



## รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
ประจำภาคเรียนที่ 1/2563

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

อาจารย์ผู้สอน  
อาจารย์สุดตมา แสงวิเชียร

## คำนำ

รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3) ฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางการสอนใน รายวิชาการ ประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด สำหรับนักศึกษาของหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต โดยเนื้อหาแบ่งออกเป็น 7 หมวด ได้แก่ หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ หมวด 3 ลักษณะและ การ 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

8 มิถุนายน 2563

## 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

- รหัสและชื่อรายวิชา**  
รหัสวิชา 3034302 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด  
(ภาษาอังกฤษ) Public Relations for Marketing
- จำนวนหน่วยกิต**  
3(3-0-6) หน่วยกิต
- หลักสูตรและประเภทของรายวิชา**  
หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต (นศ.บ.) คณะวิทยาการจัดการ กลุ่มวิชาเลือก
- อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน**  
อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อาจารย์สุดตมา แสงวิเชียร  
อาจารย์ผู้สอน (1) อาจารย์สุดตมา แสงวิเชียร ตอนเรียน A  
(2) ผศ.ดร.กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ ตอนเรียน B
- ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน**  
ภาคการศึกษาที่ 1/ 2563 ชั้นปีที่ 4
- รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)**  
- ไม่มี -
- รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)**  
- ไม่มี -
- สถานที่เรียน**  
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
- วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด**  
8 มิถุนายน 2563

### หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

- จุดมุ่งหมายของรายวิชา**
  - 1.1 นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ แนวคิด วัตถุประสงค์ เครื่องมือ รูปแบบและขอบเขตของการประชาสัมพันธ์เชิงการตลาด

1.2 นักศึกษามีความสามารถเชิงการคิดวิเคราะห์ผู้รับสาร สถานการณ์หรือประเด็นปัญหาทางสังคมที่เกิดขึ้น และสามารถสื่อสารนำเสนอความคิดเห็นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 นักศึกษาสามารถนำความรู้ไปประยุกต์สร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

## 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

ปรับปรุงเนื้อหาให้ทันสมัย ตอบสนองความต้องการการเปลี่ยนแปลงของกระแสสังคมและโลก

## 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 ภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชั่วโมง ต่อภาคการศึกษา	ตามความต้องการของ อาจารย์และนักศึกษา	-	75 ชั่วโมง

### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

รายบุคคล

อาจารย์ผู้สอนให้คำปรึกษา (Office Hour) กำหนดวันจันทร์ เวลา 8.00-16.00น. สัปดาห์ละ 6 ชั่วโมง และยังอนุญาตให้นักศึกษาติดต่อผ่านโทรศัพท์ E-mail , Face book และLine

## หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 1. คุณธรรม จริยธรรม

#### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- 1.1.1 ตระหนักในคุณค่าของคุณธรรมจริยธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต
- 1.1.2 มีวินัย ตรงต่อเวลา ความรับผิดชอบต่อตนเอง และสังคม

1.1.3 มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละ จิตสาธารณะ ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ รวมทั้งมีค่านิยมที่ดีในการดำเนินชีวิตและเข้าใจ

● 1.1.4 มีความตระหนักในการตัดสินใจเชิงจริยธรรม และจรรยาบรรณทางวิชาชีพ

1.1.5 เคารพในกฎระเบียบ กติกา กฎเกณฑ์ขององค์กรและสังคม โดยตระหนักในคุณค่าของความเป็นมนุษย์

● 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 เคารพกติกาขององค์กรและสังคมให้ยอมรับในบทบาทสิทธิหน้าที่ของตนเองและผู้อื่น

1.2.4 ส่งเสริม สนับสนุนให้จัดกิจกรรมที่กระตุ้นให้นักศึกษามีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละ จิตสาธารณะ และมีค่านิยมที่ดีในการดำเนินชีวิต

## 1.3 วิธีการประเมินผล

1.3.1 ประเมินจากการตรงต่อเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลา และความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

1.3.2 ประเมินผลจากพฤติกรรมการแสดงออก กิริยามารยาทของนักศึกษาตามบทบาททั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

1.3.3 ประเมินผลจากการเข้าร่วมกิจกรรมในหลักสูตรและนอกหลักสูตร

1.3.4 ประเมินผลจากความถูกต้องเหมาะสมของชิ้นงาน และการปฏิบัติกิจกรรมของนักศึกษา

## 2. ความรู้

### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

● 2.1.1 มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิด และองค์ความรู้ด้านความหมาย วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด เครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การตลาด รูปแบบและขอบเขตของการประชาสัมพันธ์เชิงการตลาด

● 2.1.2 มีความสามารถเชิงการคิดวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ และคิดสร้างสรรค์ สามารถนำความรู้ด้านการสื่อสารไปประยุกต์ใช้ เพื่อการประกอบอาชีพ และสามารถปรับตัวสร้างงานสร้างอาชีพได้อย่างเหมาะสม

2.1.3 สามารถบูรณาการความรู้ หลักการของศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ หลักการบริหารจัดการ หลักจิตวิทยา หลักการใช้ภาษา หลักศิลปะ หลักกฎหมายและจริยธรรม นำมาประยุกต์ใช้เป็นพื้นฐานในการประกอบอาชีพได้

2.1.4 มีความสามารถในการศึกษาค้นคว้าและพัฒนาความรู้ ความเข้าใจของตนเองได้อย่างต่อเนื่อง

## 2.2 วิธีการสอน

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

2.2.2 จัดให้มีการเรียนรู้จากสถานการณ์จริง การฝึกปฏิบัติในสภาพแวดล้อมจริง

2.2.3 จัดให้มีการศึกษาดูงาน หรือเชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นวิทยากรบรรยายให้ความรู้พิเศษเฉพาะเรื่อง

## 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

● 3.1.2 สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน ประเด็นปัญหาทางสังคม การสื่อสาร ประยุกต์ใช้ทักษะทางสื่อสารเสนอปัญหา และแนวทางแก้ไขได้อย่างสร้างสรรค์

● 3.1.3 สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน ประเด็นปัญหาทางสังคม การสื่อสาร ประยุกต์ใช้ทักษะทางสื่อสารเสนอปัญหาและแนวทางแก้ไขได้อย่างสร้างสรรค์

3.1.4 นักศึกษาสามารถปรับตัวเข้ากับสภาพการเปลี่ยนแปลงของสังคม เศรษฐกิจ รวมทั้งรู้เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และประยุกต์ใช้ความรู้ ความเข้าใจ แนวคิด ทักษะ มาใช้สร้างสรรค์ช่องทางการสื่อสารที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน สังคม และสถานการณ์ ปัจจุบัน หรือเพื่อการประกอบวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### 3.2 วิธีการสอน

3.2.1 จัดการสอนแบบยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยมีกิจกรรมการเรียนการสอนให้รู้จักคิดวิเคราะห์ สร้างสรรค์จากตัวอย่างหรือกรณีศึกษา 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 สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม และโลกที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ตัดสินใจเสริมความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคลต่อการอยู่ร่วมกันในสังคมได้ อย่างมีประสิทธิภาพ

● 4.1.2 สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ มีบุคลิกภาพเหมาะสม และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับ ผู้ร่วมงานในองค์กร และบุคคลทั่วไป ตลอดจนสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ สังคม และวัฒนธรรม องค์กรได้

4.1.3 สามารถใช้ความรู้ ทักษะการสื่อสารนำเสนอความคิดเห็นต่อประเด็นสาธารณะชี้แนะสังคมได้ อย่างเหมาะสม

4.1.4 สามารถแสดงออกตามบทบาทหน้าที่ และมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมายใน ปัจจุบัน และอนาคต

### 4.2 วิธีการสอน

4.2.1 ส่งเสริมให้นักศึกษาเรียนรู้แบบการมีส่วนร่วมหรือฝึกการทำงานเป็นกลุ่ม

4.2.2 ให้นักศึกษารู้จักความรับผิดชอบตามบทบาทหน้าที่ ตลอดจนมีการสอดแทรกเรื่อง ความรับผิดชอบต่อตนเอง ต่อผู้อื่น และต่อสังคม

4.2.3 ส่งเสริมการพัฒนาความคิด และการนำเสนอความคิดเห็นผ่านสื่ออย่างสร้างสรรค์

4.2.4 ส่งเสริมความเข้าใจในวัฒนธรรมองค์กร

### 4.3 วิธีการประเมินผล

4.3.1 ประเมินจากพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมในชั้นเรียนและกิจกรรมกลุ่มของ นักศึกษา

## 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

● 5.1.1 มีความรู้ ทักษะการใช้ภาษาในการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม



● 5.1.2 มีทักษะ กลวิธี เทคนิคในการสื่อสารอธิบายหลักการ สถานการณ์ ตลอดจนการถ่ายทอด อธิบายความคิด หรือสื่อสารความหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.1.3 สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเก็บรวบรวมข้อมูลประมวลผล และนำเสนองานได้ อย่างมีประสิทธิภาพ

5.1.4 นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์การทำประชามติการทำโพลมาใช้ในวิชาชีพทางด้านนิเทศ ศาสตร์

5.1.5 มีความรู้ ทักษะการใช้เทคโนโลยี เครื่องมือ อุปกรณ์การสื่อสารต่างๆ ตลอดจนสามารถ เลือกและ ประยุกต์ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่จำเป็นในวิชาชีพนิเทศศาสตร์ได้อย่างสร้างสรรค์และเหมาะสม

## 5.2 วิธีการสอน

5.2.1 จัดการเรียนการสอนให้นักศึกษาได้ปฏิบัติงาน หรือจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ทางการตลาด โดยใช้เครื่องมือ อุปกรณ์การสื่อสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆอย่างสร้างสรรค์

5.2.2 การติดตาม วิเคราะห์ สังเคราะห์ และนำเสนอรายงานประเด็นสำคัญด้านการสื่อสารจากสื่อ ต่าง ๆ

5.2.3 สืบค้นและนำเสนอรายงานประเด็นสำคัญด้านการสื่อสารโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

## 5.3 วิธีการประเมินผล

5.3.1 ประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศจากความสามารถของนักศึกษาในการใช้ทักษะ เทคนิค รูปแบบการเลือกใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร และสารสนเทศ

5.3.2 ประเมินผลการเรียนรู้จากความสามารถในการใช้ภาษาอธิบายขยายความเพื่อการสื่อสาร ตลอดจนความสามารถในการอธิบาย การอภิปราย และทักษะการนำเสนอผลงานต่าง ๆ ทั้งภายใน และ ภายนอกชั้นเรียน

## หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

## 1. แผนการสอน

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
1. (Online)	- ชี้แจงแนวการสอน กิจกรรมการเรียน การสอนการประเมินผล และทบทวน ความรู้พื้นฐานด้านการประชาสัมพันธ์ - Learning Outcome เข้าใจกฎระเบียบ หลักเกณฑ์ และ แนวทางการจัดการเรียนการสอนใน รายวิชาการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด ตลอดจนสามารถปรับตัวและมีส่วนร่วม ในการทำกิจกรรมในชั้นเรียน	3	- แนะนำตัวและทำกิจกรรม ละลายพฤติกรรม ชักถาม และ แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ร่วมกัน - สอนแบบบรรยาย (Online) โดยผ่าน ระบบ WBSC ร่วมกับ การใช้โปรแกรมMicrosoft Teams/Line/Zoom	- เอกสารชี้แจงแนวการสอน - กิจกรรมนันทนาการ - ระบบ WBSC/คลิป VDO	1.1	สุดตมา
2. (Online)	- ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาด - Learning Outcome มีความรู้ความเข้าใจเรื่องแนวคิดทาง การตลาด การสื่อสารทางการตลาด และ กลยุทธ์ทางการตลาด	3	- บรรยายสรุปเนื้อหา - ชักถาม แลกเปลี่ยนแสดง ความคิดเห็น - สอนแบบบรรยาย (Online) โดยผ่าน ระบบ WBSC ร่วมกับ	- PowerPoint - เอกสารประกอบการเรียน - ระบบ WBSC/คลิป VDO	1.1,1.2	สุดตมา

			การใช้โปรแกรมMicrosoft Teams/Line/Zoom			
3. (Online)	- แนวคิดการประชาสัมพันธ์เพื่อ การตลาด  - Learning Outcome มีความรู้ความเข้าใจเรื่องวัตถุประสงค์ วิธีการ เครื่องมือ รูปแบบและขอบเขต การประชาสัมพันธ์ทางการตลาด	3	- บรรยายสรุปเนื้อหา - ชักถาม แลกเปลี่ยนแสดง ความคิดเห็น - สอนแบบบรรยาย (Online) โดยผ่าน ระบบ WBSC ร่วมกับ การใช้โปรแกรมMicrosoft Teams/Line/Zoom	- PowerPoint - เอกสารประกอบการเรียน - ระบบ WBSC/คลิป VDO	1.1,1.2	สุดตมา
4 (Online)	- กระบวนการประชาสัมพันธ์เพื่อ การตลาด  - Learning Outcome มีความรู้ความเข้าใจเรื่องกระบวนการ ประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด และ สามารถนำความรู้ไปคิด วิเคราะห์ อภิปรายกรณีศึกษางานด้านการ ประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดได้	3	- เน้นให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์ อภิปรายแสดงความคิดเห็น และศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล เพิ่มเติมด้วยตนเอง - เรียนรู้ศึกษาจากสถานการณ์ จริงและหรือจากผู้เชี่ยวชาญ ด้านการประชาสัมพันธ์ทาง การตลาดกับองค์กรภายนอก -- สอนแบบบรรยาย (Online) โดยผ่าน	- PowerPoint - เอกสารประกอบการเรียน - ตัวอย่างกรณีศึกษา (Case Study) - ผู้เชี่ยวชาญด้านการ ประชาสัมพันธ์ทาง การตลาดจากองค์กร ภายนอก (Active learning) - ระบบ WBSC/คลิป VDO	1.1,1.2	สุดตมา

			ระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรมMicrosoft Teams/Line/Zoom ถอดบทเรียนสรุปเนื้อหา			
5 (Online)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การตลาด</li> <li>- Learning Outcome</li> </ul> <p>มีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครื่องมือการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด และสามารถนำความรู้ไปคิด วิเคราะห์ อภิปรายกรณีศึกษางานด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดได้ ตลอดจนผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทางการตลาดได้อย่างสร้างสรรค์</p>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เน้นให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์ อภิปรายแสดงความคิดเห็น และศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมด้วยตนเอง</li> <li>- ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด</li> <li>- ถอดบทเรียนสรุปเนื้อหา</li> <li>- สอนแบบบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรมMicrosoft Teams/Line/Zoom</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- PowerPoint</li> <li>- เอกสารประกอบการเรียน</li> <li>- ตัวอย่างกรณีศึกษา (Case Study)</li> <li>- ระบบ WBSC/คลิป VDO</li> </ul>	1.1,1.2,1.3	สุดตมา
6 (Online)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การตลาด (ต่อ)</li> <li>- Learning Outcome</li> </ul>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เน้นให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์ อภิปรายแสดงความคิดเห็น และศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- PowerPoint</li> <li>- เอกสารประกอบการเรียน</li> <li>- ตัวอย่างกรณีศึกษา</li> </ul>		สุดตมา

	มีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครื่องมือการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด และสามารถนำความรู้ไปคิด วิเคราะห์ อภิปรายกรณีศึกษางานด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดได้ ตลอดจนผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทางการตลาดได้อย่างสร้างสรรค์		<p>เพิ่มเติมด้วยตนเอง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด</li> <li>- ถอดบทเรียนสรุปเนื้อหา</li> <li>- สอนแบบบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับ การใช้โปรแกรมMicrosoft Teams/Line/Zoom</li> </ul>	(Case Study) - ระบบ WBSC/คลิป VDO		
7 (Online)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด</li> <li>- Learning Outcome</li> </ul> <p>มีความรู้ความเข้าใจเรื่องกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด และสามารถนำความรู้ไปคิด วิเคราะห์ วางแผนและประยุกต์เลือกใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดได้อย่างเหมาะสม</p>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เน้นให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์ อภิปรายแสดงความคิดเห็นและศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมด้วยตนเอง</li> <li>- วางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด</li> <li>- ถอดบทเรียนสรุปเนื้อหา</li> <li>- สอนแบบบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับ การใช้โปรแกรมMicrosoft</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- PowerPoint</li> <li>- เอกสารประกอบการเรียน</li> <li>- ตัวอย่างกรณีศึกษา (Case Study)</li> <li>- ระบบ WBSC/คลิป VDO</li> </ul>	1.1,1.2,1.3	สุดตมา

			Teams/Line/Zoom			
8 (Online)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด (ต่อ)</li> <li>- Learning Outcome</li> </ul> <p>มีความรู้ความเข้าใจเรื่องกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด และสามารถนำความรู้ไปคิด วิเคราะห์ วางแผนและประยุกต์เลือกใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดได้อย่างเหมาะสม</p>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เน้นให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์ อภิปรายแสดงความคิดเห็นและศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมด้วยตนเอง</li> <li>- วางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด</li> <li>- ถอดบทเรียนสรุปเนื้อหา</li> <li>- สอนแบบบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรมMicrosoft Teams/Line/Zoom</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- PowerPoint</li> <li>- เอกสารประกอบการเรียน</li> <li>- ตัวอย่างกรณีศึกษา (Case Study)</li> <li>- ระบบ WBSC/คลิป VDO</li> </ul>	1.1,1.2,1.3	สุดท้าย
9 (Online)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด</li> <li>- Learning Outcome</li> </ul> <p>มีความรู้ความเข้าใจเรื่องรูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด และสามารถนำความรู้ไปคิด วิเคราะห์ อภิปรายกรณีศึกษางานด้านการ</p>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เน้นให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์ อภิปรายแสดงความคิดเห็นและศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมด้วยตนเอง</li> <li>- เรียนรู้ศึกษาจากสถานการณ์จริงและหรือจากผู้เชี่ยวชาญวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- PowerPoint</li> <li>- เอกสารประกอบการเรียน</li> <li>- ตัวอย่างกรณีศึกษา (Case Study)</li> <li>- ระบบ WBSC/คลิป VDO</li> </ul>	1.1,1.2	สุดท้าย

	ประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดได้		ทางการตลาดกับองค์กร ภายนอก - ถอดบทเรียนสรุปเนื้อหา			
10	- รูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ เพื่อการตลาด - Learning Outcome มีความรู้ความเข้าใจเรื่องรูปแบบและ วิธีการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด และ สามารถนำความรู้ไปคิด วิเคราะห์ อภิปรายกรณีศึกษา งานด้านการ ประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดได้	3	- เน้นให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์ อภิปรายแสดงความคิดเห็น และศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล เพิ่มเติมด้วยตนเอง - เรียนรู้ศึกษาจากสถานการณ์ จริงและหรือจากผู้เชี่ยวชาญ วิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์ ทางการตลาดกับองค์กร ภายนอก - ถอดบทเรียนสรุปเนื้อหา	- PowerPoint - เอกสารประกอบการเรียน - ตัวอย่างกรณีศึกษา (Case Study)	1.1,1.2	สุดตมา
11	- บทบาทของสื่อออนไลน์ต่อการ ประชาสัมพันธ์ทางการตลาด - Learning Outcome มีความรู้ความเข้าใจเรื่องบทบาทของสื่อ ออนไลน์ต่อการประชาสัมพันธ์เพื่อ การตลาด และสามารถนำความรู้ไปคิด วิเคราะห์หรืออภิปรายกรณีศึกษา งานด้านการ	3	- เน้นให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์ อภิปรายแสดงความคิดเห็น และศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล เพิ่มเติมด้วยตนเอง - เรียนรู้ศึกษาจากสถานการณ์ จริงและหรือจากผู้เชี่ยวชาญ วิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์	- PowerPoint - เอกสารประกอบการเรียน - ตัวอย่างกรณีศึกษา (Case Study) - หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการ ประชาสัมพันธ์ทาง การตลาดจากองค์กร	1.1,1.2,1.3	สุดตมา

	ประชาสัมพันธุ์เพื่อการตลาดได้		ทางการตลาดกับองค์กร ภายนอก - ถอดบทเรียนสรุปเนื้อหา	ภายนอก (Active learning)		
12	- บทบาทของสื่อออนไลน์ต่อการ ประชาสัมพันธุ์ทางการตลาด (ต่อ) - Learning Outcome มีความรู้ความเข้าใจเรื่องบทบาทของสื่อ ออนไลน์ต่อการประชาสัมพันธุ์เพื่อ การตลาด และสามารถนำความรู้ไปคิด วิเคราะห์หรืออภิปรายกรณีศึกษาทางด้าน การประชาสัมพันธุ์เพื่อการตลาดได้	3	- เน้นให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์ อภิปรายแสดงความคิดเห็น และศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล เพิ่มเติมด้วยตนเอง - เรียนรู้ศึกษาจากสถานการณ์ จริงและหรือจากผู้เชี่ยวชาญ วิชาชีพด้านการประชาสัมพันธุ์ ทางการตลาดกับองค์กร ภายนอก - ถอดบทเรียนสรุปเนื้อหา	PowerPoint - เอกสารประกอบการเรียน - ตัวอย่างกรณีศึกษา (Case Study) - หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการ ประชาสัมพันธุ์ทาง การตลาดจากองค์กร ภายนอก (Active learning)	1.1,1.2,1.3	สุดตมา
13	- เรียนรู้งานประชาสัมพันธุ์เพื่อ การตลาดแนวใหม่ - Learning Outcome มีความรู้ความเข้าใจเรื่องงาน ประชาสัมพันธุ์เพื่อการตลาดแนวใหม่ และสามารถนำความรู้ไปคิด วิเคราะห์ วางแผนและผลิตสื่อการประชาสัมพันธุ์	3	- เน้นให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์ อภิปรายแสดงความคิดเห็น และศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล เพิ่มเติมด้วยตนเอง - ถอดบทเรียนสรุปเนื้อหา	- PowerPoint - เอกสารประกอบการเรียน - ตัวอย่างกรณีศึกษา (Case Study)	1.1,1.2	สุดตมา



	เพื่อการตลาดได้อย่างสร้างสรรค์					
14	- เรียนรู้งานประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดแนวใหม่(ต่อ) - Learning Outcome มีความรู้ความเข้าใจเรื่องงานประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดแนวใหม่ และสามารถนำความรู้ไปคิด วิเคราะห์ วางแผนและผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดได้อย่างสร้างสรรค์	3	- เน้นให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์ อภิปรายแสดงความคิดเห็น และศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล เพิ่มเติมด้วยตนเอง - ถอดบทเรียนสรุปเนื้อหา	- PowerPoint - เอกสารประกอบการเรียน - ตัวอย่างกรณีศึกษา (Case Study)	1.1,1.2	สุดท้าย
15	สรุปบทเรียน และประเมินผู้สอน	3	บรรยายสรุปเนื้อหาทั้งหมด	- PowerPoint - เอกสารประกอบการเรียน	<b>1.1,1.2</b>	สุดท้าย

หมายเหตุ : ระบุทุกสัปดาห์ จำนวน 15 สัปดาห์ แผนการสอนแต่ละสัปดาห์สามารถปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของ การประเมินผล
เช็คชื่อเข้าเรียน	1.1.1,1.1.2, 1.1.4,1.1.6	การมีส่วนร่วมในการอภิปราย แสดงความคิดเห็น และวินัย ในการเรียน ความรับผิดชอบ	1-15	10%
ถอดบทเรียน	2.1.1,2.1.2, 3.1.2 ,3.1.3	การวิเคราะห์กรณีศึกษาการ ประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด	4-11	20%
กลยุทธ์งาน ประชาสัมพันธ์ เพื่อ การตลาด	2.1.2,3.1.2,3.1.3, 4.1.1,4.1.2 5.1.1,5.1.2	ผลงานหรือชิ้นงานที่นศ.ผลิต เพื่อการประชาสัมพันธ์ทาง การตลาด	6-14	40%
สอบ	2.1.1,2.1.2	สอบปลายภาค	16	30%

### หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

#### 1. เอกสารและตำราหลัก

สุดตมา แสงวิเชียร. (2563). 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 รายวิชาตามรายละเอียดที่ สกอ. กำหนดทุกภาคการศึกษา รวมถึงมีการประชุมอาจารย์ผู้รับผิดชอบและอาจารย์ประจำของหลักสูตรเพื่อหารือปัญหาการเรียนรู้ของนักศึกษาและร่วมกันหาแนวทางแก้ไข

### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

อาจารย์ผู้สอนร่วมพิจารณาความเหมาะสมของข้อสอบ และทำหน้าที่ทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา รวมถึงงานเดี่ยวและงานกลุ่ม

### 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

การทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาจากผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษา ทบทวนเนื้อหาและกลยุทธ์การสอน นำเสนอแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาในรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา เสนอต่อประธานหลักสูตร เพื่อนำเข้าที่ประชุมคณะกรรมการบริหารหลักสูตรพิจารณาให้ความคิดเห็นและสรุปวางแผนพัฒนาปรับปรุงสำหรับใช้ในปีการศึกษาถัดไป