

คณะวิทยาการจัดการ โปรแกรมวิชานิเทศศาสตร์

วิชา การบริหารองค์กรสื่อสารมวลชน

ผู้สอน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤติยา รุจิโชค

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาเกี่ยวกับการบริหารองค์กรสื่อสารมวลชน ความสำคัญ ความหมายของกาบริหารงาน องค์กรสื่อสารมวลชน การวิเคราะห์และประเมินธุรกิจสื่อสารมวลชน การบริหารการจัดการองค์กร การบริหารการจัดการ การเงิน การบัญชี และภาษีอากร ของธุรกิจ การบริหารเพื่อการพัฒนา สภาพปัญหาและ

หัวข้อ/เนื้อหา/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	วัตถุประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	เครื่องมือ/วิธีวัด/ ประเมินผล
บทที่ 1 การบริหารงานกับงาน สื่อสารมวลชน ความหมายและความสำคัญ หน้าที่ความรับผิดชอบ ธุรกิจ สื่อสารมวลชน	3	1.เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย ความสำคัญ ของการบริหารงานองค์กร สื่อสารมวลชน 2.เพื่อให้ นักศึกษาวิเคราะห์ ความหมาย ความสำคัญ ของการบริหารงานองค์กร สื่อสารมวลชน (สื่อสารมวลชน)	1. แจกแนวการจัดการเรียนรู้ 2. ทำแบบทดสอบก่อนเรียน 3. บรรยาย “ความหมาย และ ความสำคัญ องค์ประกอบ ของการบริหารสื่อ สื่อสารมวลชน 4. ค้นหาโครงการบริหารงาน องค์กรสื่อสารมวลชนในปัจจุบันเพื่อ การอภิปรายกลุ่มความหมาย ความสำคัญและการนำแนวคิด เกี่ยวกับ การสื่อสารทางด้าน สื่อสารมวลชน ศาสตร์มาใช้ในการดำเนินงานทาง สื่อสารมวลชนศาสตร์	แนวการจัดการ เรียนรู้ การกำหนดกติกาใน ชั้นเรียน แบบทดสอบ การสรุปบทเรียน การประเมินโครงการ ที่นักศึกษาค้นคว้า การสังเกตการณ์และ รายงานผลการ อภิปรายกลุ่ม
บทที่ 2 การบริหารธุรกิจ สื่อสารมวลชน -นโยบายการบริหาร - แผนงานการจัดทำ - การจัดรูปองค์กร - การประสานงาน		1.เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ นโยบายการ บริหารงาน แผนงานการจัดทำ 2..เพื่อให้ นักศึกษาวิเคราะห์ การออกแบบการบริหารงาน องค์กรสื่อสารมวลชน ข้อดี ข้อเสีย	1. บรรยาย ให้นักศึกษาถอด บทเรียน 2. การอภิปรายกลุ่มความ สำคัญ ของกรอบอ้างอิงต่อการบริหารงาน องค์กรสื่อสารมวลชน 3. การศึกษกรณีศึกษาในงาน บริหารงาน สื่อสารมวลชน	การสรุปบทเรียน การสังเกตการณ์ รายงานผลการ อภิปรายกลุ่มรายงาน ผลการวิเคราะห์ กรณีศึกษา
บทที่ 3 การประเมินและการ วิเคราะห์ธุรกิจ สื่อสารมวลชน		1.เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการ ประเมินและการวิเคราะห์ธุรกิจ สื่อสารมวลชน 2.เพื่อให้ นักศึกษาวิเคราะห์ การนำและการประยุกต์ธุรกิจ สื่อสารมวลชนในอนาคต	1.การบรรยายและให้นักศึกษาสรุป บทเรียนเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีการ ประเมินธุรกิจ สื่อสารมวลชนใน อนาคต 2.การอภิปรายกลุ่มเพื่อศึกษา งานวิจัยเกี่ยวกับโครงการประกอบ ธุรกิจ สื่อสารมวลชน	การสรุปบทเรียน การสังเกตการณ์ รายงานผลการ อภิปรายกลุ่ม
ส่วนที่ 2 การบริหารงานองค์กร สื่อสารมวลชน				

บทที่ 4 การบริหารงานองค์กรสื่อสารมวลชน <ul style="list-style-type: none"> - การบริหารทุน - บุคลากร - การจัดเตรียมวัสดุ - การควบคุมต้นทุน - การจัดเตรียมบุคลากร การเงิน - การบริหารเวลา 		<ol style="list-style-type: none"> 1.เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารงานองค์กรสื่อสารมวลชน 2.เพื่อให้ นักศึกษาวิเคราะห์ และสามารถแยกความแตกต่างในการบริหารงานองค์กรสื่อสารมวลชนแต่ละประเภท 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายและให้นักศึกษาสรุปบทเรียนเกี่ยวกับการบริหารงานองค์กรสื่อสารมวลชน 2. การศึกษากรณีตัวอย่างการบริหารงานองค์กรสื่อสารมวลชนแต่ละประเภท 3.มอบหมายให้นักศึกษาศึกษาการบริหารงานองค์กรสื่อสารมวลชนแต่ละประเภท 	การสรุปบทเรียน การสังเกตการณ์ รายงานผลการศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์ กลุ่มเป้าหมาย
บทที่ 5 การบริหารกองบรรณาธิการ <ul style="list-style-type: none"> - การวางแผน - การจัดบุคลากร - การอำนวยความสะดวก - การประสานงาน - การควบคุม 		<ol style="list-style-type: none"> 1.เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารงานกองบรรณาธิการในกิจการสื่อสารมวลชน 2.เพื่อให้ นักศึกษามีทักษะการวิเคราะห์และทักษะการบริหารงานในกองบรรณาธิการสื่อสารมวลชนแต่ละประเภท 	<ol style="list-style-type: none"> 1.การบรรยาย การศึกษากรณีตัวอย่าง การบริหารงานกิจการสื่อสารมวลชนในแต่ละประเภท 2.มอบหมายให้นักศึกษาอภิปรายการบริหารงานกิจการสื่อสารมวลชนรายกลุ่มและรายบุคคล 	การสรุปบทเรียน รายงานผลการอภิปรายกลุ่ม รายงานผลการศึกษาค้นคว้าเป็นรายบุคคล
ส่วนที่ 3 การบริหารงานองค์กรสื่อสารมวลชนอื่น				
บทที่ 6 การบริหารงานโฆษณาใน สื่อสารมวลชน <ul style="list-style-type: none"> - ความสำคัญของการโฆษณาใน สื่อสารมวลชน - กระบวนการบริหารงานโฆษณาใน สื่อสารมวลชน - ประเภทการโฆษณาใน สื่อสารมวลชน 		<ol style="list-style-type: none"> 1.เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญของการบริหารโฆษณาในสื่อสื่อสารมวลชน 2.เพื่อให้ นักศึกษาวิเคราะห์การบริหารโฆษณาในสื่อสื่อสารมวลชนแต่ละประเภท 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยาย การศึกษากรณีตัวอย่างการบริหารงานโฆษณาในสื่อสื่อสารมวลชน 2.มอบหมายให้นักศึกษาอภิปรายกลุ่มเพื่อวิเคราะห์ ประเภทการบริหารงานโฆษณา 3.มอบหมายให้นักศึกษาออกแบบการบริหารงานโฆษณาในสื่อสื่อสารมวลชน 	การสรุปบทเรียน รายงานผลการอภิปรายกลุ่ม
บทที่ 7 การบริหารงานสื่อสารมวลชนท้องถิ่น <ul style="list-style-type: none"> - ธุรกิจ สื่อสารมวลชนท้องถิ่น - การบริหารงานกองบรรณาธิการ - การบริหารงานการจัดทำ สื่อสารมวลชนท้องถิ่น 		<ol style="list-style-type: none"> 1.เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารงาน สื่อสารมวลชนท้องถิ่น 2.เพื่อให้ นักศึกษาวิเคราะห์องค์ประกอบการบริหารงาน สื่อสารมวลชนท้องถิ่น 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยาย และให้นักศึกษาสรุปบทเรียนเกี่ยวกับ การออกแบบและการบริหารงาน สื่อสารมวลชนท้องถิ่น 2.การมอบหมายให้นักศึกษาอภิปรายกลุ่มเพื่อวิเคราะห์ ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงาน สื่อสารมวลชนท้องถิ่นม ก่อนการเรียนในสัปดาห์ถัดไป 	การสรุปบทเรียน รายงานผลการอภิปรายกลุ่ม รายงานผลการศึกษาค้นคว้าและการส่งผลงานตามกำหนด
บทที่ 8 สภาพปัญหาและแนวโน้ม <ul style="list-style-type: none"> - ปัญหาการบริหารงาน สื่อสารมวลชน - ปัญหาการบริหารจัดการ - ปัญหาการบริหารจัดการ 		<ol style="list-style-type: none"> 1.เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพปัญหาการบริหารและแนวโน้มการบริหารงาน สื่อสารมวลชน 2.เพื่อให้ นักศึกษามีทักษะในการบริหารงาน สภาพปัญหา แนวทางแก้ไข แนวโน้มการบริหารงาน 	<ol style="list-style-type: none"> 1.มอบหมายให้นักศึกษาลงพื้นที่เพื่อ การปฏิบัติงานทางด้านการมองสภาพปัญหาการบริหารงานกิจการสื่อสารมวลชน 3. การมอบหมายให้นักศึกษาทำงานเป็นทีมเพื่อออกแบบแนวโน้มการบริหารงานองค์กรสื่อสารมวลชน 4. การมอบหมายให้นักศึกษาแต่ละ 	ลงพื้นที่ปฏิบัติงานภาคสนาม รายงานผลการนำเสนอโครงการและแผนปฏิบัติการ บริหารงานกิจการสื่อสารมวลชน

- แนวโน้มการบริหาร องค์กรสื่อสารมวลชน			กลุ่มร่วมวิพากษ์การบริหารงาน กิจการ สื่อสารมวลชน	การมีส่วนร่วม นำเสนอความคิดเห็น และคุณภาพการ วิพากษ์โครงการและ แผนปฏิบัติการสื่อ การบริหารงาน กิจการ สื่อสารมวลชน
ส่วนที่ 4 การจัดการขององค์กร สื่อสารมวลชน				
บทที่ 10 การจัดการของ สำนักพิมพ์ - ความหมาย - ประเภทการจัดการ - การจัดกอง บรรณาธิการ - การจัดการด้าน องค์กรสื่อสารมวลชน - การจัดการการ วางแผน		1.เพื่อให้ นักศึกษามีความ รู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการ ทางด้านองค์กรสื่อสารมวลชน 2. เพื่อให้ นักศึกษามีทักษะ ใน การออกแบบการจัดการของ องค์กรสื่อสารมวลชน	1. บรรยาย และให้นักศึกษาสรุป บทเรียนเกี่ยวกับ การออกแบบการ บริหารจัดการองค์กรสื่อสารมวลชน	การมีส่วนร่วม นำเสนอความคิดเห็น ที่มีต่อการบริหาร จัดการองค์กร สื่อสารมวลชน
บทที่ 11 เทคโนโลยีและการ บริหารการออกแบบ สื่อสารมวลชนในยุคดิจิทัล		1.เพื่อให้ นักศึกษามีความ รู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยี การสื่อสารกับการปรับตัวของ องค์กรสื่อสารมวลชน	1. การ และให้นักศึกษาสรุป บทเรียนเกี่ยวกับเทคโนโลยีการ บริหารสื่อ สื่อสารมวลชนในยุค ดิจิทัล 2.การมอบหมายให้นักศึกษาทำงาน เป็นทีม เพื่อศึกษาแนวทางการ นำเสนอการบริหารสื่อ สื่อสารมวลชนในยุคดิจิทัล	การสรุปบทเรียน นักศึกษาวเคราะห์ งานทางด้าน จริยธรรมเป็นราย กลุ่ม
สรุปบทเรียนและเสนอแนวโน้ม การบริหารกิจการ สื่อสารมวลชน		1.เพื่อให้ นักศึกษาได้แนวทางใน การ บริหารกิจการ สื่อสารมวลชนในอนาคต	1. การบรรยาย และสรุปบทเรียนที่ มีต่อการบริหารกิจการ สื่อสารมวลชน 2.การมอบหมายให้นักศึกษา อภิปรายกลุ่ม เพื่อวิเคราะห์ถึง รูปแบบการพัฒนาการบริหารสื่อ สื่อสารมวลชนในอนาคต	การสรุปบทเรียน คุณภาพ รายงาน อภิปรายกลุ่ม

กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนของนักศึกษา

- | | |
|--|------|
| 1. การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน | 10 % |
| 2. การอภิปรายกลุ่มย่อยและ | 10 % |
| 3. การนำเสนอรายงานกลุ่ม | 20 % |
| 4. สรุปบทเรียนเป็นรายบุคคล | |
| 5. การฝึกปฏิบัติการบริหารงานองค์กรสื่อสารมวลชน | 20 % |
| 6. นิทรรศการ | 20 % |
| 7. การทดสอบปลายภาค | 20 % |

เกณฑ์การประเมินผลการเรียนของนักศึกษา

- | | | | | |
|---------------|---|----|----|---|
| 1. 80 ขึ้นไป | = | | อี | A |
| 2. 76-79 | = | B+ | | |
| 3. 70-75 | = | B | | |
| 4. 65-69 | = | C+ | | |
| 5. 60-64 | = | C | | |
| 6. 55-59 | = | D+ | | |
| 7. 50-54 | = | D | | |
| 8. ต่ำกว่า 50 | = | F | | |