



มคอ.๕ รายงานผลการดำเนินการของรายวิชา
(Course Report)

รหัสวิชา ๓๐๗๐๕๒๐๖ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล
Digital Media in Advertising and Public Relations

รายวิชานี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๑
คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยนครพนม

สารบัญ

	หน้า
หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป	๑
หมวดที่ ๒ การจัดการเรียนการสอนเปรียบเทียบกับแผนการสอน	๒
หมวดที่ ๓ สรุปผลการจัดการเรียนการสอนของรายวิชา	๔
หมวดที่ ๔ ปัญหาและผลกระทบต่อการดำเนินการ	๖
หมวดที่ ๕ การประเมินรายวิชา	๖
หมวดที่ ๖ แผนการปรับปรุง	๗

รายงานผลการดำเนินการของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา

มหาวิทยาลัยนครพนม

คณะ/ วิทยาลัย

คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

ภาษาไทย

๓๐๗๐๕๒๐๖ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล

ภาษาอังกฤษ

Digital Media in Advertising and Public Relations

๒. รายวิชาที่ต้องเรียนก่อนรายวิชานี้ (Pre-requisite)

-ไม่มี

๓. อาจารย์ผู้รับผิดชอบ อาจารย์ผู้สอนและกลุ่มเรียน(Section)

3.1 ชื่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบ

ชื่ออาจารย์ นายวัชร สุตะโคตร เลขบัตรประจำตัวประชาชน ๓๔๗๐๖๐๐๓๕๖๕๓๒

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์ คณบดีการศึกษา นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา

3.2 ชื่ออาจารย์ผู้สอนและกลุ่มเรียน

ชื่ออาจารย์ นายวัชร สุตะโคตร เลขบัตรประจำตัวประชาชน ๓๔๗๐๖๐๐๓๕๖๕๓๒

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์ คณบดีการศึกษา นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา

กลุ่มเรียน ภาคการศึกษา ๒/๒๕๖๔ ชั้นปีที่เรียน ๑

๕. สถานที่เรียน

ในสถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยนครพนม (คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ)

หมวดที่ ๒ การจัดการเรียนการสอนที่เปรียบเทียบกับแผนการสอน

๑. รายงานชั่วโมงการสอนจริงเทียบกับแผนการสอน

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง ตามแผนการสอน		จำนวนชั่วโมง ที่สอนจริง		ความ แตกต่าง (%)	เหตุผล (หาก ความแตกต่าง เกิน 25%)
		บรรยาย	ปฏิบัติการ	บรรยาย	ปฏิบัติการ		
๑	แนะนำรายวิชา บทที่ 1 ประวัติ วรรณกรรมและแนวคิด การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อ ดิจิทัล 1.1 ความหมายของการโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล 1.2 วัตถุประสงค์ของการโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล 1.3 ประเภทของการโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล 1.4 ประวัติและวิวัฒนาการของการ โฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล 1.5 แนวคิดการโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล บทสรุป คำถามทบทวน	๒	๒	๒	๒	-	-
๒	บทที่ 2 บทบาทของการโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล 2.1 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทาง สื่อดิจิทัลกับการตลาด 2.2 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทาง สื่อดิจิทัลกับมนุษย์ 2.3 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทาง สื่อดิจิทัลกับเศรษฐกิจและสังคม บทสรุป คำถามทบทวน	๒	๒	๒	๒	-	-
๓-๔	บทที่ 3 องค์ประกอบของการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล 3.1 องค์ประกอบของการโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล 3.2 ทฤษฎีเพื่อการประกอบสร้างการ โฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล 3.3 แนวคิดประยุกต์ใช้ทฤษฎีการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล	๒	๒	๒	๒	-	-

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง ตามแผนการสอน		จำนวนชั่วโมง ที่สอนจริง		ความ แตกต่าง (%)	เหตุผล (หาก ความแตกต่าง เกิน 25%)
		บรรยาย	ปฏิบัติการ	บรรยาย	ปฏิบัติการ		
	บทสรุป คำถามทบทวน						
๕-๖	บทที่ 4 พฤติกรรมผู้บริโภคและ กลุ่มเป้าหมายการโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล 4.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค 4.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ผู้บริโภค 4.3 กระบวนการเลือกกลุ่มเป้าหมายการ โฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล บทสรุป คำถามทบทวน	๒	๒	๒	๒	-	-
๗-๘	บทที่ 5 สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ทางสื่อดิจิทัล 5.1 ความหมายและประเภทของสื่อ โฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล 5.2 คุณสมบัติของสื่อโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล 5.3 การวางแผนสื่อโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล 5.4 ศัพท์พื้นฐานเกี่ยวกับสื่อโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล 5.5 หลักการวางแผนซื้อสื่อโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล 5.6 การประเมินผลการใช้สื่อโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล บทสรุป คำถามทบทวน	๒	๒	๒	๒	-	-
๑๐-๑๑	บทที่ 6 กระบวนการโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล 6.1 การรับและรวบรวมข้อมูลเพื่องาน โฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล 6.2 การวางแผนงานโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล 6.3 การดำเนินงานตามแผนงานโฆษณา และประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล 6.4 การประเมินผลงานโฆษณาและ	๒	๒	๒	๒	-	-

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง ตามแผนการสอน		จำนวนชั่วโมง ที่สอนจริง		ความ แตกต่าง (%)	เหตุผล (หาก ความแตกต่าง เกิน 25%)
		บรรยาย	ปฏิบัติการ	บรรยาย	ปฏิบัติการ		
	ประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล บทสรุป คำถามทบทวน						
๑๒-๑๓	บทที่ 7 การสร้างสรรค์งานโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล 7.1 ความคิดสร้างสรรค์และกระบวนการสร้างสรรค์งานโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล 7.2 การพัฒนากลยุทธ์การสร้างสรรค์โฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล 7.3 การเขียนข้อความโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล 7.4 โครงสร้างของข้อความโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล 7.5 คำขวัญและการใช้ภาพประกอบโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล 7.6 ผังโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล 7.7 ข้อเสนอแนะในการสร้างสรรค์โฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัลที่ดี บทสรุป คำถามทบทวน	๒	๒	๒	๒	-	-
๑๔-๑๕	บทที่ 8 เทคนิคการสร้างสรรคภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวเพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล 8.1 เทคนิคการสร้างสรรคภาพถ่ายนิ่ง 8.2 เทคนิคการสร้างสรรคภาพเคลื่อนไหว บทสรุป คำถามทบทวน	๒	๒	๒	๒	-	-
๑๖	บทที่ 9 เทคนิคการสร้างสรรคเนื้อหาเพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล 9.1 ลักษณะที่ดีของการสร้างสรรคเนื้อหา 9.2 เทคนิคการสร้างสรรคเนื้อหา บทสรุป คำถามทบทวน	๒	๒	๒	๒	-	-

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง ตามแผนการสอน		จำนวนชั่วโมง ที่สอนจริง		ความ แตกต่าง (%)	เหตุผล (หาก ความแตกต่าง เกิน 25%)
		บรรยาย	ปฏิบัติการ	บรรยาย	ปฏิบัติการ		
๑๗	บทที่ 10 แนวโน้มการโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล 10.1 สื่อที่เปลี่ยนไปในยุคสังคมดิจิทัล 10.1 แนวโน้มการโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ในอนาคต บทสรุป คำถามทบทวน	๒	๒	๒	๒	-	-

๒. หัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน

หัวข้อที่ไม่ครอบคลุมตามแผนการสอน	ผลการเรียนรู้ของนักศึกษา (ตาม มคอ. 2)	แนวทางการแก้ไข
10.1 สื่อที่เปลี่ยนไปในยุคสังคมดิจิทัล 10.1 แนวโน้มการโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ในอนาคต	๒.๑,๒.๒,๒.๓,๒.๔ ๓.๑,๓.๒,๓.๓	ปัญหาเกิดจาก ในเนื้อหา เป็นเรื่องใหม่ และยังไม่มีการเขียนไว้ได้อย่างชัดเจน จึงต้องทำให้ผู้สอนและผู้เรียนต้องค้นคว้าจากงานวิจัย ซึ่งมหาวิทยาลัยนครพนม มีข้อจำกัดในเรื่องของแหล่งสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบและการโฆษณา แนวทางการแก้ไขควรจัดทำตารางและฐานข้อมูลงานวิจัยที่ตรงกับเนื้อหาวิชา เพื่อการค้นคว้าที่มีประสิทธิภาพทั้งแก่ตัวผู้สอนและนักศึกษา

๓. ประสิทธิภาพของวิธีสอนที่ทำให้เกิดผลการเรียนรู้ตามที่ระบุในรายละเอียดของรายวิชา

ผลการเรียนรู้	วิธีสอนที่ระบุในรายละเอียดรายวิชา	ประสิทธิผล		ปัญหาของการใช้วิธีสอน (ถ้ามี) พร้อมข้อเสนอแนะในการแก้ไข
		มี	ไม่มี	
๒.๑,๒.๒,๒.๓,๒.๔ ๓.๑,๓.๒,๓.๓, ๖.๑,๖.๒	๑. บรรยายเนื้อหา ๒. ให้นักศึกษาชมตัวอย่างผลงานออกแบบสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล	✓		ปัญหา ๑. นักศึกษายังไม่ตั้งใจในการทำงานส่งเท่าที่ควร ทำให้บรรยากาศการนำเสนอ

	๓. ให้นักศึกษาฝึกใช้ความคิด . สร้างสรรค์			ผลงาน ขาดความน่าสนใจ ทำให้เพื่อนร่วมชั้นไม่เห็น ความสำคัญด้วยเช่นกัน ๒. นักศึกษาส่งงานไม่ครบ สมบูรณ์ และล่าช้ากว่า กำหนด ทำให้แผนบริหาร การสอนของผู้สอนมีปัญหา ในความต่อเนื่อง
๑.๑,๑.๒,๑.๓ ๒.๑,๒.๒,๒.๓,๒.๔ ๓.๑,๓.๒,๓.๓ ๔.๑ ๕.๒,๕.๓,๕.๔,๖.๑, ๖.๒	๑. บรรยายเนื้อหา ๒. ให้นักศึกษาฝึกใช้ความคิด สร้างสรรค์และฝึกใช้เทคนิควิธีการ การในการสร้างสรรค์งานโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ ๓. ฝึกใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการ ออกแบบกราฟิก	✓		<u>ปัญหา</u> ๑. นักศึกษาขาดทักษะใน การใช้โปรแกรม คอมพิวเตอร์เบื้องต้น ๒. ช่วงที่ให้ทำงานใน ห้องเรียน ไม่ค่อยสนใจ ทำงานส่ง และใช้ คอมพิวเตอร์ในการอื่น เช่น เล่น FACEBOOK เล่น LINE ทำให้ขาดสมาธิในการ ทำงานในชั้นเรียน

๔. ข้อเสนอการดำเนินการเพื่อปรับปรุงวิธีสอน

ข้อเสนอแนะในการแก้ไข

๑. จัดการอบรมสร้างความเข้าใจในการศึกษาในระดับอุดมศึกษา ว่ามีความสำคัญอย่างไรในอนาคต
๒. จัดหาแหล่งเรียนรู้ เพื่อการใช้ความคิดสร้างสรรค์ อยู่ภายในมหาวิทยาลัย ซึ่งไม่ใช่ในรูปแบบห้องเรียน เช่น
ร้านหนังสือ ที่มีที่นั่งพัก อาหารและเครื่องดื่ม เพื่อให้นักศึกษาได้รู้สึกผ่อนคลายจากห้องเรียน ทำให้สามารถรู้สึกสนุกกับ
การเรียนรู้ได้

หมวดที่ ๓ สรุปผลการจัดการเรียนการสอนของรายวิชา

๑. จำนวนนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียน	๑๕	คน
๒. จำนวนนักศึกษาที่คงอยู่เมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษา	๑๕	คน
๓. จำนวนนักศึกษาที่ถอน (W)	๐	คน
๔. การกระจายของระดับคะแนน (เกรด)		

ระดับคะแนน	จำนวน(คน)	คิดเป็นร้อยละ
A	-	-
B ⁺	-	-
B	๔	๒๖.๖๖
C ⁺	-	-
C	๑	๖.๖๖
D ⁺	-	-
D	๗	๔๖.๖๖
F	๓	๒๐
S	-	-
U	-	-
I	-	-
P	-	-
G	-	-
W	-	-

๕. ปัจจัยที่ทำให้ระดับคะแนนผิดปกติ

๑. ขาดวินัย/ไม่ส่งงาน
๒. คุณภาพของผลงานไม่ถึงเกณฑ์มาตรฐาน

๖. ความคลาดเคลื่อนจากแผนการประเมินที่กำหนดไว้ในรายละเอียดรายวิชา

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน		สัปดาห์ที่ประเมิน		สัดส่วนของการประเมิน	
	ตามแผน	ตามจริง	ตามแผน	ตามจริง	ตามแผน	ตามจริง
๑.๒,๒.๑,๒.๒,๒.๓,๒.๔, ๕.๑,๕.๒,๕.๓,๖.๑,๖.๒	เก็บคะแนนจากการนำเสนอหน้าชั้นเรียน	นักศึกษาปฏิบัติได้ไม่ถึงเกณฑ์ที่จะประเมิน	๑๗ - ๑๘	-	๕๐	นักศึกษาปฏิบัติได้ไม่ถึงเกณฑ์ที่จะประเมิน

๗. การทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

วิธีการทวนสอบ	สรุปผล
ให้นักศึกษานำเสนอแนวคิดการสร้างสรรค์งานโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สำหรับการนำไปประกอบใช้กับสื่อทางด้านนิเทศศาสตร์ ในลักษณะของการประกอบสร้างเพื่อนำเสนอแนวคิดในเชิงสร้างสรรค์ในอนาคต	นักศึกษานำเสนอแนวคิดการสร้างสรรค์งานโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ได้เป็นปกติ และมีการพัฒนาแนวคิดที่สร้างสรรค์ อิสระ และสอดคล้องตามยุคสมัย สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่จังหวัดนครพนมได้อย่างน่าสนใจ

หมวดที่ ๔ ปัญหาและผลกระทบต่อการดำเนินการ

๑. ประเด็นด้านทรัพยากรประกอบการเรียนและสิ่งอำนวยความสะดวก

ปัญหาในการใช้แหล่งทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน (ถ้ามี)	ผลกระทบ
๑. แหล่งเรียนรู้ เพื่อการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ยังไม่เพียงพอ หรือยังไม่สอดคล้องกับรายวิชาที่ศึกษาเท่าที่ควร ๒. งบประมาณในการจัดซื้อตำราและอุปกรณ์การถ่ายภาพ และสนับสนุนในการผลิตสื่อออนไลน์ สำหรับผู้สอนและผู้เรียนยังไม่เพียงพอ	๑. ทำให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้แบบจำกัด ๒. ทำให้การเรียนการสอนล่าช้า เนื่องจากต้องทบทวนซ้ำ อยู่เสมอ ในความรู้ขั้นพื้นฐาน ก่อนไปสู่ความรู้ขั้นที่สูงกว่า

๒. ประเด็นด้านการบริหารและองค์กร

ปัญหาด้านการบริหารและองค์กร (ถ้ามี)	ผลกระทบต่อผลการเรียนรู้ของนักศึกษา
-	-

หมวดที่ ๕ การประเมินรายวิชา

๑. ผลการประเมินรายวิชาโดยนักศึกษา (แบบเอกสาร)

ข้อวิพากษ์ที่สำคัญ	ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อข้อวิพากษ์
จุดแข็ง	
จุดอ่อน	

๒. ผลการประเมินรายวิชาโดยวิธีอื่น

๒.๑ ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยวิธีอื่น

- จากการที่ได้รับฟังความคิดเห็นจากนักศึกษาผ่านการสนทนา พบว่า นักศึกษามีความต้องการแหล่งเรียนรู้ เพื่อการใช้ความคิดสร้างสรรค์

๒.๒ ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อข้อวิพากษ์ตามข้อ ๒.๑

- มีความเห็นสอดคล้องกับนักศึกษา ที่ยังขาดการสนับสนุนในส่วนของแหล่งเรียนรู้ เพื่อการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ทำให้การเรียนการสอนและบรรยากาศในการผลิตงานสร้างสรรค์ทำได้ค่อนข้างลำบาก

หมวดที่ ๖ แผนการปรับปรุง

๑. ความก้าวหน้าของการปรับปรุงการเรียนการสอนตามที่เสนอในรายงานของรายวิชาครั้งที่ผ่านมา

แผนการปรับปรุง	ผลการดำเนินการ	เหตุผล (ในกรณีที่ไม่ได้ปรับปรุง หรือปรับปรุงแต่ไม่เสร็จสมบูรณ์)
-เพื่อให้ให้นักศึกษาได้มีการเรียนรู้ด้านสื่อสารมวลชน ให้ทันสมัย ทันกับการก้าวสู่ยุคไทยแลนด์ ๔.๐ จึงจะทำการเพิ่มเนื้อหาในการบรรยายให้มากขึ้นและทันสมัย	☒ ปรับปรุงแล้ว ☐ ไม่ได้ปรับปรุง ☐ ปรับปรุงแต่ไม่เสร็จสมบูรณ์	

๒. การดำเนินการอื่น ๆ ในการปรับปรุงรายวิชา

ใช้ตำราที่ทันสมัยเพิ่มมากขึ้น พร้อมทั้งใช้ข้อมูลจากการศึกษาเอกสารงานวิจัย มาบูรณาการกับการเรียนการสอน เพื่อให้เห็นการใช้ทฤษฎีทางการออกแบบประกอบกับการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการออกแบบสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ อย่างมีเหตุและผล และมีความน่าเชื่อถือเป็นสากล

๓. ข้อเสนอแผนการปรับปรุงสำหรับภาคการศึกษา/ปีการศึกษาต่อไป

ข้อเสนอ	กำหนดเวลาที่แล้วเสร็จ	ผู้รับผิดชอบ
๑. จัดกิจกรรมเสริมการเรียนรู้ในเรื่องของเทคนิคการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัล ๒. จัดกิจกรรมเสริมทักษะให้นักศึกษารู้เท่าทันสื่อเก่าและสื่อใหม่ ๓. จัดกิจกรรมสร้างความเข้าใจในรายวิชา และเข้าใจแนวปฏิบัติที่ดีในการเรียนการสอนของรายวิชา	ตลอดปีการศึกษา ๒๕๖๔/เตรียมเนื้อหาการเรียนที่ได้ปรับปรุงพัฒนาเพื่อประกอบใช้ในการเรียนการสอนก่อน ๒ สัปดาห์ ก่อนเปิดเรียน	อาจารย์วัชร สุตะโคตร

๔. ข้อเสนอแนะของอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาต่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

- ต้องส่งเสริมให้นักศึกษาเรียนรู้และเข้าใจถึงวิชาชีพทางด้านการผลิตสื่อด้านนิเทศศาสตร์ให้มากขึ้น
- มุมมอง ความคิดสร้างสรรค์ นักศึกษาแต่ละคนมองไม่เหมือนกัน ด้วยบริบทพื้นฐานส่วนบุคคล หลักสูตรควรมีการชี้แนะและส่งเสริมอย่างเป็นกลาง ให้นักศึกษาได้เรียนรู้ตามความสนใจและมีทางเลือกให้เข้าใจว่า ในโลกของสื่อมีหลากหลายมิติ เพราะนักศึกษามีความขาดประสบการณ์ในการมองโลกของสื่อที่กว้างและผันเปลี่ยนแปรอยู่ทุกวัน

ชื่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา:.....นายวัชร สุตะโคตร.....

ลงชื่อ



วันที่รายงาน

ชื่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร:

ลงชื่อ.....

วันที่รับรายงาน