



แนวการจัดการเรียนรู้  
รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

วิชา การวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์

รหัสวิชา 9924103 3-(2-2-5) หน่วยกิต

Strategic Public Relations Planning

ภาคการศึกษาที่ 1/2559

หลักสูตร ปริญญาตรี

โปรแกรมวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ

ชื่อผู้สอน สุชาดา แสงดวงดี

วุฒิการศึกษา:นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต

รหัสผู้สอน 4059 email:ss\_jim1@yahoo.com

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
คณะ/โปรแกรมวิชา	คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชานิเทศศาสตร์

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา รหัสวิชา 3034502 การวางแผนการประชาสัมพันธ์
2. จำนวนหน่วยกิต 3
3. หลักสูตร ประเภทของรายวิชา (วิชาศึกษาทั่วไป วิชาเฉพาะด้าน วิชาเอก วิชาชีพ) หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาประชาสัมพันธ์
4. ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน 4.1 อาจารย์ ดร.สุชาดา แสงดวงดี
5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2558 ชั้นปีที่ 4
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (pre-requisites) .....
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (co-requisites) .....
8. สถานที่เรียน ห้องเรียนและการปฏิบัติงานในภาคสนาม

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด  
1 มิถุนายน 2558

### หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

#### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้ให้นักศึกษาได้ศึกษาความหมาย ความสำคัญ วัตถุประสงค์ นโยบายและประเภทของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งกระบวนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ เช่น การกำหนดงบประมาณ การกำหนดอัตราค่าจ้าง การติดตามผลและประเมินผล การประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการแก้ไขปัญหาอุปสรรคต่างๆ ทั้งภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติ

หลังเรียนจบวิชานี้แล้ว ผู้เรียนสามารถ

- 1.1 อธิบายแนวคิดทฤษฎีเข้าใจแนวคิดทฤษฎี ประเภท องค์ประกอบ และกระบวนการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ประเภทต่างๆ ตลอดจนแนวทางการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามแผนประชาสัมพันธ์
- 1.2 สามารถนำแนวคิดทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ในการวางแผนและประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ ได้
- 1.3 ทำงานเป็นทีมเพื่อจัดทำแผนประชาสัมพันธ์และดำเนินงานตามแผนที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 1.4 สามารถวิเคราะห์วิพากษ์และเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงแผนประชาสัมพันธ์ของกลุ่ม และของหน่วยงานภาครัฐ เอกชนและหน่วยงานไม่แสวงหากำไร ตามเกณฑ์ประสิทธิภาพ ประสิทธิผล จริยธรรมการสื่อสารและจรรยาบรรณวิชาชีพประชาสัมพันธ์

#### 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

- 2.1 เปลี่ยนแปลงเนื้อหาการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับบริบทการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และการปฏิบัติงานขององค์กรวิชาชีพในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ
- 2.2 จัดทำเอกสารประกอบการสอน

### หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

#### 1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาความหมาย ความสำคัญ วัตถุประสงค์ นโยบายและประเภทของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งกระบวนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ เช่น การกำหนดงบประมาณ การกำหนดอัตราค่าจ้าง การติดตามผลและประเมินผล การประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการแก้ไขปัญหาอุปสรรคต่างๆ ทั้งภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติ

#### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
60 ชั่วโมง	ตามความต้องการของนักศึกษาเฉพาะราย	มีการฝึกปฏิบัติ	4 ชั่วโมง/สัปดาห์

### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

#### รายบุคคล

- 3.1 อาจารย์ประจำรายวิชาประกาศเวลาให้คำปรึกษาที่หน้าห้องทำงานและในเว็บไซต์
- 3.2 นักศึกษาจองวัน เวลาล่วงหน้า หรือมาพบตามเวลา
- 3.3 อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคล/กลุ่มตามความต้องการ 2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (เฉพาะรายที่ต้องการ)

### หมวดที่ 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

#### 1. คุณธรรม จริยธรรม

##### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องการพัฒนาการ

1.1.1 พัฒนาผู้เรียนให้ตระหนักในคุณธรรม จริยธรรม ซื่อสัตย์สุจริต และเสียสละในการศึกษา

ค่านิยมและการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมเป็นกลุ่ม

1.1.2 พัฒนาผู้เรียนให้มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคมตามหลักวิชาชีพประชาสัมพันธ์

1.1.3 พัฒนาผู้เรียนให้มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขข้อขัดแย้งและลำดับความสำคัญในการจัดทำแผนฯ และการปฏิบัติงานตามแผนที่กำหนดไว้

1.1.4 พัฒนาผู้เรียนให้เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

1.1.5 พัฒนาผู้เรียนให้เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ของชั้นเรียน

1.1.6 พัฒนาผู้เรียนให้สามารถวิเคราะห์ผลกระทบจากการใช้เทคโนโลยีสื่อสาร คอมพิวเตอร์และสื่อสมัยใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดทำและปฏิบัติการตามแผนประชาสัมพันธ์

1.1.7 พัฒนาผู้เรียนให้จัดทำแผนประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับหลักจริยธรรมการสื่อสาร ตลอดจนหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพประชาสัมพันธ์

1.2 วิธีการสอน ใช้วิธีการกำหนดกติกาในชั้นเรียน การศึกษาค้นคว้าเป็นรายบุคคล กรณีศึกษาการทำโครงการเป็นทีม และการอภิปรายกลุ่ม

1.2.1 การกำหนดระเบียบวินัยและกติกาในชั้นเรียน โดยเน้นการเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลา

การแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย ความรับผิดชอบในการทำงานกลุ่มทั้งในบทบาทการเป็นผู้นำและการเป็นสมาชิกกลุ่ม ความซื่อสัตย์ในการสอบและการทำงานที่ได้รับมอบหมาย

1.2.2 การศึกษาค้นคว้าเป็นรายบุคคลโดยเน้นประเด็นคุณธรรมจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพประชาสัมพันธ์ ที่ควรนำมาใช้ในการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์

1.2.3 การศึกษากรณีศึกษาเกี่ยวกับประเด็นปัญหาด้านจริยธรรมในแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์

1.2.4 การทำโครงการเป็นทีม เพื่อร่วมกันสร้างสรรค์แผนประชาสัมพันธ์ตามหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพนิเทศศาสตร์

1.2.5 การอภิปรายกลุ่มเพื่อปรับปรุงหรือวิพากษ์แผนประชาสัมพันธ์ของกลุ่ม และขององค์กรภาครัฐ เอกชนและหน่วยงานไม่แสวงหากำไร ตามกรอบจริยธรรมการสื่อสารและจรรยาบรรณวิชาชีพประชาสัมพันธ์

1.3 วิธีการประเมินผล ใช้วิธีการประเมินจากพฤติกรรมกรรมการเข้าเรียน การส่งงานที่ได้รับหมายตรง

เวลา การสังเกตการณ์การทำงานของนักศึกษา การให้ความร่วมมือกับเพื่อนในการศึกษาค้นคว้า การทำโครงการเป็นทีม และการอภิปรายกลุ่มด้วยความตั้งใจ รับผิดชอบ ในการปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ที่ได้รับด้วยความทุ่มเท รวมทั้งคุณภาพผลงานของกลุ่ม ดังนี้

<p>1.3.1 การประเมินผลการศึกษาค้นคว้าโดยเน้นการทบทวนวรรณกรรมด้วยตนเอง ไม่ลอกเลียนแบบจากเพื่อน หนังสือและเวปไซด์ และการอ้างอิงที่ครบถ้วน ถูกต้อง และการส่งงานตามเวลาที่กำหนด</p> <p>1.3.2 การเช็คเวลาการเข้าชั้นเรียนตรงเวลา การให้ความร่วมมือกับกลุ่ม การส่งงานตามเวลาที่กำหนด และการแต่งกายที่ถูกระเบียบแสดงถึงการเป็นผู้มีบุคลิกภาพเหมาะสมกับวิชาชีพประชาสัมพันธ์</p> <p>1.3.3 การสังเกตการณ์การมีส่วนร่วมของนักศึกษาในการศึกษากรณีศึกษา และคุณภาพของการนำเสนอผลการวิเคราะห์กรณีศึกษาของกลุ่ม</p> <p>1.3.4 การสังเกตการณ์การมีส่วนร่วมของนักศึกษาในการนำเสนอแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ของกลุ่ม และคุณภาพของผลการปฏิบัติงานตามแผนประชาสัมพันธ์</p> <p>1.3.5 การสังเกตการณ์การมีส่วนร่วมของนักศึกษาในการนำเสนอผลการอภิปรายกลุ่ม เพื่อปรับปรุงและ/หรือวิพากษ์แผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ของกลุ่ม และของหน่วยงานต่างๆทั้งภาครัฐ เอกชน และหน่วยงานไม่แสวงหากำไร และคุณภาพของการอภิปรายกลุ่ม</p>
<p><b>2. ความรู้</b></p>
<p><b>2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ</b></p> <p>ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ กระบวนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ การวัดและประเมินผลงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ จริยธรรมและความรับผิดชอบในการวางแผนและวัดผลงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ การวางแผนงานประชาสัมพันธ์เชิง กลยุทธ์ของหน่วยงานภาครัฐ และรัฐวิสาหกิจ การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาคเอกชน การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานไม่แสวงหากำไร การจัดทำแผนประชาสัมพันธ์เพื่อการเปลี่ยนแปลงองค์กร การจัดทำแผนประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงองค์กร การจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ภาวะวิกฤติ การจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ทางการตลาด และ การจัดทำแผนประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์</p> <p>2.1.1 พัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีด้านการวางแผนประชาสัมพันธ์</p> <p>2.1.2 พัฒนาผู้เรียนให้มีความสามารถในการทำความเข้าใจสถานการณ์ทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ฯลฯ ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันที่เกี่ยวข้องและส่งผลต่อการจัดทำและปฏิบัติงานตามแผนประชาสัมพันธ์</p> <p>2.1.3 พัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ในการใช้อุปกรณ์ เครื่องมือ และเทคโนโลยีสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนและปฏิบัติการตามแผนประชาสัมพันธ์</p> <p>2.1.4 พัฒนาผู้เรียนให้มีทักษะและประสบการณ์ในการจัดทำและปฏิบัติการตามแผนประชาสัมพันธ์</p> <p>2.1.5 พัฒนาผู้เรียนให้มีความสามารถในการติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพประชาสัมพันธ์ด้วยการเปิดรับสารจากสื่อ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</p> <p>2.1.6 พัฒนาผู้เรียนให้มีความสามารถในการบูรณาการความรู้เกี่ยวกับการวางแผนประชาสัมพันธ์ กับความรู้ในศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยเน้นศาสตร์ด้านการบริหาร และการวิจัย</p>
<p><b>2.2 วิธีสอน</b> ใช้วิธีการบรรยายร่วมกับการสรุปทบทเรียน การวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ การอภิปรายกลุ่ม การทำงานเป็นทีม และการมอบหมายให้ศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเป็นรายบุคคล ดังนี้</p> <p>2.2.1 การบรรยายและสรุปทบทเรียนเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีการวางแผนประชาสัมพันธ์ กระบวนการและองค์ประกอบของแผนประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ บริบทที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยผู้สอน ฯลฯ</p> <p>2.2.2 การบรรยาย และศึกษารายกรณีตัวอย่างแผนประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ โดยผู้สอน</p> <p>2.2.3 การบรรยาย และการอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อให้นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ การผลิตสื่อและดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นทีม ให้เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปที่</p>

<p>เกี่ยวข้อง โดยผู้สอนและนักวิชาชีพ</p> <p>2.2.4 การบรรยาย และอภิปรายกลุ่มเพื่อวิเคราะห์ และหาแนวทางการปรับปรุงแผนประชาสัมพันธ์ของกลุ่มและขององค์กรภาครัฐ เอกชนและหน่วยงานไม่แสวงหากำไร ให้สอดคล้องกับหลักจริยธรรมการสื่อสารและจรรยาบรรณวิชาชีพประชาสัมพันธ์</p> <p>2.2.5 การศึกษาค้นคว้าเป็นกลุ่มและเป็นรายบุคคลตามความสนใจ ทางเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ หนังสือ เอกสาร ตำรา งานวิจัย และข้อมูลขององค์กรวิชาชีพประชาสัมพันธ์</p>
<p><b>2.3 วิธีการประเมินผล</b> ใช้วิธีการสอบถามกลางภาคและสอบปลายภาค การสรุบทบทเรียนประจำบท การให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่างๆ การประเมินคุณภาพการศึกษาระณีตัวอย่าง คุณภาพของแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ คุณภาพสื่อและผลการดำเนินงาน ผลการอภิปรายกลุ่มและข้อเสนอต่อแนวทางการปรับปรุงแผนของกลุ่มและหน่วยงานฯ คุณภาพและความน่าสนใจของการนำเสนอ รายงานผลการศึกษาเป็นกลุ่มและเดี่ยว ดังนี้</p> <p>2.3.1 สอบกลางภาค และปลายภาคด้วยข้อสอบตามหัวข้อที่ปรากฏข้างต้น</p> <p>2.3.2 คุณภาพของการสรุบทบทเรียนประจำบทต่างๆ ที่กำหนดไว้ในแผนการสอน</p> <p>2.3.3 การสังเกตการณ์การให้ความร่วมมือในการศึกษาระณีศึกษา และคุณภาพของรายงานผลการศึกษาระณีตัวอย่างแผนประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ</p> <p>2.3.4 การสังเกตการณ์การให้ความร่วมมือในการเข้าอบรมเชิงปฏิบัติการ และการฝึกปฏิบัติการวางแผนประชาสัมพันธ์เป็นทีม และการประเมินจากคุณภาพของแผนประชาสัมพันธ์ คุณภาพสื่อ คุณภาพการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ตลอดจนคุณภาพของเครื่องมือ และรายงานผลการประเมินผล ตามแผนฯ ที่กำหนดไว้</p> <p>2.3.5 การสังเกตการณ์การให้ความร่วมมือในการอภิปรายกลุ่ม และคุณภาพของข้อเสนอแนะต่อแนวทางการปรับปรุงแผนประชาสัมพันธ์ของกลุ่มและขององค์กรภาครัฐ เอกชนและหน่วยงานไม่แสวงหากำไร ให้สอดคล้องกับหลักจริยธรรมการสื่อสารและจรรยาบรรณวิชาชีพประชาสัมพันธ์</p> <p>2.3.6 การประเมินคุณภาพของเนื้อหา โดยเน้นความครบถ้วน สมบูรณ์ ถูกต้องและความทันสมัยของเนื้อหาจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการอ้างอิงที่ถูกต้อง และความน่าสนใจของการนำเสนอรายงานผลการศึกษาค้นคว้าเป็นรายบุคคล และกลุ่ม</p>
<p><b>3. ทักษะทางปัญญา</b></p>
<p><b>3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา</b> เน้นพัฒนาความสามารถในการคิดวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาและวิธีการแก้ปัญหาด้วยแผนงานประชาสัมพันธ์ สามารถสร้างสรรค์แนวคิดในการวางแผน ออกแบบสื่อ และมีความสามารถในการสืบค้นและเลือกใช้ข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการวางแผนปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ได้ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ดังนี้</p> <p>3.1.1 พัฒนานักศึกษาให้มีความสามารถในการวิเคราะห์หลักการ และประเมินความเป็นไปได้ ตลอดจนปัญหาของการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ /รัฐวิสาหกิจ เอกชน หรือองค์กรไม่แสวงหากำไร เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล</p> <p>3.1.2 พัฒนานักศึกษาให้มีความสามารถในการสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการของชุมชน ท้องถิ่นหรือสังคม เพื่อการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับบริบท สภาพปัญหาและความต้องการของชุมชน และหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง</p> <p>3.1.3 พัฒนานักศึกษาให้มีความสามารถในการคิดและสร้างสรรค์แผนประชาสัมพันธ์ การออกแบบและผลิตสื่อ/กิจกรรมที่มีคุณภาพ สามารถแก้ปัญหา และ/หรือเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชน ท้องถิ่น ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง</p>
<p><b>3.2 วิธีการสอน</b> โดยใช้กรณีศึกษา การปฏิบัติงานเป็นทีมและการอภิปรายกลุ่มเพื่อประเมินผลและถอดบทเรียน ดังนี้</p> <p>3.2.1 การอภิปรายกลุ่มเพื่อร่วมกันวิเคราะห์คุณภาพของแผนฯ โดยเน้น ความเหมาะสมของกลยุทธ์ วิธีการ เครื่องมือ/สื่อ/กิจกรรมที่ใช้ กับประเด็นปัญหา วัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมาย ความเป็นไปได้ของการจัดทำแผนฯ ข้อบกพร่องและปัญหาของการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ /รัฐวิสาหกิจ เอกชน หรือองค์กรไม่แสวงหากำไร จากกรณีศึกษาตัวอย่างแผนประชาสัมพันธ์</p>

<p>3.2.2 การฝึกปฏิบัติงานเป็นทีมในการลงพื้นที่ สืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการของชุมชน ท้องถิ่นหรือสังคม และรายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเสนอแนวทางการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับบริบท สภาพปัญหาและความต้องการของชุมชน และหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง</p> <p>3.2.3 การฝึกปฏิบัติการเป็นทีมเพื่อร่วมกันคิดและสร้างสรรค์แผนประชาสัมพันธ์ การออกแบบและผลิตสื่อ/กิจกรรมที่มีคุณภาพ สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ข้อมูล ข้อ 3.1.2</p> <p>3.2.4 การอภิปรายกลุ่มเพื่อประเมินผลและถอดบทเรียนที่ได้จากการฝึกปฏิบัติการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ และดำเนินงานตามแผนฯ ที่กำหนดไว้</p>
<p><b>3.3 วิธีการประเมินผล</b> การสังเกตการณ์และการประเมินรายงานผลการอภิปรายกลุ่ม คุณภาพข้อมูลและแนวทางการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ คุณภาพและความน่าสนใจในการนำเสนอแผนประชาสัมพันธ์ รวมถึงคุณภาพการปฏิบัติงานตามที่กำหนดไว้ในแผนฯ การสังเกตการณ์และคุณภาพการถอดบทเรียน และการทดสอบกลางภาคและปลายภาค</p> <p>3.3.1 การสังเกตการณ์และความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินข้อมูลได้อย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับหลักการ และแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์</p> <p>3.3.2 การประเมินความสามารถในการแสวงหา คุณภาพข้อมูลที่ได้รับ และความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชน ปัญหาและความต้องการของชุมชนในนำการประชาสัมพันธ์มาใช้แก้ปัญหาพื้นที่ โดยพิจารณาจากความสามารถในการจัดลำดับปัญหาสาเหตุ วิธีการแก้ไข และการเชื่อมโยงสู่การกำหนดแนวคิดการวางแผนประชาสัมพันธ์</p> <p>3.3.3 การสังเกตการณ์และคุณภาพการนำเสนอแผนประชาสัมพันธ์ของกลุ่มที่สร้างสรรค์ เป็นประโยชน์ และสอดคล้องกับบริบทพื้นที่ สภาพปัญหา ความต้องการของชุมชน ท้องถิ่นและสังคม ตลอดจนสอดคล้องกับหลักจริยธรรมการสื่อสารและจรรยาบรรณวิชาชีพประชาสัมพันธ์</p> <p>3.3.4 การสังเกตการณ์ในขณะของการอภิปรายกลุ่ม และคุณภาพรายงานผลการถอดบทเรียน</p> <p>3.3.5 การสอบกลางภาคและปลายภาค โดยข้อสอบเน้นการประยุกต์ทฤษฎีสู่การปฏิบัติและความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินข้อมูล ได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับหลักการเชิงแนวคิดทฤษฎีและสถานการณ์ปัจจุบัน</p>
<p><b>4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ</b></p>
<p><b>4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความสามารถในการรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา</b></p> <p>4.1.1 พัฒนานักศึกษาให้มีความสามารถในการสื่อสาร และปรับตัวในขณะของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ภายในชุมชน ท้องถิ่น ในบริบทและสถานการณ์ต่างๆ</p> <p>4.1.2 พัฒนานักศึกษาให้มีความสามารถในการสร้างสัมพันธ์ภาพ และความสามารถในการทำงานเป็นทีมกับเพื่อนในชั้นเรียน ตลอดจนทักษะการแก้ปัญหาต่างๆในกลุ่ม ทั้งในบทบาทของผู้นำและในบทบาทของผู้ร่วมทีมงาน</p> <p>4.1.3 มีความรับผิดชอบในการวางแผนประชาสัมพันธ์ ดำเนินโครงการ แก้ไขปัญหาและวัดประสิทธิผลการปฏิบัติงานของกลุ่ม</p> <p>4.1.4 มีความสามารถในการสร้างสรรค์กิจกรรม หรือโครงการ โดยความร่วมมือของชุมชนท้องถิ่น</p> <p>4.1.5 มีความรับผิดชอบการพัฒนาการเรียนรู้ทั้งของตนเองและทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง</p>
<p><b>4.2 วิธีการสอน</b> ใช้การอภิปรายกลุ่ม การปฏิบัติงานเป็นทีมโดยความร่วมมือกับชุมชน ท้องถิ่น การอภิปรายกลุ่มเพื่อประเมินผล และถอดบทเรียนเป็นกลุ่ม รวมทั้งรายงานผลการปฏิบัติงานเป็นรายบุคคล</p> <p>4.2.1 การมอบหมายให้นักศึกษาลงพื้นที่สังเกตการณ์ พูดคุยหรือสัมภาษณ์บุคคลในพื้นที่กลุ่มต่างๆ เพื่อให้ทราบข้อมูลชุมชน สภาพปัญหา ความต้องการต่างๆ ที่จำเป็นต่อการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์</p> <p>4.2.2 การอภิปรายกลุ่มเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลชุมชน ท้องถิ่นและสังคมเพื่อการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ ที่เป็นประโยชน์ น่าสนใจและ</p>

<p>สร้างสรรค์ และสอดคล้องกับหลักจริยธรรมการสื่อสารและจรรยาบรรณวิชาชีพ</p> <p>4.2.3 การทำงานเป็นทีมเพื่อจัดทำและนำเสนอแผนประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับสภาพข้อมูลในพื้นที่จริง การลงพื้นที่ปฏิบัติงานตามแผนฯ และการรายงานผลการปฏิบัติงานตามแผนฯ ที่กำหนดไว้ โดยความร่วมมือกับชุมชน ท้องถิ่น</p> <p>4.2.4 การอภิปรายกลุ่มเพื่อประเมินผลการปฏิบัติงาน การถอดบทเรียน และร่วมกันเสนอแนวทางการพัฒนาแผนประชาสัมพันธ์ในอนาคต</p> <p>4.2.5 การรายงานผลการปฏิบัติงานและพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เป็นรายบุคคล</p>
<p><b>4.3 วิธีการประเมินผล</b></p> <p>4.3.1 การประเมินคุณภาพรายงานการศึกษาข้อมูลชุมชน สภาพปัญหา ความต้องการของชุมชน</p> <p>4.3.2 การสังเกตการณ์สัมพันธภาพระหว่างสมาชิกในกลุ่ม ความตั้งใจในการปฏิบัติงานกลุ่ม การให้ความช่วยเหลือกลุ่มตามบทบาทหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย และความสามารถในการแก้ไขปัญหาเพื่อให้การปฏิบัติงานกลุ่มสำเร็จลุล่วง และความสามารถในการสร้างสัมพันธภาพกับชุมชน ท้องถิ่น</p> <p>4.3.3 การประเมินความรับผิดชอบและความพร้อมเพรียงในการทำงานเป็นทีมในแต่ละขั้นตอน และความสามารถในการสร้างความร่วมมือกับท้องถิ่น ตั้งแต่ขั้นตอนการหาข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การจัดทำแผน การนำเสนอแผน การลงมือปฏิบัติตามแผน การแก้ไขปัญหาการประเมินผล และการนำเสนอรายงานผลการปฏิบัติงาน</p> <p>4.2.4 การสังเกตการณ์ความร่วมมือและสัมพันธภาพในขณะของการอภิปรายกลุ่ม เพื่อร่วมกันประเมินผลการปฏิบัติงาน การถอดบทเรียน และหาแนวทางการพัฒนาแผนประชาสัมพันธ์ในอนาคต</p> <p>4.2.5 การประเมินคุณภาพรายงานผลการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เป็นรายบุคคล</p>
<p><b>5. ทักษะวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ</b></p>
<p><b>5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีที่ต้องพัฒนา</b></p> <p>5.1.1 พัฒนานักศึกษาให้มีทักษะการสืบค้นและใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการออกแบบสร้างสรรค์ สื่อ กิจกรรมการประชาสัมพันธ์</p> <p>5.1.2 พัฒนานักศึกษาให้มีความสามารถอ่าน วิเคราะห์และประมวลข้อมูลทางสถิติรายงานการวิจัยเกี่ยวกับการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ ตลอดจน การประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผนประชาสัมพันธ์ของกลุ่ม</p> <p>5.1.3 พัฒนานักศึกษาให้มีความสามารถในการนำเสนอแผนประชาสัมพันธ์ ทั้งด้วยวาจาและด้วยลายลักษณ์อักษร รวมทั้งความสามารถในการให้ข้อเสนอต่อแนวทางการพัฒนาผลงานของกลุ่มตนเองและกลุ่มอื่น ได้อย่างสร้างสรรค์และนำเสนอใจ</p> <p>5.1.4 พัฒนานักศึกษาให้มีความสามารถในการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อทำรายงาน การส่งงาน การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตามแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ และนำเสนอรายงานโดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม</p>
<p><b>5.2 วิธีการสอน</b></p> <p>5.2.1 การมอบหมายให้ออกแบบสร้างสรรค์สื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป</p> <p>5.2.2 การศึกษากรณีศึกษาผลงานวิจัย และการฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์และประมวลข้อมูลการปฏิบัติงานตามแผนประชาสัมพันธ์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS</p> <p>5.2.3 การทำงานเป็นทีม ในการนำเสนอแผนประชาสัมพันธ์ ทั้งด้วยวาจาและด้วยลายลักษณ์อักษร โดยใช้สื่อและเทคโนโลยีต่างๆที่เหมาะสมและนำเสนอใจ ทั้งก่อนและหลังจากลงพื้นที่ปฏิบัติงานตามแผนประชาสัมพันธ์</p> <p>5.2.4 การมอบหมายให้นักศึกษาสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อทำรายงานการศึกษาค้นคว้า การออกแบบและจัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตามแผนประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสมัยใหม่ รวมถึงการส่งรายงานและการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางอีเมลล์</p>
<p><b>5.3 วิธีการประเมิน</b></p>

<p>5.3.1 การประเมินจากคุณภาพสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์</p> <p>5.3.2 การประเมินจากคุณภาพรายงานผลการศึกษาผลงานวิจัย และความสามารถในการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป</p> <p>5.3.3 การประเมินคุณภาพและความสามารถในการนำเสนอแผนประชาสัมพันธ์ของทีม ทั้งด้วยวาจา และที่เป็นลายลักษณ์อักษร โดยใช้สื่อและเทคโนโลยีสื่อสารประกอบการนำเสนอได้อย่างเหมาะสม และประเมินคุณภาพและการมีส่วนร่วมในการวิพากษ์ผลงานของเพื่อนกลุ่มอื่นในเชิงสร้างสรรค์</p> <p>5.3.4 การประเมินปริมาณและคุณภาพรายงานการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต การนำข้อมูลมาใช้ในการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตามแผนประชาสัมพันธ์ รวมถึงการส่งรายงานและการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางอีเมล</p>
--

### หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล มาตรฐานการเรียนรู้/พฤติกรรมที่วัด

#### 1. แผนการสอน

ลำดับ ตอนที่	หัวข้อ/เนื้อหา/ รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	วัตถุประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	มาตรฐานการ เรียนรู้					เครื่องมือ/วิธี วัด/ประเมินผล
					1	2	3	4	5	
<b>ตอนที่ 1 แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการวางแผนงานประชาสัมพันธ์</b>										
1	บทที่ 1 แนวคิด เกี่ยวกับการวางแผน การประชาสัมพันธ์เชิงกล ยุทธ์	4	1.เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความ เข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดการวางแผน การประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ 2.เพื่อให้ นักศึกษามีความสามารถ ในการวิเคราะห์และประเมินความ เหมาะสมของกลยุทธ์ ที่ใช้ในการวางแผนประชาสัมพันธ์	1. แจกแนวการจัดการ เรียนรู้ 2. ทำแบบทดสอบก่อน เรียน 3. บรรยาย 4. กรณีศึกษา						แบบทดสอบ การสรุป บทเรียน การสังเกตการณ์ และรายงานผล การศึกษา กรณีศึกษา
2	บทที่ 2 กระบวนการวางแผน งานประชาสัมพันธ์ เชิงกลยุทธ์	4	1.เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความ เข้าใจเทคนิคและกลยุทธ์ของแผน ประชาสัมพันธ์เป็นกลุ่ม 2.เพื่อให้ นักศึกษาวิเคราะห์ กระบวนการและองค์ประกอบของ แผน	1. ทำแบบทดสอบก่อน เรียน 2. บรรยาย และสรุป บทเรียน 3. กรณีศึกษา 4. การอภิปรายกลุ่ม						การสรุป บทเรียน การสังเกตการณ์ ผลการวิเคราะห์ กรณีศึกษา รายงานผลการ อภิปรายกลุ่ม รายงาน
3	บทที่ 3 การวัดและ ประเมินผลงาน ประชาสัมพันธ์เชิงกล ยุทธ์	4	1.เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความ เข้าใจเกี่ยวกับการวัดและ ประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ 2.เพื่อให้ นักศึกษาสามารถวิเคราะห์	1.การบรรยายและสรุป 2.กรณีศึกษา ผลงานวิจัย และการ อภิปรายกลุ่ม						การสรุป บทเรียน การสังเกตการณ์ รายงานผลการ



			ความเหมาะสมของวิธีการประเมินผล 3.เพื่อให้ให้นักศึกษามีทักษะการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลฯ	3. การฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS						อภิปรายกลุ่ม ผลการวิเคราะห์กรณีศึกษา
ตอนที่ 2 การวางแผนงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรประเภทต่างๆ										
4	บทที่ 4 การวางแผนงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ของหน่วยงานภาครัฐ และรัฐวิสาหกิจ	4	1.เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการวางแผนงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ของหน่วยงานภาครัฐ และรัฐวิสาหกิจ 2.เพื่อให้ นักศึกษาวิเคราะห์วิจารณ์ข้อดีและข้อบกพร่องของแผนประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ของหน่วยงานภาครัฐ และรัฐวิสาหกิจได้ 3.เพื่อให้ นักศึกษาวางแผนประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ของหน่วยงานภาครัฐ และรัฐวิสาหกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1. การบรรยายและให้นักศึกษาสรุปบทเรียน 2. การศึกษากรณีตัวอย่าง 3. การอภิปรายกลุ่มเพื่อวิเคราะห์แผนประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน 4.การวางแผนงานประชาสัมพันธ์เป็นกลุ่ม						การสรุปบทเรียน การสังเกตการณ์ รายงานผลการศึกษา กรณีศึกษาและวิเคราะห์ กลุ่มเป้าหมาย
5	บทที่ 5 การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาคเอกชน	4	1.เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการวางแผนงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ของหน่วยงานภาคเอกชน 2.เพื่อให้ นักศึกษาวิเคราะห์วิจารณ์ข้อดีและข้อบกพร่องของแผนประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ของหน่วยงานภาคเอกชนได้ 3.เพื่อให้ นักศึกษาวางแผนประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ของหน่วยงานภาคเอกชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1. การบรรยายและให้นักศึกษาสรุปบทเรียน 2. การศึกษากรณีตัวอย่าง 3. การอภิปรายกลุ่มเพื่อวิเคราะห์แผนประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานเอกชน 4.การวางแผนงานประชาสัมพันธ์เป็นกลุ่ม						

ลำดับ ตอนที่	หัวข้อ/เนื้อหา/ รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	วัตถุประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน/สื่อที่ใช้	มาตรฐานการเรียนรู้					เครื่องมือ/วิธี วัด/ประเมินผล
					1	2	3	4	5	
	ตอนที่ 1 แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการวางแผนงานประชาสัมพันธ์									
	ตอนที่ 2 การวางแผนงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรประเภทต่างๆ									
6	สอบกลางภาค									
7	<b>บทที่ 6 การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานไม่แสวงหากำไร</b> -ความจำเป็นที่จะต้องมีการวางแผนงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ของหน่วยงานไม่แสวงหากำไร -วัตถุประสงค์และเป้าหมายของการวางแผนงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ของหน่วยงานไม่แสวงหากำไร -ขั้นตอนและวิธีการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ของหน่วยงานไม่แสวงหากำไร -ประเภทของแผนประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ของหน่วยงานไม่แสวงหากำไร -ปัญหาอุปสรรคในการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ของหน่วยงานไม่แสวงหากำไร -แนวโน้มการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ของ	4	1.เพื่อให้ศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารและเกณฑ์การเลือกใช้สื่อ 2.เพื่อให้ศึกษามีทักษะการวิเคราะห์และทักษะการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารในการโน้มน้าวใจเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้อย่างเหมาะสม 3.เพื่อให้ศึกษามีทักษะการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารในชุมชนและท้องถิ่น	1. การบรรยายและสรุปบทเรียน 2. การศึกษกรณีตัวอย่าง 3. การอภิปรายกลุ่มเพื่อวิเคราะห์และประเมินความเหมาะสมของแผนประชาสัมพันธ์ 4.การทำงานเป็นทีมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อการเปลี่ยนแปลงองค์กรที่สอดคล้องกับหลักจริยธรรมการสื่อสารตลอดจนจรรยาบรรณวิชาชีพประชาสัมพันธ์						การสรุปบทเรียน รายงานผลการอภิปรายกลุ่ม รายงานผลการศึกษา ค้นคว้าเป็นรายบุคคล

	<p>หน่วยงานไม่แสวงหากำไร</p> <p>-ตัวอย่างแผนงาน</p> <p>ประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ของหน่วยงานไม่แสวงหากำไร</p>								
8	<p><b>บทที่ 7 การจัดทำแผนประชาสัมพันธ์เพื่อการเปลี่ยนแปลงองค์กร</b></p> <p>-แนวคิดเกี่ยวกับการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์เพื่อการเปลี่ยนแปลงองค์กร</p> <p>-กลยุทธ์และขั้นตอนการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์เพื่อการเปลี่ยนแปลงองค์กร</p> <p>-ตัวอย่างแผนงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์เพื่อการเปลี่ยนแปลงองค์กร</p>	4	<p>1.เพื่อให้ศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเภทของสาร กลยุทธ์ จุดมุ่งใจ ตรรกะ และการจัดเรียงเรียงสารเพื่อการโน้มน้าวใจ</p> <p>2.เพื่อให้ศึกษาวិเคราะห์ประเภทของสาร กลยุทธ์ จุดมุ่งใจ ตรรกะ และการจัดเรียงเรียงสารที่ใช้ในการโน้มน้าวใจเพื่อการประชาสัมพันธ์</p> <p>3.เพื่อให้ศึกษามีทักษะการออกแบบสารเพื่อการโน้มน้าวใจในงานประชาสัมพันธ์</p>	<p>1. การบรรยายและสรุปบทเรียน</p> <p>2. การศึกษากรณีตัวอย่าง</p> <p>3. การอภิปรายกลุ่มเพื่อวิเคราะห์และประเมินความเหมาะสมของแผนประชาสัมพันธ์</p> <p>4.การทำงานเป็นทีมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ประชาสัมพันธ์เป็น</p>					<p>การสรุปบทเรียน</p> <p>รายงานผลการอภิปรายกลุ่ม</p> <p>ผลงานออกแบบสารโน้มน้าวใจเพื่อการประชาสัมพันธ์</p> <p>เป็นรายบุคคล</p>
9	<p><b>บทที่ 8 การจัดทำแผนประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และภาวะวิกฤตขององค์กร</b></p> <p>-แนวคิดเกี่ยวกับการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และภาวะวิกฤตขององค์กร</p> <p>-กลยุทธ์และขั้นตอนการจัดทำแผน</p>	4	<p>1.เพื่อให้ศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายของปัจเจกบุคคล และกลุ่มองค์ประกอบของกลุ่มและปัจจัยที่ควรคำนึงถึงในการโน้มน้าวใจเพื่อการประชาสัมพันธ์</p> <p>2.เพื่อให้ศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบโครงการโน้มน้าวใจเพื่อการประชาสัมพันธ์</p>	<p>1. การบรรยายและสรุปบทเรียน</p> <p>2. การศึกษากรณีตัวอย่าง</p> <p>3. การอภิปรายกลุ่มเพื่อวิเคราะห์และประเมินความเหมาะสมของแผนประชาสัมพันธ์</p> <p>4.การทำงานเป็นทีมในการวางแผนประชาสัมพันธ์</p>					<p>การสรุปบทเรียน</p> <p>รายงานผลการอภิปรายกลุ่ม</p> <p>รายงานผลการศึกษาค้นคว้าและการส่งผลงานตามกำหนด</p>

	<p>ประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และภาวะวิกฤติขององค์กร</p> <p>-ตัวอย่างแผนงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และภาวะวิกฤติองค์กร</p>								
10	<p><b>บทที่ 9 การจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ทางการตลาด</b></p> <p>-แนวคิดเกี่ยวกับการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ทางการตลาด</p> <p>-กลยุทธ์และขั้นตอนการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ทางการตลาด</p> <p>-ตัวอย่างแผนงานประชาสัมพันธ์ทางการตลาด</p>	4	<p>1.เพื่อให้ นักศึกษามีความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายของมวลชน จิตวิทยา และการเกิดพฤติกรรมร่วม</p> <p>ประเภทของการรณรงค์โน้มน้าวใจ ขั้นตอนการวางแผนรณรงค์โน้มน้าวใจ และปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ การโน้มน้าวใจเพื่อการประชาสัมพันธ์</p> <p>2.เพื่อให้ นักศึกษามีทักษะการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและล้มเหลวของการโน้มน้าวใจในงานประชาสัมพันธ์</p> <p>3. เพื่อให้ นักศึกษามีทักษะการออกแบบโครงการโน้มน้าวใจเพื่อการประชาสัมพันธ์</p>	<p>1. การบรรยายและสรุปบทเรียน</p> <p>2. การศึกษากรณีตัวอย่าง</p> <p>3. การอภิปรายกลุ่มเพื่อวิเคราะห์และประเมินความเหมาะสมของแผนประชาสัมพันธ์</p>					<p>การสรุปบทเรียน</p> <p>รายงานผลการอภิปรายกลุ่ม</p> <p>รายงานผลการนำเสนอ</p> <p>โครงการและแผนปฏิบัติการโน้มน้าวใจเพื่อการประชาสัมพันธ์</p> <p>การมีส่วนร่วม</p> <p>นำเสนอความคิดเห็นและคุณภาพการวิพากษ์โครงการและแผนปฏิบัติการสื่อสารโน้มน้าวใจเพื่อการประชาสัมพันธ์</p>
	<p><b>บทที่ 10 การจัดทำแผนประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์</b></p>			<p>1. การบรรยายและสรุปบทเรียน</p> <p>2. การศึกษากรณีตัวอย่าง</p>					

	-แนวคิดเกี่ยวกับการจัดทำแผน ประชาสัมพันธ์ โครงการรณรงค์ -กลยุทธ์และขั้นตอน การจัดทำแผน ประชาสัมพันธ์ โครงการรณรงค์ -ตัวอย่างแผนงาน ประชาสัมพันธ์ โครงการรณรงค์			3. การอภิปรายกลุ่ม เพื่อวิเคราะห์และ ประเมินความเหมาะสม ของแผน ประชาสัมพันธ์ 4.การทำงานเป็นทีมใน การวางแผน ประชาสัมพันธ์					
15	การสรุป วิพากษ์ ถอด บทเรียน และนำเสนอ แนวทางการแก้ไข ปัญหาและพัฒนา โครงการฯ ให้มี ประสิทธิภาพและ ประสิทธิผลมากขึ้น	4	1.เพื่อให้ศึกษามีทักษะในการ วิเคราะห์ วิพากษ์ และสามารถ สังเคราะห์ความรู้ที่ได้ เพื่อเสนอ แนวทางการแก้ไขปัญหาและ พัฒนาโครงการของกลุ่มให้มี ประสิทธิภาพและประสิทธิผลมาก ขึ้น 2.เพื่อให้ศึกษามีทักษะในการ รวบรวม วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ บริบทชุมชนและนำเสนอแนว ทางการกำหนดประเด็นปัญหาและ การจัดทำโครงการโน้มน้าวใจที่ สอดคล้องกับสภาพปัญหา ความ ต้องการของชุมชน ท้องถิ่น	1. การบรรยายและ สรุปบทเรียน 2. การศึกษาครณี ตัวอย่าง 3. การอภิปรายกลุ่ม เพื่อวิเคราะห์และ ประเมินความเหมาะสม ของแผน ประชาสัมพันธ์					รายงานการ นำเสนอผลการ วิเคราะห์ วิพากษ์ การ ถอดบทเรียน และข้อเสนอ แนวทางการ แก้ไขปัญหาและ พัฒนาโครงการ ของกลุ่ม 2.รายงานผล การวิเคราะห์ บริบทชุมชน ท้องถิ่น แนว ทางการกำหนด ประเด็นปัญหา และการจัดทำ โครงการโน้มน ้าวใจที่ สอดคล้องกับ สภาพปัญหา ความต้องการ ของชุมชน ท้องถิ่นเป็น รายบุคคล

				1. การบรรยายและ สรุบบทเรียน 2. การศึกษากรณี ตัวอย่าง 3. การอภิปรายกลุ่ม เพื่อวิเคราะห์และ ประเมินความเหมาะสม ของแผน ประชาสัมพันธ์โครงการ 4.การทำงานเป็นทีมใน การวางแผน ประชาสัมพันธ์โครงการ 5.การประเมินโครงการ						
--	--	--	--	---	--	--	--	--	--	--

หมายเหตุ 1= คุณธรรม จริยธรรม 2= ความรู้ 3=ทักษะทางปัญญา 4= ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ  
 และ 5=ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

ที่	ผลการเรียนรู้*	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของ การประเมิน ผล
1	1.2 1.3 1.4 1.5 1.6 2.1 3.1 4,2 4.4 5.3	แนวการจัดการเรียนรู้ การกำหนดกติกาในชั้นเรียน แบบทดสอบ การสังเกตการณ์และรายงานผลการอภิปรายกลุ่ม การสรุบบทเรียน การประเมินโครงการที่นักศึกษาค้นคว้า	1	
2	1.2 1.3 1.4 1.5 2.1 3.1 3.3 4.2 4.4 5,3	สรุบบทเรียน“ความหมายของทัศนคติ ความเชื่อ กรอบอ้างอิง แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรม และกระบวนการ เปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรม การอภิปรายกลุ่มความ สำคัญของกรอบอ้างอิงต่อการโน้มน้าวใจ เพื่อการประชาสัมพันธ์ และนำเสนอในชั้นเรียน ศึกษากรณีศึกษาเพื่อวิเคราะห์กระบวนการเปลี่ยนแปลงความรู้ ความเชื่อ และพฤติกรรม	2	

3	1.2 1.3 1.4 1.5 2.1 2.2 3.1 3.2 3.3 4.2 4.4 5.3	สรุปทเรียนเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ การอภิปรายกลุ่มเพื่อศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับโครงการโน้มน้าวใจเพื่อการประชาสัมพันธ์  การวิเคราะห์กรณีศึกษาโครงการโน้มน้าวใจเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นรายบุคคลเพื่อวิเคราะห์ปัญหา สังคม และการนำทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการสื่อสาร	3	
4	1.2 1.3 1.4 1.5 2.1 2.2 2.3 3,1 3.4 4.2 4.4 5.3	สรุปทเรียนเกี่ยวกับประเภทของผู้รับสารเป้าหมาย และแนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสาร  การศึกษกรณีตัวอย่างโครงการโน้มน้าวใจเพื่อการประชาสัมพันธ์ และวิเคราะห์ความเหมาะสมของการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย สำหรับการประชาสัมพันธ์  วิเคราะห์และกำหนดกลุ่มเป้าหมายจากโจทย์ที่กำหนดให้	4	
5	1.2 1.3 1.4 1.5 2.1 2.2 2.3 2.4 3.1 3.3 3.4 4.1 4.2 4.4 5.3 5.4	สรุปทเรียนเกี่ยวกับประเภทของผู้ส่งสาร และแนวคิดเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร  การศึกษกรณีตัวอย่าง โครงการโน้มน้าวใจเพื่อการประชาสัมพันธ์ และวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร และคุณสมบัติของผู้นำความคิดเห็นที่นำมาใช้ในการดำเนินโครงการฯ  ให้ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผู้นำความคิดเห็นในชุมชน ท้องถิ่น และเลือกสัมภาษณ์ผู้นำความคิดเห็นที่มีความน่าเชื่อถือ เป็นรายบุคคล	5	
6	1.2 1.3 1.4 1.5 2.1 2.3 2.4 3.1 3.3 3.4 4.1 4.2 4.4 5.3 5.4	1.การศึกษกรณีตัวอย่าง เกี่ยวกับประเภทและเกณฑ์การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสาร การกำหนดช่องทาง  การสื่อสารในการโน้มน้าวใจเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่นำมาใช้ และการสรุปทเรียน  2.การอภิปรายกลุ่มเพื่อวิเคราะห์และกำหนดช่องทางการสื่อสารจากโจทย์ที่กำหนดให้  3.การให้ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับช่องทาง/กิจกรรมและสื่อที่ใช้สำหรับการสื่อสารชุมชนและท้องถิ่น เป็นรายบุคคล	7	
7	1.2 1.3 1.4 1.5 2.1 2.3 2.4 2.7 2.8 3.1 3.2 3.3 3.4 4.2 4.4 4.5 5.3 5.4	1.การศึกษกรณีตัวอย่างงานเขียนโน้มน้าวใจเพื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อวิเคราะห์ประเภทของสาร กลยุทธ์ จุดมุ่งใจ ตรรกะ และการจัดเรียงเรียงสารที่นำมาใช้ และให้นักศึกษาสรุปทเรียน  2. การอภิปรายกลุ่มเพื่อวิเคราะห์ กลยุทธ์ จุดมุ่งใจ ตรรกะ และการจัดเรียงเรียงสารจากโจทย์ที่กำหนดให้  3.การฝึกปฏิบัติการออกแบบสารโน้มน้าวใจในงานประชาสัมพันธ์ เป็นรายบุคคล	8	

8	<p>1.2 1.3 1.4 1.5 2.1 2.2 2.3 2.4 2.7 2.8 3.1 3.2 3.3 3.4 4.1 4.2 4.3 4.4 4.5 4.6 5.2 5.3 5.4</p>	<p>1. การสรุปทเรียนเกี่ยวกับความหมายของปัจเจกบุคคล และกลุ่มองค์ประกอบของกลุ่มและปัจจัยที่ควรคำนึงถึง</p> <p>2.การอภิปรายกลุ่มเพื่อวิเคราะห์ ปัจจัยที่ควรคำนึงถึงเมื่อสื่อสารกับปัจเจกบุคคลและกลุ่มจากโจทย์ที่กำหนดให้</p> <p>3.การให้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับบริบทชุมชน ปัญหา ความต้องการและศักยภาพของพื้นที่เป็นรายบุคคล เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลของกลุ่มในการออกแบบโครงการโน้มน้าวใจเพื่อการประชาสัมพันธ์ทั้งทางอินเทอร์เน็ต สื่อบุคคล หนังสือ เอกสาร ตำรา และงานวิจัย และส่งงานทางอีเมล</p>	9	
9	<p>1.2 1.3 1.4 1.5 2.1 2.2 2.3 2.4 2.7 2.8 3.1 3.2 3.3 3.4 4.1 4.2 4.3 4.4 4.5 4.6 5.2 5.3</p>	<p>1. การสรุปทเรียนเกี่ยวกับมวลชน จิตวิทยา และการเกิดพฤติกรรมร่วม ประเภทของการรณรงค์โน้มน้าวใจ ขั้นตอนการวางแผนรณรงค์ และปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ</p> <p>2.การอภิปรายกลุ่มเพื่อวิเคราะห์ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จและล้มเหลวของการโน้มน้าวใจในงานประชาสัมพันธ์จากงานวิจัยและโจทย์ที่กำหนดให้</p> <p>3. การทำงานเป็นทีมเพื่อออกแบบโครงการโน้มน้าวใจเพื่อการประชาสัมพันธ์</p> <p>4. การมีส่วนร่วมวิพากษ์โครงการและแผนปฏิบัติการสื่อสารฯ ก่อนดำเนินงานจริงในพื้นที่</p>	10	
10	<p>1.1 1.2 1.3 1.4 1.5 1.6 1.7 2.1 2.2 2.3 2.4 2.6 2.7 2.8 3.1 3.4 4.2 4.3 4.4 4.5 4.6 5.3</p>	<p>1. การศึกษางานวิจัย กรณีศึกษา และสรุปทเรียนเกี่ยวกับความหมายของจริยธรรม การวัดและประเมินจริยธรรมการโน้มน้าวใจเพื่อการประชาสัมพันธ์</p> <p>2.การอภิปรายกลุ่ม เพื่อวิเคราะห์และประเมินจริยธรรมการสื่อสารในงานโน้มน้าวใจเพื่อการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนผลกระทบจากการดำเนินโครงการโน้มน้าวใจเพื่อการประชาสัมพันธ์จากโจทย์ที่กำหนดให้</p> <p>3.การอภิปรายกลุ่ม เพื่อวิเคราะห์และประเมินจริยธรรมการสื่อสารในงานโน้มน้าวใจเพื่อการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนผลกระทบจากการดำเนินโครงการโน้มน้าวใจเพื่อการประชาสัมพันธ์ของกลุ่ม</p>	11	
11	<p>1.1 1.2 1.3 1.4 1.5 1.6 1.7 2.1 2.2 2.3 2.6 2.7 2.8 3.1 3.2 3.3 3.4 4.1 4.2 4.3 4.4 4.5 4.6 5.1 5.2 5.3 5.4</p>	<p>1. การศึกษางานวิจัยเพื่อประเมินผลโครงการฯ และสรุปทเรียนเกี่ยวกับการวัดและประเมินผล ประเภท เกณฑ์และตัวบ่งชี้ในการประเมินผลความสำเร็จการโน้มน้าวใจเพื่อการประชาสัมพันธ์</p> <p>2.การทำงานเป็นทีม เพื่อออกแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์สำหรับประเมินผลโครงการโน้มน้าวใจของกลุ่ม</p> <p>3. การฝึกปฏิบัติการประเมินผลและแปลความหมายข้อมูลที่ได้จากตัวอย่างข้อมูลที่กำหนดให้ เป็นรายบุคคล</p>	12	



12	1.1 1.2 1.3 1.4 1.5 1.6 1.7 2.1 2.6 2.7 3.1 3.4 4.1 4.2 4.3 4.4 4.5 4.6 5.1 5.3 5.4	การฝึกปฏิบัติการสื่อสารในโครงการโน้มน้าวใจเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ของกลุ่ม	13	
14	1.1 1.2 1.3 1.4 1.5 1.6 1.7 2.1 2.6 2.7 2.8 3.1 3.2 3.3 3.4 4.1 4.2 4.3 4.4 4.5 4.6 5.1 5.2 5.3 5.4	การฝึกปฏิบัติการสื่อสารในโครงการโน้มน้าวใจเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ของกลุ่ม การฝึกปฏิบัติการประมวลผลและแปลความหมายข้อมูลจากการ ดำเนินโครงการของกลุ่มฯ เพื่อนำเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาและ พัฒนาโครงการ	14	
15	1.1 1.2 1.3 1.4 1.5 1.6 1.7 2.1 2.2 2.6 2.7 2.8 3.1 3.2 3.3 3.4 4.1 4.2 4.3 4.4 4.5 4.6 5.2 5.3 5.4	1. การอภิปรายกลุ่ม เพื่อวิเคราะห์วิพากษ์ ถอดบทเรียนที่ได้รับ และแนวทางการแก้ไขปัญหาและพัฒนาโครงการของกลุ่ม ให้มี ประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น 2. การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับบริบทชุมชน ท้องถิ่นทั้งทางอินเทอร์เน็ต สื่อบุคคล เอกสารตำรา งานวิจัย ฯลฯ เพิ่มเติมเพื่อประกอบการ นำเสนอแนวทางการกำหนดประเด็นปัญหาและการจัดทำโครงการ โน้มน้าวใจที่สอดคล้องกับสภาพปัญหา ความต้องการของชุมชน ท้องถิ่นมากขึ้น	15	

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

ที่	ผลการเรียนรู้*	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วน ของการ ประเมินผล
1	1.1 1.6 1.7 2.1 2.2 2.3 2.4 2.6 2.8 3.1 3.2 3.3 3.4 4.3 4.5 5.2 5.3	สอบกลางภาค สอบปลายภาค		20% 20%
2	1.1 1.2 1.3 1.4 1.5 1.6 1.7 2.1 2.2 2.3 2.4 2.5 2.6 2.7 2.8 3.1 3.2 3.3 3.4 4.1 4.2 4.3 4.4 4.5 4.6 5.1 5.2 5.3 5.4	วิเคราะห์กรณีศึกษา และการนำเสนอ การอภิปรายกลุ่มย่อยและการนำเสนอ รายงานกลุ่มและการนำเสนอ รายงานการศึกษาค้นคว้าเป็นรายบุคคล การสรุปบทเรียนเป็นรายบุคคล การฝึกปฏิบัติออกแบบและจัดทำโครงการฯและรายงาน การประเมินผล	ตลอดภาค การศึกษา	50%

3	1.1 1.2 1.3 1.4 1.5	การเข้าชั้นเรียนและการปฏิบัติตามกติกาของชั้นเรียน	ตลอดภาคการศึกษา	10%
---	---------------------	---	-----------------	-----

#### เกณฑ์การประเมินผลการเรียนของนักศึกษา

1. 80 ขึ้นไป	=	A	5. 60-64	=	C
2. 75-79	=	B+	6. 55-59	=	D+
3. 70-74	=	B	7. 50-54	=	D
4. 65-69	=	C+	8. ต่ำกว่า 50	=	E

#### หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

<p><b>1. เอกสารและตำราหลัก</b>          สุชาติดา แสงดวงดี. (2550). การวางแผนการประชาสัมพันธ์. เอกสารประกอบการสอนรายวิชา การวางแผนการประชาสัมพันธ์. หลักสูตรปริญญาตรีโปรแกรมวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม (อัดสำเนา)</p>
<p><b>2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ</b>          ไม่มี</p>
<p><b>3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ</b></p> <p><b>เอกสารอ่านประกอบ</b></p> <p><b>เอกสารอ้างอิง</b></p> <p>จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. (2549). ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.</p> <p>ณรงค์ สมพงษ์. (2543). สื่อสารมวลชนเพื่องานส่งเสริม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.</p> <p>นรินทร์ชัย พัฒนพงศา. (2542). การสื่อสารองค์กรเชิงยุทธศาสตร์. กรุงเทพฯ: ลินคอร์น โปรโมชั่น.</p> <p>วิรัช ลภีรัตน์กุล. (2549). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต และการบริหารภาวะวิกฤต. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.</p> <p>สุโขทัยธรรมาธิราช,มหาวิทยาลัย. (2548). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์. หน่วยที่1-7, 8-10 และ 11-15. เอกสารการสอนชุดวิชา กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.</p> <p>เว็บไซต์ของหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ เอกชน และองค์กรไม่แสวงหากำไรต่างๆ</p> <p>Marconi, J. (2004). <b>Public Relations: the complete guide.</b> Australia: Thomson</p>

Wilcox, D.L., Cameron, G.T.(2006). **Public relations: strategies and tactics**. Eight edition. Boston: Pearson.

ชาญชัย อาจินสมาจาร (2536). **สู่ความเป็นเลิศงานการประชาสัมพันธ์** .กรุงเทพมหานคร: ศูนย์สื่อเสริม กรุงเทพฯ

นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์ (2545). **กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ PR Strategies** .กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์อัลฟ่า

จิตราภรณ์ สุทธิวิเศษศรี (2534). **ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์** .กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ดวงพร คำคุณวัฒน์ ผศ.วาสนา จันทร์สว่าง (2536). **สื่อสารการประชาสัมพันธ์** .กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วน จำกัด อินทิมเทรต

บุญเกื้อ ควรหาเวช (2537). **การประชาสัมพันธ์ Public Relations** .กรุงเทพมหานคร : SR Printing

วิรัช ภิรัตน์กุล (2543). **การประชาสัมพันธ์** . กรุงเทพมหานคร (ฉบับสมบูรณ์)

เกษม จันทร์น้อย (2537). **สื่อประชาสัมพันธ์** .กรุงเทพมหานคร

เดือนจิตต์ จิตต์อารี (2531). **การวิจัยการประชาสัมพันธ์** . กรุงเทพมหานคร

## หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### 1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ที่จัดทำโดยนักศึกษา ได้จัดกิจกรรมในการนำแนวคิดและความเห็นจากนักศึกษาได้ดังนี้

- 1.1 การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- 1.2 การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน
- 1.3 แบบประเมินผู้สอนของคณะ
- 1.4 แบบทดสอบทัศนคติต่อรายวิชา
- 1.5 ข้อเสนอแนะผ่านเว็บบอร์ด ที่อาจารย์ผู้สอนได้จัดทำเป็นช่องทางการสื่อสารกับนักศึกษา

### 2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

ในการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินการสอน ได้มีกลยุทธ์ ดังนี้

- 2.1 ผลการสอบ
- 2.2 การทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้

### 3. การปรับปรุงการสอน

หลังจากผลการประเมินการสอนในข้อ 2 จึงมีการปรับปรุงการสอน โดยการจัดกิจกรรมในการระดมสมอง และหาข้อมูลเพิ่มเติมในการปรับปรุงการสอน ดังนี้

- 3.1 สัมมนาการจัดการเรียนการสอน
- 3.2 การวิจัยในชั้นเรียน การวิจัยองค์ความรู้และการวิจัยประยุกต์ที่เกี่ยวข้องกับวิชา

### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อ ตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ที่กำหนดไว้ ด้วยการตั้งคณะกรรมการประจำสาขาวิชาร่วมพิจารณาแนวการจัดการเรียนรู้ และตรวจสอบข้อสอบปลายภาค รวมทั้งการพูดคุยสอบถามนักศึกษา การตรวจสอบจากการสรุปบทเรียนของนักศึกษา รายงานการนำเสนอผลการอภิปรายกลุ่ม ผลการทดสอบย่อย และผลการประเมินผลการสอนของนักศึกษาช่วงกลางภาคผ่านแบบประเมินผลการสอนและการนำเสนอความคิดเห็นผ่านเว็บบอร์ด

<p>หลังการออกผลการเรียนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์โดยรวมในวิชาด้วยการตั้งคณะกรรมการประจำสาขาวิชา เพื่อตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษาโดยพิจารณาจากคะแนน เกณฑ์การตัดเกรด ค่า t และการกระจายของเกรด ที่เหมาะสม</p>
<p><b>5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา</b></p> <p>จากผลการประเมิน และทวนสอบผลสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชา ได้มีการวางแผนการปรับปรุงการสอน และรายละเอียดวิชา เพื่อให้เกิดคุณภาพมากขึ้น ดังนี้</p> <p>4</p> <p>5.1 ปรับปรุงรายวิชาทุก 3 ปี หรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ</p> <p>5.2 ปรับปรุงตำรา สื่อ วิธีการเรียนการสอน ให้สอดคล้องกับยุคสมัย และผลการศึกษาวิจัย</p> <p>5.3 สอนร่วมโดยอาจารย์ผู้สอนหลายคน ร่วมกับศึกษาดูงานและเชิญวิทยากรภายนอก เพื่อให้</p> <p>นักศึกษามีมุมมองที่หลากหลาย</p>