

## รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
หลักสูตรบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์

### หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

#### 1.1 รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 1633416 ชื่อวิชา การประชาสัมพันธ์และการตลาดสารสนเทศ  
Public Relations and Information Marketing

#### 1.2 จำนวนหน่วยกิต

3 (2-2-5) หน่วยกิต

#### 1.3 หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

- 1)หลักสูตร : ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์
- 2)ประเภทของรายวิชา: วิชาบังคับ

#### 1.4 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

- 1)อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา: อาจารย์ ดร.จิตชิน จิตติสุขพงษ์
- 2)อาจารย์ผู้สอน: อาจารย์ ดร.จิตชิน จิตติสุขพงษ์

#### 1.5 ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 2/2559 ชั้นปีที่ 2

#### 1.6 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (pre-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

#### 1.7 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (pre-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

#### 1.8 สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

#### 1.9 วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

วันที่ปรับปรุงรายละเอียดล่าสุด 9 พฤศจิกายน 2559

## หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### 2.1 จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1.1 เพื่อให้ผู้เรียนมีวินัย เคารพในความคิดเห็นของผู้อื่น และมีจรรยาบรรณทางวิชาชีพ บรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์

1.2 เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ เข้าใจหลักการและทฤษฎี สามารถบูรณาการ และประยุกต์ ความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และการตลาดสารสนเทศ นำไปสู่การปฏิบัติงานในห้องสมุดและศูนย์ สารสนเทศได้

1.3 เพื่อให้ผู้เรียนสามารถคิดอย่างเป็นระบบ มีดุลยพินิจ และสามารถประยุกต์ความรู้ ความเข้าใจแนวคิดและหลักการโดยใช้กระบวนการประชาสัมพันธ์และการตลาดสารสนเทศนำไปสู่ การปฏิบัติงานได้

1.4 เพื่อให้ผู้เรียนมีความสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้

1.5 เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเลือก และใช้รูปแบบการนำเสนอสารสนเทศ ตลอดจนใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และการตลาดสารสนเทศในงาน ห้องสมุดและศูนย์สารสนเทศได้อย่างเหมาะสม

### 2.2 วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

2.1 เพื่อให้มีเนื้อหาและกิจกรรมที่สอดคล้องกับการพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน

2.2 เพื่อให้เนื้อหาวิชามีความทันสมัยและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของวิชาชีพ บรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์

## หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

### 3.1 คำอธิบายรายวิชา

แนวคิดและหลักการของการประชาสัมพันธ์และการตลาดสารสนเทศ กลยุทธ์การ ประชาสัมพันธ์และการตลาดสารสนเทศ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ความสัมพันธ์ของ การประชาสัมพันธ์และการตลาดสารสนเทศคุณธรรมและจริยธรรมของการประชาสัมพันธ์และการตลาด สารสนเทศ กรณีศึกษาการประชาสัมพันธ์และการตลาดสารสนเทศสำหรับห้องสมุดและองค์กรสารสนเทศ

Concepts and principles of public relations and information marketing; strategies of public relations and information marketing; customer relationship management; relationship of public relations and information marketing; morality and ethics of public relations and information marketing; case studies on public relations and information marketing for libraries and information organizations

### 3.2 จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/ งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วย ตนเอง
30 ชั่วโมงต่อ ภาคการศึกษา	ให้คำปรึกษา แนะนำ สอนเสริม ตามความต้องการของนักศึกษา เป็นรายกลุ่ม เพื่อทบทวนความรู้ ให้ชัดเจนและแม่นยำยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกับกลุ่มของนักศึกษา ที่มีผลการเรียนต่ำ	30 ชั่วโมงต่อ ภาคการศึกษา	75 ชั่วโมงต่อ ภาคการศึกษา

### 3.3 จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษา เป็นรายบุคคล

3.3.1 อาจารย์ประจำรายวิชา แจ้งเวลาให้คำปรึกษากับนักศึกษาการเรียนสัปดาห์แรก  
โดยให้นักศึกษาติดต่อผู้สอนผ่าน Social Network เช่น Facebook, Line และทางโทรศัพท์มือถือ

3.3.2 อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มตามความต้องการ อย่าง  
น้อย 2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (เฉพาะรายที่ต้องการ) ทุกวันอังคาร 13.00 - 15.00 น.

## หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 4.1 แผนพัฒนาและการประเมินผลการเรียนรู้(หมวด 5 ข้อ 2)

ผลการเรียนรู้ที่ต้องการพัฒนา	กลยุทธ์การสอน	กลยุทธ์การประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
<b>ด้านคุณธรรม จริยธรรม</b> (1)มีวินัย มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม (M1) (2)มีจรรยาบรรณทางวิชาการ และวิชาชีพ บรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ (M5)	(1) ผู้สอนกำหนดเงื่อนไขการเรียนรู้ ความรับผิดชอบ ความมีวินัย ความตรงต่อเวลาทั้งใน ส่วนของการเข้าเรียน การส่งงาน และความซื่อสัตย์ (2) ผู้สอนให้นักศึกษาทำงานรายงานกลุ่ม โดยให้เกียรติกับเจ้าของผลงานด้วยการเขียนอ้างอิง และบรรณานุกรมให้ถูกต้อง ตามหลักทางวิชาชีพ บรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ เพื่อให้ นักศึกษาคำนึงถึงจรรยาบรรณทางวิชาชีพเสมอ	(1) สังเกตพฤติกรรมการเข้าชั้นเรียน การส่งงาน ความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงาน และการตรงต่อเวลา (2) ตรวจสอบรายงานกลุ่มของนักศึกษา	1-15	10%
<b>ด้านความรู้</b> (1) มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ และ ทฤษฎีที่สำคัญในสาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์ และสารสนเทศศาสตร์ และศาสตร์อื่นที่เกี่ยวข้อง (K1) (2) สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชา บรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ กับ ความรู้ในศาสตร์อื่นที่เกี่ยวข้อง (K2)	(1) ผู้สอนทดสอบก่อนเรียน (2) ผู้สอนบรรยายเนื้อหาหลักการและทฤษฎีที่ สำคัญของรายวิชาอย่างครบถ้วน พร้อม ยกตัวอย่างการประยุกต์ใช้การประชาสัมพันธ์และ การตลาดในชีวิตประจำวันได้	(1) แบบทดสอบ (10%) (2) สังเกตพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นใน ระหว่างทบทวนความรู้ก่อนเรียน และสรุป ความคิดหลังเรียน (3) กรณีศึกษา (4) แบบทดสอบปลายภาค (30%)	1-15	40%

ผลการเรียนรู้ที่ต้องการพัฒนา	กลยุทธ์การสอน	กลยุทธ์การประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
<b>ด้านทักษะทางปัญญา</b> (1) มีความสามารถในการประยุกต์ความรู้ ความเข้าใจในแนวคิด หลักการ และทฤษฎีต่างๆ ในการปฏิบัติงานและการแก้ไขปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์ (C2)	(1) ผู้สอนให้นักศึกษา วิเคราะห์กรณีศึกษา (2) ผู้สอนให้นักศึกษานำการประชาสัมพันธ์และการตลาดสารสนเทศไปใช้ในงานห้องสมุดได้	(1) พิจารณาจากแบบฝึกหัด (2) พิจารณาจากคะแนนสอบ	5-10	20%
<b>ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ</b> (1) มีความสามารถในการทำงานเป็นทีมกับผู้อื่นอย่างมีประสิทธิภาพ (I1) (2) มีความสามารถในการปรับตัว ร่วมกิจกรรม และมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นอย่างสร้างสรรค์ (I3)	(1) ผู้สอนให้นักศึกษาเรียนรู้ร่วมกันด้วยการทำงานเป็นกลุ่ม	(1) สังเกตการปรับตัว การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของนักศึกษา กับเพื่อนในกลุ่ม และการแก้ไขสถานการณ์ที่เป็นปัญหาร่วมกัน	2-15	10%
<b>ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ</b> (1) สามารถสื่อสารภาษาไทย ทั้งการพูด การฟัง การอ่าน การเขียน การสรุปประเด็น และการนำเสนอได้อย่างมีประสิทธิภาพ (N1) (2) สามารถเลือก และใช้รูปแบบการนำเสนอสารสนเทศ ตลอดจนใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพและ	(1) ผู้สอนให้นักศึกษาวิเคราะห์การตลาดในงานห้องสมุด และนำเสนอหน้าชั้นเรียน	(1) พิจารณาจากรูปแบบการนำเสนอ ตามหลักการวิเคราะห์การตลาด	10-15	20%

ผลการเรียนรู้ที่ต้องการพัฒนา	กลยุทธ์การสอน	กลยุทธ์การประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
เหมาะสมกับสถานการณ์ (N2)				

## 4.2 เกณฑ์การให้คะแนน

ผลการเรียนรู้	เกณฑ์การให้คะแนน					ร้อยละ การผ่านเกณฑ์
	1	2	3	4	5	
ด้านคุณธรรม จริยธรรม	ไม่เข้าเรียน / ไม่ส่งงาน / ไม่มีการอ้างอิง	เข้าเรียน / ส่งงาน ไม่ตามกำหนดเวลา/อ้างอิง ถูกต้อง <50%	เข้าเรียน/ส่งงานตามกำหนด/ อ้างอิงถูกต้อง >50%	เข้าเรียน/ส่งงานตาม กำหนด/อ้างอิงถูกต้อง 80%	เข้าเรียน/ส่งงานตามกำหนด/ อ้างอิงถูกต้อง 100%	ร้อยละ 60
ด้านความรู้	1	2	3	4	5	
	มีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหา <30%	มีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหา <50%	มีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหา >50%	มีความรู้ความเข้าใจใน เนื้อหา >80%	มีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหา 100%	
ด้านทักษะปัญญา	1	2	3	4	5	
	สามารถวิเคราะห์ด้วย หลักการตลาดได้ถูกต้อง <30%	สามารถวิเคราะห์ด้วย หลักการตลาดได้ถูกต้อง <50%	สามารถวิเคราะห์ด้วย หลักการตลาดได้ ถูกต้อง>50%	สามารถวิเคราะห์ด้วย หลักการตลาดได้ ถูกต้อง>80%	สามารถวิเคราะห์ด้วย หลักการตลาดได้ถูกต้อง 100%	
ด้านทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและความ รับผิดชอบ	1	2	3	4	5	
	มีความรับผิดชอบในการ ปฏิบัติงานร่วมกับผู้อื่น<30%	มีความรับผิดชอบในการ ปฏิบัติงานร่วมกับผู้อื่น<50%	มีความรับผิดชอบในการ ปฏิบัติงานร่วมกับผู้อื่น>50%	มีความรับผิดชอบในการ ปฏิบัติงานร่วมกับ ผู้อื่น>80%	มีความรับผิดชอบในการ ปฏิบัติงานร่วมกับผู้อื่น100%	
ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และการ ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	1	2	3	4	5	
	มีการใช้เทคโนโลยีสื่อสารให้ ผู้อื่นเข้าใจ<30%	การใช้เทคโนโลยีสื่อสารให้ ผู้อื่นเข้าใจ<50%	การใช้เทคโนโลยีสื่อสารให้ ผู้อื่นเข้าใจ>50%	การใช้เทคโนโลยีสื่อสารให้ ผู้อื่นเข้าใจ>80%	การใช้เทคโนโลยีสื่อสารให้ ผู้อื่นเข้าใจ 100%	

## หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

### 5.1แผนการสอน

ลำดับที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อที่ใช้	การวัดและประเมินผล
1 (4 ชม.)	<b>แนะนำรายวิชา</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ แนะนำแหล่งข้อมูลประกอบการเรียนรู้</li> <li>○ ชี้แจงแนวทางการจัดการเรียนการสอน</li> <li>○ เกณฑ์การให้คะแนน</li> <li>○ ชี้แจงเกณฑ์การประเมินผลการเรียน</li> </ul>	1.ผู้สอนแนะนำรายวิชา แหล่งข้อมูล ประกอบการเรียน 2. ผู้สอนชี้แจงเกณฑ์การให้คะแนน และ การประเมินผลการเรียน 3. ผู้สอนชี้แจงช่องทางการสื่อสารของ รายวิชาผ่านกลุ่มบนเฟสบุ๊ก	1. รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3) 2. เอกสารประกอบการเรียน 3. สื่อการสอนโดยใช้ PowerPoint 4. เฟสบุ๊ก	1. สังเกตจากการซักถามและการมี ปฏิสัมพันธ์ในแต่ละกิจกรรม
2 (4 ชม.)	<b>บทที่ 1</b> พฤติกรรมและความคาดหวังของ ผู้ใช้สารสนเทศ	1. ผู้สอนบรรยายเนื้อหา 2. ผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถามและ อภิปรายหัวข้อต่าง ๆ 3. ผู้สอนให้นักศึกษาทำกิจกรรมกลุ่ม	1. เอกสารประกอบการเรียน 2. สื่อการสอนโดยใช้ PowerPoint	1. ตอบคำถามท้ายบท 2. สังเกตพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็น และการอภิปรายในหัวข้อที่ศึกษา 3. พิจารณาความตรงต่อเวลาในการส่งผล งาน
3 (4 ชม.)	<b>บทที่ 2</b> การแบ่งส่วนตลาดและการวาง ตำแหน่งบริการ	1. ผู้สอนบรรยายเนื้อหา 2. ผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถามและ อภิปรายหัวข้อต่าง ๆ 3. ผู้สอนให้นักศึกษาทำกิจกรรมกลุ่ม	1. เอกสารประกอบการเรียน 2. สื่อการสอนโดยใช้ PowerPoint	1. ตอบคำถามท้ายบท 2. สังเกตพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็น และการอภิปรายในหัวข้อที่ศึกษา 3. พิจารณาความตรงต่อเวลาในการส่งผล งาน



ลำดับ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อที่ใช้	การวัดและประเมินผล
4 (4 ชม.)	<b>บทที่ 3</b> การวางแผนและพัฒนากลยุทธ์ การตลาดบริการสารสนเทศ	1. ผู้สอนบรรยายเนื้อหา 2. ผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถามและ อภิปรายหัวข้อต่าง ๆ 3. ผู้สอนให้นักศึกษาทำกิจกรรมกลุ่ม	1. เอกสารประกอบการเรียน 2. สื่อการสอนโดยใช้ PowerPoint	1. ตอบคำถามท้ายบท 2. สังเกตพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็น และการอภิปรายในหัวข้อที่ศึกษา 3. พิจารณาความตรงต่อเวลาในการส่งผล งาน
5 (4 ชม.)	<b>บทที่ 4</b> การกำหนดราคาบริการสารสนเทศ	1. ผู้สอนบรรยายเนื้อหา 2. ผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถามและ อภิปรายหัวข้อต่าง ๆ 3. ผู้สอนให้นักศึกษาทำกิจกรรมกลุ่ม	1. เอกสารประกอบการเรียน 2. สื่อการสอนโดยใช้ PowerPoint	1. ตอบคำถามท้ายบท 2. สังเกตพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็น และการอภิปรายในหัวข้อที่ศึกษา 3. พิจารณาความตรงต่อเวลาในการส่งผล งาน
6 (4 ชม.)	<b>บทที่ 5</b> การบริหารลูกค้าสัมพันธ์	1. ผู้สอนบรรยายเนื้อหา 2. ผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถามและ อภิปรายหัวข้อต่าง ๆ 3. ผู้สอนให้นักศึกษาทำกิจกรรมกลุ่ม	1. เอกสารประกอบการเรียน 2. สื่อการสอนโดยใช้ PowerPoint	1. ตอบคำถามท้ายบท 2. สังเกตพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็น และการอภิปรายในหัวข้อที่ศึกษา 3. พิจารณาความตรงต่อเวลาในการส่งผล งาน
7 (4 ชม.)	<b>บทที่ 6</b> ความหมายและความแตกต่างของ การประชาสัมพันธ์กับการตลาดสารสนเทศ	1. ผู้สอนบรรยายเนื้อหา 2. ผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถามและ อภิปรายหัวข้อต่าง ๆ 3. ผู้สอนให้นักศึกษาทำกิจกรรมกลุ่ม	1. เอกสารประกอบการเรียน 2. สื่อการสอนโดยใช้ PowerPoint	1. ตอบคำถามท้ายบท 2. สังเกตพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็น และการอภิปรายในหัวข้อที่ศึกษา 3. พิจารณาความตรงต่อเวลาในการส่งผล งาน

ลำดับ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อที่ใช้	การวัดและประเมินผล
8 (4 ชม.)	<b>บทที่ 7</b> การประชาสัมพันธ์ในองค์กร	1. ผู้สอนบรรยายเนื้อหา 2. ผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถามและอภิปรายหัวข้อต่าง ๆ 3. ผู้สอนให้นักศึกษาทำกิจกรรมกลุ่ม	1. เอกสารประกอบการเรียน 2. สื่อการสอนโดยใช้ PowerPoint	1. ตอบคำถามท้ายบท 2. สังเกตพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นและการอภิปรายในหัวข้อที่ศึกษา 3. พิจารณาความตรงต่อเวลาในการส่งผลงาน
9 (4 ชม.)	<b>บทที่ 8</b> กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์	1. ผู้สอนบรรยายเนื้อหา 2. ผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถามและอภิปรายหัวข้อต่าง ๆ 3. ผู้สอนให้นักศึกษาทำกิจกรรมกลุ่ม	1. เอกสารประกอบการเรียน 2. สื่อการสอนโดยใช้ PowerPoint	1. ตอบคำถามท้ายบท 2. สังเกตพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นและการอภิปรายในหัวข้อที่ศึกษา 3. พิจารณาความตรงต่อเวลาในการส่งผลงาน
10 (4 ชม.)	<b>บทที่ 9</b> กรณีศึกษาของการประชาสัมพันธ์และการตลาดสารสนเทศ	1. ผู้สอนบรรยายเนื้อหา 2. ผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถามและอภิปรายหัวข้อต่าง ๆ 3. ผู้สอนให้นักศึกษาทำกิจกรรมกลุ่ม	1. เอกสารประกอบการเรียน 2. สื่อการสอนโดยใช้ PowerPoint	1. ตอบคำถามท้ายบท 2. สังเกตพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นและการอภิปรายในหัวข้อที่ศึกษา 3. พิจารณาความตรงต่อเวลาในการส่งผลงาน
11 (4 ชม.)	<b>กิจกรรมวิเคราะห์กรณีศึกษา</b>	1. ผู้สอนบรรยายเนื้อหา 2. ผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถามและอภิปรายหัวข้อต่าง ๆ 3. ผู้สอนให้นักศึกษาทำกิจกรรมกลุ่ม	1. เอกสารประกอบการเรียน 2. สื่อการสอนโดยใช้ PowerPoint	1. การวิเคราะห์กรณีศึกษา 2. สังเกตพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นและการอภิปรายในหัวข้อที่ศึกษา 3. พิจารณาความตรงต่อเวลาในการส่งผลงาน

ลำดับ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อที่ใช้	การวัดและประเมินผล
12 (4 ชม.)	กิจกรรมวิเคราะห์กรณีศึกษา	1. ผู้สอนบรรยายเนื้อหา 2. ผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถามและอภิปรายหัวข้อต่าง ๆ 3. ผู้สอนให้นักศึกษาทำกิจกรรมกลุ่ม	1. เอกสารประกอบการเรียน 2. สื่อการสอนโดยใช้ PowerPoint	1. การวิเคราะห์กรณีศึกษา 2. สังเกตพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นและการอภิปรายในหัวข้อที่ศึกษา 3. พิจารณาความตรงต่อเวลาในการส่งผลงาน
13 (4 ชม.)	กิจกรรมวิเคราะห์กรณีศึกษา	1. ผู้สอนบรรยายเนื้อหา 2. ผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถามและอภิปรายหัวข้อต่าง ๆ 3. ผู้สอนให้นักศึกษาทำกิจกรรมกลุ่ม	1. เอกสารประกอบการเรียน 2. สื่อการสอนโดยใช้ PowerPoint	1. การวิเคราะห์กรณีศึกษา 2. สังเกตพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นและการอภิปรายในหัวข้อที่ศึกษา 3. พิจารณาความตรงต่อเวลาในการส่งผลงาน
14 (4 ชม.)	นำเสนอรายงาน	1. ผู้เรียนนำเสนอ 2. ผู้สอนซักถามและอภิปราย	1. เอกสารประกอบการเรียน 2. สื่อการสอนโดยใช้ PowerPoint	1. การนำเสนอ 2. สังเกตพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นและการอภิปรายในหัวข้อที่ศึกษา 3. พิจารณาความตรงต่อเวลาในการส่งผลงาน
15 (4 ชม.)	o นำเสนอรายงาน o สรุปการสอน	1. ผู้เรียนนำเสนอ 2. ผู้สอนซักถามและอภิปราย 3. สรุปการสอน	1. สื่อการสอนโดยใช้ PowerPoint	1. สังเกตพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นและการอภิปราย 2. สังเกตพฤติกรรมการนำเสนอ

## 5.2 เกณฑ์การประเมินผล ใช้ระบบอิงเกณฑ์ของมหาวิทยาลัย ดังนี้

ระดับคะแนน (คะแนน)	ระดับผลการเรียน
90-100	A
85-89	B <sup>+</sup>
75-84	B
70-74	C <sup>+</sup>
60-69	C
55-59	D <sup>+</sup>
50-54	D
0-50	F

## หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

### 6.1 เอกสารและตำราหลัก

จิตชิน จิตติสุขพงษ์. (2560). *เอกสารประกอบการสอนวิชาการประชาสัมพันธ์และการตลาด*  
สารสนเทศ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

### 6.2 เอกสารและข้อมูลสำคัญ

Leeburger, Benedict A. (1989). *Promoting and marketing the library*. Boston: Hall.  
Rothwell, Anita. compiled. (2004). *Marketing and public relations practices in college libraries*. Chicago: Association of College and Research Libraries.  
Weingand, Darlene E. (1998). *Future-driven library marketing*. Chicago: American Library Association.

### 6.3 เอกสารและข้อมูลแนะนำ

-

## หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### 7.1 กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- สัมภาษณ์นักศึกษาหลังจากจบการเรียนการสอนในแต่ละสัปดาห์
- ประเมินจากแบบสอบถาม

## 7.2 กลยุทธ์การประเมินการสอน

- สังเกตความเข้าใจในการเรียนของนักศึกษาหลังจาก ทำใบกิจกรรม และการสอนแบบบรรยาย
- พิจารณาจากการทำแบบทดสอบ
- พิจารณาจากคะแนนการทำแบบทดสอบปลายภาคเรียน

## 7.3 การปรับปรุงการสอน

- ปรับกิจกรรมการเรียนการสอน และแผนการสอนหลังการสอนแต่ละสัปดาห์

## 7.4 การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

- มีคณะกรรมการทวนสอบ ตรวจสอบประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษาจากคะแนนผลงานต่าง ๆ และคะแนนสอบปลายภาค
- รายงานผลการตรวจสอบต่อคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

## 7.5 การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- ดำเนินการตามคู่มือการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ของนักศึกษามหาวิทยาลัยสวนดุสิต