

รายวิชาการวิเคราะห์และประเมินโครงการและแผนงานทางเศรษฐศาสตร์

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา	คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา	3541102 การวิเคราะห์และประเมินโครงการและแผนงานทางเศรษฐศาสตร์
2. จำนวนหน่วยกิต	3 หน่วยกิต (3-0-6)
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา	เศรษฐศาสตร์บัณฑิต สาขาการวิเคราะห์และการประเมินสมัยใหม่
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน	อ.ยศวร อีโมโนทัย อาจารย์ผู้สอน.....
5. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน	ภาคการศึกษาที่ 2 / ชั้นปีที่ 2
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)	ไม่มี
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)	ไม่มี
8. สถานที่เรียน	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด	2552

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา	เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจถึงกระบวนการและวิธีการวิเคราะห์และประเมินโครงการและแผนงานทางเศรษฐศาสตร์ ทฤษฎีที่เป็นพื้นฐานของการประเมินทางเศรษฐศาสตร์ การวัดต้นทุน และผลประโยชน์ของโครงการทั้งทางตรงและทางอ้อมและที่วัดเป็นตัวเงินได้และไม่ได้ รวมถึงเกณฑ์ในการตัดสินใจในการลงทุนต่างๆ
--------------------------	---

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

1. เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจและสามารถอธิบายถึงแนวคิดพื้นฐานในการวิเคราะห์และประเมินโครงการทางเศรษฐศาสตร์
2. เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจและสามารถอธิบายถึงกระบวนการและขั้นตอนต่างๆในการวิเคราะห์และประเมินโครงการและแผนงานทางเศรษฐศาสตร์
3. เพื่อให้นักศึกษาทราบถึงการวัดต้นทุน และผลตอบแทนของโครงการทั้งที่วัดเป็นตัวเงินได้และไม่ได้ รวมถึงเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจในการลงทุน

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

เพื่อศึกษาหลักและวิธีการวางแผนระดับโครงการและแผนงาน การบริหารโครงการและแผนงาน หลักและวิธีการประเมินโครงการและแผนงาน ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ การวิเคราะห์ต้นทุน และประโยชน์ทั้งโครงการของรัฐและเอกชน การวัดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของโครงการและแผนงานการกำหนดทางเลือกของโครงการหลัก และขั้นตอนการตัดสินใจเกี่ยวกับโครงการและแผนงาน การวิเคราะห์ Cost – Benefit Ratio โดยครอบคลุมถึงต้นทุนและผลประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งที่วัดเป็นตัวเงินได้และวัดไม่ได้ วิเคราะห์เชิงระบบในโครงการและแผนงาน

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

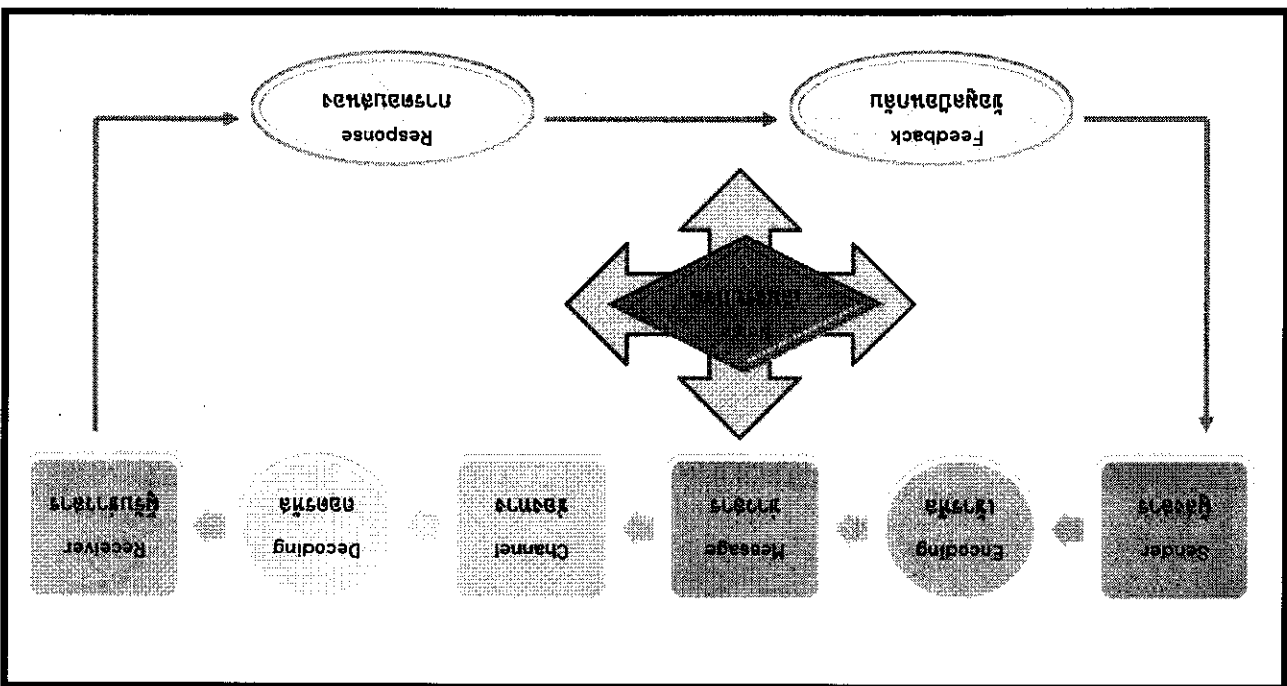
บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยาย 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษาเฉพาะราย	ไม่มีการฝึกปฏิบัติงานภาคสนาม	การศึกษาด้วยตนเอง 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ประกาศเวลาให้คำปรึกษาผ่านเว็บไซต์คณะ
- อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคล หรือ รายกลุ่มตามความต้องการ 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (เฉพาะรายที่ต้องการ)

1. ผู้ส่งสาร (Sender) เป็นบุคคลหรือกลุ่มคนทำการเข้ารหัส (encoding) คือการแปลงความลับให้อยู่ในรูปภาษาหรือสัญลักษณ์แทนสาร ซึ่งไปอยู่ภายใต้การควบคุมของหน่วยประมวลผล
2. สาร (Message) หรือสัญญาณ (Signal) เป็นเนื้อหาของสารที่ต้องการส่งไปอยู่ภายใต้การควบคุมของหน่วยประมวลผลภาษาหรือสัญลักษณ์แทนสาร ซึ่งไปอยู่ภายใต้การควบคุมของหน่วยประมวลผลภาษาหรือสัญลักษณ์แทนสาร
3. ช่องทาง (Channel) หมายถึงสื่อหรือตัวกลางที่ผู้ส่งสารใช้ในการส่งสารไปยังผู้รับสาร เป็นช่องทางที่ผู้ส่งสารใช้ส่งข้อความหรือข้อมูลไปยังผู้รับสารโดยผู้รับสารได้รับข้อความหรือข้อมูลโดยผู้รับสาร
4. ผู้รับสาร (Receiver) คือบุคคลหรือกลุ่มคนที่ได้รับข้อความหรือข้อมูลจากผู้ส่งสารที่ได้รับข้อความหรือข้อมูลจากผู้ส่งสาร ซึ่งผู้รับสารได้รับข้อความหรือข้อมูลจากผู้ส่งสาร

รูป 9.2 กระบวนการสื่อสารทางตลาด SMCR



หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม
1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา พัฒนาผู้เรียนให้มีความรับผิดชอบ มีวินัย มีความซื่อสัตย์ในการวิเคราะห์และประเมินโครงการและแผนงานทางเศรษฐศาสตร์ โดยมีคุณธรรมจริยธรรมตามคุณสมบัติ ดังนี้ <ul style="list-style-type: none">- ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริตต่อทั้งตนเองและผู้อื่น- มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม- มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขข้อขัดแย้งและลำดับความสำคัญ- เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์- เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม
1.2 วิธีการสอน <ul style="list-style-type: none">- บรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาเกี่ยวกับประเด็นทางจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์และประเมินโครงการทั้งของเอกชนและโครงการของภาครัฐบาล- อภิปรายกลุ่ม- กำหนดให้นักศึกษาค้นหาตัวอย่างที่เกี่ยวข้อง
1.3 วิธีการประเมินผล <ul style="list-style-type: none">- พฤติกรรมการเข้าเรียน และส่งงานที่ได้รับมอบหมายตามขอบเขตที่ให้และตรงเวลา- มีการอ้างอิงเอกสารที่ได้นำมาทำรายงาน อย่างถูกต้องและเหมาะสม- ประเมินผลการนำเสนอรายงานที่มอบหมาย
2. ความรู้
2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ มีความรู้เกี่ยวกับหลักและวิธีการวางแผนระดับโครงการและแผนงาน การบริหารโครงการและแผนงาน หลักและวิธีการประเมินโครงการและแผนงาน ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ การวิเคราะห์ต้นทุน และประโยชน์ทั้งโครงการของรัฐและเอกชน การวัดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของโครงการและแผนงานการกำหนดทางเลือกของโครงการหลัก และขั้นตอนการตัดสินใจเกี่ยวกับโครงการและแผนงาน การวิเคราะห์ Cost – Benefit Ratio โดยครอบคลุมถึงต้นทุนและผลประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งที่วัดเป็นตัวเงินได้และวัดไม่ได้ วิเคราะห์เชิงระบบในโครงการและแผนงาน
2.2 วิธีการสอน บรรยาย อภิปราย การทำงานกลุ่ม การนำเสนอรายงาน การวิเคราะห์กรณีศึกษา และมอบหมายให้ค้นคว้าหาบทความ ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง โดยนำมาสรุปและนำเสนอ การศึกษาโดยใช้กรณีศึกษา
2.3 วิธีการประเมินผล <ul style="list-style-type: none">- สอบปลายภาค ด้วยข้อสอบที่เน้นการวัดหลักการและทฤษฎี- นำเสนอสรุปการอ่านจากการค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

กระบวนการสื่อสารประกอบด้วยผู้ส่งสาร (Sender) ข้อความ (Message) ช่องทาง (Channel) และผู้รับ
กระบวนการสื่อสารยังอาจแบ่งเป็นชนิดตามลักษณะการสื่อสารได้ ๒ ประเภท คือ การสื่อสารแบบตัวต่อตัว (Personal communication) และการสื่อสารแบบกลุ่ม (Group communication)

กระบวนการติดต่อสื่อสาร (The communication process)

จุดหมายปลายทางในการสื่อสารมี ๒ ประเภท คือ ผู้รับและผู้ส่ง
ผู้รับและผู้ส่งอาจเป็นบุคคลหรือเป็นกลุ่มบุคคลก็ได้ การสื่อสารที่มุ่งไปยังบุคคลหรือกลุ่มบุคคลโดยตรงเรียกว่า การสื่อสารโดยตรง (Direct marketing) เป็นวิธีการต่างๆ ที่ติดต่อสื่อสารทางตรงกัน

หลักการ

๕. การสื่อสารแบบตัวต่อตัว (Personal communication) เป็นวิธีการสื่อสารที่มุ่งไปยังบุคคลหรือกลุ่มบุคคลโดยตรง
๔. การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) เป็นวิธีการสื่อสารทางการตลาดด้วยวิธีการต่างๆ
๓. การประชาสัมพันธ์และการโฆษณา (Public relations and publicity) เป็นวิธีการสื่อสารทางการตลาดเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของบริษัทหรือองค์กรให้เป็นที่รู้จักและยอมรับโดยคนในวงกว้าง

ระหว่างหน่วยงานภายนอกกับลูกค้าเป้าหมาย

๒. การขายโดยพนักงานขาย (Personal selling) เป็นวิธีการติดต่อสื่อสารที่นำเสนองานขายหรือบริการ
๑. การโฆษณา (Advertising) เป็นการใช้วิธีการสื่อสารทางการตลาดต่างๆ เพื่อส่งเสริมการขาย
๓. การสื่อสารแบบกลุ่ม (Group communication) เป็นวิธีการสื่อสารที่มุ่งไปยังกลุ่มบุคคลหรือกลุ่มเป้าหมาย

ลักษณะการสื่อสารแบบตัวต่อตัว

๑. การสื่อสารแบบตัวต่อตัว (Personal communication) เป็นวิธีการสื่อสารที่มุ่งไปยังบุคคลหรือกลุ่มบุคคลโดยตรง