



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ประจำภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2561

รหัสวิชา 3012102 ชื่อรายวิชา วิเคราะห์ผู้รับสาร
Audience Analysis

อาจารย์ผู้สอน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รรินทร์ วสุนันต์

คำนำ

มคอ.3 นี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวทางให้กับอาจารย์ผู้สอนที่ดำเนินการสอน ในรายวิชา วิเคราะห์ผู้รับสาร (Audience Analysis) รหัสวิชา 3012102 โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจแนวคิดและ ทฤษฎีการสื่อสารมวลชนที่ใช้ในการวิเคราะห์ผู้รับสาร การวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะโครงสร้างทาง สังคม ทางจิตวิทยา การเมืองวัฒนธรรมและลักษณะประชากร อิทธิพลการสื่อสารต่อการเปลี่ยนแปลง ความรู้ การรับรู้ แรงจูงใจในการสื่อสาร การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสาร เพื่อพัฒนา ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกระบวนการสื่อสาร

รายละเอียดของรายวิชานี้จึงเป็นส่วนสำคัญต่อผู้เรียน ที่เน้นทั้งการเรียนการสอนที่เป็นทฤษฎีและ การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจากกรณีศึกษา และกิจกรรมการเรียนการสอนในห้องเรียน โดยผู้เรียนสามารถ นำความรู้ที่ได้จากการรายวิชาไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้ในอนาคต

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
25 กรกฎาคม 2561

สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	6
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	7
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	7
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	8
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	13
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	19
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	21

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
 วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา
 รหัสวิชา 3012102 ชื่อรายวิชา การวิเคราะห์ผู้รับสาร
 Audience Analysis
2. จำนวนหน่วยกิต
 3(3-0-6) หน่วยกิต
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา
 หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต
 ประเภทของรายวิชา วิชาบังคับ
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รรินทร์ วสุนันต์
 อาจารย์ผู้สอน (1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รรินทร์ วสุนันต์ ตอนเรียน A2
5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน
 ภาคการศึกษาที่ 1 / ชั้นปีที่ 2
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)
 ไม่มี
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)
 ไม่มี
8. สถานที่เรียน
 มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด
 25 กรกฎาคม 2561

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1.1 เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจในแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารมวลชนที่ใช้ในการวิเคราะห์ผู้รับสาร

1.2 เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงสร้างทางสังคม ทางจิตวิทยา การเมืองวัฒนธรรม และลักษณะประชากรศาสตร์ ในการวิเคราะห์ผู้รับสาร

1.3 เพื่อให้ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์ผู้รับสาร เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกระบวนการสื่อสารได้

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เป็นวิชาที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดทางการสื่อสาร พฤติกรรมผู้บริโภค แนวคิดการตลาด แนวคิดทางประชากรศาสตร์ และจิตวิทยา เพื่อวิเคราะห์การพัฒนาประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกระบวนการสื่อสาร

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารมวลชนที่ใช้ในการวิเคราะห์ผู้รับสาร การวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะโครงสร้างทางสังคม ทางจิตวิทยา การเมืองวัฒนธรรมและลักษณะประชากร อิทธิพลการสื่อสารต่อการเปลี่ยนแปลงความรู้ การรับรู้ แรงจูงใจในการสื่อสาร การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสาร เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกระบวนการสื่อสาร

Concept and theory of mass communication which are used for the audience analysis, audience analysis according to: their characteristics of social, psychological, political, cultural and demographic characteristic, influence of the communication on changes in cognition and awareness, motivation for the communication, factors and limits of the audience, and changes in attitudes and behavior of the audience in order to improve efficiency and effectiveness of the communication process.

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชั่วโมง	ไม่มี	ไม่มี	90 ชั่วโมง

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

อาจารย์ผู้สอนกำหนดวันและเวลาในการให้คำปรึกษา (Office Hour) ที่ห้องพักอาจารย์ หลักสูตรการจัดการ สัปดาห์ละ 6 ชั่วโมงและประกาศให้ผู้เรียนทราบ นอกจากนี้อาจกำหนดช่องทางให้นักศึกษาติดต่อผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และสื่อสังคมออนไลน์

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- 1.1.1 ตระหนักในคุณค่าของคุณธรรม จริยธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต
- 1.1.2 มีวินัย ตรงต่อเวลา ความรับผิดชอบต่อตนเอง และสังคม
- 1.1.3 มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละ จิตสาธารณะ และทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ รวมทั้งมีค่านิยมที่ดีในการดำเนินชีวิต และเข้าใจผู้อื่น
- 1.1.4 ตระหนักในการตัดสินใจเชิงจริยธรรม และจรรยาบรรณทางวิชาชีพ
- 1.1.5 ตระหนัก ยอมรับ และเคารพบทบาท สิทธิ หน้าที่ของตนเอง และผู้อื่น
- 1.1.6 เคารพในกฎระเบียบ กติกา กฎเกณฑ์ขององค์กรและสังคม โดยตระหนักในคุณค่าของความเป็นมนุษย์

1.2 วิธีการสอน

1.2.1 ปลูกฝังให้นักศึกษาตระหนักในคุณค่าของคุณธรรม จริยธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต ความรับผิดชอบทางวิชาชีพทั้งต่อตนเองและสังคม

1.2.2 ส่งเสริมให้นักศึกษามีระเบียบวินัย มีการแต่งกายตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

1.2.3 ส่งเสริมให้นักศึกษาตระหนัก เคารพกติกาขององค์กรและสังคมให้ยอมรับในบทบาท สิทธิ หน้าที่ของตนเองและผู้อื่น

1.2.4 ส่งเสริม สนับสนุนให้จัดกิจกรรมที่กระตุ้นให้นักศึกษามีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละ จิตสาธารณะ และมีค่านิยมที่ดีในการดำเนินชีวิต

1.3 วิธีการประเมินผล

1.3.1 ประเมินจากการตรงตรงต่อเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนด ระยะเวลา และความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

1.3.2 ประเมินผลจากพฤติกรรมกรรมการแสดงออก กิริยามารยาทของนักศึกษาตามบทบาททั้งภายใน และภายนอกมหาวิทยาลัย

1.3.3 ประเมินผลจากการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน และการเข้าร่วมกิจกรรมในหลักสูตรและนอก หลักสูตร

1.3.4 ประเมินผลจากความถูกต้องเหมาะสมของชิ้นงาน การปฏิบัติกิจกรรมของนักศึกษา

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

● 2.1.1 มีความรู้ ความเข้าใจในขอบข่าย ลักษณะเบื้องต้น และหลักการ แนวคิด ทฤษฎี เนื้อหา สาระที่สำคัญของรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชานิติศาสตร์

● 2.1.2 มีความสามารถเชิงการคิดวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ และคิดสร้างสรรค์ สามารถนำความรู้ ด้านการสื่อสารไปประยุกต์ใช้ เพื่อการประกอบอาชีพ และสามารถปรับตัวสร้างงานสร้างอาชีพได้อย่าง เหมาะสม

○ 2.1.3 สามารถบูรณาการความรู้ หลักการของศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ หลักการบริหาร จัดการ หลักจิตวิทยา หลักการใช้ภาษา หลักศิลปะ หลักกฎหมายและจริยธรรม นำมาประยุกต์ใช้เป็น พื้นฐานในการประกอบอาชีพได้

○ 2.1.4 มีความสามารถในการศึกษาค้นคว้า และพัฒนาความรู้ ความเข้าใจของตนเองได้อย่าง ต่อเนื่อง

2.2 วิธีการสอน

2.2.1 ใช้การสอนในหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ทั้งนี้ ให้เป็นไปตาม ลักษณะของรายวิชา หรือลักษณะเนื้อหาสาระของรายวิชานั้นๆ

2.2.2 จัดให้มีการเรียนรู้จากสถานการณ์จริง การฝึกแบบจำลองในชั้นเรียน

2.2.3 การเรียนรู้จากกรณีศึกษา

2.3 วิธีการประเมินผล

2.3.1 การทดสอบย่อย

2.3.2 การสอบกลางภาคเรียน และปลายภาคเรียน

2.3.3 ประเมินจากความสมบูรณ์ของเนื้อหารายงาน หรือโครงการที่นักศึกษาจัดทำ

- 2.3.4 ประเมินจากการจัดกิจกรรมในชั้นเรียน
- 2.3.5 ประเมินจากการนำเสนอผลรายงานการศึกษาค้นคว้า
- 2.3.6 ประเมินจากคุณภาพของชิ้นงานจากการฝึกทักษะทางวิชาชีพด้านต่าง ๆ

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

○3.1.1 มีความคิดสร้างสรรค์และสามารถนำนวัตกรรมการสื่อสารไปใช้ในงานเชิงวิชาชีพทางนิเทศศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

●3.1.2 มีความใฝ่รู้ รอบรู้ รู้จักใช้แหล่งข้อมูลในการสืบค้นหาข้อเท็จจริง สามารถพิจารณาและตัดสินใจนำไปใช้ได้อย่างเหมาะสมกับงานในแต่ละด้าน

●3.1.3 สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน ประเด็นปัญหาทางสังคม การสื่อสาร ประยุกต์ใช้ทักษะทางสื่อสารเสนอปัญหา และแนวทางแก้ไขได้อย่างสร้างสรรค์

○3.1.4 นักศึกษาสามารถปรับตัวเข้ากับสภาพการเปลี่ยนแปลงของสังคม เศรษฐกิจ รวมทั้งรู้เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และประยุกต์ใช้ความรู้ ความเข้าใจ แนวคิดทักษะมาใช้สร้างสรรค์ช่องทางการสื่อสารที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน สังคม และสถานการณ์ปัจจุบัน หรือเพื่อการประกอบวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.2 วิธีการสอน

3.2.1 ในการเรียนการสอนฝึกกระบวนการคิดวิเคราะห์อย่างสร้างสรรค์ตั้งแต่เริ่มเข้าศึกษา โดยเริ่มต้นจากปัญหาที่ง่าย และเพิ่มระดับความยากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งนี้ ต้องจัดให้เหมาะสมและสอดคล้องกับรายวิชา นอกจากนั้น ทุกรายวิชาต้องฝึกการคิดเชิงวิเคราะห์ เช่น วิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม และคิดเชิงสร้างสรรค์

3.2.2 จัดการสอนแบบยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยมีกิจกรรมการเรียนการสอนให้รู้จักคิดวิเคราะห์สร้างสรรค์จากตัวอย่าง หรือกรณีศึกษา ตลอดจนการแก้ปัญหาจากสถานการณ์จำลอง

3.2.3 การอภิปรายกลุ่มจากกรณีปัญหาหรือกรณีตัวอย่าง

3.3 วิธีการประเมินผล

3.3.1 ประเมินตามสภาพจริงจากผลงาน และการปฏิบัติของนักศึกษา

3.3.2 ประเมินจากผลการวิเคราะห์เนื้อในรายงาน ผลงานสร้างสรรค์

3.3.3 ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน ตลอดจนการทดสอบโดยใช้แบบทดสอบหรือสัมภาษณ์

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

● 4.1.1 มีความรู้ ความเข้าใจในจิตวิทยาผู้รับสาร สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมและโลกที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ตัดสินใจเสริมความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคลต่อการอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

○ 4.1.2 สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ มีบุคลิกภาพเหมาะสม และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานในองค์กร และบุคคลทั่วไป ตลอดจนสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ สังคม และวัฒนธรรมองค์กรได้

○ 4.1.3 สามารถใช้ความรู้ ทักษะการสื่อสารนำเสนอความคิดเห็นต่อประเด็นสาธารณะซึ่งนำสังคมได้อย่างเหมาะสม

○ 4.1.4 สามารถแสดงออกตามบทบาทหน้าที่ และมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมายในปัจจุบัน และอนาคต

4.2 วิธีการสอน

4.2.1 การจัดการเรียนการสอนในรายวิชาต่างๆ ส่งเสริมให้นักศึกษาเรียนรู้แบบการมีส่วนร่วมหรือฝึกการทำงานเป็นกลุ่ม

4.2.1 ให้นักศึกษารู้จักความรับผิดชอบต่อตามบทบาทหน้าที่ ตลอดจนมีการสอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบต่อตนเอง ต่อผู้อื่น และต่อสังคม

4.2.3 มีการเสริมสร้างบุคลิกภาพและการสร้างมนุษยสัมพันธ์

4.2.4 ส่งเสริมการพัฒนาความคิดและการนำเสนอความคิดเห็นผ่านสื่ออย่างสร้างสรรค์

4.2.5 ส่งเสริมความเข้าใจในวัฒนธรรมองค์กร

4.3 วิธีการประเมินผล

4.3.1 ประเมินจากพฤติกรรมและการแสดงออกทางบุคลิกภาพของนักศึกษา

4.3.2 ประเมินจากการวางตน การมีมนุษยสัมพันธ์ของนักศึกษาในการทำงานกลุ่มในชั้นเรียน และสังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรม

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

● 5.1.1 มีความรู้ ทักษะการใช้ภาษาในการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม

○ 5.1.2 มีทักษะ กลวิธี เทคนิคในการสื่อสารอธิบายหลักการ สถานการณ์ ตลอดจนการถ่ายทอดอธิบายความคิด หรือสื่อสารความหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

● 5.1.3 สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประมวลผล และนำเสนองานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

○5.1.4 นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ การทำประชามติ การทำโพลมาใช้ในวิชาชีพทางด้าน
นิเทศศาสตร์

○5.1.5 มีความรู้ ทักษะการใช้เทคโนโลยี เครื่องมือ อุปกรณ์การสื่อสารต่างๆ ตลอดจนสามารถ
เลือก และประยุกต์ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่จำเป็นในวิชาชีพนิเทศศาสตร์ได้อย่างสร้างสรรค์และ
เหมาะสม

5.2 วิธีการสอน

5.2.1 กลยุทธ์การจัดการเรียนการสอนให้นักศึกษาได้ปฏิบัติงาน หรือจัดกิจกรรมจากการใช้
เครื่องมือ อุปกรณ์การสื่อสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับการเสริมสร้างหรือเพิ่มทักษะ
และความชำนาญเชิงวิชาชีพอย่างสร้างสรรค์

5.2.2 การติดตาม วิเคราะห์ และนำเสนอรายงานประเด็นสำคัญด้านการสื่อสารจากสื่อต่างๆ

5.2.3 สืบค้นและนำเสนอรายงานประเด็นสำคัญด้านการสื่อสารโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.3 วิธีการประเมินผล

5.3.1. ประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี
สารสนเทศจากความสามารถของนักศึกษาในการใช้ทักษะ เทคนิค รูปแบบการเลือกใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร
และสารสนเทศ

5.3.1 ประเมินผลการเรียนรู้จากความสามารถในการใช้ภาษาอธิบายขยายความ เพื่อการสื่อสาร
ตลอดจนความสามารถในการอธิบาย การอภิปราย และทักษะการนำเสนอผลงานต่างๆ ทั้งภายในและ
ภายนอกชั้นเรียน

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อ / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
1	บทที่ 1 กระบวนการสื่อสารกับผู้รับสาร - กระบวนการสื่อสาร - ผู้รับสาร - มุมมองของการวิเคราะห์ผู้รับสาร - ประเภทของผู้รับสาร	3	(1) การบรรยายเนื้อหา (2) การวิเคราะห์กรณีศึกษา	(1) เอกสารประกอบการเรียน (2) PowerPoint (3) กรณีศึกษา	ข้อ 1 ข้อ 2	(1)
2	บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีในการวิเคราะห์ผู้รับสาร - การวิเคราะห์ผู้รับสาร - ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ - ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ	3	(1) แนะนำจุดประสงค์ แนวการสอน เกณฑ์การประเมินและแหล่งสืบค้นข้อมูลและการเรียนรู้ (2) การทดสอบก่อนเรียน (3) บรรยาย	(1) เอกสารประกอบการเรียน (2) PowerPoint	ข้อ 1 ข้อ 2	(1)
3	บทที่ 2 (ต่อ) - การวิเคราะห์ผู้รับสารในยุคดิจิทัล - อิทธิพลและผลกระทบของสื่อมวลชน	3	(1) การบรรยายเนื้อหา (2) แบ่งกลุ่มอภิปรายร่วมกันผ่านเฟซบุ๊ก	(1) เอกสารประกอบการเรียน (2) PowerPoint (3) คลิปวิดีโอ	ข้อ 1 ข้อ 2 ข้อ 3	(1)

สัปดาห์ที่	หัวข้อ / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน
4	บทที่ 3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ เปิดรับข่าวสาร - ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร - ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร - พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ	3	(1) การบรรยายเนื้อหา (2) การวิเคราะห์กรณีศึกษา	(1) เอกสารประกอบการเรียน (2) PowerPoint (3) คลิปวิดีโอ	ข้อ 1 ข้อ 2 ข้อ 3	(1)
5	บทที่ 4 ปัจจัยภายนอกที่ใช้การ วิเคราะห์ผู้รับสาร - โครงสร้างทางสังคม วัฒนธรรม กลุ่ม อ้างอิง ครอบครัว วงจรชีวิต - การเมือง เศรษฐกิจ กฎหมาย Learning Outcome: นักศึกษา สามารถเลือกใช้ปัจจัยภายนอกใน การวิเคราะห์ผู้รับสารได้	3	(1) การบรรยายเนื้อหา (2) แบ่งกลุ่มอภิปรายร่วมกัน ในชั้นเรียน (3) มอบหมายงาน Final Project (งานกลุ่ม การจัดทำสื่อ: คลิปวิดีโอ หนังสือ infographic สคริป ที่ ส่งเสริมการเรียนรู้เท่าทันสื่อ)	เอกสารประกอบการเรียน (2) PowerPoint (3) ตัวอย่างรายการโทรทัศน์	ข้อ 3	(1)
6	บทที่ 4 (ต่อ) - ประชากรศาสตร์ - สื่อมวลชน	3	(1) การบรรยายเนื้อหา (2) การวิเคราะห์กรณีศึกษา	(1) เอกสารประกอบการเรียน (2) PowerPoint (3) สื่อกลางแจ้ง (outdoor)	ข้อ 3	(1)

ลำดับที่	หัวข้อ / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน
7	บทที่ 5 ปัจจัยภายในที่ใช้การวิเคราะห์ ผู้รับสาร - แรงจูงใจ ความต้องการ การเรียนรู้, การเห็นคุณค่าในตนเอง Learning Outcome: นักศึกษาสามารถ เลือกใช้ปัจจัยภายในในการวิเคราะห์ ผู้รับสารได้	3	(1) การบรรยายเนื้อหา (2) แบ่งกลุ่มอภิปรายร่วมกันผ่านเฟซบุ๊ก	(1) เอกสารประกอบการเรียน (2) PowerPoint (3) สื่อเฟซบุ๊ก	ข้อ 3	(1)
8	- บทที่ 5 (ต่อ)ทัศนคติ - บุคลิกภาพ - รูปแบบการดำเนินชีวิต	3	(1) การบรรยายเนื้อหา (2) บทบาทสมมติผ่านละคร	(1) เอกสารประกอบการเรียน (2) PowerPoint (3) การแสดงบทบาทสมมติ	ข้อ 3	(1)
9	บทที่ 6 การมีปฏิสัมพันธ์ผ่านสื่อ - รู้จักกับสื่อใหม่ - การมีปฏิสัมพันธ์ผ่านสื่อ	3	(1) การบรรยายเนื้อหา (2) แบ่งกลุ่มอภิปรายกรณีศึกษาสื่อใหม่	(1) เอกสารประกอบการเรียน (2) PowerPoint	ข้อ 3	(1)
10	บทที่ 6 (ต่อ) - รู้จักกับสื่อใหม่ - การมีปฏิสัมพันธ์ผ่านสื่อ	3	(1) การบรรยายเนื้อหา (2) แบ่งกลุ่มอภิปรายกรณีศึกษาประโยชน์และผลกระทบของสื่อใหม่ต่อการตลาด	(1) เอกสารประกอบการเรียน (2) PowerPoint (3) กรณีศึกษาการใช้สื่อใหม่	ข้อ 3	(1)

ลำดับที่	หัวข้อ / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน
11	บทที่ 7 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้รับสาร กับการตลาด - พฤติกรรมของผู้รับสาร - การสื่อสารแบรนด์	3	(1) การบรรยายเนื้อหา (2) การวิเคราะห์กรณีศึกษา	(1) เอกสารประกอบการเรียน (2) PowerPoint (3) คลิปวิดีโอบนยูทูป	ข้อ 3	(1)
12	บทที่ 7 (ต่อ) - พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ - หลักการวิเคราะห์ผู้บริโภคด้วย 6W1H และ 7Os	3	(1) การบรรยายเนื้อหา (2) นำเสนอกรณีศึกษาในชั้นเรียน	(1) เอกสารประกอบการเรียน (2) PowerPoint (3) การนำเสนอในชั้นเรียน	ข้อ 3	(1)
13	บทที่ 8 การรู้เท่าทันสื่อ - ความหมายและความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ - องค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อ - การรู้เท่าทันสื่อกับกระบวนการสื่อสาร Learning Outcome: นักศึกษามีศักยภาพในการรู้เท่าทันสื่อ	3	(1) การบรรยายเนื้อหา (2) อภิปรายร่วมกันในชั้นเรียน (3) ทดสอบระดับการรู้เท่าทันสื่อ	(1) เอกสารประกอบการเรียน (2) PowerPoint (3) แบบทดสอบความรู้เท่าทันสื่อ	ข้อ 3	(1)
14	บทที่ 8 (ต่อ) - แนวทางการรู้เท่าทันสื่อ - การรู้ทันตนเอง	3	(1) การบรรยายเนื้อหา (2) การนำเสนอผลงานกลุ่ม (การจัดทำสื่อ: คลิปวิดีโอ หนังสั้น	(1) เอกสารประกอบการเรียน (2) PowerPoint (3) การนำเสนอในชั้นเรียน	ข้อ 3	(1)

ลำดับที่	หัวข้อ / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน
	- การรู้ทันสื่อออนไลน์		infographic สคริปหรืออื่นๆ ที่ส่งเสริม การรู้เท่าทันสื่อ)			
15	สรุปบทเรียน	3	(1) การบรรยายเนื้อหา (2) PowerPoint			

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัดส่วนที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
การเข้าชั้นเรียน	1.1, 1.2	- การตรงเวลา - ความสม่ำเสมอในการเข้าชั้นเรียน	ตลอดภาคการศึกษา	10%
การมีส่วนร่วม อภิปราย แสดงความคิดเห็น ในชั้นเรียน	4.1,4.2, 5.1,5.3	- ความกระตือรือร้น - สามารถร่วมงานกับผู้อื่นได้ - สามารถสืบค้นผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้ - สามารถใช้อุปกรณ์เครื่องมือนำเสนอได้	ตลอดภาคการศึกษา	10%
การนำเสนอในชั้นเรียน	1.1, 1.2, 1.5, 4.1, 5.1, 5.3	- การตรงต่อเวลา - นำเสนอเนื้อหาได้ถูกต้อง ครบถ้วน - มีทักษะในการนำเสนองานที่ดี	11 และ 13	5%
การแสดงบทบาทสมมติละคร	1.3, 2.1, 2.2, ,3.2, 3.3, 4.1, 4.2, 5.1, 5.3	- การตรงต่อเวลา - นำเสนอเนื้อหาได้ถูกต้อง ครบถ้วน - ความสามารถในการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์นำเสนอ	9	10%
การวิเคราะห์กรณีศึกษา	1.3, 2.1, 2.2, ,3.2, 3.3, 4.2,	- การเชื่อมโยงหลักการและสถานการณ์ได้ถูกต้อง	1, 4, 6, 12	5%
การนำเสนอผลงาน Final Project	1.3, 2.1, 2.2, , 3.2, 3.3, 4.2, 5.1, 5.3	- การตรงต่อเวลา - นำเสนอเนื้อหาได้ถูกต้อง ครบถ้วน - ความสามารถในการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์นำเสนอ	15	20%
สอบปลายภาค	2.1, 2.3, 3.3	ข้อสอบปลายภาค	ตามปฏิทินของมหาวิทยาลัย	40%

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ (2560). *เอกสารประกอบการเรียน วิชาวิเคราะห์ผู้รับสาร*. ศูนย์บริการสื่อและสิ่งพิมพ์กราฟฟิคไซท์.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

กาญจนา แก้วเทพ. (2545). *สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 3.

กรุงเทพมหานคร: ศาลาแดง.

กิติมา สุรสนธิ. (2548). *ความรู้ทางการสื่อสาร*. กรุงเทพมหานคร: จามจุรีโปรดักท์.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)*. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ธิตพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์ . (2548). *เอกสารการสอนชุดวิชา สังคมมนุษย์*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช หน่วยที่ 1-8 . นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ปรมะ สตะเวทิน.. (2546). *การสื่อสารมวลชน: กระบวนการ และทฤษฎี*. กรุงเทพมหานคร: หจก.ภาพพิมพ์.

ปริญ ลักขิตานนท์. (2544). *จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค (Psychology & Consumer Behavior)*.

พิมพ์ครั้งที่ 3. นิตยสาร BrandAgeกรกฎาคม. กรุงเทพมหานคร: บริษัทอินโฟเมอร์เชียล มาร์ก จำกัด.

อุษณีย์ จิตตะเปาโล และนุตประวีณ์ เลิศกาญจนวัตติ. (2540). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร:

สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.

Assael, H. (1995). *Consumer Behavior and Marketing Action*. New York University.

Assael, H. (1998). *Consumer and Marketing Action* (6th ed.). OH: South-Western College.

Mowen, J. C. & Minor, M. (1998). **Consumer Behavior** (5th ed.). New Jersey: Prentice Hall Inc.

Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. : Pearson.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2006). *Principles of Marketing*. New Jersey: Upper Saddle River.

Pride, M. W. & Ferrell, C. O. *Marketing* (15th ed.). (2010). Canada: South –Western.

Shiffman, G. L, & Kanuk, L. L. (2004). *Consumer Behavior*. New Jersey: Printice-Hall.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

จอมขวัญ สยามวาลา. (2544). “กรณีศึกษาการตลาดมุ่งเน้นเพศที่ 3 “ , *อภิปรายในงานสัมมนา 7 C's and 3 Sex, ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์* โดยบริษัท อินเทลลิเจนท์ รีเสิร์ชแอนด์เอ็ดดูเคชั่น จำกัด, 30 พค. 2544.

ภูริทัต ทองปรีชา.(2550). *เรียนรู้และเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคใน 1 สัปดาห์*. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. คณะวิทยาการจัดการ. แขนงวิชาการตลาด โปรแกรมวิชาการบริหารธุรกิจ. (2547). *การบริหารการตลาด*.กรุงเทพมหานคร: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

วิมลพรรณ อภาเวทและคณะ. (2554). *พฤติกรรมกรรมการสื่อสารในเฟสบุ๊ค(Facebook) ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร*.

ศิริชัย ศิริกายะ และกาญญา แก้วเทพ. (2531). *ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน*. เอกสารอัดสำเนา ภาควิชาการสื่อสารมวลชน. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมควร กวียะ. (2549). *การสื่อสารมวลชน: บทบาท หน้าที่ เสรีภาพ ความรับผิดชอบ.ฉบับปรับปรุง (พิมพ์ครั้งที่ 6)*. กรุงเทพมหานคร: โกสิมทร์.

เสริมยศ ธรรมรักษ์, เกียรติศักดิ์ วัฒนศักดิ์, ณัฐา ฉางชูโต และสุมาลี เล็กประยูร.(2551). *หลักการตลาดสำหรับนักนิเทศศาสตร์ (Marketing Principles for Communication Arts)*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์. (2551).*ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพผู้บริโภคและทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้า*. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิตภาควิชาการโฆษณา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Berlo, D.K. (1960). *The Process of communication*. New York: Holt, Rinehart & Winston.

Drake et al., (1992). *Retail Fashion Promotion and Advertising*. New York: Macmillan.

Locker, O. K. & Kienzler, S. D. (2013). *Business and Administrative Communication*. New York: McGraw-Hill.

KritsadaratWattanasuwan, Asst.Prof, “*I am a woman : Advertising Consumption and the Symbolic Project of the Transgendered Self*, วารสารบริหารธุรกิจ, คณะพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ฉบับที่ 83,กรกฎาคม.-กันยายน ,2542, หน้า 72-93.

Kurtz, L. D. (2012). *Principles of Contemporary Marketing* (15thed). South-Western,

Mooij, Marieke K. de. (2005). *Global Marketing and Advertising: Understanding Cultural Paradoxes*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Schramm, W. (1974).**Nature of Communication Between Humans**. Urbana IL: University of Illinois Press.

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

ให้นักศึกษาทุกคนประเมินประสิทธิผลของรายวิชา ซึ่งรวมถึง วิธีการสอน การจัดกิจกรรมในและนอกห้องเรียน สิ่งสนับสนุนการเรียนการสอน ซึ่งมีผลกระทบต่อการเรียนรู้ และผลการเรียนรู้ที่ได้รับ และเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงรายวิชา ด้วยระบบคอมพิวเตอร์ของมหาวิทยาลัย

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

การประเมินผลความพึงพอใจของผู้เรียนในเรื่องคุณภาพการสอนและสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้แต่ละด้าน และการสัมภาษณ์ตัวแทนนักศึกษา

3. การปรับปรุงการสอน

หลักสูตรกำหนดให้อาจารย์ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์และวิธีการสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลของรายวิชา แล้วจัดทำรายงานรายวิชาตามรายละเอียดที่ สกอ. กำหนดทุกภาคการศึกษา หลักสูตรกำหนดให้อาจารย์ผู้สอนเข้ารับการฝึกอบรมกลยุทธ์การสอน / การวิจัยในชั้นเรียน และมอบหมายให้อาจารย์ผู้สอนรายวิชาที่มีปัญหา ทำวิจัยในชั้นเรียนอย่างน้อยภาคการศึกษาละ 1 รายวิชา มีการประชุมอาจารย์ทั้งภาควิชาเพื่อหารือปัญหาการเรียนรู้ของนักศึกษาและร่วมกันหาแนวทางแก้ไข

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

หลักสูตรมีคณะกรรมการประเมินการสอนทำหน้าที่ทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา โดยการสุ่มประเมินข้อสอบและความเหมาะสมของการให้คะแนน ทั้งคะแนนดิบและระดับคะแนนของรายวิชา 60% ของรายวิชาทั้งหมดในความรับผิดชอบของภาควิชา ภายในรอบเวลาหลักสูตร

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

หลักสูตรมีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาจากผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษา การรายงานรายวิชาโดยอาจารย์ผู้สอน หลังการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา อาจารย์ผู้สอนรับผิดชอบในการทบทวนเนื้อหาที่สอนและกลยุทธ์การสอนที่ใช้ และนำเสนอแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาในรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา เสนอต่อประธานหลักสูตร เพื่อนำเข้าที่ประชุมอาจารย์ประจำหลักสูตรพิจารณาให้ความคิดเห็นและสรุปวางแผนพัฒนาปรับปรุงสำหรับใช้ในปีการศึกษาถัดไป