



## รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
ประจำภาคเรียนที่ 1/2562

รหัสวิชา 3034302 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด  
(ภาษาอังกฤษ) Public Relations for Marketing

อาจารย์ผู้สอน

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

## คำนำ

รายละเอียดของรายวิชา (มคอ. 3) ฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทาง การสอนใน รายวิชาการ ประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด สำหรับนักศึกษาของหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต โดยเนื้อหาแบ่งออกเป็น 7 หมวด ได้แก่ หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป หมวด 2 จุดมุ่งหมายและ วัตถุประสงค์ หมวด 3 ลักษณะและการ ดำเนินการ หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน และหมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษา และทั้งหมดเป็นแนวทางที่นักศึกษาจะต้องปฏิบัติเพื่อ สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตหวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายละเอียดของรายวิชาการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด (มคอ.3) ฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์สำหรับนักศึกษา คณาจารย์ นำไปเป็นแนวทางประกอบการเรียนการสอน ให้สามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สุดตมา แสงวิเชียร  
อาจารย์ผู้สอน

## สารบัญ

| หมวด   | หน้า  |    |
|--------|---|----|
| หมวด 1 | ข้อมูลทั่วไป                                | 4  |
| หมวด 2 | จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์                  | 4  |
| หมวด 3 | ลักษณะและการดำเนินการ                       | 5  |
| หมวด 4 | การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา            | 5  |
| หมวด 5 | แผนการสอนและการประเมินผล                    | 9  |
| หมวด 6 | ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน                | 13 |
| หมวด 7 | การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา | 13 |

## 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/ 2562 ชั้นปีที่ 4

**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 นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ แนวคิด วัตถุประสงค์ เครื่องมือ รูปแบบและขอบเขตของการประชาสัมพันธ์เชิงการตลาด

1.2 นักศึกษามีความสามารถเชิงการคิดวิเคราะห์ผู้รับสาร สถานการณ์หรือประเด็นปัญหาทางสังคมที่เกิดขึ้น และสามารถสื่อสารนำเสนอความคิดเห็นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 นักศึกษาสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ สร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

## 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

- ไม่มี -

### หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

#### 1. คำอธิบายรายวิชา

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<br>ภาคสนาม/การฝึกงาน | การศึกษาด้วยตนเอง |
|------------------------------|---|----------------------------------|-------------------|
| 45 ชั่วโมง<br>ต่อภาคการศึกษา | ตามความต้องการของ<br>อาจารย์และนักศึกษา | -                                | 75 ชั่วโมง        |

#### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

##### รายบุคคล

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

### หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

#### 1. คุณธรรม จริยธรรม

##### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

1.1.1 มีความตระหนักในคุณค่าของคุณธรรม จริยธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต (1)

1.1.2 มีวินัย ตรงต่อเวลา ความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคมผู้อื่น (2)

1.1.3 มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละ จิตสาธารณะ ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ รวมทั้งมีค่านิยมที่ดีในการดำเนินชีวิตและเข้าใจ

1.1.4 มีความตระหนักในการตัดสินใจเชิงจริยธรรม และจรรยาบรรณทางวิชาชีพ (4)

1.1.5 เคารพในกฎระเบียบ กติกา กฎเกณฑ์ขององค์กรและสังคม โดยตระหนักในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ (6)

##### 1.2 วิธีการสอน

1.2.1 ปลูกฝังให้นักศึกษาระหนักในคุณค่าของคุณธรรม จริยธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต ความรับผิดชอบทางวิชาชีพทั้งต่อตนเองและสังคม

- 1.2.2 ส่งเสริมให้นักศึกษามีระเบียบวินัย มีการแต่งกายตามระเบียบของมหาวิทยาลัย
- 1.2.3 ส่งเสริมให้นักศึกษาตระหนัก เคารพกติกาขององค์กรและสังคมให้อยู่ร่วมกับในบทบาทสิทธิหน้าที่ของตนเองและผู้อื่น
- 1.2.4 ส่งเสริม สนับสนุนให้จัดกิจกรรมที่กระตุ้นให้นักศึกษามีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละ จิตสาธารณะ และมีค่านิยมที่ดีในการดำเนินชีวิต

### 1.3 วิธีการประเมินผล

- 1.3.1 ประเมินจากการตรงต่อเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลา และความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย
- 1.3.2 ประเมินผลจากพฤติกรรมการ แสดงออก กิริยามารยาทของนักศึกษาตามบทบาททั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย
- 1.3.3 ประเมินผลจากการเข้าร่วมกิจกรรมในหลักสูตรและนอกหลักสูตร
- 1.3.4 ประเมินผลจากความถูกต้องเหมาะสมของชิ้นงาน และการปฏิบัติกิจกรรมของนักศึกษา

## 2. ความรู้

### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

2.1.1 มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิด และองค์ความรู้ด้านความหมาย วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด เครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การตลาด รูปแบบและขอบเขตของการประชาสัมพันธ์เชิงการตลาด (1)

2.1.2 มีความสามารถเชิงการคิดวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ และคิดสร้างสรรค์ สามารถนำความรู้ด้านการสื่อสารไปประยุกต์ใช้ เพื่อการประกอบอาชีพ และสามารถปรับตัวสร้างงานสร้างอาชีพได้อย่างเหมาะสม (2)

### 2.2 วิธีการสอน

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

2.2.2 จัดให้มีการเรียนรู้จากสถานการณ์จริง การฝึกปฏิบัติในสภาพแวดล้อมจริง

2.2.3 จัดให้มีการศึกษาดูงาน หรือเชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นวิทยากร บรรยายให้ความรู้พิเศษเฉพาะเรื่อง

### 2.3 วิธีการประเมินผล

2.3.1 การทดสอบย่อย

2.3.2 การสอบปลายภาคเรียน

2.3.3 ประเมินจากความสมบูรณ์และคุณภาพของเนื้อหารายงาน การนำเสนองาน หรือโครงการที่นักศึกษาจัดทำ

## 3. ทักษะทางปัญญา

### 3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

3.1.1 มีความใฝ่รู้ รอบรู้ รู้จักใช้แหล่งข้อมูลในการสืบค้นหาข้อเท็จจริง สามารถพิจารณาและตัดสินใจนำไปใช้ได้อย่างเหมาะสมกับงานในแต่ละด้าน (2)

3.1.2 สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน ประเด็นปัญหาทางสังคม การสื่อสาร ประยุกต์ใช้ทักษะทางสื่อสารเสนอปัญหา และแนวทางแก้ไขได้อย่างสร้างสรรค์ (3)

### 3.2 วิธีการสอน

3.2.1 จัดการสอนแบบยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยมีกิจกรรมการเรียนการสอนให้รู้จักคิดวิเคราะห์สร้างสรรค์จากตัวอย่างหรือกรณีศึกษา ตลอดจนการแก้ปัญหาจากสถานการณ์จำลอง

3.2.2 การอภิปรายกลุ่มจากกรณีปัญหาหรือกรณีตัวอย่าง

### 3.3 วิธีการประเมินผล

3.3.1 ประเมินจากผลการวิเคราะห์ สังเคราะห์เนื้อหาในรายงาน ผลงานสร้างสรรค์

3.3.2 ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน

## 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

4.1.1 มีความรู้ ความเข้าใจในจิตวิทยาผู้รับสาร สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมและโลกที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ตัดสินใจเสริมความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคลต่อการอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ (1)

4.1.2 สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ มีบุคลิกภาพเหมาะสม และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานในองค์กร และบุคคลทั่วไป ตลอดจนสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ สังคม และวัฒนธรรมองค์กรได้ (2)

4.1.3 สามารถแสดงออกตามบทบาทหน้าที่ และมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมายในปัจจุบัน และอนาคต (4)

### 4.2 วิธีการสอน

4.2.1 ส่งเสริมให้นักศึกษาเรียนรู้แบบการมีส่วนร่วมหรือฝึกการทำงานเป็นกลุ่ม

4.2.2 ให้นักศึกษารู้จักความรับผิดชอบตามบทบาทหน้าที่ ตลอดจนมีการสอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบต่อตนเอง ต่อผู้อื่น และต่อสังคม

4.2.3 ส่งเสริมการพัฒนาความคิด และการนำเสนอความคิดเห็นผ่านสื่ออย่างสร้างสรรค์

4.2.4 ส่งเสริมความเข้าใจในวัฒนธรรมองค์กร

### 4.3 วิธีการประเมินผล

4.3.1 ประเมินจากพฤติกรรม การมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมในชั้นเรียนและกิจกรรมกลุ่ม ของนักศึกษา

## 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

5.1.1 มีความรู้ ทักษะการใช้ภาษาในการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม (1)

5.1.2 มีทักษะ กลวิธี เทคนิคในการสื่อสารอธิบายหลักการ สถานการณ์ ตลอดจนการถ่ายทอดอธิบายความคิด หรือสื่อสารความหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (2)

### 5.2 วิธีการสอน

5.2.1 จัดการเรียนการสอนให้นักศึกษาได้ปฏิบัติงาน หรือจัดกิจกรรม ประชาสัมพันธ์ทางการตลาด โดยใช้เครื่องมือ อุปกรณ์การสื่อสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆอย่างสร้างสรรค์

5.2.2 การติดตาม วิเคราะห์ สังเคราะห์ และนำเสนอรายงานประเด็นสำคัญด้านการสื่อสารจากสื่อต่าง ๆ

5.2.3 สืบค้นและนำเสนอรายงานประเด็นสำคัญด้านการสื่อสารโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.3 วิธีการประเมินผล

5.3.1 ประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศจากความสามารถของนักศึกษาในการใช้ทักษะ เทคนิค รูปแบบการเลือกใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร และสารสนเทศ

5.3.2 ประเมินผลการเรียนรู้จากความสามารถในการใช้ภาษาอธิบายขยายความเพื่อการสื่อสาร ตลอดจนความสามารถในการอธิบาย การอภิปราย และทักษะการนำเสนอผลงานต่าง ๆ ทั้งภายใน และภายนอกชั้นเรียน



## หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

## 1. แผนการสอน

| ลำดับที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome   | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน   | สื่อการสอน                                    | สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|----------|---|---------------|---|---|--------------------------------|--------------------|
| 1.       | - ชี้แจงแนวการสอน กิจกรรมการเรียน การสอนการประเมินผล และทบทวน ความรู้พื้นฐานด้านการประชาสัมพันธ์<br>- Learning Outcome<br>เข้าใจกฎระเบียบ หลักเกณฑ์ และ แนวทางการจัดการเรียนการสอนใน รายวิชาการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด ตลอดจนสามารถปรับตัวและมีส่วนร่วม ในการทำกิจกรรมในชั้นเรียน | 3             | - แนะนำตัวและทำกิจกรรม ละลายพฤติกรรม ชักถาม และ แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ร่วมกัน | - เอกสารชี้แจงแนวการสอน<br>- กิจกรรมนันทนาการ | 1.1                            | (1),(2)            |
| 2.       | - ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาด<br>- Learning Outcome<br>มีความรู้ความเข้าใจเรื่องแนวคิดทาง การตลาด การสื่อสารทางการตลาด และ กลยุทธ์ทางการตลาด   | 3             | - บรรยายสรุปเนื้อหา<br>- ชักถาม แลกเปลี่ยนแสดง ความคิดเห็น                          | - PowerPoint<br>- เอกสารประกอบการเรียน        | 1.1,1.2                        | (1),(2)            |
| 3.       | - แนวคิดการประชาสัมพันธ์เพื่อ การตลาด<br>- Learning Outcome<br>มีความรู้ความเข้าใจเรื่องวัตถุประสงค์ วิธีการ เครื่องมือ รูปแบบและขอบเขต   | 3             | - บรรยายสรุปเนื้อหา<br>- ชักถาม แลกเปลี่ยนแสดง ความคิดเห็น                          | - PowerPoint<br>- เอกสารประกอบการเรียน        | 1.1,1.2                        | (1),(2)            |

|     |   |   |   |  |             |         |
|-----|---|---|---|--|-------------|---------|
|     | การประชาสัมพันธ์ทางการตลาด  |   |   |  |             |         |
| 4   | <p>- กระบวนการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด</p> <p>- Learning Outcome</p> <p>มีความรู้ความเข้าใจเรื่องกระบวนการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด และสามารถนำความรู้ไปคิด วิเคราะห์ อภิปรายกรณีศึกษาทางด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดได้</p>   | 3 | <p>- เน้นให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์ อภิปรายแสดงความคิดเห็น และศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมด้วยตนเอง</p> <p>- เรียนรู้ศึกษาจากสถานการณ์จริงและหรือจากผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดกับองค์กรภายนอก</p> <p>- ถอดบทเรียนสรุปเนื้อหา</p> | <p>- PowerPoint</p> <p>- เอกสารประกอบการเรียน</p> <p>- ตัวอย่างกรณีศึกษา (Case Study)</p> <p>- ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดจากองค์กรภายนอก (Active learning)</p> | 1.1,1.2     | (1),(2) |
| 5-6 | <p>- เครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด</p> <p>- Learning Outcome</p> <p>มีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครื่องมือการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด และสามารถนำความรู้ไปคิด วิเคราะห์ อภิปรายกรณีศึกษาทางด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดได้ ตลอดจนผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทางการตลาดได้อย่างสร้างสรรค์</p> | 6 | <p>- เน้นให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์ อภิปรายแสดงความคิดเห็น และศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมด้วยตนเอง</p> <p>- ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด</p> <p>- ถอดบทเรียนสรุปเนื้อหา</p>  | <p>- PowerPoint</p> <p>- เอกสารประกอบการเรียน</p> <p>- ตัวอย่างกรณีศึกษา (Case Study)</p>  | 1.1,1.2,1.3 | (1),(2) |
| 7-8 | <p>- กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด</p>  | 6 | <p>- เน้นให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์ อภิปรายแสดงความคิดเห็นและ</p>   | <p>- PowerPoint</p> <p>- เอกสารประกอบการเรียน</p>  | 1.1,1.2,1.3 | (1),(2) |

|       |   |   |   |   |             |         |
|-------|---|---|---|---|-------------|---------|
|       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Learning Outcome มีความรู้ความเข้าใจเรื่องกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด และสามารถนำความรู้ไปคิด วิเคราะห์ วางแผนและประยุกต์เลือกใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดได้อย่างเหมาะสม</li> </ul>                                       |   | <p>ศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมด้วยตนเอง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- วางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด</li> <li>- ถอดบทเรียนสรุปเนื้อหา</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ตัวอย่างกรณีศึกษา (Case Study)</li> </ul>  |             |         |
| 9-10  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- รูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด</li> <li>- Learning Outcome มีความรู้ความเข้าใจเรื่องรูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด และสามารถนำความรู้ไปคิด วิเคราะห์ อภิปรายกรณีศึกษางานด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดได้</li> </ul> | 6 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- เน้นให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์ อภิปรายแสดงความคิดเห็น และศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมด้วยตนเอง</li> <li>- เรียนรู้ศึกษาจากสถานการณ์จริงและหรือจากผู้เชี่ยวชาญ วิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดกับองค์กร ภายนอก</li> <li>- ถอดบทเรียนสรุปเนื้อหา</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- PowerPoint</li> <li>- เอกสารประกอบการเรียน</li> <li>- ตัวอย่างกรณีศึกษา (Case Study)</li> </ul>  | 1.1,1.2     | (1),(2) |
| 11-12 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- บทบาทของสื่อออนไลน์ต่อการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด</li> <li>- Learning Outcome มีความรู้ความเข้าใจเรื่องบทบาทของสื่อออนไลน์ต่อการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด และสามารถนำความรู้ไปคิด วิเคราะห์อภิปรายกรณีศึกษางานด้านการ</li> </ul>              | 6 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- เน้นให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์ อภิปรายแสดงความคิดเห็น และศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมด้วยตนเอง</li> <li>- เรียนรู้ศึกษาจากสถานการณ์จริงและหรือจากผู้เชี่ยวชาญ วิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- PowerPoint</li> <li>- เอกสารประกอบการเรียน</li> <li>- ตัวอย่างกรณีศึกษา (Case Study)</li> <li>- ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดจากองค์กร</li> </ul> | 1.1,1.2,1.3 | (1),(2) |

|       |  |   |  |  |         |         |
|-------|--|---|--|--|---------|---------|
|       | ประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดได้   |   | ทางการตลาดกับองค์กร<br>ภายนอก<br>- ถอดบทเรียนสรุปเนื้อหา   | ภายนอก (Active learning)   |         |         |
| 13-14 | - เรียนรู้งานประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดแนวใหม่<br>- Learning Outcome<br>มีความรู้ความเข้าใจเรื่องงานประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดแนวใหม่ และสามารถนำความรู้ไปคิด วิเคราะห์วางแผนและผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดได้อย่างสร้างสรรค์ | 6 | - เน้นให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์ อภิปรายแสดงความคิดเห็น และศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมด้วยตนเอง<br>- ถอดบทเรียนสรุปเนื้อหา | - PowerPoint<br>- เอกสารประกอบการเรียน<br>- ตัวอย่างกรณีศึกษา (Case Study) | 1.1,1.2 | (1),(2) |
| 15    | สรุปบทเรียน และประเมินผู้สอน   | 3 | บรรยายสรุปเนื้อหาทั้งหมด   | - PowerPoint<br>- เอกสารประกอบการเรียน                                     | 1.1,1.2 | (1),(2) |

หมายเหตุ : ระบุทุกสัปดาห์ จำนวน 15 สัปดาห์

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

| กิจกรรม<br>ที่ | ผลการเรียนรู้                                     | วิธีการประเมิน  | สัปดาห์ที่ประเมิน | สัดส่วนของ<br>การประเมินผล |
|----------------|---|---|-------------------|----------------------------|
| 1              | 1.1.1,1.1.2,1.1.3,<br>1.1.4,1.1.5                 | การมีส่วนร่วมในการอภิปราย<br>แสดงความคิดเห็น และวินัย<br>ในการเรียน ความรับผิดชอบ | 1-15              | 10%                        |
| 2              | 2.1.1,2.1.2,3.1.1,<br>3.1.2                       | การวิเคราะห์กรณีศึกษาการ<br>ประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด                             | 4-11              | 20%                        |
| 3              | 2.1.2, 3.1.1,3.1.2,<br>4.1.1,4.1.2<br>5.1.1,5.1.2 | ผลงานหรือชิ้นงานที่นศ.ผลิต<br>เพื่อการประชาสัมพันธ์ทาง<br>การตลาด                 | 6-14              | 40%                        |
| 4              | 2.1.1,2.1.2                                       | สอบปลายภาค  | 16                | 30%                        |

### หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

#### 1. เอกสารและตำราหลัก

สุดตมา แสงวิเชียร. (2562). เอกสารประกอบการเรียนรายวิชาการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

#### 2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

นิตยสาร Marketeer และนิตยสาร BrandAge

#### 3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

วิรัช ลภีรัตนกุล.(2544) .นิเทศศาสตร์กับการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด. กรุงเทพฯ. ซีเอ็ดยูเคชั่น.

### หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

#### 1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

ให้นักศึกษาทุกคนประเมินประสิทธิผลของรายวิชา ซึ่งรวมถึง วิธีการสอน การจัดกิจกรรมในและนอกห้องเรียน สิ่งสนับสนุนการเรียนการสอน ซึ่งมีผลกระทบต่อการเรียนรู้ และผลการเรียนรู้ที่ได้รับ และเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงรายวิชา

#### 2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

สังเกตพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมในชั้นเรียน การแสดงความคิดเห็น และการนำเสนอผลงานของนักศึกษา

### 3. การปรับปรุงการสอน

หลักสูตรกำหนดให้อาจารย์ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์และวิธีการสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลของรายวิชา แล้วจัดทำรายงาน รายวิชา ตามรายละเอียดที่ สกอ. กำหนดทุกภาคการศึกษา รวมถึงมีการประชุมอาจารย์ผู้รับผิดชอบและอาจารย์ประจำของหลักสูตรเพื่อหารือปัญหาการเรียนรู้นักศึกษาและร่วมกันหาแนวทางแก้ไข

### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

อาจารย์ผู้สอนร่วมพิจารณาความเหมาะสมของข้อสอบ และ ทำหน้าที่ทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา รวมถึงงานเดี่ยวและงานกลุ่ม

### 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

การทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาจากผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษา ทบทวนเนื้อหาและกลยุทธ์การสอน นำเสนอแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาในรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา เสนอต่อประธานหลักสูตร เพื่อนำเข้าที่ประชุมคณะกรรมการบริหารหลักสูตรพิจารณาให้ความคิดเห็นและสรุปวางแผนพัฒนาปรับปรุงสำหรับใช้ในปีการศึกษาถัดไป