



การจัดการความรู้ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน



องค์ความรู้

เรื่อง การบูรณาการงานวิจัยกับรายวิชาโครงการพิเศษทางเทคโนโลยีการโฆษณา และประชาสัมพันธ์

ผู้ถ่ายทอด : ผศ.ดร.อภิษฎาพัทธ์ กุสิยารังสิทธิ

ตำแหน่ง : หัวหน้าสาขาวิชาเทคโนโลยีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

สาขาวิชา/ฝ่ายงาน : เทคโนโลยีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

วันที่จัดทำรายงาน : ๒๕ พฤษภาคม ๒๕๖๕

ประเภทของประเด็นองค์ความรู้

- 1. องค์ความรู้ด้านวิชาการ (บุคลากรสายวิชาการ)
 - 1.1 ด้านการเรียนการสอน
 - 1.2 ด้านการวิจัย
 - 1.3 ด้านบริการวิชาการแก่สังคม
 - 1.4 ด้านทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม
- 2. องค์ความรู้ด้านการส่งเสริมพัฒนาวิชาการ (บุคลากรสายสนับสนุน)
- 3. องค์ความรู้ในด้านระบบงานสนับสนุน (บุคลากรสายสนับสนุน)

สรุปประเด็นสำคัญ

การจัดการเรียนการสอนในวิชาเอกเทคโนโลยีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2564 นั้น ได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบในการสอนรายวิชาการวิจัยในงานโฆษณาและประชาสัมพันธ์จากเดิมที่มีการนำกรณีศึกษาจากหน่วยงานภาคนอกมาเป็นตัวอย่างในการจัดทำงานวิจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เป็นการบูรณาการกับรายวิชาโครงการพิเศษด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อให้นักศึกษาในรายวิชาดังกล่าวได้เรียนรู้การทำงานวิจัยเชิงประจักษ์ผล ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม ถือว่าเป็นการปรับเปลี่ยนรูปแบบการสอนเป็นครั้งแรกของวิชาเอก

ลักษณะการสอนที่เน้นให้นักศึกษาในแต่ละกลุ่มโครงการพิเศษได้นำสื่อโฆษณา สื่อประชาสัมพันธ์ หรือสื่อเพื่อการรณรงค์ที่ผลิตในรายวิชาโครงการพิเศษไปวิจัยกับผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อโครงการพิเศษดังกล่าว วิธีการวิจัย คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยเน้นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือการรณรงค์ จากนั้น นักศึกษาต้องค้นหาผู้ที่เปิดรับสื่อ หรือนำสื่อไปใช้ประโยชน์ที่มีความแตกต่างหลากหลายของช่วงวัย อาชีพ และความเกี่ยวข้องกับสื่อเหล่านั้น จำนวน 3 คน

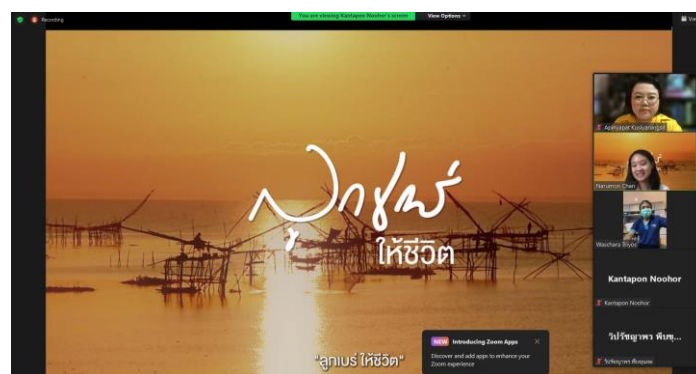
สำหรับการจัดทำโครงการพิเศษของวิชาเอกเทคโนโลยีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในปีการศึกษา 2564 มีทั้งสิ้น 13 โครงการ ดังนี้

1. โครงการการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์สร้างความเท่าเทียมทางเพศของสตรีและเด็ก

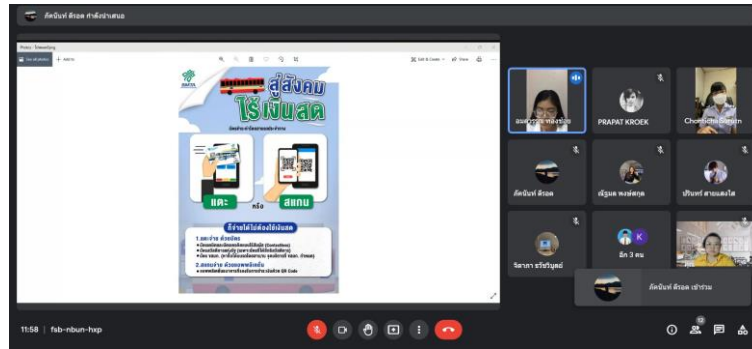
2. โครงการงานการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์รณรงค์ความเสมอภาคทางเพศเพื่อสิทธิการแต่งกาย
3. การวางแผนการสื่อสารการตลาดสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
4. การส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านหนองม่วงหวาน
5. โครงการสร้างการรับรู้คิดก่อนซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น
6. การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์สินค้า OTOP ปลาลูกเบร่ ชุมชนบ้านปากประ จังหวัดพัทลุง
7. โครงการงานผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ของคุณย์ฝีกอาชีพศิลปหัตถกรรมปั้นหัวโขนวัดเทพากร
8. การผลิตคอนเทนต์ออนไลน์การคุมกำเนิดในวัยรุ่นไทย: สำนักอนามัยการเจริญพันธุ์ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข
9. การผลิตสื่อเพื่อรณรงค์หยุดใช้สารเคมีในสินค้าเกษตร
10. การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์แบบรายเที่ยววงค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ
11. โครงการงานการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทาง Facebook Fanpage ของบริษัท Blue Sky Technologies Service.
12. โครงการงานการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเชิญชวนท่องเที่ยวคั้งบางกระเจ้า ทัศนศึกษาโฮมสเตย์
13. โครงการงาน การประชาสัมพันธ์คั้งบางกระเจ้าให้เป็นที่รู้จักของคนกรุงเทพมหานคร

ด้วยสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ที่วิชาเอกได้จัดการเรียนการสอนในรูปแบบออนไลน์ แต่ยังคงมีความมุ่งมั่นและตั้งใจในการจัดการเรียนการสอนอย่างมีคุณภาพเช่นเดิม ซึ่งวิธีการวิจัยของนักศึกษาใช้รูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มในรูปแบบออนไลน์หลากหลายโปรแกรม ได้แก่ Google Meet, Zoom, Microsoft Team ถือเป็นการฝึกทักษะการใช้เทคโนโลยีในการสัมภาษณ์งานวิจัยให้สำเร็จลุล่วง

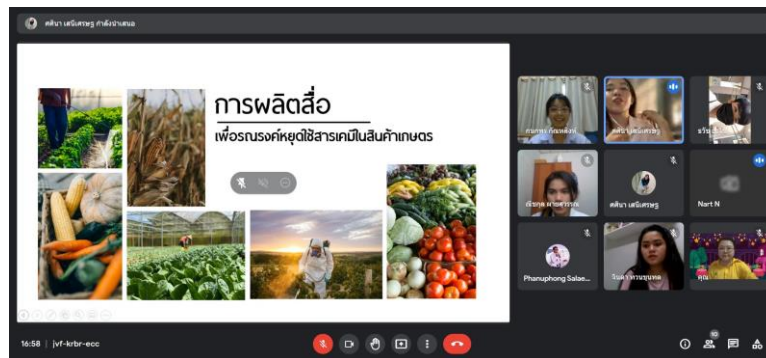
ภาพประกอบ



ภาพที่ 1 การสัมภาษณ์เชิงลึกโครงการพิเศษ เรื่อง การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์สินค้า OTOP ปลาลูกเบร่ ชุมชนบ้านปากประ จังหวัดพัทลุง



ภาพที่ 2 การสัมภาษณ์เชิงลึกโครงการพิเศษ เรื่อง การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์แบบรายเที่ยวของโครงการขนส่งมวลชนกรุงเทพ



ภาพที่ 3 การสนทนากลุ่มโครงการพิเศษ เรื่อง การผลิตสื่อเพื่อรณรงค์หยุดใช้สารเคมีในสินค้าเกษตร

ลงชื่อ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิญญาพัทธ์ กุสิยารังสิทธิ์)
ผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้



การนำองค์ความรู้มาพัฒนาการปฏิบัติงานจริงของหน่วยงาน



อย่างเห็นผลเป็นรูปธรรม

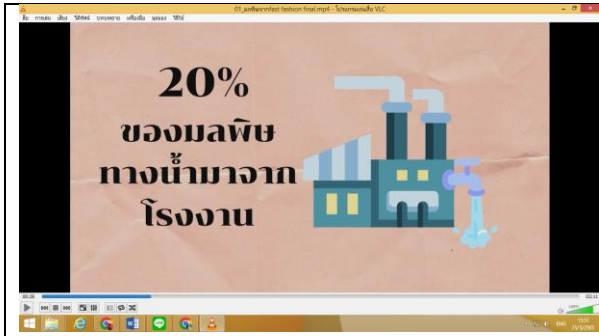
องค์ความรู้นี้พัฒนาในเรื่องใด (ตอบได้มากกว่า 1 เรื่อง)

- พัฒนานักศึกษา พัฒนาบุคลากร พัฒนาหน่วยงาน (ฝ่าย/สาขา/คณะ)
 พัฒนามหาวิทยาลัย อื่นๆ การวิจัย

การนำองค์ความรู้ไปใช้ปฏิบัติงานและผลการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม

นักศึกษาในวิชาเอกเทคโนโลยีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เกิดความรู้และความเข้าใจในการนำวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพไปสู่การทดสอบสื่อโฆษณา สื่อประชาสัมพันธ์ หรือสื่อรณรงค์ที่นักศึกษาได้ผลิตขึ้นมาตามความต้องการขององค์กรภาครัฐ ภาคเอกชนที่นักศึกษาได้ไปติดต่อขอรับโจทย์การผลิตโครงการพิเศษ จากนั้น นักศึกษาได้ความรู้ในด้านการประสานงาน และการค้นหาผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่กลุ่มของตนเองได้ผลิตสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือสื่อรณรงค์ การสร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบสัมภาษณ์การสนทนากลุ่ม ตลอดจนการฝึกทักษะในด้านการสัมภาษณ์ การเป็นผู้นำการสนทนากลุ่ม การจับประเด็นคำตอบที่เกิดขึ้น และการประมวลผลงานวิจัยเชิงคุณภาพที่เป็นรูปธรรม นักศึกษาหลายกลุ่มได้นำผลการวิจัยเชิงคุณภาพที่ได้รับจากผู้เชี่ยวชาญไปปรับปรุงสื่อที่ผลิตในรายวิชาโครงการพิเศษเพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้สวยงาม เหมาะสมกับการนำไปใช้ประโยชน์กับองค์กรที่ขอรับโจทย์การผลิตโครงการพิเศษเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ ในอนาคตเมื่อนักศึกษาสำเร็จการศึกษาสามารถนำองค์ความรู้ด้านการวิจัยเชิงคุณภาพไปปรับใช้ในการทำงานด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ได้

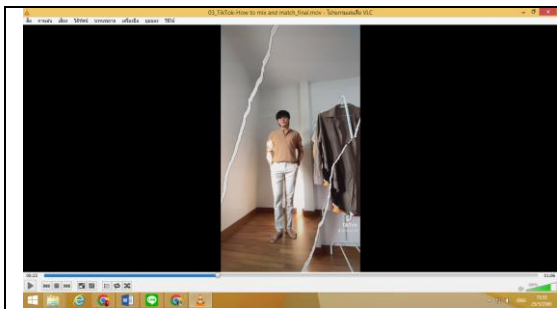
ตัวอย่างเช่น โครงการสร้างการรับรู้คิดก่อนซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ที่นักศึกษาผลิตโครงการพิเศษประเภทโครงการรณรงค์ ประกอบด้วยสื่อทั้งสิ้น 3 สื่อ ได้แก่ 1) วิดีโอรณรงค์เรื่อง “มลพิษจาก fast fashion” 2) การแต่งเพลง “เปิดใจจะรู้ว่าไม่มีใครที่รอ” พร้อมจัดทำมิวสิควิดีโอ 3) การจัดทำคลิป tiktok ในหัวข้อ how to mix and match โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดของบริษัทเสื้อผ้าชั้นนำของประเทศไทย คือ บริษัท เอ็นวาย.แอลเอ กรุ๊ป จำกัด (NY. LA GROUP CO., LTD.) มาเป็นผู้ร่วมให้สัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับสื่อรณรงค์ที่นักศึกษาผลิตขึ้น รวมถึง การที่นักศึกษาได้เชิญผู้ที่เกี่ยวข้องจาก 3 ภาคส่วน มาร่วมให้สัมภาษณ์ในรูปแบบการสนทนากลุ่มเพื่อประเมินสื่อรณรงค์อีกครั้ง ได้แก่ นักการตลาดจากแบรนด์เสื้อผ้า ผู้บริหารจากตลาดปัฐวิกรณ์ซึ่งเป็นสถานประกอบการที่มอบโจทย์โครงการพิเศษแก่นักศึกษา และวัยรุ่น ช่วงอายุ 19-23 ปี ที่ชื่นชอบในด้านแฟชั่นซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายในการผลิตสื่อรณรงค์ดังกล่าว



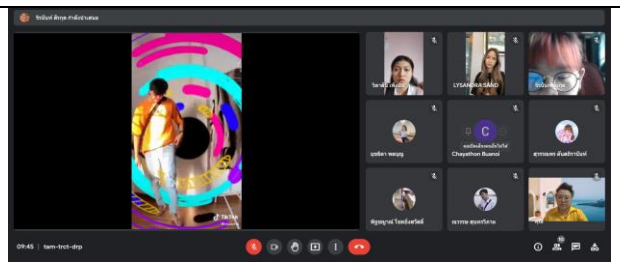
ภาพที่ 1 ตัวอย่างวิดีโอรณรงค์เรื่อง “มลพิษ จาก fast fashion”



ภาพที่ 2 ตัวอย่างการแต่งเพลง “เปิดใจจะรู้ว่าไม่มีใครที่รอ” พร้อมจัดทำมิวสิควิดีโอ



ภาพที่ 3 ตัวอย่างการจัดทำคลิป tiktok ในหัวข้อ how to mix and match



ภาพที่ 4 การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด จาก บริษัท เอ็นวาย.แอลเอ กรุ๊ป จำกัด (NY. LA GROUP CO., LTD.)

นอกจากนั้นอาจารย์ผู้สอนได้เรียนรู้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์จากผู้ทรงคุณวุฒิในแต่ละด้าน สำหรับโครงการพิเศษแต่ละหัวข้ออีกด้วย ซึ่งอาจารย์ผู้สอนสามารถนำความรู้ดังกล่าวมาปรับปรุง และพัฒนารายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย รวมทั้ง รายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อโฆษณา สื่อประชาสัมพันธ์ และการวางแผนการสื่อสารการตลาดได้ ตลอดจน สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้มา พัฒนาเป็นบทความวิชาการ และการต่อยอดเป็นงานวิจัยต่อไปได้

(Handwritten signature in blue ink)

ลงชื่อ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิญญาพัทธ์ กุสิยารังสีทิพย์)
ผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้