



มหาวิทยาลัยรังสิต

รายละเอียดของรายวิชา

วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ (นานาชาติ)

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ) ฉบับปี พ.ศ. 2564

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ICO 349	ผู้ประกอบการด้านการสื่อสาร (Communication Entrepreneurs)	3 (3-0-6)
วิชาบังคับร่วม	-	
วิชาบังคับก่อน	-	
ภาคการศึกษา	1/2568	
กลุ่ม	150, 90	
ประเภทของวิชา	☐ วิชาปรับพื้นฐาน ☐ วิชาศึกษาทั่วไป ☒ วิชาเฉพาะ ☐ วิชาเลือกเสรี	
อาจารย์ผู้รับผิดชอบ	ผศ. ดร. ดวงทิพย์ เจริญรุกข์	อาจารย์ประจำ
อาจารย์ผู้สอน	ผศ. ดร. ดวงทิพย์ เจริญรุกข์ และ อาจารย์ Shu Ma	☒ อาจารย์ประจำ ☐ อาจารย์พิเศษ
สถานที่สอน	อาคาร 15 มหาวิทยาลัยรังสิต	☒ ในที่ตั้ง ☐ นอกที่ตั้ง
วันที่จัดทำ	1 สิงหาคม 2568	

หมวดที่ 2 วัตถุประสงค์ของรายวิชาและส่วนประกอบของรายวิชา

1. วัตถุประสงค์ของรายวิชา

- 1) เพื่อให้ นักศึกษามีความเข้าใจในแนวคิดและหลักการของการเป็นผู้ประกอบการด้านการสื่อสารในประเภทต่าง ๆ
- 2) เพื่อให้ นักศึกษาสามารถนำหลักการจัดการสมัยใหม่มาใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจและนวัตกรรมด้านการสื่อสาร
- 3) เพื่อเสริมสร้างทักษะในการบริหารโครงการและธุรกิจด้านการสื่อสาร

4) เพื่อให้นักศึกษาสามารถวิเคราะห์และประเมินสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและโอกาสทางธุรกิจในอุตสาหกรรมการสื่อสาร

5) เพื่อให้นักศึกษามีความรู้ในการเตรียมการและการวางแผนสำหรับการจัดตั้งธุรกิจด้านการสื่อสาร

6) เพื่อให้นักศึกษามีความเข้าใจและสามารถปฏิบัติตามจริยธรรมในการประกอบธุรกิจด้านการสื่อสาร

2. คำอธิบายรายวิชา

ผู้ประกอบการด้านการสื่อสารประเภทต่าง ๆ แนวคิดการจัดการสมัยใหม่ อาทิ การจัดการนวัตกรรมการสื่อสาร การบริหารโครงการและธุรกิจด้านการสื่อสาร ลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการด้านการสื่อสาร การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและโอกาสทางธุรกิจ การเตรียมการสำหรับการจัดตั้งธุรกิจด้านการสื่อสาร จริยธรรมของผู้ประกอบการ

Entrepreneurship in various types of communication business, concepts of modern management: innovative communication management, program management and communication business, characteristics of entrepreneurship in communication, environment analysis and business opportunity, preparation for business establishment, and ethics of entrepreneurs.

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษา

มี3.....ชั่วโมง/สัปดาห์

☒ e-mail : dountup.p@rsu.ac.th

☐ Facebook :

☐ Line : Dr.ten

☐ อื่น ระบุ.....

หมวดที่ 3 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

การพัฒนาผลการเรียนรู้รายวิชาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้แต่ละด้านที่มุ่งหวัง มีดังต่อไปนี้

วิชา IPR 362		ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามเกณฑ์มาตรฐานคุณวุฒิ				
การเรียนรู้ของหลักสูตร (PLOs)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ย่อย (Sub PLOs)	1.คุณธรรมจริยธรรม	2.ความรู้	3.ทักษะทางปัญญา	4.ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	5.ด้านวิเคราะห์สื่อสารเทคโนโลยี
PLO 1	Sub PLOs 1.1	✓	-	-	-	-
PLO 2	Sub PLOs 2.4	-	-	-	✓	-
PLO 3	Sub PLOs 3.3	-	-	✓	-	-
PLO 4	Sub PLOs 4.3	-	-	✓	-	-
PLO 5	Sub PLOs 5.2	-	✓	-	-	-

1. คุณธรรม จริยธรรม

PLO 1 มีคุณธรรม จริยธรรม			
(Sub PLOs)	สาระผลลัพธ์การเรียนรู้ รายวิชา (CLOs)	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
1.1	ตระหนักในคุณค่า คุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และ ซื่อสัตย์สุจริตทั้งในระดับชาติ และนานาชาติ	การบรรยายและอภิปรายกรณีศึกษา จริยธรรมในธุรกิจสื่อสาร	การเขียนรายงานและ ประเมินจากการทำงาน กลุ่มเกี่ยวกับการใช้ จริยธรรมในธุรกิจ

2. ความรู้

PLO 2 มีความรู้			
(Sub PLOs)	สาระผลลัพธ์การเรียนรู้ รายวิชา (CLOs)	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
2.4	สามารถติดตาม ความก้าวหน้าทางวิชาการ ในวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการนำไป ประยุกต์ใช้และพัฒนาทั้ง ในระดับชาติและ นานาชาติ	การบรรยายและศึกษา กรณีศึกษาของธุรกิจที่มีการ พัฒนาต่อเนื่อง	การสอบและการนำเสนอเกี่ยวกับ การพัฒนาธุรกิจสื่อสาร

3. ทักษะทางปัญญา

PLO 3 มีทักษะทางปัญญา			
(Sub PLOs)	สาระผลลัพธ์การเรียนรู้ รายวิชา (CLOs)	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
3.3	สามารถรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ สังเคราะห์ และ สรุปประเด็นปัญหาและ ความต้องการทั้งใน ระดับชาติและนานาชาติ	การทำกิจกรรมกลุ่มเพื่อ วิเคราะห์ข้อมูลและปัญหา ทางธุรกิจ	การนำเสนอและการเขียนรายงาน สรุปปัญหาธุรกิจและทางเลือกใน การแก้ไข

4. ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

PLO 4 มีความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ			
(Sub PLOs)	สาระผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
4.3	สามารถใช้ความรู้ในศาสตร์มารับใช้สังคมในประเด็นและโอกาสที่เหมาะสม	การอภิปรายเกี่ยวกับการใช้ธุรกิจเพื่อแก้ปัญหาทางสังคม	การประเมินจากโครงการที่มีผลกระทบทางสังคมและความรับผิดชอบในกลุ่ม

5. ด้านวิเคราะห์ สื่อสาร เทคโนโลยี

PLO 5 มีความรู้ด้านวิเคราะห์ สื่อสาร เทคโนโลยี			
(Sub PLOs)	สาระผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา (CLOs)	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
5.2	ทักษะในการแปลงข้อมูลข่าวสารที่มีคุณภาพและเหมาะสมต่อการสื่อสาร รวมถึงการใช้เครื่องมือสื่อสารที่จำเป็นที่มีอยู่ในปัจจุบันในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพทั้งในระดับชาติและนานาชาติ	การฝึกใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการสื่อสารและวิเคราะห์ธุรกิจ	การใช้เทคโนโลยีในการนำเสนอและสร้างสรรค์โครงการธุรกิจ

หมวดที่ 4 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอนและสื่อที่ใช้	จำนวนชั่วโมง	ผู้สอน
1	Introduction to Communication Entrepreneurship	Lecture, group discussion, case study analysis, PowerPoint presentation.	3	ผศ. ดร. ดวงทิพย์ เจริญรุกข์ และ อาจารย์ Shu Ma
2	Modern Management Concepts for Communication Businesses	Lecture, reading materials, group brainstorming, PowerPoint.	3	ผศ. ดร. ดวงทิพย์ เจริญรุกข์ และ อาจารย์ Shu Ma
3	Communication Innovation Management	Lecture, group projects, case study discussions, video	3	ผศ. ดร. ดวงทิพย์ เจริญรุกข์ และ อาจารย์ Shu Ma

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อที่ใช้	จำนวน ชั่วโมง	ผู้สอน
		examples.		
4	Program Management in Communication Business	Lecture, case studies, group activities, PowerPoint, online tools for project management.	3	ผศ. ดร. ดวงทิพย์ เจริญรุกษ์ และ อาจารย์ Shu Ma
5	Communication Business Strategy and Marketing	Lecture, case study, market analysis, PowerPoint.	3	ผศ. ดร. ดวงทิพย์ เจริญรุกษ์ และ อาจารย์ Shu Ma
6	Characteristics of Communication Entrepreneurs	Lecture, guest speaker session, discussion.	3	ผศ. ดร. ดวงทิพย์ เจริญรุกษ์ และ อาจารย์ Shu Ma
7	Environmental Analysis for Communication Business	Lecture, SWOT analysis exercise, group discussion.	3	ผศ. ดร. ดวงทิพย์ เจริญรุกษ์ และ อาจารย์ Shu Ma
8	Identifying Business Opportunities in Communication	Lecture, case studies, brainstorming session.	3	ผศ. ดร. ดวงทิพย์ เจริญรุกษ์ และ อาจารย์ Shu Ma
9	Business Plan Development for Communication Entrepreneurs	Lecture, business plan template, group work.	3	ผศ. ดร. ดวงทิพย์ เจริญรุกษ์ และ อาจารย์ Shu Ma
10	Preparing for Communication Business Launch	Lecture, guest speaker session, PowerPoint.	3	ผศ. ดร. ดวงทิพย์ เจริญรุกษ์ และ อาจารย์ Shu Ma
11	Ethical Practices for Communication Entrepreneurs	Lecture, case study analysis, group discussion, online forum for ethical debates.	3	ผศ. ดร. ดวงทิพย์ เจริญรุกษ์ และ อาจารย์ Shu Ma
12	Financing a Communication Business	Lecture, guest speaker on funding options, PowerPoint.	3	ผศ. ดร. ดวงทิพย์ เจริญรุกษ์ และ อาจารย์ Shu Ma
13	Marketing and Branding for Communication Entrepreneurs	Lecture, case studies, group projects on branding, PowerPoint.	3	ผศ. ดร. ดวงทิพย์ เจริญรุกษ์ และ อาจารย์ Shu Ma
14	Final Project Preparation	Consultation and preparation, public speaking practice	3	ผศ. ดร. ดวงทิพย์ เจริญรุกษ์ และ อาจารย์ Shu Ma
15	Final Project Presentation	Student presentations, peer evaluation, instructor feedback.	3	ผศ. ดร. ดวงทิพย์ เจริญรุกษ์ และ อาจารย์ Shu Ma

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อที่ใช้	จำนวน ชั่วโมง	ผู้สอน
16	Final exam	Exam paper, review session before the exam.	3	ผศ. ดร. ดวงทิพย์ เจริญรักษ์ และ อาจารย์ Shu Ma
รวม			45	

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
1.1	Written exams or quizzes to evaluate students' theoretical understanding of communication technologies and tools, along with group discussions and practical exercises.	Mid-term exam (Week 8) and ongoing group exercises (Weeks 1-8).	Mid-term exam: 10%, Group exercises: 10%.
2.1	Case study analysis and group projects focused on identifying communication issues and suggesting solutions.	Case study (Week 6) and group project presentation (Week 10).	Case study: 10%, Group project presentation: 10%.
3.3	Practical assignments where students design communication strategies and peer reviews of group projects.	Practical assignment (Week 12) and peer review (Week 15).	Practical assignment: 10%, Peer review and final report: 10%.
4.3	Written reports analyzing ethical issues in communication and group discussions on ethical decision-making.	Ethical issue analysis report (Week 4) and group discussion (Week 9).	Report: 10%, Discussion: 5%.
5.3	Group presentations evaluated for communication skills, clarity, and effectiveness.	Presentation rehearsal and feedback (Week 14), Final presentation (Week 16).	Rehearsal and feedback: 10%, Final presentation: 15%.

3. ความสอดคล้อง Course Learning Outcome (CLOs) กับผลลัพธ์การเรียนรู้

(สำหรับหลักสูตรที่ใช้ตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตร พ.ศ. 2565 เท่านั้น)

CLOs	1.คุณธรรม จริยธรรม		2.ความรู้		3.ทักษะทาง ปัญญา		4. ความสัมพันธ์ ระหว่าง บุคคล		5.ด้านวิเคราะห์ สื่อสาร เทคโนโลยี	
	1.1	1.5	2.1	2.4	3.3	3.4	4.3	4.4	5.1	5.2
CLO 1 นักศึกษาจะสามารถตระหนักถึงคุณค่าและจริยธรรมที่สำคัญในการประกอบธุรกิจการสื่อสาร พร้อมทั้งสามารถนำหลักจริยธรรมไปใช้ในการตัดสินใจและการปฏิบัติในงานการสื่อสารทั้งในระดับชาติและนานาชาติ	✓									
CLO 2 นักศึกษาจะสามารถติดตามและเข้าใจความก้าวหน้าทางวิชาการในสาขาวิชาการสื่อสาร รวมทั้งสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้และพัฒนาธุรกิจการสื่อสารทั้งในระดับชาติและนานาชาติ				✓						
CLO 3 นักศึกษาจะสามารถรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ สังเคราะห์ และสรุปประเด็นปัญหาทางธุรกิจ รวมทั้งสามารถนำเสนอทางเลือกในการแก้ไข					✓					

ปัญหาในบริบททั้ง ระดับชาติและนานาชาติ										
CLO 4 นักศึกษาจะ สามารถใช้ความรู้จาก ศาสตร์ต่าง ๆ เพื่อรับใช้ สังคมในประเด็นและ โอกาสที่เหมาะสม โดยเฉพาะการใช้ธุรกิจ การสื่อสารเพื่อแก้ปัญหา ทางสังคม						✓				
CLO 5 นักศึกษาจะ สามารถใช้เทคโนโลยี และเครื่องมือการสื่อสาร ที่จำเป็นในการวิเคราะห์ และสื่อสารข้อมูลทาง ธุรกิจได้อย่างมี ประสิทธิภาพ ทั้งใน ระดับชาติและนานาชาติ										✓

หมวดที่ 5 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. ตำราและเอกสารหลัก

Wilcox, D. L., & Cameron, G. T. (2011). Public Relations: Strategies and Tactics (10th ed.). Boston: Pearson.

Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). Managing Public Relations. Holt, Rinehart & Winston.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

Cutlip, S. M., & Center, A. H. (2009). Effective Public Relations (11th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson.

Lattimore, D. A., Baskin, O., Heiman, S. T., & Toth, E. L. (2011). Public Relations: The Profession and the Practice (9th ed.). New York: McGraw-Hill.

Cameron, G. T., & Yang, S. U. (2010). Public Relations Research: An International Perspective. Routledge.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

Gustafson, L. K., & Berger, B. K. (2014). Public Relations Management: A Strategic Approach to Managing Corporate and Organizational Communication. Routledge.

Duncan, T. (2002). IMC: Using Advertising and Promotion to Build Brands (2nd ed.). McGraw-Hill.

Baker, M. J. (2014). Marketing Strategy and Management (6th ed.). Palgrave Macmillan.

หมวดที่ 6 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลกระบวนการวิชาโดยนักศึกษา

- ☒ การประเมินประสิทธิภาพการสอนโดยนักศึกษา
- ☐ แบบประเมินกระบวนการวิชา
- ☐ การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- ☐ การสะท้อนคิด จากพฤติกรรมของผู้เรียน
- ☐ ข้อเสนอแนะผ่านช่องทางออนไลน์ ที่อาจารย์ผู้สอนได้จัดทำเป็นช่องทางการสื่อสารกับนักศึกษา
- ☐ อื่นๆ (ระบุ)

2. กลยุทธ์การประเมินการจัดการเรียนรู้

- ☐ แบบประเมินผู้สอน
- ☐ สะท้อนโดยนักศึกษา
- ☒ ผลการสอบ
- ☐ การทวนสอบผลประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้
- ☐ การประเมินโดยคณะกรรมการกำกับมาตรฐานวิชาการ
- ☐ การสังเกตการณ์สอนของผู้ร่วมทีมการสอน
- ☐ อื่นๆ (ระบุ)

3. กลไกการปรับปรุงการจัดการเรียนรู้

- ☒ สัมมนาการจัดการเรียนการสอน
- ☐ การวิจัยในและนอกชั้นเรียน
- ☐ อื่นๆ (ระบุ)

4. กระบวนการทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้ของกระบวนการวิชาของนักศึกษา

- ☐ มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบรายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม
- ☒ การทวนสอบการให้คะแนนการตรวจผลงานของนักศึกษาโดยกรรมการประจำภาควิชาและคณะ

- ☐ การทวนสอบการให้คะแนนจากการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษาโดยอาจารย์ หรือผู้ทรงคุณวุฒิอื่น ๆ
ที่ไม่ใช่อาจารย์ประจำหลักสูตร
- ☐ อื่นๆ (ระบุ)

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของกระบวนการ

- ☒ ปรับปรุงกระบวนการในแต่ละปี ตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบตามข้อ 4
- ☐ ปรับปรุงกระบวนการในแต่ละปี ตามผลการประเมินผู้สอนโดยนักศึกษา
- ☐ อื่นๆ (ระบุ)