช้ในปีการศึกษาถัดไป