

การพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี
วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปริญญานิพนธ์
ของ
ภัทธีรา ธีรสวัสดิ์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรปริญญาการศึกษาดุขบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและพัฒนาหลักสูตร
พฤษภาคม 2553

การพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารวัฒนธรรม สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี
วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปริญญาานิพนธ์
ของ
ภัทธีรา ธีรสวัสดิ์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรปริญญาการศึกษาดุขบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและพัฒนาหลักสูตร

พฤษภาคม 2553

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี
วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

บทคัดย่อ
ของ
ภัทธีรา อีรสวัสดิ์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรปริญญาการศึกษาดุขบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและพัฒนาหลักสูตร
พฤษภาคม 2553

ภัทธีรา ธีรสวัสดิ์. (2553). *การพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*. ปริญญาโท กศ.ด. (การวิจัยและพัฒนาหลักสูตร). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
คณะกรรมการควบคุม: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริยุภา พูลสุวรรณ, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรชัย เนตรนอมศักดิ์.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะคือ (1) ศึกษาสมรรถนะของนักสื่อสารนวัตกรรม และ (2) พัฒนาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาการสื่อสารนวัตกรรม วิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรม สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ การดำเนินการพัฒนาหลักสูตรประยุกต์ใช้แนวคิดในการพัฒนาหลักสูตรแบบเน้นสมรรถนะ และแนวทางการปฏิบัติตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2552 (ระดับปริญญาตรี) เป็นกรอบแนวทางดำเนินการ โดยใช้กระบวนการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) บนฐานการมีส่วนร่วมของคณะผู้บริหารและคณาจารย์วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในกระบวนการวิจัยทุกขั้นตอน โดยได้ดำเนินการวิจัยใน 4 ขั้นตอน คือ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน และกำหนดจุดมุ่งหมายหลักสูตร 2) การพัฒนา (ร่าง) หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม 3) การประเมินผลและปรับปรุง (ร่าง) หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม และ 4) การวิพากษ์หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม

ผลการวิจัยสามารถจำแนกตามวัตถุประสงค์เฉพาะของการวิจัยได้ดังนี้

(1) สมรรถนะของนักสื่อสารนวัตกรรมคือ 1) มีคุณธรรมจริยธรรม และมีจรรยาบรรณในเชิงวิชาชีพที่เหมาะสม 2) มีความรู้ความเชี่ยวชาญในศาสตร์ทางการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ นวัตกรรมอย่างเป็นระบบทั้งในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ 3) มีทักษะทางปัญญาที่ครอบคลุม ทักษะการรู้สารสนเทศ ทักษะการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ ตลอดจนทักษะการคิดแก้ปัญหา 4) มีทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ 5) มีทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างรู้เท่าทันและมีประสิทธิภาพ และ 6) มีทักษะการปฏิบัติในเชิงวิชาชีพทางการสื่อสารนวัตกรรมได้อย่างเหมาะสม

(2) เอกสารหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวัตกรรมการสื่อสาร วิชาเอกการสื่อสาร
นวัตกรรม สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
จำแนกรายละเอียดออกเป็น 4 หมวดได้แก่ หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของ
หลักสูตร หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร และหมวด
ที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล คำอธิบายรายวิชา และแผนที่แสดงการ
กระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา

A DEVELOPMENT OF THE UNDERGRADUATE CURRICULUM FOR INNOVATIVE
COMMUNICATION, COLLEGE OF SOCIAL COMMUNICATION INNOVATION
SRINAKHARINWIROT UNIVERSITY

AN ABSTRACT

BY

PHATTHIRA TEERASWASDI

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Doctor of Education Degree in Curriculum Research and Development at
Srinakharinwirot University

May 2010

Phatthira Teeraswasdi. (2010). *A Development of The Undergraduate Curriculum for Innovative Communication, College of Social Communication Innovation, Srinakharinwirot University*. Dissertation, Ed.D. (Curriculum Research and Development). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee: Assist.Prof. Dr. Siriyupa Poonswan, Assist.Prof. Dr. Teerapun Lotongkum, Assist.Prof. Dr. Teerachai Nethanomsak.

This research and development study aims at developing the undergraduate curriculum for innovative communication, College of Social Communication Innovation at Srinakharinwirot University. It had 2 specific objectives: (1) identified the innovative communication professional competencies and (2) developed the Bachelor of Arts Program Major in Communication Innovation (Innovative Communication). This curriculum was the competency-based curriculum that used innovative communication professional competencies and Thai Qualifications Framework for Higher Education (Undergraduate) for framework to develop curriculum structure. The research procedure comprised 4 main following steps: (1) analyzed the fundamental data and identified the curriculum purposes (2) drafting the innovative communication undergraduate program (3) evaluated and revised the draft of curriculum and (4) curriculum validation

Two specific objectives were developed:

(1) the innovation communication professional competencies were 1) have morality and code of professional standards for innovation communication 2) expertise in the knowledge of innovation communication that cover both theoretical and practical 3) have intelligence skills that conclude information literacy, analytical thinking, synthesizing, and problem solving 4) human relation and responsibility 5) have numeric skills, communication skill, and ICT literacy and 6) have skillful professional practical in innovation communication and

(2) the Bachelor of Arts Program Major in Communication Innovation (Innovative Communication) which consisted 4 sections: (1) General data (2) Specific of curriculum (3) Educational system, Operation, and Curriculum Structure and (4) Learning outcome, Teaching and Evaluating Strategies

ปริญญานิพนธ์

เรื่อง

การพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี

วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ของ

ภัทริรา ธีรสวัสดิ์

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการศึกษาดุริยางค์บัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและพัฒนาหลักสูตร

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

วันที่.....เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2553

คณะกรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

.....ประธาน

.....ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริยุภา พูลสุวรรณ)

(ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.นงลักษณ์ วิรัชชัย)

.....กรรมการ

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริยุภา พูลสุวรรณ)

.....กรรมการ

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรชัย เนตรอนมศักดิ์)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ)

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรชัย เนตรอนมศักดิ์)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา วัฒนางรงค์)

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีเพราะผู้วิจัยได้รับความกรุณาอย่างดียิ่งจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริภา พูลสุวรรณ ครูผู้สอนให้ผู้วิจัยได้รู้ว่า..โลกนี้ยังมีอะไรให้เรียนรู้อีกมากมาย..และครูก็พร้อมที่จะเรียนรู้ไปด้วยกันกับศิษย์เสมอ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ ครูผู้เชื่อใจและเป็นทีปรีक्षाให้ผู้วิจัยมาตลอดระยะเวลา 10 ปี และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรชัย เนตรถนอมศักดิ์ ครูที่สอนให้ผู้วิจัยรู้ว่า..ทุกการทำงานย่อมมีปัญหาและทุกปัญหาย่อมมีทางออกเสมอ ครูทั้งสามพร้อมเสมอกับการให้คำปรึกษา ข้อคิดเห็น ตลอดจนช่วยเหลือแก้ปัญหา และสนับสนุนการดำเนินงานวิจัยของผู้วิจัยมาโดยตลอดโดยไม่เคยเบื่อหรือรำคาญในความซี้เกียจ โง่เล และไม่คงที่ของลูกศิษย์คนนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ กับบทบาทของการเป็นครูที่มีต่อศิษย์อย่างไม่สามารถประเมินค่าได้

รวมทั้งขอกราบขอบพระคุณศาสตราจารย์ณรงค์ วัชรชัย และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัจฉรา วัฒนานรงค์ กรรมการสอบปริญญานิพนธ์ ที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าให้คำแนะนำ และข้อเสนอแนะที่มีคุณค่าเพื่อช่วยให้ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ตลอดจนกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์พทุทธิ ศุภเศรษฐศิริ อีกหนึ่งครูที่เปิดโอกาสให้ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยและพัฒนาหลักสูตรในครั้งนี้โดยเชื่อมั่นว่าผู้วิจัยจะไม่ทำให้เสียใจ และกราบขอบพระคุณ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ ตลอดจนตัวแทนภาคธุรกิจ และผู้บริหาร คณาจารย์วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคมทุกท่านที่กรุณาเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม และการประชุมเชิงปฏิบัติการพร้อมแสดงความคิดเห็นกันอย่างเต็มที่เพื่อให้หลักสูตรมีความสมบูรณ์และชัดเจนมากที่สุด

กราบขอบพระคุณครู อาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้แก่ผู้วิจัย และเพื่อนๆ ในสาขาการวิจัยและพัฒนาหลักสูตรรุ่นที่ 16 คุณพี่ที่ไม่เคยปฏิเสธน้องสาวคนนี้เมื่อร้องขอความช่วยเหลือไม่ว่าเรื่องอะไรก็ตาม ตลอดจนความเอาใจใส่และความเชื่อมั่นที่มีให้น้องสาวคนนี้เสมอว่า..ต้องทำได้..และขอขอบคุณ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒและศูนย์บริการวิชาการที่ทำให้ผู้วิจัยได้รู้ว่า..คุณค่าของตนเองนั้นอยู่ที่ตรงไหน..

ท้ายที่สุดนี้ขอขอบคุณแม่ผู้สนับสนุนลูกเสมอ และนายสุรชัย แนวประเสริฐที่คอยเป็นขวัญและกำลังใจให้ผู้วิจัยฝ่าฟันมาได้จนประสบความสำเร็จครบถ้วนตามกระบวนการศึกษาในระดับปริญญาเอกด้วยดี ประโยชน์อันพึงได้รับจากปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ขอมอบเป็นสิ่งบูชาแด่บุพการีและครูอาจารย์ซึ่งเป็นผู้วางรากฐานการศึกษาให้แก่ผู้วิจัย รวมถึงผู้มีพระคุณทุกท่านที่ได้ให้กำลังใจและให้การสนับสนุนผู้วิจัยด้วยดีมาโดยตลอด

ภัทธีรา ธีรสวัสดิ์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์.....	9
ความสำคัญของการวิจัย.....	9
ขอบเขตการวิจัย.....	9
ข้อตกลงเบื้องต้นของการวิจัย.....	11
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	11
2 แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
ความเป็นมาของหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม.....	13
การจัดการเรียนการสอนหลักสูตรนิเทศศาสตร์ระดับปริญญาตรี	
ในประเทศไทย.....	44
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดทำหลักสูตรและการพัฒนาหลักสูตรเน้นสมรรถนะ.....	58
แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตสาขาการสื่อสาร.....	75
แนวคิดในการพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม สำหรับนิสิตระดับ	
ปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ..	112
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	115
ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานและกำหนดจุดมุ่งหมายหลักสูตร.....	118
ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนา(ร่าง)หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม.....	120
ขั้นตอนที่ 3 การประเมินผลและปรับปรุง(ร่าง)หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม.....	121
ขั้นตอนที่ 4 การวิพากษ์หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม.....	125

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	127
ตอนที่ 1 ผลการศึกษาสมรรถนะของนักสื่อสารนวัตกรรม.....	128
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานและกำหนดจุดมุ่งหมายหลักสูตร.....	128
ตอนที่ 2 ผลการพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม.....	146
ผลการพัฒนา (ร่าง) หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม.....	146
ผลการประเมินผลและปรับปรุง (ร่าง) หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม.....	177
ผลการวิพากษ์หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม.....	187
 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	 246
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	246
วิธีดำเนินการวิจัย.....	246
สรุปผลการวิจัย.....	227
อภิปรายผลการวิจัย.....	250
ข้อเสนอแนะ.....	253
 บรรณานุกรม.....	 255
 ภาคผนวก.....	 265
ภาคผนวก ก.....	266
ภาคผนวก ข.....	268
ภาคผนวก ค.....	271
ภาคผนวก ง.....	273
ภาคผนวก จ.....	275
ภาคผนวก ฉ.....	293
 ประวัติย่อผู้วิจัย.....	 295

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 มิติหลักทางการสื่อสารและตัวอย่างคำนิยาม.....	17
2 สรุปปรัชญาของหลักสูตรด้านนิเทศศาสตร์ในประเทศไทย.....	49
3 แสดงขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.....	116
4 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะที่เป็นผลจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัย.....	129
5 ผลการสังเคราะห์คุณลักษณะที่จำเป็นสำหรับกลุ่มงานการสื่อสารนวัตกรรม.....	134
6 ผลการวิเคราะห์รายวิชาในหมวดวิชาพื้นฐานเฉพาะหรือวิชาแกนทางการสื่อสาร.....	146
7 ผลการวิเคราะห์รายวิชาในหมวดวิชาเอกบังคับ.....	151
8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านความเหมาะสมของ (ร่าง) หลักสูตรการ สื่อสารนวัตกรรม.....	178
9 ผลการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญต่อโครงร่างหลักสูตรการสื่อสาร นวัตกรรม.....	181
10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นผู้ประกอบการธุรกิจต่อความ เป็นไปได้ในการนำไปใช้จริงกับภาคธุรกิจปัจจุบันของรายวิชาในหมวดวิชาพื้นฐาน เฉพาะและหมวดวิชาเอก.....	182
11 เปรียบเทียบองค์ประกอบใน (ร่าง) หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรมกับสิ่งปรับปรุงตาม ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ.....	184
12 เปรียบเทียบรายละเอียด (ร่าง) หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรมกับสิ่งปรับปรุงตามผล การวิพากษ์จากผู้เชี่ยวชาญ.....	188
13 แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ (สมรรถนะ) จาก หลักสูตรสู่รายวิชา.....	242

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แบบจำลองการสื่อสาร.....	19
2 ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่ออัตราการยอมรับนวัตกรรม.....	36
3 ความเป็นมาของหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม.....	43
4 ความสัมพันธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตร์และหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม.....	57
5 การบูรณาการรูปแบบการพัฒนาหลักสูตรที่เน้นวัตถุประสงค์กับองค์ประกอบ พื้นฐานของหลักสูตร และกระบวนการในการจัดการศึกษาเน้นสมรรถนะ.....	64
6 ลักษณะการแปลความเนื้อหารายวิชา.....	65
7 กระบวนการพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม.....	68
8 โมเดลภูเขาน้ำแข็ง.....	70
9 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้เรียนในยุคศตวรรษที่ 21 และระบบสนับสนุน.....	88
10 กรอบแนวคิดในการพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรมสำหรับนิสิตระดับ ปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.....	114
11 ขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.....	127
12 แสดงภาพการดำเนินงานสนทนากลุ่มในวันที่ 17 กันยายน 2552.....	137

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันอุดมศึกษาไทยกำลังประสบปัญหาวิกฤติในการจัดการศึกษา โดยเฉพาะด้านคุณภาพการผลิตบัณฑิตที่ไม่ตอบสนองความต้องการของแรงงาน/ระบบเศรษฐกิจ ดังจะเห็นได้จากผลการศึกษาของสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา เรื่อง การวิเคราะห์สมรรถนะทางการศึกษาไทยในเวทีสากลประจำปี พ.ศ.2550 (2551: 46-59) โดยการใช้ดัชนีของสถาบัน International Institution for Management Development (IMD) เป็นกรอบหลักในการวิเคราะห์ ผลการวิเคราะห์ประเด็นการตอบสนองต่อตลาดแรงงาน เศรษฐกิจและการแข่งขันพบว่า การจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย ตอบสนองความสามารถในการแข่งขันอยู่ในอันดับที่ 39 โดยได้คะแนนเฉลี่ย 4.46 จากคะแนนเต็ม 10 คะแนนซึ่งอยู่ในเกณฑ์ต่ำ และเมื่อพิจารณาย้อนหลังในช่วงระยะเวลา 4 ปี ระหว่าง พ.ศ.2547 - 2550 พบว่า สมรรถนะในการตอบสนองความสามารถในการแข่งขันมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ยกเว้นในปี พ.ศ.2548 โดยคะแนนเฉลี่ยในแต่ละปีต่ำกว่าครึ่งหนึ่งของคะแนนเต็ม บ่งชี้ว่า การจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาของประเทศไทยจำเป็นต้องปรับตัวอย่างเร่งด่วนเพื่อยกระดับคุณภาพบัณฑิต ให้สามารถแข่งขันในเวทีระดับสากลได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งจากผลการศึกษาเรื่อง สาเหตุของการว่างงานในเชิงโครงสร้างของผู้มีการศึกษาระดับอุดมศึกษา ของกองแผนงานและสารสนเทศ กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน (2548: 63-64) พบว่า ปัจจัยภายในที่มีความสัมพันธ์กับสาเหตุการว่างงานในเชิงโครงสร้างคือ วุฒิการศึกษา สาขาวิชา ลักษณะของสถาบัน และการสมัครใจออกหางานทำ โดยผู้จบปริญญาตรีมีโอกาสว่างงานในเชิงโครงสร้างมากกว่าผู้จบสูงกว่าปริญญาตรี ผู้จบสาขาวิทยาศาสตร์มีโอกาสว่างงานเชิงโครงสร้างมากกว่าสาขาวิชาอื่นๆ เพราะหลักสูตรสาขาวิทยาศาสตร์เน้นในเชิงวิชาการหรือทฤษฎีมากกว่าการนำไปประยุกต์ใช้ทำงานในระบบอุตสาหกรรมและบริการซึ่งเป็นตลาดแรงงานส่วนใหญ่ของประเทศ และผู้จบการศึกษาในสถาบันการศึกษาของรัฐมีโอกาสว่างงานในเชิงโครงสร้างมากกว่าผู้จบจากสถาบันการศึกษาเอกชน เพราะสถาบันการศึกษาเอกชนมีความยืดหยุ่นในการเปิดสอนหลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานมากกว่าสถาบันการศึกษาของรัฐ

การแก้ปัญหาด้านการผลิตบัณฑิต เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของแรงงานในภาคเศรษฐกิจ วิธีการหนึ่งที่สำคัญคือ การให้ความสำคัญกับการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่เน้นการพัฒนาศักยภาพของผู้เรียนอย่างเต็มความสามารถ ให้ผู้เรียนสามารถคิดวิเคราะห์ แก้ปัญหา สร้างสรรค์

นวัตกรรม และใฝ่เรียนรู้ตลอดชีวิต ตลอดจนสามารถสร้างงาน ปรับตัวในโลกของงาน พึ่งพาตนเอง และเป็นประโยชน์ต่อสังคม (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. 2546: 12) โดยรูปแบบการจัดการเรียนการสอนต้องเน้นให้นักศึกษาเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการเรียนรู้ เกิดการพัฒนาได้เต็มตามศักยภาพ เพื่อให้เป็นบัณฑิตซึ่งพร้อมด้วยความรู้ ทักษะการปฏิบัติและคุณธรรม สอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2542 (แก้ไขเพิ่มเติม 2545) มาตรา 24 ที่ระบุว่า “การจัดกระบวนการเรียนรู้ ต้องมีการดำเนินการดังนี้ (1) จัดเนื้อหาสาระและกิจกรรมให้สอดคล้องกับความสนใจและความถนัดของผู้เรียน โดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล (2) ฝึกทักษะกระบวนการคิด การจัดการ การเผชิญสถานการณ์ และการประยุกต์ความรู้มาใช้เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหา (3) จัดกิจกรรมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง ฝึกการปฏิบัติ ให้ทำได้ คิดเป็น ทำเป็น รักการอ่านและเกิดการใฝ่รู้อย่างต่อเนื่อง และ (4) จัดการเรียนการสอนโดยผสมผสานสาระความรู้ด้านต่าง ๆ อย่างได้สัดส่วนสมดุลกัน รวมทั้งปลูกฝังคุณธรรม ค่านิยมที่ดีงามและคุณลักษณะอันพึงประสงค์ไว้ในทุกวิชา” อย่างไรก็ตามการจะเกิดการจัดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพได้นั้น ผู้สอนจะต้องเห็นความสำคัญในการสนับสนุนให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้อย่างเต็มตามศักยภาพ ส่งเสริมผู้เรียนให้มีช่องทางของการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน ผู้สอนไม่ควรเน้นความสำคัญของสาระที่ปรากฏในหลักสูตรหรือการบรรยายเนื้อหาสาระตามหลักสูตรมากเกินไปเพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ (วัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา. 2544: 26)

กรอบแผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2551-2565) (2550: 3 – 4) ระบุภาพของอุดมศึกษาไทยในอนาคตไว้อย่างชัดเจนว่า “...ต้องลดการขยายตัวอย่างไม่มีจุดสิ้นสุด เน้นคุณภาพ อุดมศึกษาต้องเพิ่มบทบาทด้านการเพิ่มผลิตภาพ เศรษฐกิจของกลุ่มวัยทำงาน เน้นการศึกษาต่อเนื่องเพื่อรองรับการเปลี่ยนงานและอาชีพ การเกิดอาชีพใหม่ อุดมศึกษาต้องส่งเสริมผู้สูงอายุให้ยังมีผลิตภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social and economic productivity)” ดังนั้น สาระของหลักสูตร ทั้งที่เป็นวิชาการ และวิชาชีพ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมุ่งพัฒนาคนให้มีความสมดุล ทั้งด้านความรู้ ความคิด ความสามารถ ความดีงาม และความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้เป็นไปตามมาตรา 28 ของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 (แก้ไขเพิ่มเติม 2545) และสอดคล้องกับประกาศกระทรวงศึกษาธิการเรื่อง มาตรฐานการอุดมศึกษา ที่ระบุว่า “..บัณฑิตระดับอุดมศึกษาต้องมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในศาสตร์ของตน สามารถเรียนรู้ สร้างและประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อพัฒนาตนเอง สามารถปฏิบัติงานและสร้างงานเพื่อพัฒนาสังคมให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล รวมทั้งมีจิตสำนึก ดำรงชีวิต และปฏิบัติหน้าที่ตามความรับผิดชอบต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม...ทั้งนี้ต้องมีหลักสูตรและการเรียนการสอนที่ทันสมัย ยืดหยุ่น สอดคล้องกับความต้องการที่หลากหลายของประเภทสถาบันและสังคม โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนา

คุณภาพผู้เรียนแบบผู้เรียนเป็นสำคัญ เน้นการเรียนรู้และการสร้างงานด้วยตนเองตามสภาพจริง...” จึงอาจกล่าวได้ว่า การจัดการศึกษาในระดับปริญญาตรี มุ่งส่งเสริมให้ผู้เรียนได้พัฒนาความรู้ความสามารถในสาขาวิชาต่างๆ ทั้งทางวิชาการและวิชาชีพซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของสังคมและผู้เกี่ยวข้อง และมีความสัมพันธ์กับสภาพการณ์ด้านแรงงานเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็น การศึกษาในระดับที่ส่งเสริมวิชาชีพสำหรับผู้เรียนเพื่อออกไปสู่โลกของการทำงาน และได้รับ ผลกระทบโดยตรงกับสภาพการณ์เปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ และภาวะวิกฤติของธุรกิจมาก ที่สุด ดังนั้น การจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษาจึงควรเน้นให้ผู้เรียนมีคุณลักษณะที่สำคัญประการ หนึ่งคือ ความสามารถในการแสวงหาความรู้ เพื่อให้ผู้เรียนสามารถกำหนดรูปแบบการเรียนรู้ได้ ด้วยตนเอง และสามารถประเมิน เลือกใช้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่แพร่สะพัดเข้ามาในการรับรู้ของ ผู้เรียนได้อย่างเหมาะสม ส่งผลให้ผู้เรียนมีเครื่องมือสำคัญซึ่งเป็นภูมิคุ้มกันในการเผชิญกับ ภาวะการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในโลกยุคปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การเปลี่ยนผ่านจากระบบเศรษฐกิจสังคมแบบดั้งเดิมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจสังคมฐานความรู้ ทำให้เรื่องของทุนมนุษย์ได้กลายมาเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการก่อให้เกิดการได้เปรียบทางการ แข่งขันเชิงธุรกิจ กล่าวคือสังคมและเศรษฐกิจในอนาคตจะต้องพึ่งพาความรู้มากขึ้น โดยงานและ องค์การต่างๆ จะต้องพึ่งพาความรู้ของคนมากกว่าเครื่องจักร มีการพัฒนางานที่ต้องใช้สมองมาก ขึ้น การใช้แรงงานจะลดปริมาณลง งานด้านการบริการจะมีการเติบโตมากขึ้นด้วย อุตสาหกรรม จำเป็นต้องพึ่งพาความสามารถของมนุษย์ การพัฒนาอย่างรวดเร็วของคอมพิวเตอร์ การสร้าง เครือข่ายการติดต่อสื่อสารช่วยให้ข้อมูลต่างๆ ถูกแบ่งปันและสื่อสารไปได้ทั่วทุกมุมโลก (นิสดาร์ก เวชยานนท์. 2549: 15) เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยความรู้ จะก่อให้เกิดความท้าทายใหม่ ๆ ต่อธุรกิจ เพราะตลาดจะมีลักษณะที่เกี่ยวข้องกันและเปิดกว้างในระดับสากลมากขึ้น ความสามารถในการเชื่อมโยงความรู้ให้สัมพันธ์กับความต้องการของตลาด และการสร้างสภาวะ แวดล้อมที่เหมาะสมต่อการทำนวัตกรรมล้วนเป็นหัวใจสำคัญ ของการสร้างความสามารถในการ แข่งขัน เศรษฐกิจฐานความรู้ก่อให้เกิดโอกาสใหม่ๆ แก่ผู้ประกอบการ ในขณะที่เดียวกัน ผู้ประกอบการเองก็ต้องเรียนรู้ที่จะปรับตัวและใช้ประโยชน์จากเศรษฐกิจรูปแบบใหม่นี้ในการสร้าง มูลค่าเพิ่มในองค์กรของตน เพราะในขณะที่วงจรชีวิตของสินค้าและผลิตภัณฑ์สั้นลง อัน เนื่องมาจากสภาวะการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและอุปสงค์ที่รวดเร็ว ผู้ประกอบการจะต้องใช้ ทุนในการผลิตมากยิ่งขึ้นทั้งในแง่ของการแสวงหาเทคโนโลยีใหม่ และการใช้จ่ายเพื่อปรับ กระบวนการผลิตใหม่อันจะต้องดำเนินการโดยเร็วเพื่อรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันและ รักษาฐานลูกค้าเอาไว้ แต่อย่างไรก็ตาม ในภาคธุรกิจในปัจจุบัน ยังมีบางองค์กรที่ไม่ได้มุ่งเน้นใน เรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือแสวงหาเทคโนโลยีทางการผลิตใหม่ เพียงแต่หันมาให้ความสนใจกับ

เทคนิควิธีการสื่อสารการตลาดในรูปแบบอื่นๆ เพื่อมุ่งเน้นการรักษาตลาดเอาไว้อย่างต่อเนื่อง และยั่งยืน เช่น การปรับตราสินค้า (Rebranding) การใช้การโฆษณา หรือการประชาสัมพันธ์ และการใช้กลยุทธ์การวางแผนการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการครบวงจร ซึ่งการประกอบธุรกิจในยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ คุณลักษณะสำคัญขององค์กรที่จะสามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนนั้น ควรจะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบจากองค์กรในยุคโลกาภิวัตน์ที่มองโลกว่าเป็นหนึ่งเดียว เป็นตลาดที่มีความคล้ายคลึงกันทั้งหมด หรือองค์กรในแบบ “Multinational” ที่มองถึงความหลากหลายของตลาดที่มีความแตกต่างกันมาเป็นองค์กรแบบ “Meta - national” (นิสตาร์ก เวชยานนท์. 2549: 17-21; อ้างอิงจาก Doz, Santos and Williamson. 2001) ที่ได้เปรียบเทียบกับว่า โลกเหมือนกับผ้าใบผืนใหญ่ที่ปกคลุมทั้งโลก ซึ่งองค์การแบบนี้จะดึงพลังต่างๆ ทั้งที่เป็นส่วนรวมและส่วนที่แตกต่างที่กระจายอยู่บนผืนผ้าใบโลกให้มารวมกันสร้างพลังอำนาจอย่างรวดเร็วและทำให้เกิดองค์ความรู้หรือนวัตกรรมที่ยิ่งใหญ่

จากลักษณะของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว จะเห็นได้ว่า ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีนับเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระบบเศรษฐกิจและสังคมอย่างรวดเร็ว เพราะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเปรียบเสมือนเป็นแหล่งปฐมภูมิในการผลิตความรู้ใหม่ (Knowledge creation) (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. ม.ป.พ.: 14) ทั้งนี้จากความสำคัญที่เพิ่มมากขึ้นของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในยุคปัจจุบัน ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีนั้น ส่งผลให้ประเทศต่างๆ ทั้งประเทศพัฒนาแล้ว ประเทศอุตสาหกรรมใหม่ หรือประเทศคู่แข่งที่มีระดับการพัฒนาใกล้เคียงกับประเทศไทย ล้วนแต่จัดให้มีการพัฒนาความสามารถทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นเป้าหมายแรกๆ ของการพัฒนาประเทศหรือเป็นวาระแห่งชาติ อย่างไรก็ตามความได้เปรียบจากการมีความสามารถในการเข้าถึงตลาดโลก และการผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐานนั้นพบว่า ในปัจจุบันไม่เพียงพอต่อการแข่งขันกับประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มประเทศที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ต่างก็มีความสามารถดังกล่าวอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน ดังนั้นการที่ประเทศเหล่านี้จะสามารถรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันของตนเองให้เหนือประเทศอื่นๆ ได้อย่างยั่งยืนนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการส่งเสริมและพัฒนาความสามารถในการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างรากฐานความรู้ให้แก่คนในประเทศหรือสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นในระบบสังคมนั่นเอง ซึ่งสอดคล้องกับรายงานการศึกษาของ World Economic Forum (WEF) (สำนักงานพัฒนาด้านนวัตกรรม. 2547: 14-15) ที่ได้ศึกษาเพื่อวัดระดับความสามารถด้านนวัตกรรม (Innovation capacity) โดยพิจารณาจากดัชนีย่อย 4 ประเภท ได้แก่ 1) สัดส่วนของนักวิทยาศาสตร์และวิศวกร 2) นโยบายด้านนวัตกรรม 3) สภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการสร้างเครือข่ายนวัตกรรม และ 4) ความ

เชื่อมโยง ซึ่งพบว่า ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับความสามารถทางด้านนวัตกรรมของประเทศในระดับที่สูงมาก กล่าวคือ ความสามารถทางด้านนวัตกรรมจะเติบโตควบคู่ไปกับความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ส่งผลให้สามารถยกระดับความเป็นอยู่และรายได้ของประชาชนภายในประเทศให้สูงขึ้นได้

เมื่อนโยบายการพัฒนาประเทศให้ความสำคัญกับการพัฒนารัฐกิจบนฐานนวัตกรรมเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน จึงส่งผลให้การดำเนินธุรกิจในอนาคตจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับเรื่องของการสร้างหรือพัฒนานวัตกรรมทั้งในรูปของเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์ วิธีการ ตลอดจนแนวคิดใหม่ๆ อย่างไรก็ตามถ้าพิจารณาในระบบนวัตกรรมอย่างแท้จริงหรือพิจารณาในกลยุทธ์หลักที่ 4 เรื่องของการสร้างความตระหนักด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีตามแผนกลยุทธ์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (พ.ศ.2547 – 2556) ที่มุ่งเน้นการกระตุ้นให้ประชาชนตระหนักในความสำคัญ มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อให้เกิดแรงสนับสนุนในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ตามแนวทางปฏิบัติ “ให้แรงจูงใจสื่อมวลชนในการพัฒนาเนื้อหาและสาระด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องชีวิตประจำวันและที่ส่งเสริมการพัฒนาความสามารถในอุตสาหกรรมเป้าหมาย และเผยแพร่โดยเน้นวิธีการนำเสนอให้มีความน่าสนใจผ่านสื่อต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพเช่น สื่อโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ และสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น เพื่อให้ประชาชนเห็นความสำคัญของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี” (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. 2547: 57 – 59) จะเห็นได้ว่า กระบวนการสื่อสารซึ่งเป็นเรื่องของการสร้างปฏิสัมพันธ์ทั้งในด้านการให้ข้อมูล ชักจูงใจ กระตุ้นการมีส่วนร่วม ตลอดจนสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการนำเอาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีไปใช้อย่างถูกต้อง หรือกระบวนการในการแนะนำนวัตกรรมรูปแบบต่างๆ เข้าสู่ระบบสังคมนั้นเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและมีบทบาทอย่างมากในการสนับสนุนให้กลุ่มเป้าหมายหรือบุคคลทั่วไปเกิดการรับรู้ หรือเกิดการยอมรับในนวัตกรรมรูปแบบต่างๆ ได้โดยง่าย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมของเกษตรกรชาวสวีเดนของ เพทรีนี และคณะ (Roger. 1993: 207; Citing Petrini; & Co. 1968) ที่พบว่าช่องทางการสื่อสารเพื่อให้เกิดการรับรู้และยอมรับนวัตกรรม แตกต่างกันไปตามระดับความซับซ้อนของนวัตกรรม กล่าวคือ นวัตกรรมที่ไม่ซับซ้อนสามารถใช้ช่องทางการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน เช่น นิตยสาร การเกษตร ก็ได้รับผลเป็นที่น่าพอใจ แต่ในกรณีที่นวัตกรรมมีความซับซ้อน การใช้สื่อประเภทสื่อบุคคล เช่น เจ้าหน้าที่พัฒนาการเกษตรทำหน้าที่เผยแพร่นวัตกรรมจะมีประสิทธิภาพมากกว่า และทำให้เกษตรกรเกิดการยอมรับนวัตกรรมได้เร็วกว่า ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า การสร้างการรับรู้หรือการยอมรับนวัตกรรมจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องใช้บุคคลที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการสื่อสาร

ซึ่งมีความรอบรู้อย่างลึกซึ้งทั้งในด้านการสื่อสาร ด้านนวัตกรรม และด้านการแพร่กระจายนวัตกรรม บุคคลในลักษณะดังกล่าวนี้เรียกว่า “นักสื่อสารนวัตกรรม” ซึ่งมีคุณลักษณะที่แตกต่างไปจาก นักโฆษณา นักประชาสัมพันธ์ หรือนักสื่อสารองค์กรโดยทั่วไป และเป็นบุคคลสำคัญในการทำหน้าที่สื่อสารและสร้างการยอมรับนวัตกรรมให้ประสบความสำเร็จ ตัวอย่างที่สะท้อนถึงการเผยแพร่นวัตกรรมที่ไม่ประสบความสำเร็จ เช่น ปัญหาที่เกิดขึ้นในประเทศเยอรมนีซึ่งเป็นประเทศผู้นำทางด้านนวัตกรรม แต่การเผยแพร่และทำให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมภายในประเทศเยอรมนีเองกลับอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งหมายความว่านักประชาสัมพันธ์หรือนักสื่อสารองค์กรที่มีอยู่นั้นยังไม่เข้าใจบทบาทที่ชัดเจนในการจะเป็นนักสื่อสารนวัตกรรม ตลอดจนนักวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือนักเทคโนโลยีก็ไม่ได้เข้าใจในศาสตร์ของการสื่อสารมากเพียงพอจึงเกิดเป็นความเหลื่อมล้ำขององค์ความรู้ที่ไม่ชัดเจนในปัจจุบัน (David Nordfor. 2006: Online) จากปัญหาที่เกิดขึ้นดังกล่าวนี้เองจึงส่งผลให้เริ่มมีการศึกษาและให้ความสำคัญกับเรื่องของการสื่อสารนวัตกรรมอย่างจริงจังหลายประเทศในทวีปยุโรป โดยเฉพาะประเทศเยอรมนี และประเทศสวีเดน

ปัจจุบัน ในขณะที่ต่างประเทศ เริ่มให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์ความรู้ทางด้านการสื่อสารนวัตกรรม แต่ในประเทศไทยยังไม่มีกรกล่าวถึงองค์ความรู้ในด้านนี้โดยพบว่า ยังไม่มีหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารนวัตกรรมโดยเฉพาะ คงมีเพียงหลักสูตรระดับปริญญาตรีทางด้านนิเทศศาสตร์โดยรวม ซึ่งจากการสำรวจของผู้วิจัย พบว่ามีการเปิดสอนทั้งในมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน รวมทั้งสิ้น 48 แห่ง แบ่งออกเป็นมหาวิทยาลัยของรัฐ 8 แห่งมหาวิทยาลัยเอกชน 18 แห่ง และมหาวิทยาลัยราชภัฏ 22 แห่ง และสามารถจำแนกจำนวนสถาบันตามสาขาวิชาของคณะนิเทศศาสตร์ได้ดังนี้ 1) การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ มีการเปิดสอนอยู่ 22 แห่ง 2) การหนังสือพิมพ์และวารสารศาสตร์ มีการเปิดสอนอยู่ 13 แห่ง 3) วิทญุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ มีการเปิดสอนอยู่ 11 แห่ง 4) การสื่อสารมวลชน มีการเปิดสอนอยู่ 7 แห่ง 5) การภาพยนตร์ การถ่ายภาพ ทัศนศิลป์ มีการเปิดสอนอยู่ 6 แห่ง 6) การจัดการสารสนเทศ มีการเปิดสอนอยู่ 3 แห่ง 7) นิเทศศาสตร์ธุรกิจ การจัดการการสื่อสาร มีการเปิดสอนอยู่ 3 แห่ง 8) การละคร มีการเปิดสอนอยู่ 2 แห่ง 9) วาชนิตเทศ มีการเปิดสอนอยู่ 1 แห่ง และ 10) ทัศนศาสตร์ มีการเปิดสอนอยู่ 1 แห่ง (ดรุณี หิรัญรักษ์. 2543: ออนไลน์) ซึ่งจากสาขาดังกล่าวข้างต้นนี้จะเห็นได้ว่า หลักสูตรที่เปิดสอนอยู่ในปัจจุบันมีเป้าหมายเพื่อผลิตบุคคลในสายวิชาชีพที่สามารถปฏิบัติงานในฐานะนักโฆษณา ประชาสัมพันธ์ นักหนังสือพิมพ์ นักข่าว ผู้กำกับภาพยนตร์ หรือนักสื่อสารมวลชน เป็นต้น นอกจากนั้นในส่วนของหลักสูตรภายในมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ผู้วิจัยพบว่า ในปัจจุบันมีหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพียงหลักสูตรเดียวคือ หลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบสื่อสาร (Communication Design Program) คณะศิลปกรรมศาสตร์ ซึ่งเป็น

หลักสูตรที่ให้ความสำคัญกับการจัดการเรียนการสอนทางด้านการออกแบบการสื่อสารผ่านสื่อ หรือระบบคอมพิวเตอร์ในลักษณะการออกแบบกราฟิกเพื่อผลิตชิ้นงานทั้งที่เป็นสิ่งพิมพ์ วิดีทัศน์ ตลอดจนเว็บเพจคอมพิวเตอร์ (มศว โลกทัศน์. 2546: ออนไลน์) จึงอาจกล่าวได้ว่า หลักสูตรทางด้านนิเทศศาสตร์หรือการสื่อสารที่มีการเปิดสอนอยู่นี้ ยังไม่มีสถาบันใดที่เปิดสอนหลักสูตรทางด้านการสื่อสารนวัตกรรม โดยตรง สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องดำเนินการพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม ซึ่งเป็นหลักสูตรที่มุ่งเน้นการผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถในการสื่อสารและเผยแพร่นวัตกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของสังคมไทย ในการสร้างความเข้าใจและยอมรับนวัตกรรมประเภทต่างๆ เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาทั้งต่อตนเอง ชุมชน สังคม หรือประเทศชาติต่อไป

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้จัดตั้งวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม เมื่อ ปี พ.ศ. 2550 โดยได้กำหนดวิสัยทัศน์ของวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคมให้เป็น “องค์กรแห่งการเรียนรู้ที่สร้างบุคลากรให้เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีการสื่อสารในระดับสากล ที่มีคุณธรรม จริยธรรม อันก่อให้เกิดสังคมการเรียนรู้ที่ยั่งยืน” โดยในระยะแรก วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคมได้เปิดสอนหลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิตจำนวน 3 สาขาเอกได้แก่ สาขาเอกการจัดการธุรกิจไซเบอร์ สาขาเอกคอมพิวเตอร์เพื่อการสื่อสาร และสาขาเอกการออกแบบสื่อปฏิสัมพันธ์และมัลติมีเดีย และหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาภาพยนตร์และสื่อดิจิทัล ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ความสอดคล้องของหลักสูตรที่มีการเปิดสอนอยู่กับวิสัยทัศน์ของวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม พบว่ายังขาดการดำเนินงานเปิดสอนหลักสูตรทางด้านการสื่อสารที่จะสามารถนำสังคมไปสู่การเรียนรู้นวัตกรรมได้อย่างยั่งยืน ดังนั้น หากวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคมได้เปิดสอนหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรมก็จะมีส่วนสำคัญที่สามารถตอบสนองต่อวิสัยทัศน์ในการดำเนินงานของหน่วยงานได้อย่างเป็นรูปธรรม ผู้วิจัยในฐานะบุคลากรของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่มีความรู้ในเรื่องการพัฒนาหลักสูตรและมีความเข้าใจในสาระของการสื่อสารนวัตกรรม จึงเห็นความจำเป็นในการพัฒนาหลักสูตรดังกล่าว ซึ่ง คณะผู้บริหารวิทยาลัยนวัตกรรมการฯ ให้ความสนใจและเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาหลักสูตรในครั้งนี้

เนื่องจากหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม มีจุดเน้นสำคัญในด้านการพัฒนาสมรรถนะที่ทำให้ผู้เรียนมีความสามารถในการสื่อสาร และการบูรณาการองค์ความรู้ทางด้านนวัตกรรม เพื่อเผยแพร่กับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยจึงเลือกวิธีการพัฒนาหลักสูตรแบบเน้นสมรรถนะ (Competency - based curriculum) ซึ่งเป็นการพัฒนาหลักสูตรบนฐานของแนวคิดที่ยึดความสามารถเฉพาะของผู้เรียนเป็นสำคัญ เพื่อให้แน่ใจว่าผู้ที่จบการศึกษาในระดับหนึ่งๆ นั้นมีคุณลักษณะ ทักษะและความสามารถในการปฏิบัติงาน เป็นไปตามต้องการวิธีการ พัฒนาหลักสูตร

จึงเริ่มต้นจากการศึกษาสมรรถนะของนักสื่อสารนวัตกรรม เพื่อกำหนดเกณฑ์ความสามารถที่ผู้เรียนพึงกระทำหรือเกณฑ์สมรรถนะในด้านต่างๆ ที่ผู้เรียนต้องแสดงออกในแต่ละระดับชั้นปี และทักษะและความสามารถในการแต่ละระดับนั้นจะถูกกำหนดให้มีความต่อเนื่องกัน โดยเริ่มจากทักษะและความสามารถเบื้องต้นก่อนเพื่อเป็นฐานสำหรับการเพิ่มพูนทักษะและความสามารถในการระดับสูงต่อไป (อัจฉริยา วัชรวิวัฒน์. 2544: 47, เอกรินทร์ สีมหาศาล. 2545: 200-205, เทพนคร ทาคง. 2546: 45; อ้างอิงจาก Sowell.1996: 55-59)

แนวทางการพัฒนาหลักสูตรแบบเน้นสมรรถนะนี้ มีความสอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย ซึ่งเป็นแนวทางใหม่ในการพัฒนาหลักสูตรระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย ที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาได้กำหนดขึ้น เพื่อเป็นกลไกในการนำนโยบายในการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาตามที่กำหนดไว้ไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม โดยมุ่งเน้นในเรื่องของผลผลิตและผลลัพธ์การเรียนรู้อันได้แก่คุณภาพและมาตรฐานของผู้สำเร็จการศึกษาเป็นสำคัญ มีการจัดกลุ่มผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง ที่จะให้บัณฑิตเรียนรู้ และสามารถทำได้หลังจากสำเร็จการศึกษาแล้ว โดยครอบคลุมมาตรฐานผลการเรียนรู้อย่างน้อย 5 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านการพัฒนาคุณธรรมและจริยธรรม 2. ด้านความรู้ความสามารถในการจำและนำเสนอข้อมูล 3. ด้านทักษะทางความคิดและเชาว์ปัญญา 4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และ 5. ด้านทักษะการวิเคราะห์และการสื่อสาร ซึ่งมาตรฐานทั้ง 5 ด้านดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยนำมาเป็นกรอบกำหนดเป้าหมายพื้นฐานในการพัฒนาหลักสูตรในระดับปริญญาตรีครั้งนี้

จากเหตุผลและความสำคัญของการสื่อสารนวัตกรรม การพัฒนาหลักสูตรแบบเน้นสมรรถนะ และกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย ตามที่กล่าวมา ผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวคิดในการพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม สำหรับบัณฑิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยมุ่งมั่นที่จะให้เป็นหลักสูตรที่ตอบสนองในเรื่องขององค์ความรู้ที่เน้นการบูรณาการศาสตร์ทางการสื่อสาร นวัตกรรมและการแพร่กระจายนวัตกรรม ตลอดจนตอบสนองในส่วนของการเป็นปัจจัยที่จะช่วยขับเคลื่อนสังคมเศรษฐกิจฐานความรู้ได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะในเรื่องของคุณภาพการจัดการศึกษาที่มุ่งเน้นการพัฒนาหลักสูตรแบบเน้นสมรรถนะตามความต้องการของลักษณะงานในบริบทสังคมไทยอย่างแท้จริงเพื่อให้ได้มาซึ่งคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้เรียน และมาตรฐานผลการเรียนรู้ที่สามารถตอบสนองคุณภาพการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะดังนี้

1. เพื่อศึกษาสมรรถนะของนักสื่อสารนวัตกรรม
2. เพื่อพัฒนาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิตสาขานวัตกรรมการสื่อสาร วิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรม สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ความสำคัญของการวิจัย

การพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม ในครั้งนี้ทำให้ได้หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิตสาขานวัตกรรมการสื่อสาร วิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรม สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่มีคุณภาพและมีกระบวนการในการพัฒนาหลักสูตรที่เป็นระบบ และตอบสนองต่อความต้องการกำลังคนในโลกของการทำงานได้อย่างชัดเจน และเป็นรูปธรรม และเป็นการนำนโยบายการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานการอุดมศึกษา และกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาของประเทศไทยไปสู่การปฏิบัติโดยนำมากำหนดเป็นกรอบในการพัฒนาหลักสูตร และกำหนดเป้าหมายคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ ผลการเรียนรู้ของหลักสูตร ซึ่งกระบวนการพัฒนาหลักสูตรนี้สามารถใช้เป็นแนวทางให้สถาบันการศึกษาอื่นๆ ได้นำไปใช้ในการพัฒนาหลักสูตรเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะสำหรับนิสิตระดับปริญญาตรีในสาขาวิชาอื่นๆ ได้ด้วย รวมทั้งสามารถประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสมรรถนะหรือคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในสาขาวิชาชีพอื่นๆ ได้ด้วย

ขอบเขตของการวิจัย

การพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในครั้งนี้มีขอบเขตการดำเนินการดังนี้

1. ในการพัฒนาหลักสูตรระดับปริญญาตรี โดยทั่วไปมีองค์ประกอบของหลักสูตรและโครงสร้างหลักสูตร ประกอบด้วยหมวดวิชาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป วิชาพื้นฐานเฉพาะ หมวดวิชาเอก หมวดวิชาโท และหมวดวิชาเลือกเสรี แต่เนื่องจากหลักสูตรที่พัฒนาขึ้นนี้มีเจตนาที่จะนำไปใช้เปิดสอนในวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคมซึ่งมีโครงสร้าง กรอบของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป และรายวิชาตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขอบเขตของการพัฒนา

หลักสูตรเฉพาะในหมวดวิชาพื้นฐานบังคับสำหรับวิชาเอก โครงสร้างของหมวดวิชาเอก และ รายวิชาในหมวดวิชาเอกเท่านั้น ซึ่งมีจำนวนหน่วยกิต รวมทั้งสิ้น 59 หน่วยกิต เพื่อให้วิทยาลัย นวัตกรรมสื่อสารสังคมสามารถนำผลที่ได้จากการพัฒนาหลักสูตรในครั้งนี้ไปใช้ได้ทันที โดยไม่ กระทบกับโครงสร้างของหมวดวิชาเอกอื่นๆ ที่ได้ดำเนินการเปิดสอนไปแล้ว รวมทั้งวิทยาลัย นวัตกรรมสื่อสารสังคมสามารถนำหลักสูตรนี้เสนอต่อมหาวิทยาลัย และสภามหาวิทยาลัยตาม ขั้นตอนได้ตามระบบโดยไม่กระทบต่อโครงสร้างหลักสูตรวิชาเอกเดิม

2. เนื่องจากหลักสูตรนี้ เป็นหลักสูตรระดับปริญญาตรี การพัฒนาสมรรถนะที่จำเป็น ของนักสื่อสารนวัตกรรม ในการวิจัยนี้ จึงเป็นสมรรถนะเฉพาะสำหรับการปฏิบัติงานในเชิงวิชาชีพ ของผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรีเท่านั้น

3. การนำเสนอรูปแบบหลักสูตร มีโครงสร้างการนำเสนอตามรายละเอียด เอกสารแนบท้ายประกาศคณะกรรมการการอุดมศึกษาเรื่อง แนวทางการปฏิบัติตามกรอบ มาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2552 และ ข้อบังคับมหาวิทยาลัยศรีนครินทร วิโรฒ ว่าด้วยการศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ.2543 โดยแบ่งเป็น 4 หมวด ดังนี้

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย ชื่อหลักสูตร ชื่อปริญญาและสาขาวิชา วิชาเอก จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร รูปแบบของหลักสูตร อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จ การศึกษา สถานที่จัดการเรียนการสอน สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมา พิจารณาในการวางแผนหลักสูตร ผลกระทบจากสถานการณ์ภายนอกต่อการพัฒนาหลักสูตรและ ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับพันธกิจของสถาบัน

หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร ประกอบด้วย ความสำคัญ ปรัชญา และ วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร ประกอบด้วย ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการหลักสูตร หลักสูตร (จำนวนหน่วยกิต โครงสร้างหลักสูตร- ก.หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ข.วิชาพื้นฐานเฉพาะ ค.หมวดวิชาเอก ง.หมวดวิชาโท จ.หมวดวิชาเลือกเสรี และแผนการศึกษา) องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม (การฝึกงานหรือสหกิจศึกษา) และข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงงานหรือการศึกษาเฉพาะ รายบุคคล

หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล ประกอบด้วย การพัฒนา คุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน (ด้านคุณธรรมจริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ด้านทักษะการคิดวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านทักษะ

การปฏิบัติทางวิชาชีพ) คำอธิบายรายวิชา และแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐาน ผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา

4. การวิจัยครั้งนี้ ใช้กระบวนการพัฒนาหลักสูตรแบบเน้นสมรรถนะ โดยบูรณาการ รูปแบบการพัฒนาหลักสูตรที่เน้นวัตถุประสงค์กับองค์ประกอบพื้นฐานของหลักสูตร และ กระบวนการในการจัดการศึกษาแบบเน้นสมรรถนะ ซึ่งมีขั้นตอนในการดำเนินการ 4 ขั้นตอน คือ

- 1) ขั้นตอนการศึกษาข้อมูลพื้นฐานและกำหนดจุดมุ่งหมายหลักสูตร
- 2) ขั้นตอนการพัฒนา (ร่าง) หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม
- 3) ขั้นตอนการประเมินผลและปรับปรุง (ร่าง) หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม
- 4) ขั้นตอนการวิพากษ์หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม

ทั้งนี้ในทุกขั้นตอน ผู้วิจัยให้ความสำคัญกับการเข้ามามีส่วนร่วมของคณะผู้บริหารและ คณาจารย์จากวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒเป็นสำคัญ โดยเฉพาะในการตัดสินใจที่จะกำหนดและสรุปผลการค้นพบในแต่ละขั้นตอนจนนำไปสู่การได้มา ซึ่งหลักสูตรฉบับสมบูรณ์ ทั้งนี้เพราะหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรมที่มีการจัดทำขึ้นเป็นหลักสูตรที่ นำไปใช้จริง โดยเป็นส่วนหนึ่งในหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวัตกรรมการสื่อสาร วิชาเอก การสื่อสารนวัตกรรม ของวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ซึ่งจะ ดำเนินการจัดการเรียนการสอนในปีการศึกษา 2554

ข้อตกลงเบื้องต้นของการวิจัย

หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสาร สังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่ได้รับการพัฒนาขึ้นในครั้งนี้เป็นหลักสูตรที่พัฒนาขึ้นโดยใช้ กระบวนการพัฒนาหลักสูตรแบบเน้นสมรรถนะ และอ้างอิงรูปแบบการนำเสนอตามแนวทางการ ปฏิบัติตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2552 ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อตกลง เบื้องต้นเกี่ยวกับผลการวิจัยคือ สมรรถนะที่จำเป็นของนักสื่อสารนวัตกรรมนั้นจะถูกนำเสนออยู่ใน ส่วนของคุณลักษณะที่พึงประสงค์และมาตรฐานผลการเรียนรู้ในรายละเอียดเอกสารโครงสร้าง หลักสูตร

นิยามศัพท์เฉพาะ

นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง สิ่งใหม่หรือวิธีการใหม่ที่น่าไปสู่การสร้างคุณค่า/ความ เชื่อ /ค่านิยม ตลอดจนพฤติกรรมใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นทั้งในระบบเศรษฐกิจและ/หรือสังคม

นวัตกรรมการสื่อสาร (Communication Innovation) หมายถึง รูปแบบ/วิธีการ/เทคนิค/แนวคิด ตลอดจนเทคโนโลยีใหม่ๆ ทาง การสื่อสาร

การสื่อสารนวัตกรรม (Innovation Communication) หมายถึง กระบวนการในการสร้างปฏิสัมพันธ์/แนะนำ/ถ่ายทอดสิ่งใหม่ๆ ทั้งที่เป็นผลจากการวิจัยและพัฒนา หรือจากการคิดค้นบนฐานเทคโนโลยีและเชิงพาณิชย์ ตลอดจนแนวคิด คุณค่า/ระบบองค์ความรู้ใหม่ๆ เข้าสู่ระบบสังคม โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างการตระหนักรู้และการยอมรับหรือการเปลี่ยนแปลงในลักษณะอื่นตามเป้าหมายของการสื่อสารเป็นสำคัญ

การพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม (Curriculum Development for Innovation Communication) หมายถึง การพัฒนาหลักสูตรแบบเน้นสมรรถนะ ซึ่งจัดทำขึ้นโดยมุ่งเน้น การศึกษาสมรรถนะที่จำเป็นในการปฏิบัติงานเชิงวิชาชีพที่เกี่ยวกับการสื่อสารนวัตกรรมและนำมา กำหนดเป็นมาตรฐานผลการเรียนรู้ของบัณฑิต (Learning Outcomes) ซึ่งเป็นมาตรฐานขั้นต่ำที่แสดงถึงคุณภาพ เพื่อเป็นการประกันคุณภาพบัณฑิต และสื่อสารให้หน่วยงาน ตลอดจนผู้เกี่ยวข้อง ได้เข้าใจและมั่นใจถึงกระบวนการผลิตบัณฑิต โดยกระบวนการในการพัฒนาหลักสูตรจะเริ่มที่ ผลผลิตและผลลัพธ์ของการจัดการศึกษา คือ กำหนดมาตรฐานผลการเรียนรู้ของบัณฑิตที่คาดหวังไว้ก่อน หลังจากนั้นจึงพิจารณาถึงองค์ประกอบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมให้บัณฑิตบรรลุถึง มาตรฐานผลการเรียนรู้ได้อย่างสอดคล้องและส่งเสริมกันอย่างเป็นระบบ

สมรรถนะของนักสื่อสารนวัตกรรม หมายถึง ลักษณะเชิงพฤติกรรมที่เป็นผลมาจาก ความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ/การปฏิบัติ และคุณลักษณะด้านอื่นๆ ที่ทำให้สามารถปฏิบัติงานในเชิง วิชาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพในสายงานการสื่อสารนวัตกรรม ทั้งนี้เขียนอธิบายไว้ในส่วนของ คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ และมาตรฐานผลการเรียนรู้ในเอกสารโครงสร้างหลักสูตร

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัย นวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่ เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางดำเนินการดังนี้

1. ความเป็นมาของหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม “Innovative communication”
 - 1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร
 - 1.2 แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม
 - 1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการแพร่กระจายนวัตกรรม
2. การจัดการเรียนการสอนหลักสูตรนิเทศศาสตรระดับปริญญาตรีในประเทศไทย
3. แนวคิดในการจัดทำหลักสูตรและการพัฒนาหลักสูตรเน้นสมรรถนะ
 - 3.1 แนวคิดในการจัดทำหลักสูตร
 - 3.2 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตรเน้นสมรรถนะ
 - 3.3 แนวคิดและความหมายของสมรรถนะ
4. แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตสาขาการสื่อสาร
5. กรอบแนวคิดในการพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี

วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

1. ความเป็นมาของหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม “Innovative communication”

จากการถดถอยของภาวะทางเศรษฐกิจส่งผลให้ความต้องการในเรื่องของ “นวัตกรรม” ได้รับการกล่าวถึงกันอย่างกว้างขวาง ความสามารถในการสร้างสรรค์หรือการแนะนำ/สร้างคุณค่า ตลอดจนถ่ายทอดแนวคิด/วิธีการ/ผลผลิตต่างๆที่เป็นสิ่งใหม่ๆไปสู่กลุ่มเป้าหมายหรือสังคม โดยรอบอย่างมีระบบได้กลายมาเป็นประเด็นหลักที่ช่วยสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ ถึงแม้ว่า “นวัตกรรม” จะเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมการพัฒนา ระบบเศรษฐกิจในปัจจุบันอย่างมากแต่จำนวน/ปริมาณของสิ่งประดิษฐ์หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ๆที่เกิดขึ้นไม่ได้เป็นผลที่จำเป็นต่อการสร้างความตระหนักรู้เชิงสาธารณะหรือต่อการสร้างความสำเร็จ ทางเศรษฐกิจซึ่งมีผลการศึกษาเกี่ยวกับประเด็นดังกล่าวนี้อย่างกว้างขวางที่ระบุว่า ในสภาพ เศรษฐกิจของตะวันตกนั้นประสบปัญหาเกี่ยวกับการขาดแคลนเรื่องของการสื่อสารนวัตกรรมมากกว่า การขาดแคลนในเรื่องของตัวการคิดค้น/ประดิษฐ์สิ่งใหม่ๆเอง (Simone Huck;2006)

จากสถานการณ์ดังกล่าวก่อให้เกิดการตั้งคำถามกันอย่างกว้างขวางในประเด็นเกี่ยวกับการแพร่กระจายนวัตกรรม “Innovation diffusion” การสื่อสารและการให้คำอธิบาย สร้างความเข้าใจหรือกระบวนการในการแนะนำ/สร้างคุณค่า ตลอดจนการถ่ายทอดแนวคิด/วิธีการ/ผลผลิตต่างๆที่เป็นสิ่งใหม่ๆไปยังกลุ่มเป้าหมาย ผู้เกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้กลายมาเป็นประเด็นสำคัญที่เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน ส่งผลให้นักสื่อสารหรือผู้ที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการสื่อสารที่มีความเชี่ยวชาญได้กลายมาเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญตามลำดับ เพราะนักสื่อสารนวัตกรรมโดยเฉพาะในกลุ่มที่เป็นสื่อสารมวลชนนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญที่หลากหลายครอบคลุมในทุกมิติของนวัตกรรมไม่ว่าจะเป็นเชิงเทคนิค เชิงธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เชิงกฎหมายโดยเฉพาะในเรื่องของการคุ้มครอง/ลิขสิทธิ์ต่างๆ ตลอดจนมิติทางด้านการเมืองอันจะส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมในลักษณะ รูปแบบหรือระยะเวลาที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มคนเหล่านี้จะมีบทบาทในการประเมินนวัตกรรมเพื่อนำมาสู่การกำหนดแนวทางและรูปแบบในการนำเสนอไปสู่สายตาสาธารณชนในวิถีทางที่เหมาะสมและเกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อไป ในส่วนของนักสื่อสารที่ประกอบวิชาชีพอยู่ในภาคธุรกิจและสถาบันวิจัยและพัฒนาต่างๆครอบคลุมทั้งในส่วนของนักสื่อสารองค์กร นักการตลาด นักประชาสัมพันธ์ เป็นต้น ก็จำเป็นที่จะต้องเข้ามามีบทบาทในการตัดสินใจเกี่ยวกับการเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารนวัตกรรมต่างๆขององค์กรเพิ่มมากขึ้น กล่าวคือ กลุ่มคนเหล่านี้ต้องเพิ่มบทบาทและให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับนวัตกรรมต่างๆภายในองค์กรเพื่อจัดรูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสมตามลักษณะของนวัตกรรม อย่างไรก็ตามในส่วนของนักสื่อสารที่ประกอบวิชาชีพในภาคธุรกิจดังกล่าวแล้วยังมีบทบาทที่สำคัญมากกว่าการสื่อสารกับคนภายนอกองค์กรหรือประสานงานร่วมกับสื่อสารมวลชนเท่านั้น กล่าวคือนักสื่อสารองค์กรในบางครั้งยังมีความจำเป็นที่จะต้องสื่อสารกับบุคลากรภายในองค์กรของตนเพื่อสร้างความเข้าใจ ตลอดจนสร้างการยอมรับในนวัตกรรมใหม่ที่องค์กรต้องการนำเข้ามาปรับใช้เพื่อพัฒนาการทำงานของหน่วยงานให้ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการสื่อสารองค์กรจึงเป็นบุคคลแรกที่จะพิจารณา กำหนดหรือวาดภาพของนวัตกรรมว่าควรจะเป็นอย่างไร และควรจะทำ การสื่อสารหรือแพร่กระจายออกไปในลักษณะใดเป็นสำคัญ (Claudia Mast, Simone Huck, and Ansgar Zerfass. 2005:3) เพื่อให้เกิดการยอมรับทั้งในส่วนที่เป็นนวัตกรรมจากภายในองค์กรที่ต้องการสื่อสารกับสาธารณชนภายนอก และนวัตกรรมจากภายนอกองค์กรที่ต้องการสื่อสารกับบุคลากรภายใน

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า องค์ความรู้ในเรื่องของการสื่อสารโดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวกับสิ่งใหม่ๆหรือที่เรียกว่า “การสื่อสารนวัตกรรม” (Innovative communication) นั้น

ได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในปัจจุบัน จากการสำรวจองค์ความรู้เกี่ยวกับเรื่องของการสื่อสารกับนวัตกรรมนั้นพบว่า ประเด็นที่มีการพูดถึงกันในปัจจุบันนั้นมาจาก 2 กลุ่มนักวิชาการหลักๆ ในต่างประเทศคือ (1) กลุ่มนักประชาสัมพันธ์ (กลุ่มนักวิชาการประเทศเยอรมนี) ซึ่งมองความสัมพันธ์ของการสื่อสารกับนวัตกรรมในเชิงธุรกิจ ดังนั้นจึงให้คำจำกัดความของคำว่า การสื่อสารนวัตกรรม เป็นเรื่องของกระบวนการในการสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ระหว่างองค์กร กลุ่มธุรกิจหรือหน่วยงานต่างๆ กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือกลุ่มเป้าหมายของเขาภายใต้ข้อตกลงในเรื่องที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ และ/หรือเทคโนโลยีใหม่ๆ และ (2) กลุ่มนักสื่อสารมวลชน (กลุ่มนักวิชาการประเทศสวีเดน) ซึ่งมองเรื่องของการสื่อสารกับนวัตกรรมในมุมมองของนักปฏิบัติ (Journalism) จึงให้ความสำคัญกับการพูดถึงองค์ความรู้เกี่ยวกับนำเสนอข่าวสารนวัตกรรมผ่านระบบสื่อสารมวลชนบนฐานแนวคิดของวารสารศาสตร์นวัตกรรม (Innovation journalism) เป็นหลัก (Simone Huck. 2006, Claudia Mast/Simone Huck/Ansgar Zerfass. 2005, David A. Nordfors. 2551: สัมภาษณ์ทาง email)

สำหรับการวิจัยและพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรมในครั้งนี้ ดำเนินการพัฒนาหลักสูตรภายใต้แนวคิดที่มองความสัมพันธ์ของการสื่อสารกับนวัตกรรมในมุมมองที่กว้างกว่าการทำหน้าที่ในการนำเสนอข่าวสารนวัตกรรมผ่านสื่อเท่านั้น กล่าวคือ สาระของการสื่อสารนวัตกรรมในการพัฒนาหลักสูตรครั้งนี้จะมีความหมายที่ครอบคลุมถึง ความสามารถในการใช้แนวคิด เทคนิค/วิธีการใหม่ๆ ในการสื่อสารเพื่อนำเสนอเทคโนโลยี สิ่งประดิษฐ์ ผลงาน แนวคิด วิธีการ ตลอดจนแนวปฏิบัติใหม่ๆ ให้กับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในสังคมตามวัตถุประสงค์ทางการสื่อสารที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ การพัฒนาหลักสูตรในครั้งนี้จะให้ความสำคัญกับการพัฒนาผู้เรียนให้สามารถเป็นนักสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการแพร่กระจายนวัตกรรมได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้เพราะสินค้าที่เป็นนวัตกรรมนั้นเป็นการนำเสนอ/แนะนำในสิ่งใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อนในระบบสังคมนั้นๆ จึงเป็นการยากมากในการที่จะออกแบบการจัดการสื่อสารเชิงธุรกิจที่เหมาะสม เพราะถ้าบุคคลไม่รู้ว่าสิ่งของหรือบริการหรือแนวคิดตลอดจนคุณค่าต่างๆ นั้น ต้องนำไปใช้ทำอะไร และทำไมถึงจำเป็นที่จะต้องมีความต้องการในสิ่งต่างๆ เหล่านั้น ย่อมสะท้อนให้เห็นชัดเจนว่า บุคคลนั้นไม่คิดจะเข้ามาเป็นลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายอย่างแน่นอนในขณะนี้ ดังนั้นนักสื่อสารที่เหมาะสมในอนาคตของเศรษฐกิจฐานนวัตกรรมนั้นจึงจำเป็นต้องมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับเรื่องของนวัตกรรมเพียงพอที่จะสามารถเชื่อมโยงความเป็นเรื่องเล่า/จินตนาการและความเป็นนามธรรมที่ไม่คุ้นเคยไปสู่การสร้าง ความคุ้นเคยกับสิ่งต่างๆ เหล่านี้ได้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า ในยุค

เศรษฐกิจนวัตกรรมนั้น คุณภาพ ความน่าเชื่อถือหรือความเหมาะสมจากโลกอนาคตเป็นสิ่งที่มีคุณค่ามากกว่าคุณภาพหรือความน่าเชื่อถือที่เป็นผลมาจากอดีต (David Nordfors: 2006)

การสื่อสารนวัตกรรมเป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นจากการบูรณาการองค์ความรู้ทางด้านการสื่อสารเข้ากับแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องของนวัตกรรมและการแพร่กระจายนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองสภาพการแข่งขันในเชิงเศรษฐกิจและสังคมที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาและแพร่กระจายนวัตกรรมประเภทต่างๆเข้าสู่ระบบสังคมอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามเมื่อกล่าวถึงเรื่องของนวัตกรรม สามารถจำแนกได้หลากหลายประเภทไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมในเชิงวัตถุหรือนวัตกรรมในเชิงแนวคิด ส่งผลให้นักการสื่อสารที่เหมาะสมกับโลกธุรกิจฐานนวัตกรรมในปัจจุบันจำเป็นต้องมีทั้งความสามารถในการสื่อสารเพื่อแพร่กระจายนวัตกรรมประเภทต่างๆ ที่ครอบคลุมทั้งศาสตร์และศิลป์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายของการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นเพื่อให้การดำเนินการวิจัยและพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรมในครั้งนี้มีความชัดเจนในองค์ความรู้พื้นฐานอย่างครบถ้วน ผู้วิจัยจึงได้มีการศึกษาแนวคิดเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารนวัตกรรม และการแพร่กระจายนวัตกรรม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่มีความรู้และความคิดซึ่งนำไปสู่การเกิดกิจกรรมต่างๆ ทุกด้านในชีวิตของมนุษย์อย่างกว้างขวางไม่ว่าจะเป็นธุรกิจอุตสาหกรรม ระบบการคมนาคมขนส่ง ความก้าวหน้าและการเปลี่ยนแปลงทางวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี ตลอดจนความสำเร็จต่างๆ ที่ให้ประโยชน์อย่างมหาศาลแก่มนุษย์ในปัจจุบัน ความสำเร็จส่วนใหญ่ล้วนเกิดขึ้นได้เพราะมนุษย์รู้จักวิธีในการสื่อสารเพื่อถ่ายทอดความคิดและความรู้ของตนไปสู่เพื่อนมนุษย์ในสังคมเดียวกันหรือสังคมอื่น ตลอดจนมีการประดิษฐ์คิดค้นเทคโนโลยีทางการสื่อสารเพื่อนำมาใช้ในการดำรงเผ่าพันธุ์และพัฒนาการสื่อสารเพื่อความอยู่รอดและความเจริญก้าวหน้าของชาติพันธุ์มนุษย์

การสื่อสารกับมนุษย์นั้นเป็นสิ่งที่มีความเกี่ยวพันกันอยู่ตลอดเวลาไม่สามารถที่จะแยกออกจากกันได้อย่างเด็ดขาด ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า ประวัติศาสตร์ของการสื่อสารคือประวัติศาสตร์ความเจริญเติบโตของมนุษย์ หรือพัฒนาการของการสื่อสารก็คือวิวัฒนาการของสังคมมนุษย์นั่นเอง (ชวรัตน์ เชิดชัย. 2538: 50) ดังที่ฮาร์โรวด์ เอ อินนิส (ชวรัตน์ เชิดชัย. 2538: 50; อ้างอิงจาก Harold A. Innis.) นักสังคมวิทยาชาวแคนาดาเชื่อว่า การเปลี่ยนแปลงในระบบของการสื่อสารจะตามด้วยการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างของสังคม การเปลี่ยนแปลงจะรวดเร็วเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับสื่อที่มีอยู่ก่อนแต่ละประเภทที่ใช้ในการสื่อสารนั้นมีผลกระทบต่อสื่อที่เข้ามาใหม่อื่นๆอย่างไร และสอดคล้องกับแนวคิดของนักอนาคตวิทยา อัลวิน ทอฟเลอร์ (เกศินี จุฑาวิจิตร. 2542: 15-18; อ้างอิงจาก Alvin Toffler) ที่ได้เสนอเกี่ยวกับผลกระทบของพัฒนาการทาง

เทคโนโลยีการสื่อสารไว้อย่างน่าสนใจว่า วัฏจักรของการสื่อสารกับวัฏจักรของสังคมมีการเปลี่ยนแปลงหมุนเวียนไปในทิศทางเดียวกัน ในขณะที่สังคมเริ่มต้นจากหน่วยที่เล็กที่สุด และเริ่มขยายวงกว้างออกไปเป็นสังคมที่กว้างใหญ่ขึ้นเรื่อยๆ จนท้ายที่สุดมนุษย์กลับหันมาสนใจในความเป็นปัจเจกชนของมนุษย์แต่ละคนอีกครั้งนั้น การสื่อสารก็เปลี่ยนแปลงไปในวิถีเดียวกัน นั่นคือจากการสื่อสารกับตนเอง ระหว่างบุคคล ก็กลายมาเป็นการติดต่อสื่อสารเป็นกลุ่มโดยใช้ภาษาเป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารและขยายวงกว้างออกไปเป็นการสื่อสารมวลชนที่มีสื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการติดต่อ จนถึงปัจจุบันมนุษย์ได้ใช้โทรคมนาคม การสื่อสารระยะไกล (Telecommunication) ที่มีอำนาจทำให้คนในมุมโลกต่างๆ สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ ในลักษณะระหว่างปัจเจกบุคคลเพิ่มมากขึ้น จะเห็นได้ว่าการสื่อสารมีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับมนุษย์ในสังคมทุกรูปแบบ การพยายามทำความเข้าใจในเรื่องของวิวัฒนาการของการสื่อสารตลอดจนการเปลี่ยนแปลงของสื่อ และวิธีการสื่อสารตั้งแต่เริ่มต้นมาจนถึงยุคปัจจุบันนั้นจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจ เพื่อนำไปสู่การมองเห็นระบบของการสื่อสารได้อย่างลึกซึ้งมากขึ้น

1.1.1 ความหมายของการสื่อสาร

คำว่า "การสื่อสาร" หรือเรียกในภาษาอังกฤษว่า "communication" นั้นได้มีผู้ให้ความหมายไว้ต่าง ๆ กัน อย่างไรก็ตามถ้าพิจารณาการให้คำนิยามทางการสื่อสารจากกลุ่มนักวิชาการทางการสื่อสารจะพบว่า ออบรีย์ ฟิชเชอร์ นักวิชาการและนักทฤษฎีทางการสื่อสาร (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2548: 10-11) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการให้คำนิยามทางการสื่อสารจากนักวิชาการทางการสื่อสาร ซึ่งสามารถสรุป แจกแจงคำนิยามที่สะท้อนความหมายของการสื่อสารในมุมมองของนักวิชาการทางด้านการศึกษา 9 มิติ ซึ่งครอบคลุมธรรมชาติของการสื่อสารได้อย่างชัดเจนดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 มิติหลักทางการสื่อสารและตัวอย่างคำนิยาม

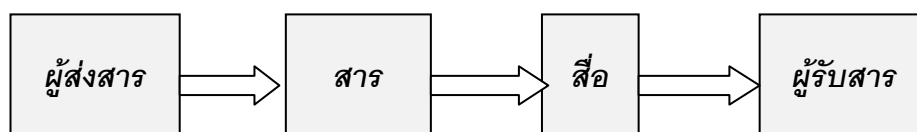
มิติหลักของการสื่อสาร	ตัวอย่างคำนิยาม
1. กระบวนการ (Process)	ทฤษฎีการสื่อสาร เป็นทฤษฎีที่สะท้อนให้เห็นกระบวนการทั้งกระบวนการ เนื่องจากเราไม่ได้สื่อสารด้วยการพูดแต่เพียงอย่างเดียว (Berlo)
2. พลวัต (Dynamic)	การสื่อสาร คือ ปฏิสัมพันธ์ตอบสนองระหว่างผู้สื่อสาร ทำให้ความหมายที่เกิดขึ้นมีลักษณะเป็นพลวัต (Bowers & Bradac)
3. ปฏิสัมพันธ์ (Interactive)	การสื่อสาร เกิดขึ้นเมื่อบุคคล 2 คนหรือมากกว่า มีปฏิสัมพันธ์ในลักษณะของการแลกเปลี่ยนระหว่างกัน (Goss)

ตาราง 1 (ต่อ)

มิติหลักของการสื่อสาร	ตัวอย่างคำนิยาม
4.ปฏิสัมพันธ์ ตอบสนอง (Transactional)	การสื่อสาร คือ กระบวนการปฏิสัมพันธ์ตอบสนองของบุคคล (Wenburg & Wilmot)
5.สัญลักษณ์ (Symbolic)	การสื่อสาร หมายถึง การถ่ายทอดสัญลักษณ์ออกไปอย่างมีความหมาย ภายใต้กรอบของเวลาและสถานที่ (Cooley)
6.ความตั้งใจ (Intentional)	ประเด็นสำคัญของการสื่อสาร คือ การที่ผู้ส่งสารถ่ายทอดสารไปยังผู้รับสาร โดยมีความตั้งใจให้สารที่ส่งไปมีผลต่อพฤติกรรมผู้รับสาร (Miller)
7.บริบท (Contextual)	การสื่อสารเกิดขึ้นภายใต้บริบทใดบริบทหนึ่งอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้เสมอ (Fisher)
8.กิจกรรมที่เกิดขึ้น โดยทุกคน ทุกเวลา และทุกสถานที่ (Ubiquitous)	การสื่อสาร คือ การตอบโต้ของอวัยวะรับสัมผัสต่อสิ่งเร้า (Stevens)
9.วัฒนธรรม (Cultural)	วัฒนธรรม คือการสื่อสาร และการสื่อสาร คือ วัฒนธรรม (Hall)

ที่มา: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2548). *ประมวลสาระชุดวิชาปรัชญานิตยศาสตร์และ ทฤษฎีการสื่อสาร* หน่วยที่ 1 – 7. หน้า 10-15

จากคำนิยามของการสื่อสารในมิติดังกล่าว สรุปได้ว่า การสื่อสารนั้นเป็นกระบวนการเป็นพลวัต และมีการถ่ายทอดอย่างตั้งใจ รวมทั้งมีปฏิสัมพันธ์ การโต้ตอบระหว่างกันอย่างมีความหมาย (เพื่อแลกเปลี่ยน เพื่อตอบสนองเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง) ภายใต้บริบทใดบริบทหนึ่ง ทั้งนี้การสื่อสารซึ่งถือว่าเป็นกระบวนการอย่างหนึ่งนั้น จะมีรูปแบบและขั้นตอนต่างๆ ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปเป็นแบบจำลองดังนี้



ภาพประกอบ 1 แบบจำลองการสื่อสาร

จากแบบจำลองในภาพประกอบ 1 จะเห็นได้ว่า กระบวนการการสื่อสารเกิดขึ้นเมื่อผู้ส่งสารต้องการจะสื่อสาร โดยนำสารที่ผู้ส่งสารต้องการจะสื่อมาผลิตให้ปรากฏเป็นสารแล้วถ่ายทอดผ่านสื่อเพื่อส่งไปยังผู้รับสารนั่นเอง ดังนั้นกระบวนการสื่อสารจึงมีองค์ประกอบสำคัญ 4 องค์ประกอบคือ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2529: 65)

1. ผู้ส่งสาร หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ต้องการจะสื่อ ความคิด ความรู้สึก ความต้องการ ข่าวสาร และวัตถุประสงค์ของตน ดังนั้น ผู้ส่งสารจึงอาจเป็นคน ๆ เดียว คนหลายคน เช่น กลุ่มนักเรียน กลุ่มผู้ถูกเวนคืนที่ดิน หรืออาจเป็นสถาบัน เช่น พรรคการเมือง บริษัท รัฐบาล หน่วยงานราชการก็ได้

2. สาร หมายถึง ผลผลิตของผู้ส่งสารที่ถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความต้องการ ข่าวสาร และวัตถุประสงค์ของตนที่ปรากฏออกมาในรูปของรหัส เช่น การพูด สารก็คือถ้อยคำที่พูด การเขียน สารก็คือตัวหนังสือที่เขียนเป็นคำเป็นประโยค การแสดงกิริยาท่าทาง สารก็ปรากฏอยู่ในกิริยาท่าทางที่แสดงออกมา หรือการอ่านหนังสือพิมพ์ สารก็คือ ข่าว ข้อความ และภาพ ที่ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์

3. สื่อ เป็นสิ่งที่นำหรือถ่ายทอดสารของผู้ส่งสาร เช่น การพูด สื่อคือคลื่นเสียงในอากาศ การอ่านหนังสือพิมพ์ คลื่นแสงในอากาศและกระดาษหนังสือพิมพ์เป็นสื่อ การดูวิทยุ โทรทัศน์ สื่อคือ คลื่นแสง คลื่นเสียง และจอวิทยุโทรทัศน์

4. ผู้รับสาร หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มคนที่รับสารของผู้ส่งสาร ดังนั้นผู้รับสารจึงอาจเป็นคน ๆ เดียว คนหลายคน เช่น กลุ่มผู้ฟังการอภิปราย มวลชน หรืออาจเป็นสถาบัน เช่น บริษัท องค์กร พรรคการเมือง เป็นต้น

องค์ประกอบทั้ง 4 นี้ มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด มีผลกระทบซึ่งกันและกัน รวมทั้งมีผลต่อการสื่อสารด้วย ดังนั้นหากผู้ส่งสารมีประสิทธิภาพ แต่สื่อและผู้รับสารด้อยประสิทธิภาพก็จะทำให้ประสิทธิผลของการสื่อสารด้อยลงไป ในทำนองเดียวกันหากผู้ส่งสารด้อยประสิทธิภาพ หากสารไม่ชัดเจน แม้จะมีสื่อและผู้รับสารที่มีประสิทธิภาพ การสื่อสารก็ยังด้อยประสิทธิผลเช่นกัน และยิ่งหากทั้งผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสารด้อยประสิทธิภาพด้วยแล้ว การ

สื่อสารก็มีโอกาสที่จะประสบผลสำเร็จน้อยที่สุด การสื่อสารจะมีประสิทธิผลมากที่สุดก็ต่อเมื่อองค์ประกอบทุกองค์ประกอบมีประสิทธิภาพสูงที่สุด

1.1.2 การสื่อสารกับการพัฒนา

การสื่อสารเป็นสายใยของสังคมและเป็นส่วนประกอบสำคัญของกระบวนการสังคมอย่างต่อเนื่อง วิวัฒนาการของสังคมจากกำเนิดจนถึงสภาพปัจจุบันและการเปลี่ยนแปลงไปสู่อนาคตล้วนอาศัยการสื่อสารเป็นปัจจัยพื้นฐานทั้งสิ้น อาจกล่าวได้ว่าสังคมเกิดจากการสื่อสารเป็นเครื่องมืออย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ หากปราศจากการสื่อสารสมาชิกของสังคมก็จะไม่สามารถรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาและย่อมไม่สามารถเปลี่ยนแปลงเป็นคนที่ทันสมัยได้ สังคมโดยรวมก็ไม่สามารถที่จะพัฒนาได้

ในขณะที่สังคมกำลังอยู่ในขั้นตอนของกระบวนการพัฒนานั้น การสื่อสารจะถูกใช้เพื่อส่งเสริมและขยายการพัฒนา ตลอดจนทำให้งานพัฒนาดำเนินไปได้โดยสะดวก การสื่อสารจะทำหน้าที่เป็นกลไกสังคมและเศรษฐกิจที่จะช่วยผลักดันให้สังคมและเศรษฐกิจพัฒนาไปตามเป้าหมายที่วางไว้ อย่างไรก็ตามการที่สังคมหรือองค์กร ตลอดจนธุรกิจต่างๆจะพัฒนาไปได้นั้น จำเป็นที่จะต้องมีการให้ความรู้หรือข้อมูลต่างๆเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรมของประชาชนเพื่อให้ประชาชนสามารถเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตให้สอดคล้องเข้ากันได้กับสภาพของสังคมที่กำลังพัฒนาไป อย่างไรก็ตามการที่ประชาชนจะยอมเปลี่ยนแปลงในสิ่งต่างๆดังกล่าวได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพนั้น จะต้องเกิดจากความสมัครใจของประชาชน เป็นความรู้สึกรู้สึกหรือความต้องการของประชาชนที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรมของตนเอง

ประเทศที่กำลังพัฒนาต้องทำให้ประชาชนตระหนักถึงความจำเป็นของการพัฒนาประเทศ และ ประโยชน์ที่จะได้รับจากการพัฒนา อีกทั้งต้องทำให้การตัดสินใจของประชาชนในการที่จะเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของตนเป็นไปได้ง่ายขึ้น และจะต้องทำให้ประชาชนนำเอาวิธีปฏิบัติแบบใหม่มาใช้ให้เกิดประโยชน์โดยราบรื่นและรวดเร็ว การสื่อสารนับว่ามีบทบาทสำคัญอย่างมากในการที่จะช่วยสำรวจสภาวะใหม่ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงในสังคม ช่วยยกระดับความกระตือรือร้นของประชาชน ชี้นำและควบคุมกระบวนการเปลี่ยนแปลง สอนทักษะใหม่ๆให้แก่ประชาชน สอนให้ประชาชนคุ้นเคยกับสังคมที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป ตลอดจนทำให้ประชาชนเข้าร่วมในโครงการพัฒนา การสื่อสารในลักษณะนี้จึงเรียกว่า การสื่อสารเพื่อการพัฒนา

บทบาทหน้าที่ของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

เนื่องจากการสื่อสารมีความสัมพันธ์อย่างแนบแน่นกับสังคม และสังคมก็ยังมีองค์ประกอบอย่างอื่นที่มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการสื่อสารได้แก่ องค์ประกอบด้าน

การเมืองและเศรษฐกิจซึ่งเกี่ยวพันกับการสื่อสารโดยอัตโนมัติ เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่าระบบการเมืองและเศรษฐกิจของประเทศมีอิทธิพลต่อระบบการสื่อสาร ระบบการสื่อสารของประเทศจะเป็นเช่นไรก็ขึ้นอยู่กับระบบการเมืองและเศรษฐกิจของประเทศ ในแต่ละประเทศจึงมีระบบการสื่อสารที่แตกต่างกันไปตามระบบการเมืองและเศรษฐกิจ การสื่อสารซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของกระบวนการสังคมซึ่งมี 2 สภาวะ คือ สภาวะปกติและสภาวะของการเปลี่ยนแปลงเพื่อการพัฒนา การสื่อสารจึงมีหน้าที่ 2 แบบคือ หน้าที่โดยทั่วไป และหน้าที่ของการสื่อสารในการพัฒนา

1. หน้าที่โดยทั่วไปของการสื่อสาร หมายถึง หน้าที่หรือภารกิจที่การสื่อสารได้ดำเนินไปเพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะปกติของสังคม

แนวคิดที่แพร่หลายที่สุดที่ได้รับการกล่าวถึงเมื่อมีการพิจารณาถึงหน้าที่ของการสื่อสารในสังคมคือความคิด ของ ลาสเวลล์ (Lasswell) นักรัฐศาสตร์ที่สนใจเรื่องของการสื่อสาร เมื่อได้ศึกษาถึงอิทธิพลของการโฆษณาชวนเชื่อในสงครามโลกครั้งที่ 2 ลาสเวลล์ ได้กล่าวถึงหน้าที่ที่สำคัญ ๆ 3 ประการของการสื่อสาร คือ การสอดส่องดูแลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม การประสานส่วนต่างๆ ในสังคมเพื่อแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อม และการถ่ายทอดมรดกทางสังคมจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนรุ่นหลังๆ นอกจากนั้นคนอื่น ๆ อาทิเช่น ชรามม์ (Shramm) ไรท์ (Wright) ได้เพิ่มหน้าที่ประการที่ 4 ของการสื่อสาร คือ หน้าที่ในการให้ความบันเทิง (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2531: 76-77)

หน้าที่ในการสอดส่องดูแลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม หมายถึง หน้าที่ในการแสวงหาและเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสิ่งแวดล้อม ทั้งเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นภายในและภายนอกสังคมหนึ่ง ๆ หน้าที่ในด้านนี้คือ หน้าที่ในการรายงานข่าว หรือการแจ้งข่าวสารนั่นเอง

หน้าที่ในการประสานส่วนต่าง ๆ ในสังคม หมายถึง หน้าที่ในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดเป็นข่าว เป็นการวิเคราะห์และเสนอแนะว่าควรจะทำอย่างไรกับสิ่งนั้น ๆ หน้าที่นี้เรียกว่า หน้าที่ในการแสดงความคิดเห็นหรือหน้าที่ในการชักจูงใจ

หน้าที่ในการถ่ายทอดมรดกทางสังคม หมายถึง หน้าที่ในการเผยแพร่ความรู้ ค่านิยม และปทัสถานของสังคมแก่สมาชิกรุ่นใหม่ของสังคม เพื่อให้วิทยาการและวัฒนธรรมของสังคมนั้นคงอยู่ต่อไป นี่คือนาหน้าที่ด้านการให้การศึกษ

หน้าที่ในการให้ความบันเทิง หมายถึง หน้าที่ในการนำเสนอและเผยแพร่การแสดงดนตรี และศิลปะ เพื่อสร้างความจรรโลงใจแก่ประชาชน

หน้าที่ทั้ง 4 ประการนี้คือนาหน้าที่สำคัญของการสื่อสารในสังคมโดยทั่วไป ไม่ว่าสังคมนั้นจะมีระบบการเมืองและเศรษฐกิจระบบใด หรือระบบการสื่อสารระบบใดก็ตาม

2. หน้าที่ของการสื่อสารในการพัฒนา

ในฐานะที่การสื่อสารเป็นพื้นฐานสำคัญของกระบวนการสังคม หน้าที่ของการสื่อสารในสังคมก็ยังคงเป็นไปเช่นเดิม ไม่ว่าสังคมจะอยู่ในภาวะปกติหรือภาวะของการเปลี่ยนแปลงไปสู่การพัฒนา สิ่งที่แตกต่างจากสภาวะปกติคือการเน้นในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนา โดยมีหน้าที่ในการให้ข่าวสาร หน้าที่ในการชักจูงใจ และหน้าที่ในการให้ความรู้ โดยการปฏิบัติหน้าที่ของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาในขณะที่ประเทศกำลังมีการพัฒนานั้น มีลักษณะดังนี้

1) หน้าที่ในการให้ข่าวสาร

การที่ประเทศจะพัฒนาไปได้นั้น ประชาชนต้องมีความกระตือรือร้นที่จะพัฒนาตนเองและสังคมโดยส่วนรวมก่อน ดังนั้นหน้าที่ของการสื่อสารจึงเป็นการให้ข่าวสารแก่ประชาชนในลักษณะที่สร้างบรรยากาศแห่งการพัฒนา (create a climate for development) ด้วยการนำเสนอข่าวสารที่เกี่ยวกับการพัฒนาให้แก่ประชาชนให้มากขึ้น (ปรมะ สตะเวทิน, 2540: 150) สารระของข่าวสารที่น่าเสนอได้แก่ วิถีชีวิตของสังคมที่พัฒนา โครงการการพัฒนาต่างๆ ระบบการเมือง สังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมของประเทศตนเองและประเทศที่พัฒนา เป้าหมายและปัญหาของการพัฒนา ซึ่งการนำเสนอข่าวสารในลักษณะดังกล่าวนี้จะกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความสนใจต่อการพัฒนา ได้รู้ได้เห็นสิ่งต่างๆเพิ่มมากขึ้น ทำให้หูตากว้างขวางขึ้น และสามารถเปรียบเทียบตัวเองและสังคมของตัวเอง กับสังคมอื่นและคนในสังคมอื่นๆได้ กล่าวโดยสรุปบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารในด้านของการให้ข่าวสารที่เอื้อประโยชน์และสนับสนุนการพัฒนานั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรูปแบบการสื่อสารผ่านทางสื่อมวลชนนั้นจะมีลักษณะการปฏิบัติหน้าที่ดังต่อไปนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2531: 78 - 80)

1.1 ขยายขอบเขตของสิ่งแวดล้อม คนจำนวนมากในสังคมล้าหลังพบว่า สื่อมวลชนเป็นสิ่งมหัศจรรย์เพราะสื่อมวลชนทำให้คนได้เห็นและได้ยินสิ่งที่ไม่เคยเห็นหรือไม่เคยได้ยินและรู้จักคนที่ตนเองไม่เคยพบ สื่อมวลชนช่วยทำให้ประชาชนในประเทศที่กำลังพัฒนาเข้าใจได้ว่าคนในประเทศอื่นนั้นอยู่กันอย่างไร และมองดูชีวิตของตัวเองด้วยสายตาใหม่ สื่อมวลชนเป็นพลังที่จะปลดปล่อยมนุษย์ให้หลุดพ้นจากระยะทางและความโดดเดี่ยว และนำประชาชนจากสังคมล้าหลังไปสู่สังคมสมัยใหม่ซึ่งสายตามุ่งไปสู่อนาคตและเส้นทางที่ยาวไกล หน้าที่นี้ของสื่อมวลชนมีความสำคัญเพราะช่วยพัฒนาคุณภาพในการคาดคะเนความรู้สึกของคนอื่นได้ ความสามารถในการคาดคะเนความรู้สึกของคนอื่นได้นี้เป็นคุณสมบัติขั้นพื้นฐานของคนที่มีทันสมัย เป็นคุณสมบัติขั้นพื้นฐานที่ประชาชนในประเทศที่กำลังพัฒนาจะต้องมี เพราะจะทำให้คนมีความสามารถในการมองตนเองในสถานการณ์ของคนอื่นได้ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงสามารถเชื่อม

การเปลี่ยนแปลงจากสังคมล้าหลังไปสู่สังคมสมัยใหม่โดยการนำเอาสิ่งที่อยู่ใกล้เคียงและทำให้สิ่งที่แปลกเป็นสิ่งที่เข้าใจได้

1.2 ดึงประชาชนมาสู่จุดสนใจ ในด้านการพัฒนานั้นสื่อมวลชนเป็นตัวละครสำคัญที่กำหนดว่าประชาชนควรจะรู้เรื่องอะไร โดยการเน้นจุดสนใจในบางเรื่องแทนที่จะเป็นเรื่องอื่นๆ สื่อมวลชนสามารถที่จะทำให้เรื่องเหล่านี้มีความสำคัญในการรณรงค์ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับประเทศที่กำลังพัฒนา ความสนใจของประชาชนถูกหักเหไปสู่เรื่องของการพัฒนา ขนบธรรมเนียมใหม่ พฤติกรรมใหม่ การปฏิบัติด้านสุขภาพและการเกษตรแบบใหม่ ผลประโยชน์ที่จะได้จากการพัฒนาหรือสิ่งที่จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลง โดยการดึงความสนใจของประชาชนไปสู่เรื่องของการพัฒนาเหล่านี้ สื่อมวลชนยังสามารถทำให้ประชาชนพูดคุยกันในชีวิตประจำวันเกี่ยวกับเรื่องการพัฒนาได้ด้วย และผู้นำประเทศสามารถใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดความคิดเรื่องการพัฒนาไปสู่ประชาชนได้อย่างแพร่หลาย

1.3 ยกกระตือรือร้นความมุ่งมาดปรารถนาของประชาชน ประเทศที่กำลังพัฒนาที่มีความจำเป็นที่จะต้องกระตุ้นประชาชนให้หลุดพ้นจากการเชื่อโชคลาง และความกลัวการเปลี่ยนแปลงโดยส่งเสริมให้เกิดความปรารถนาสิ่งที่ดีกว่าเดิมทั้งในระดับบุคคลและระดับชาติ ระดับบุคคลจะต้องมีความปรารถนาที่จะมีชีวิตที่ดีกว่าเดิมและต้องตั้งใจที่จะทำให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ปรารถนา ระดับชาติ คนในชาติจะต้องมีความมุ่งมาดปรารถนาหรือความทะเยอทะยานที่จะทำให้ชาติของตนมีความเข้มแข็งและยิ่งใหญ่ สื่อมวลชนสามารถทำหน้าที่ในการยกกระตือรือร้นความทะเยอทะยานของประชาชนในประเทศที่กำลังพัฒนาได้ ถ้าปราศจากการยกกระตือรือร้นความทะเยอทะยานของประชาชน ปราศจากการกระตุ้นให้ประชาชนดิ้นรนเพื่อชีวิตที่ดีกว่าและเพื่อความเจริญของประเทศแล้วเป็นการยากที่การพัฒนาจะเกิดขึ้น

1.4 สร้างบรรยากาศแห่งการพัฒนา สื่อมวลชนสามารถมีส่วนอย่างสำคัญในการให้ข่าวสารแก่ประชาชนทั้งในด้านปริมาณและประเภท นั่นคือ การสร้างบรรยากาศแห่งข่าวสารเพื่อกระตุ้นการพัฒนาโดยการแสดงให้เห็นเครื่องมือที่ทันสมัย และชีวิตในสังคมที่พัฒนา โดยการเสนอรายงานข่าวเกี่ยวกับการเมือง เศรษฐกิจ สังคม จากประเทศอื่น โครงการพัฒนาต่างๆ เป้าหมายและปัญหาของการพัฒนา อันจะทำให้ประชาชนมีสายตาที่กว้างไกลให้ ความสนใจ เกิดความทะเยอทะยานและย้อนมาดูตัวเองเพื่อกำหนดว่าอนาคตควรจะก้าวไปอย่างไร

2) หน้าที่ในการชักจูงใจ

การพัฒนาในด้านใดก็ตามย่อมส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของประชาชน กล่าวคือ ประชาชนต้องเปลี่ยนทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรมของตนเองเพื่อให้สอดคล้องกับการ

เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคม ดังนั้นหน้าที่ของการสื่อสารในประเทศที่กำลังพัฒนาก็คือ การชักจูงใจให้ประชาชนเปลี่ยนวิถีชีวิตของตน และเข้าร่วมในโครงการพัฒนาอย่างจริงจัง ด้วยการแสดงความคิดเห็นสนับสนุนโครงการการพัฒนาของรัฐบาล และชี้แนะการตัดสินใจของประชาชน ตลอดจนชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่ประชาชน และสังคมโดยรวมจะได้รับจากการพัฒนา (ปรมะ สตะเวทิน. 2540: 150-151) โดยการปฏิบัติหน้าที่ในการชักจูงใจของรูปแบบการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนนั้นจะมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2531: 81 - 83)

2.1 สื่อมวลชนเป็นแหล่งข่าวสารสำหรับการสื่อสารระหว่างบุคคล บุคคลที่มีอิทธิพลต่อคนอื่นในการสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นคนที่ใช้สื่อมวลชนมาก เช่น คนที่มีอิทธิพลต่อชาวนามักจะอ่าน หรือฟังข่าวจากสื่อมวลชนเกี่ยวกับการทำนามากกว่าชาวนาโดยทั่วไปคนที่เป็นผู้นำด้านการเมืองก็เป็นคนที่ใช้สื่อมวลชนด้านการเมืองมากเป็นพิเศษ ข่าวสารจากสื่อมวลชนเหล่านี้มีส่วนในการทำให้คนเรามีอิทธิพลเหนือคนอื่น เมื่อมีการเผยแพร่ข่าวสารการเกษตรในสื่อมวลชนก็เป็นที่น่าเชื่อว่าข่าวสารนี้จะถูกนำไปเผยแพร่ต่อโดยผู้มีอิทธิพลด้านการเกษตร เมื่อมีการเผยแพร่เรื่องการเลี้ยงดูเด็กที่ถูกวิธีผ่านสื่อมวลชน ผู้นำด้านการเลี้ยงดูเด็กก็จะจดจำและนำข่าวสารนั้นไปเผยแพร่แก่คนอื่น ๆ ต่อไป

2.2 สร้างสถานภาพให้บุคคล สื่อมวลชนสามารถสร้างชื่อเสียงและสถานะทางสังคมให้แก่บุคคลได้ การปรากฏเป็นภาพและข่าวในสื่อมวลชนนั้นเป็นการแสดงให้เห็นว่าคน ๆ นั้นมีความสำคัญเพียงพอที่สื่อมวลชนจะเสนอพฤติกรรมและความคิดของเขาต่อประชาชน ยิ่งในประเทศที่กำลังพัฒนาด้วยแล้วอำนาจในการสร้างสถานะให้แก่บุคคลดูจะมีมากกว่าในประเทศที่พัฒนาเสียอีก ส่วนใหญ่ของผู้นำทางการเมืองระดับชาติในประเทศที่กำลังพัฒนาแล้วแต่ได้รับสถานภาพจากสื่อมวลชนซึ่งเป็นตัวช่วยทำให้ความคิดและนโยบายของบุคคลเหล่านี้มีความน่าเชื่อถือน่าเลื่อมใส ในทำนองเดียวกันสื่อมวลชนก็สามารถสร้างสถานะให้แก่บุคคลบางคน หรืองานบางอย่างที่สมควรจะได้รับการยกย่องเป็นแบบอย่างแน่นอนว่าโครงการต่าง ๆ ของแผนการพัฒนามาจะได้รับสถานะได้รับความเชื่อถือเลื่อมใสก็ต่อเมื่อสื่อมวลชนให้ความสนใจ การให้ความสนใจของสื่อมวลชนจะดึงให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาเพราะการเข้าร่วมในการพัฒนามักจะทำให้คน ๆ นั้นได้สถานะไปด้วย

2.3 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมการกำหนดนโยบายกันอย่างกว้างขวาง เมื่อประเทศเริ่มต้นพัฒนามักเกิดความจำเป็นเร่งด่วนในการที่จะขยายการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและการตัดสินใจเกี่ยวกับนโยบายของประเทศในวงกว้างขึ้น ประชาชนธรรมดาจะต้องได้ยื่นการถกเถียงโต้แย้งเกี่ยวกับนโยบายของชาติ เพื่อว่าจะได้กำหนดความคิดเห็นของตนได้และเมื่อถึงเวลาที่เหมาะสมก็สามารถแสดงความคิดเห็นออกมาได้ ในขณะเดียวกันผู้กำหนดนโยบายใน

ระดับชาติก็จำเป็นต้องเข้าใจถึงความจำเป็น และความต้องการของหมู่บ้านให้ชัดเจนกว่าแต่ก่อน เพื่อนำมาเป็นส่วนประกอบในการพิจารณากำหนดนโยบายของประเทศ การจะกระทำเช่นนี้ได้ก็ต้องอาศัยสื่อมวลชน

สื่อมวลชนเสนอข่าวระดับชาติ ปัญหาของชาติ ความเห็นและข้อโต้แย้งของผู้นำต่าง ๆ ว่าควรจะรับนโยบายอันใด ดังนั้นการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายจึงถูกขยายให้กว้างขึ้นจนเป็นการแสดงความคิดเห็นของคนทั้งชาติ เมื่อสิ่งนี้เกิดขึ้นในระหว่างการพัฒนา เงื่อนไขของการเข้ามามีส่วนร่วมของคนในชาติก็ถูกกำหนดขึ้น การเข้าใจถึงสถานการณ์ของชาติก็ถูกกระตุ้น และเงื่อนไขต่าง ๆ สำหรับการพัฒนาชาติก็ถูกนำมาเสนอให้เห็นหนทางบรรลุเป้าหมายได้

2.4 สามารถปลูกฝังปทัสถานของสังคม ปทัสถานหลายอย่างของสังคมเป็นสิ่งที่ไม่สะดวกที่จะปฏิบัติหรือเป็นภาระแก่คน ดังนั้นจึงมีการผ่อนผันการบังคับใช้ปทัสถานของสังคม และหลายคนก็พยายามหาทางหลีกเลี่ยง ในสังคมสมัยใหม่หน้าที่ในการเผยแพร่ปทัสถานของสังคมเป็นของสื่อมวลชนเป็นส่วนใหญ่ ทั้งในด้านการให้ความรู้และการเผยแพร่ให้แก่ประชาชน สื่อมวลชนจึงมีบทบาทสำคัญในการที่จะปลูกฝังปทัสถานของสังคมเกี่ยวกับพฤติกรรมที่จำเป็นในการพัฒนาประเทศให้แก่ประชาชน เช่น ความซื่อสัตย์ ความประหยัด ความเสียสละ ความสะอาด ความมีระเบียบวินัย ฯลฯ รวมทั้งการสอดส่องดูแลการกระทำที่หลีกเลี่ยงปทัสถานของสังคม ซึ่งเปรียบได้เหมือนกับด้านตรงข้ามกับการให้สถานะแก่คน คนไหนทำดีก็ส่งเสริมชื่อเสียง คนไหนทำไม่ดีก็ประณาม ความซื่อสัตย์ การไร้สมรรถภาพ การฉ้อราษฎร์บังหลวงเมื่อสื่อมวลชนเสนอเรื่องราวไม่ดีไม่งามคนที่ประพฤติไม่ดีก็จะถูกสังคมลงโทษและเป็นการเตือนคนอื่นให้หลีกเลี่ยงการกระทำที่ไม่ดี

2.5 ช่วยปลูกฝังรสนิยม การที่คนเราจะชอบดนตรีและศิลปะประเภทใดมากน้อยเพียงใดนั้น ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับที่การนำเสนอของสื่อมวลชน อำนาจพิเศษของสื่อมวลชนก็คือความสามารถในการสร้างความคุ้นเคยของสิ่งต่างๆ แก่ประชาชน ซึ่งจะมีผลต่อการกำหนดรสนิยมของคนนั่นเอง สำหรับประเทศที่กำลังพัฒนาสื่อมวลชนยังมีบทบาทสำคัญ วัฒนธรรมเป็นสะพานเชื่อมโยงที่ดีที่สุดอย่างหนึ่งระหว่างประชาชนในประเทศ ประเทศที่กำลังพัฒนาสามารถใช้สื่อมวลชนในการสร้างความรู้สึกร่วม "ความเป็นชาติ" โดยอาศัยสื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดศิลปะประจำชาติ ดนตรีประจำชาติหรือการแสดงประจำชาติ สื่อมวลชนสามารถสร้างความเป็นปึกแผ่นของคนในชาติโดยอาศัยศิลปะเหล่านี้เป็นเครื่องกระตุ้น นอกจากนั้นความผูกพันทางใจระหว่างคนในท้องถิ่นต่างๆ

2.6 เปลี่ยนทัศนคติที่ไม่ฝังแน่น ประเทศที่กำลังพัฒนาสามารถนำสื่อมวลชนมาใช้ในการสร้างทัศนคติใหม่ๆ หรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติเดิมที่ไม่ได้ยึดมั่นอย่างเหนียวแน่นรวมทั้งเบี่ยงเบนทิศทางของทัศนคติเดิมได้ เช่น หากประชาชนเชื่อว่าการรู้หนังสือเป็นสิ่งที่ดีเป็นการง่ายที่จะชักจูงให้เขาไปเรียนหนังสือที่โรงเรียน หรือฟังวิทยุโรงเรียน หรือทำด้วยวิธีอื่นใดเพื่อให้รู้หนังสือ หากเราสามารถทำให้ประชาชนเห็นว่าวิธีปฏิบัติแบบใหม่ทางการเกษตรและการสาธารณสุขเป็นแต่เพียงวิธีการหนึ่ง ซึ่งไม่ได้แตกต่างไปจากการปฏิบัติของประชาชนก็จะทำให้ประชาชนยอมรับได้ง่ายขึ้น หากเราสามารถแสดงให้เห็นได้ว่าการแนะนำนั้นก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อย เป็นแต่เพียงการเพิ่มเติม หรือเบี่ยงเบนทิศทางของทัศนคติเดิม โอกาสที่สื่อมวลชนจะทำหน้าที่ในการชักจูงใจประชาชนให้กระทำตามแผนและโครงการพัฒนาใหม่ ๆ ก็เป็นสิ่งที่เป็นไปได้

3) หน้าที่ในการให้ความรู้

ในการพัฒนาประเทศนั้นเมื่อประชาชนได้รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับความจำเป็นที่ต้องมีการพัฒนา จนประชาชนเกิดความรู้สึกทะเยอทะยาน และตัดสินใจที่จะเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของตนแล้ว สิ่งก็ตามมาก็คือทำอย่างไรประชาชนจึงจะมีความรู้ความสามารถในการที่จะปรับตัวให้เข้ากับสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปได้ นั่นคือทำอย่างไรประชาชนจึงจะรู้หนังสือ ทำอย่างไรประชาชนจึงจะมีความรู้ ความเข้าใจถึงบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของตนในสังคมใหม่ ทำอย่างไรประชาชนจึงจะมีสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง ทำอย่างไรประชาชนจึงจะมีความสามารถในการที่จะใช้วิธีการใหม่ ๆ ในการผลิตพืชผลทางการเกษตร หรือมีความสามารถในการประกอบอาชีพใหม่ คำตอบก็คือรัฐบาลจะต้องให้ความรู้แก่ประชาชนทั้งในเรื่องของการอ่านออกเขียนได้ การเมือง การสาธารณสุข การเกษตร และการช่าง ซึ่งการสื่อสารโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อมวลชนสามารถที่จะทำหน้าที่ในการให้ความรู้ที่จำเป็นสำหรับการปรับตัวของประชาชนให้เข้ากับการพัฒนาประเทศได้เป็นอย่างดี

สื่อมวลชนสามารถทำหน้าที่ในการให้การศึกษาแก่ประชาชนได้ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม นั่นคือ การให้การศึกษาโดยตรง ได้แก่ การใช้สื่อมวลชนสำหรับการศึกษาในโรงเรียนโดยทำหน้าที่เป็นสื่อทัศนูปกรณ์สำหรับชั้นเรียน เพื่อถ่ายทอดความรู้แก่นักเรียน ใช้ประกอบการสอนของครู นอกจากนั้น การให้ความรู้โดยตรงอีกลักษณะหนึ่งก็คือ การใช้สื่อมวลชนสำหรับการศึกษานอกโรงเรียน ซึ่งเป็นการทำหน้าที่แทนครูเพื่อถ่ายทอดความรู้แก่ประชาชนเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม เพื่อพัฒนาความรู้อาชีพ และความเป็นอยู่ของประชาชนเหล่านั้นให้ดีขึ้น เช่น สอนประชาชนที่พ้นวัยเข้าโรงเรียนให้สามารถอ่านออกเขียนได้ สอนวิชาชีพ สอนวิธีการใหม่ๆทางการเกษตรกรรม เพื่อให้ปลูกพืชผลได้ผลผลิตเพิ่มขึ้นและดีขึ้น สอนเรื่องสุขภาพอนามัย และการบริโภคเพื่อให้ประชาชนมีการกินดีอยู่ดี ส่วนการให้ความรู้โดยอ้อมนั้นจะเป็นการใช้สื่อมวลชนเพื่อให้การศึกษา

แก่ประชาชนทั่วไป โดยสื่อมวลชนจะทำหน้าที่เสนอความรู้ในด้านต่างๆ เช่น การเมือง การปกครอง การทำมาหากิน การเศรษฐกิจ สุขภาพอนามัย และความรู้ทั่วไปเป็นต้น ตามปกตินิสัยของคน เมื่อประชาชนอ่านหนังสือพิมพ์ ฟังวิทยุกระจายเสียง ชมวิทยุโทรทัศน์ ฯลฯ ประชาชนก็จะได้รับความรู้จากสื่อต่างๆ เหล่านี้โดยอัตโนมัติ

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทั้งหมดข้างต้นพบว่า เมื่อมีการพูดถึงคำว่า “การสื่อสาร” ส่วนใหญ่จะตีความครอบคลุมในเรื่องของการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันหรือการถ่ายทอดสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างตั้งใจภายใต้บริบทหนึ่งๆ และมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญใน 2 ลักษณะคือ สื่อสารเพื่อถ่ายทอดตามหน้าที่และบทบาทโดยทั่วไป กับสื่อสารเพื่อนำไปสู่การพัฒนาระบบต่างๆ ในสังคม การพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรมในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องของการสื่อสาร รวมถึงการสื่อสารเพื่อการพัฒนาเข้ามาเป็นแนวคิดพื้นฐานในการศึกษาเกี่ยวกับองค์ความรู้ในเรื่องของการสื่อสารนวัตกรรมต่อไป

1.2 แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม

ในศตวรรษที่ 21 บทบาทของภาคอุตสาหกรรมจะเข้ามามีอิทธิพลทดแทนภาคการเกษตรมากขึ้นโดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value creation industry) การมุ่งเน้นงานวิจัย และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มเป็นสิ่งที่องค์กรต้องคำนึงถึงเป็นสิ่งแรก (วัชริน มีรอด. 2549: 71; อ้างอิงจาก Kenichi, 1990) และหากองค์กรใดละเลยการสร้างนวัตกรรม อาจนำไปสู่การล่มสลายได้ “Not to innovate is to die” ส่งผลให้บริษัทชั้นนำของประเทศไทยได้มีการปรับเอาแนวคิดเกี่ยวกับการใช้นวัตกรรมมาเป็นยุทธศาสตร์หลักในการขับเคลื่อนองค์กร

1.2.1 ความหมายของคำว่า “นวัตกรรม”

นวัตกรรม (Innovation) เป็นสิ่งที่ได้นำมาศึกษาในหลายบริบททั้งทางด้านเทคโนโลยี การค้า ระบบสังคม การพัฒนาทางเศรษฐกิจ และระบบโครงสร้างการเมือง ดังนั้นจะเห็นได้ว่า มีแนวทางให้คำอธิบายเกี่ยวกับคำว่า “นวัตกรรม” ไว้ในศาสตร์ที่หลากหลายแตกต่างกันไป แต่ความหมายที่มีการใช้กันมาอย่างต่อเนื่องนั้นคือ การมอง “นวัตกรรม” ว่าเป็นเรื่องของการกระทำหรือกิจกรรมการนำเอาสิ่งใหม่ที่มีประโยชน์มาใช้เป็นครั้งแรก เช่น การแนะนำวิธีการดำเนินงานใหม่ๆ เทคนิคใหม่ๆ วิถีปฏิบัติใหม่ๆ หรือผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เป็นทางเลือกใหม่ เป็นต้น ดังนั้นเมื่อกล่าวถึงคำว่า “นวัตกรรม” ก็จะหมายถึงกระบวนการในการแนะนำสิ่งใหม่ๆ เข้าสู่ระบบ หรือการทำให้ความรู้ ความคิดกลายเป็นผลิตภัณฑ์ บริการใหม่ๆ และ/หรือกระบวนการผลิตใหม่ที่เป็นประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ โดยผลิตภัณฑ์หรือบริการเหล่านั้นไม่เคยมีมาก่อนในระบบสังคมนั้นๆ ทั้งนี้ความใหม่นี้ดังกล่าวสามารถเป็นได้ทั้งในระดับองค์กร ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ (นตพร จันทรรวาสุทธิ์. 2549: 49) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดพื้นฐานที่เป็นเสมือนฐานรากของ

ความคิดเกี่ยวกับเรื่องนวัตกรรมของ โจเซฟ ชัมปีเตอร์ (Joseph Shumpeter) ซึ่งเป็นคนแรกที่ได้ให้นิยามคำว่า “นวัตกรรม” ในปีค.ศ. 1934 ภายใต้มุมมองทางด้านเศรษฐกิจ (David Nordfors, InJo3-5 – Oct 25, 2006: 5-6) ว่า นวัตกรรมในเชิงธุรกิจ (Economic innovation) นั้นหมายความว่า (2006: online)

1. การแนะนำสินค้าใหม่ หมายความว่าถึงสิ่งที่ยุ่บริโภคยังไม่มี ความคู้เคยหรือสินค้าที่มีการปรับเปลี่ยนคุณภาพใหม่
2. การแนะนำวิธีการในการผลิตแนวใหม่ซึ่งครอบคลุมทั้งวิธีการประดิษฐ์ในเชิงวิทยาศาสตร์และวิธีการขายสินค้าแนวใหม่
3. การเปิดตลาดใหม่ หมายความว่าถึงการเข้าตลาดที่กลุ่มอุตสาหกรรมไม่เคยเข้ามา ก่อนหรือเป็นตลาดที่ไม่เคยมีมาก่อน
4. การนำเข้ามาของแหล่งต้นทุน/วัตถุดิบใหม่ๆที่ไม่เคยมีมาก่อน
5. การขยายสาขาของอุตสาหกรรมหรือการแตกสาขาทางธุรกิจ

อย่างไรก็ตามที่ผ่านมามีเกิดความสับสนอย่างมากในการให้คำจำกัดความระหว่างคำว่า “นวัตกรรม (Innovation)” และ “ประดิษฐ์กรรม (Invention)” ดังจะเห็นได้จากผลการสำรวจของ D. Nordfors, D. Kreiss, and Jan Sandred (2006: online) ที่พบว่า กองบรรณาธิการชาวชาวสวีเดนส่วนใหญ่คิดว่า “นวัตกรรม” และ “ประดิษฐ์กรรม” นั้นเป็นคำที่มีความหมายเดียวกัน ซึ่งไม่ถูกต้อง เพราะประดิษฐ์กรรมนั้นหมายถึง สิ่งใหม่ (Something new) สิ่งประดิษฐ์ หรือประดิษฐ์กรรม การคิดค้น การประดิษฐ์สิ่งใหม่ (Oxford Advanced Learner's Dictionary, 2005:818) ในขณะที่นวัตกรรมนั้นหมายถึง การแนะนำสิ่งใหม่ (Introducing something new) (David Nordfors. InJo3-5 – Oct 25, 2006: 5) หรือสิ่งใหม่/วิธีการใหม่ที่ได้รับการแนะนำเข้าสู่ระบบ (Oxford Advanced Learner's Dictionary. 2005: 801) อาจกล่าวได้อีกนัยว่าประดิษฐ์กรรมนั้นเป็นเรื่องการอธิบายถึงการเกิดขึ้นครั้งแรกของแนวคิดทั้งในส่วนของผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการต่างๆ เป็นต้น ในขณะที่นวัตกรรมนั้นจะเป็นการอธิบายถึงความพยายามครั้งแรกในการที่จะนำสิ่งต่างๆไปสู่การปฏิบัติ (Fagerberg, Jan., 2004:4) กล่าวโดยสรุปได้ว่า นวัตกรรมเป็นเรื่องของกระบวนการในการแนะนำหรือการเผยแพร่/การแพร่กระจายสิ่งใหม่ๆ เข้าไปด้วย (Innovation diffusion)

นอกจากนี้ในประเด็นเกี่ยวกับสิ่งใหม่ๆ นั้น ในช่วงแรกมีการให้คำจำกัดความตามแบบชัมปีเตอร์ (Schumpeterian-type) (Erkki Kauhanen; & Elina Noppari, 2007: 20) กล่าวคือ เมื่อมีการพูดถึงสิ่งใหม่ๆ จะมุ่งประเด็นไปที่การพัฒนาเชิงเทคโนโลยีและการพัฒนาสิ่งต่างๆในเชิงพาณิชย์ทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์/สินค้า หรือบริการเป็นสำคัญ ซึ่งแนวคิดดังกล่าวนี้ได้รับการยอมรับ

อย่างกว้างขวางในกลุ่มนักเศรษฐศาสตร์หรือกลุ่มวิศวกรผู้ซึ่งไม่ตระหนักถึงความสำคัญในการเปิดประเด็นโต้เถียงในการมองสิ่งใหม่บนฐานสังคมศาสตร์มากเท่าที่ควร ส่งผลให้การมองประเด็นเกี่ยวกับสิ่งใหม่/วิธีการใหม่ที่ได้รับการแนะนำเข้าสู่ระบบนั้นจะเป็นการมองในวงแคบเฉพาะสิ่งใหม่หรือวิธีการใหม่ที่เป็นผลการวิจัยและพัฒนาหรือการคิดค้นบนฐานของเทคโนโลยีและเชิงพาณิชย์เป็นสำคัญ อย่างไรก็ตามในระยะต่อมาระบบเศรษฐกิจมีการเติบโตมากขึ้น สภาพการแข่งขันสูงขึ้น การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันที่อิงเฉพาะการเร่งวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ เท่านั้นอาจไม่เพียงพอ จึงส่งผลให้การให้คำจำกัดความของสิ่งใหม่/วิธีการใหม่ที่ได้รับการแนะนำเข้าสู่ระบบนั้นมีการขยายขอบเขตที่กว้างขึ้นมากกว่าการเป็นเพียงผลิตภัณฑ์หรือเทคโนโลยีเท่านั้นแต่เป็นเรื่องของการเพิ่มมูลค่าหรือเป็นเรื่องของกระบวนการมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากการให้คำจำกัดความของ สตาร์เลย์และกรอนรูส (Stahle; & Gronroos:1999, Citing in: Erkki Kauhanen, Elina Noppari, 2007: 20) ที่ว่า สิ่งใหม่/วิธีการใหม่ที่ได้รับการแนะนำเข้าสู่ระบบนั้นเป็นเรื่องของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในตัวผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกิจกรรมอื่นๆ อันเป็นการเพิ่มมูลค่าเพื่อพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันในบริบทนั้นๆ อย่างมีประสิทธิภาพ การอธิบายประเภทของนวัตกรรมจึงมีความหลากหลายครอบคลุมทั้งในด้านของเทคโนโลยี ผลิตภัณฑ์ ทรัพย์สินองค์กร กระบวนการ การบริการ พฤติกรรมผู้บริโภค (User habit) รูปแบบวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์แบบใหม่ กลยุทธ์การตลาดแนวใหม่ การจัดการเทคนิควิธีการ การเรียนรู้ องค์ความรู้ใหม่ ประสบการณ์ใหม่ หรือรูปแบบการจัดการทางธุรกิจแนวใหม่ เป็นต้น และวิลเลียม มิลเลอร์ (Erkki Kauhanen, Elina Noppari. 2007: 21; Citing William Miller:2000) กล่าวว่า สิ่งใหม่/วิธีการใหม่ที่ได้รับการแนะนำเข้าสู่ระบบนั้นไม่ได้กล่าวถึงเฉพาะการแนะนำเชิงการตลาดของสิ่งประดิษฐ์ ผลิตภัณฑ์หรือเทคโนโลยีใหม่เท่านั้นแต่หมายรวมถึงแนวคิดต่างๆ ทั้งหมดที่เกี่ยวข้อง ในส่วนของการกล่าวถึงสิ่งประดิษฐ์นั้นหมายถึงความพยายามที่จะทำบางสิ่งบางอย่างให้ดีขึ้นกว่าเดิม อย่างไรก็ตามการกำหนดว่าแนวคิดใดเป็นนวัตกรรมหรือไม่นั้นจะอยู่บนพื้นฐานว่า แนวคิดนั้นต้องมีการปรับปรุงหรือมีการสร้างสรรค์ในปริมาณที่เพียงพอที่จะสามารถพิจารณาได้ว่ามีความใหม่ในบริบทนั้นๆ กล่าวคือมุ่งเน้นที่จะเห็นการเปลี่ยนแปลงในเชิงคุณภาพขององค์ประกอบต่างๆ ตามความเหมาะสม

กล่าวโดยสรุปจะเห็นได้ว่า ให้คำจำกัดความของคำว่า นวัตกรรม ในปัจจุบันนั้นจะกล่าวถึงสิ่งใหม่/วิธีการใหม่ที่ได้รับการแนะนำเข้าสู่ระบบโดยคำนึงถึงประเด็นทางด้านสังคม วัฒนธรรม โครงสร้างองค์กร หรือแม้แต่งานสร้างสรรค์ทางศิลปะด้วย ซึ่งเป็นการขยายขอบเขตสถานะของการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องของนวัตกรรมไปสู่ศาสตร์ที่หลากหลายบนฐานของการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของคุณค่า พันธกิจ กลยุทธ์ ตลอดจนกระบวนการในการดำเนินงานต่างๆ โดย

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ต้องมีการสร้างสรรค์มากเพียงพอ ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นการทำความเข้าใจแนวคิดเกี่ยวกับ “นวัตกรรม” เพื่อนำมากรอบในการจัดการสื่อสารโดยเป้าหมายเพื่อเชื่อมโยงกระบวนการในการจัดการสื่อสารกับการขับเคลื่อนนวัตกรรมต่างๆขององค์กรได้อย่างเหมาะสม ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้ให้คำจำกัดความของ “นวัตกรรม” ว่าหมายความว่า สิ่งใหม่หรือวิธีการใหม่ที่น่าไปสู่การสร้างคุณค่า/ความเชื่อ/ค่านิยม ตลอดจนพฤติกรรมใหม่ๆให้เกิดขึ้นทั้งในระบบเศรษฐกิจและสังคม ทั้งนี้ครอบคลุมทั้งนวัตกรรมที่เป็นเทคโนโลยี/สิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรมเชิงกระบวนการ และนวัตกรรมเชิงคุณค่า

1.2.2 ประเภทของนวัตกรรม

ในยุคที่ระบบเศรษฐกิจถูกขับเคลื่อนด้วยความรู้ นั้น นวัตกรรมได้กลายมาเป็น ศูนย์กลางของความสำเร็จในการแข่งขันเชิงธุรกิจ องค์กรต่างๆไม่ว่าขนาดใหญ่หรือเล็กต่างหันมา เริ่มประเมินสินค้า ผลิตภัณฑ์ บริการและแม้แต่วัฒนธรรมองค์กรของตนใหม่เพียงเพื่อรักษาขีดความสามารถทางการแข่งขันในตลาดของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนั้นบริษัทที่มอง การณไกลเริ่มตระหนักว่า การเปลี่ยนแปลงอย่างถอนรากถอนโคนเท่านั้นที่จะช่วยให้องค์กรอยู่รอด ได้ท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงดุเดือด การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวหมายความว่า การสร้างสิ่งใหม่ จากความคิดสร้างสรรค์ใหม่เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการใหม่ที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ หรือกล่าว อีกนัยหนึ่งคือ นวัตกรรมนั่นเอง นวัตกรรมจึงมีบทบาทสำคัญที่จะช่วยให้บริษัทสามารถแข่งขันได้ อย่างแท้จริงในโลกยุคปัจจุบัน (ปริดา ยังสุขสถาพร. 2548: 24) อย่างไรก็ตามเมื่อมีการพูดถึงคำว่า นวัตกรรมนั้นจะพบว่า มีการแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ (Wikipedia, the free encyclopedia. 2550: online) คือ 1) นวัตกรรมเป็นกระบวนการในการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงหรือการพัฒนาใน ด้านต่างๆโดยการนำเสนอสิ่งใหม่ และถ่ายทอดหรือแปลความแนวคิดใหม่ไปสู่การเกิดผลกระทบ ในเชิงสังคมที่สามารถจับต้องและมองเห็นได้อย่างเป็นรูปธรรม และ 2) นวัตกรรมเป็นผลผลิตที่ ครอบคลุมทั้งในเรื่องของแนวคิดใหม่ สิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ วิธีการใหม่ รวมทั้งอุปกรณ์ เครื่องมือ ตลอดจนเทคโนโลยีใหม่ๆ เป็นต้น

นวัตกรรมโดยตัวเองสามารถจัดประเภทได้หลายรูปแบบขึ้นอยู่กับการให้ความหมาย ในแต่ละศาสตร์ที่แตกต่างกัน และบริบทในการนำไปใช้ ไม่ว่าจะเป็นในด้านเทคโนโลยี เชิงพาณิชย์ ระบบสังคม การพัฒนาเชิงเศรษฐกิจ และการกำหนดโครงสร้างเชิงนโยบาย เป็นต้น ส่งผลให้มีการ จัดประเภทของนวัตกรรมหลากหลายครอบคลุมทั้งนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมด้าน กระบวนการ นวัตกรรมด้านการบริการ นวัตกรรมด้านการตลาด นวัตกรรมด้านการเงิน นวัตกรรม ด้านภาษา ศิลปะและวัฒนธรรม นวัตกรรมด้านการบริหารจัดการและการปกครอง หรือนวัตกรรมด้าน ความศรัทธา ความคิดและความเชื่อ เป็นต้น (วรภัทร์ ภูเจริญ. 2550: 10-11) เมื่อพิจารณาใน

ภาพรวมจะพบว่า นวัตกรรมสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภทใหญ่ๆ ('4Ps' of innovation) คือ (เศรษฐกิจ มະลิสุววรรณ. 2549: online.)

1) Product innovation : การเปลี่ยนแปลงในผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กร เช่น การออกแบบรถรุ่นใหม่ที่มีระบบป้องกันให้กับเด็กทารก หรือระบบ Home entertainment แบบใหม่

2) Process innovation : การเปลี่ยนแปลงในส่วนของการกระบวนการผลิตหรือกระบวนการนำเสนอผลิตภัณฑ์ เช่น การเปลี่ยนแปลงกรรมวิธีการผลิตและเครื่องมือที่ใช้ในการผลิตรถยนต์ หรือระบบ Home entertainment หรือการเปลี่ยนแปลงรูปแบบ/วิธีการบริหารจัดการในระบบต่างๆ เป็นต้น

3) Position innovation : การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสินค้าหรือบริการซึ่งเป็นการเปลี่ยนตำแหน่งของผลิตภัณฑ์โดยการสร้างการรับรู้และความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ต่อลูกค้า เช่น Lucozade ที่แต่เดิมเป็นเครื่องดื่มสำหรับเด็กช่วยให้ฟื้นไข้เร็ว แต่ต่อมาผู้ผลิตได้นำเสนอรูปแบบการใช้ Lucozade ใหม่โดยนำเสนอในรูปแบบเครื่องดื่มบำรุงร่างกายสำหรับนักกีฬา เป็นต้น

4) Paradigm innovation : การมุ่งให้เกิดนวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงกรอบความคิด เช่น การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการผลิตรถยนต์อย่างสิ้นเชิงของบริษัทผู้ค้า จากการที่แต่เดิมมีการผลิตด้วยมือที่มีราคาแพง ผู้มีฐานะร่ำรวยเท่านั้นที่สามารถมีไว้ครอบครองได้ มาเป็นการผลิตจำนวนมากแบบ Mass production ที่มีราคาที่เหมาะสม ใครก็ได้สามารถที่จะใช้รถยนต์ของ Ford ได้ ซึ่งต่อมาก็ได้มีการนำวิธีการผลิตแบบ Mass production นี้มาใช้ในหลากหลายอุตสาหกรรม หรือแม้กระทั่งการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินงานของธุรกิจการบินสู่การบริการสายการบินต้นทุนต่ำ หรือการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ก็เป็นอีกตัวอย่างหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงกรอบแนวคิดในการดำเนินงาน (Paradigm innovation)

อย่างไรก็ตาม แม้นวัตกรรมจะถูกจัดประเภทไว้หลากหลายรูปแบบดังกล่าวข้างต้น แต่เมื่อพิจารณาแนวคิดพื้นฐานของแต่ละรูปแบบพบว่า นวัตกรรมจะเป็นการกล่าวถึง ความสำเร็จในการนำสิ่งใหม่ๆ ที่ครอบคลุมทั้งในเรื่องของกระบวนการ แนวคิด ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ตลอดจนเทคโนโลยีไปใช้เป็นครั้งแรกในระบบสังคมนั้นและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในลักษณะของการพัฒนา หรือการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น หรือการสร้างความแตกต่างให้เห็นได้อย่างชัดเจน หรือการสร้างคุณค่าใหม่ให้เกิดขึ้นและมีผลกระทบทั้งในเชิงเศรษฐศาสตร์และการเปลี่ยนผ่านในระบบสังคม (วรภัทร์ ภูเจริญ. 2550: 10, Wikipedia, the free encyclopedia. 2550: online)

1.2.3 ปัจจัยสนับสนุนการเกิดนวัตกรรม

ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการส่งเสริมหรือผลักดันให้เกิดนวัตกรรมในปัจจุบันคือ การเปลี่ยนแปลงของบริบทสังคมโลกอันประกอบด้วย (วัชริน มีรอด. 2549: 72-75)

1. โลกไร้พรมแดน - เคอิจิ โอมาเอะ ผู้เขียนหนังสือเรื่อง “โลกไร้พรมแดน” ได้กล่าวว่า โลกแห่งอนาคตเป็นโลกของการไร้ซึ่งพรมแดน ทั้งนี้เพราะการเคลื่อนย้ายของเงินทุน การกระจายของข้อมูล ข่าวสารและสารสนเทศเกิดขึ้นอย่างแพร่หลาย การเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตทำได้อย่างเสรี รวมทั้งยังแนะนำให้องค์กรธุรกิจปรับโครงสร้างและระบบการจัดการใหม่เพื่อตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้อย่างเท่าทัน

การเปลี่ยนแปลงของภาคอุตสาหกรรมต้องก้าวไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value creation industry) การมุ่งเน้นงานวิจัยและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มเป็นสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงเป็นสิ่งแรก ในขณะเดียวกันการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรก็จะต้องมีการดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ดังนั้นการนำเอาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาประยุกต์ใช้จึงกลายเป็นสิ่งที่ธุรกิจจะต้องพัฒนาและสร้างเกิดขึ้นโดยเร็ว

2. การอิมตัวของตลาดที่รวดเร็ว - จากการที่ปัจจุบันผู้บริโภคมีความคาดหวังที่จะเห็นการปรับเปลี่ยนสินค้าและบริการในลักษณะที่ถี่ขึ้นตลอดเวลา ทำให้ผู้บริโภคมีความเบื่อหน่ายสินค้าและบริการเร็วมากขึ้นกว่าเดิม ส่งผลให้วงจรชีวิตของสินค้ามีอายุสั้นลง ปรากฏการณ์ดังกล่าวส่งผลให้ ธุรกิจจำเป็นต้องเร่งพัฒนาและนำเสนอสินค้า/บริการใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ผู้บริหารในปัจจุบันจึงให้ความสำคัญกับเรื่องของนวัตกรรมเพื่อสร้างศักยภาพในการแข่งขันให้คงอยู่ตลอดไป ดังจะเห็นได้จากแนวคิดของ เดวิลลาและคณะ (Davila et al. 2006: online) ที่ระบุว่า “บริษัทคงไม่สามารถเติบโตได้ตลอดรอดฝั่งถ้าเราจะปรับกลยุทธ์เป็นแค่การลดต้นทุน (Cost reduction) และการปรับรีวิวระบบโครงสร้างการบริหารจัดการ (reengineering) เท่านั้น...innovation เป็นองค์ประกอบสำคัญในการเตรียมตัวเพื่อการเติบโตเชิงรุกและเพื่อเพิ่มผลการทำงานเบื้องต้น”

3. เทคโนโลยีที่มีความทันสมัยมากขึ้น - ปัจจุบันจะเห็นได้ว่า เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงต่างอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะเทคโนโลยีชีวภาพที่ส่งผลให้รูปแบบของสินค้าและบริการต่างๆ มีความแตกต่างไปจากอดีตอย่างเห็นได้ชัด เช่น การเปลี่ยนรูปแบบของการให้บริการการรักษาที่ใช้วิธีเดียวกันไปสู่การใช้รูปแบบที่จำเพาะต่อบุคคลได้มากขึ้น หรือการพัฒนาเทคโนโลยีทางการสื่อสารและด้านการเงินที่เน้นการบูรณาการร่วมกันเพื่ออำนวยความสะดวกในเรื่องของการใช้จ่ายใช้สอยในลักษณะของบัตร Smart purse ที่สามารถจ่ายเงินได้โดยไม่ต้องใช้เงินสด จากความทันสมัยของเทคโนโลยีต่างๆ ข้างต้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ธุรกิจจะต้องเริ่มหันมาให้

ความสำคัญกับเรื่องของนวัตกรรมทั้งนี้จะเป็นไปเพื่อผลักดันเกิดกระบวนการในการแนะนำ/ถ่ายทอดเทคโนโลยีที่มีการสร้างขึ้นไปสู่การนำไปใช้จริงในสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป กล่าวคือ ถึงแม้ว่าการเปลี่ยนแปลงเชิงเทคโนโลยีจะเกิดขึ้นพร้อมการเริ่มต้นของเทคโนโลยีใหม่ๆ อยู่เสมอ แต่อย่างไรก็ตามเทคโนโลยีต่างๆ เหล่านั้นจะไม่มีค่าสำคัญเลยถ้าไม่ได้มีการนำไปสู่การใช้กันอย่างกว้างขวาง โดยนำไปทดแทน เปรียบเทียบกับเทคโนโลยีในแบบเดิม หรือทำความเข้าใจกับองค์ประกอบต่างๆ เบื้องต้น (Erkki Kauhanen; & Elina Noppari. 2007: 15)

จากปัจจัยสนับสนุนดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า นวัตกรรมเป็นสิ่งที่ไม่ได้เกิดขึ้นได้ด้วยตัวของมันเองและยังเป็นเรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับบุคคลหรือหน่วยงานต่างๆ มากกว่าหนึ่งคนหรือหนึ่งหน่วยงาน ลักษณะดังกล่าวนี้เองที่ส่งผลให้มีการดำเนินการจัดตั้งระบบนวัตกรรม (Innovation system) หรือระบบนวัตกรรมแห่งชาติ (National innovation system) ขึ้นเพื่อสนับสนุนให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ เกิดการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายระหว่างภาคประชาชน ภาคเอกชนและหน่วยงานภาครัฐ อันจะนำไปสู่การส่งต่อความรู้ ข้อมูล ทักษะ เทคโนโลยี ตลอดจนแนวคิดใหม่ๆ เพื่อผลักดันให้เกิดกระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการอันเป็นการใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมนั้นๆ อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด (Freeman. 1987., นตพร จันทรวราสุทธิ. 2549: 49., David Nordfors. 2006: 7) อย่างไรก็ตามเมื่อมีการพิจารณาตามแนวคิดทฤษฎีระบบนวัตกรรม (Innovation-system theory) จะเห็นได้ว่า นวัตกรรมและการพัฒนาเทคโนโลยีนั้นเป็นผลสืบเนื่องของชุดความสัมพันธ์อันซับซ้อนระหว่างผู้มีบทบาท (Actors) ในระบบซึ่งประกอบด้วยภาคเอกชน/ธุรกิจ มหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัย

ดังนั้นการดำเนินการจัดการนวัตกรรมให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพจนเกิดประสิทธิผลสูงสุดนั้นมีความจำเป็นที่จะต้องวางแผนอย่างรอบคอบและเป็นระบบเพราะนวัตกรรมเป็นประเด็นที่มีความเกี่ยวข้องกับหลายฝ่าย การจัดการนวัตกรรมที่เหมาะสมจึงต้องให้ความสำคัญกับการวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี ตลอดจนนวัตกรรมใหม่ๆ สามารถผสมผสานเข้ากับธุรกิจและการตลาดได้อย่างเหมาะสม หรือเพื่อให้นโยบายทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเชื่อมโยงเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม การค้า การลงทุนและสังคม ดังนั้นการจัดการนวัตกรรมจึงเป็นการวางแผนในระยะยาวเพื่อเน้นให้เกิดการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์บนพื้นฐานของการตลาด ทั้งนี้หัวใจของระบบนวัตกรรมได้แก่ การจัดการที่ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่มีบทบาทในระบบ เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้แนวคิด ประสบการณ์ มีการเรียนรู้และส่งต่อความรู้อย่างเป็นระบบ ลดความซับซ้อน อันจะนำไปสู่การแก้ปัญหาต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of innovation)

นวัตกรรมเป็นเรื่องของความพยายามครั้งแรกในการที่จะนำสิ่งต่างๆไปสู่การปฏิบัติ ซึ่งเมื่อมีการพูดถึงกระบวนการในลักษณะดังกล่าวนี้ จำเป็นที่จะต้องกล่าวถึงกระบวนการในการแนะนำหรือการเผยแพร่/การแพร่กระจายสิ่งใหม่ๆ เข้าไปด้วย (Innovation diffusion) กล่าวคือนวัตกรรมต่างๆจะเข้าสู่ระบบสังคมได้นั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการเผยแพร่ โดยมีจุดมุ่งหมายสำคัญคือต้องการให้เกิดการยอมรับความคิดอันจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายดังจะเห็นได้จากการให้คำจำกัดความของ แคทซ์ และคณะ (สุปราณี จริยะพร. 2542: 18; อ้างอิงจาก Katz, Levin; & Hamilton) ที่กล่าวว่า การเผยแพร่ นวัตกรรมเป็นการยอมรับความคิดและข้อปฏิบัติใหม่ของบุคคลหรือกลุ่มบุคคล โดยอาศัยสื่อหรือช่องทางการติดต่อสื่อสาร ซึ่งการยอมรับจะขึ้นอยู่กับโครงสร้างของสังคม ระบบวัฒนธรรมและค่านิยมทางสังคม กระบวนการเผยแพร่ นวัตกรรมนั้นจะเป็นกระบวนการที่นวัตกรรมถูกสื่อสารผ่านช่องทางการสื่อสารในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ไปยังสมาชิกในระบบสังคม (Rogers; & Shoemaker. 1971: 18) ทั้งนี้ในกระบวนการเผยแพร่ นวัตกรรมทุกชนิดจะต้องมีองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการ ได้แก่ นวัตกรรม ช่องทางการรับรู้ข่าวสาร ช่วงเวลา และสมาชิกในระบบสังคม ดังนี้

1. นวัตกรรม (Innovation)

ความคิด การกระทำ หรือสิ่งของที่บุคคลเห็นว่าเป็นสิ่งใหม่ขึ้นอยู่กับการที่บุคคลรับรู้ว่สิ่งนั้นเป็นของใหม่โดยความเห็นของบุคคลซึ่งจะเป็นเครื่องตัดสินการตอบสนองของบุคคลต่อสิ่งนั้น อาจไม่จำเป็นต้องเป็นความรู้ใหม่ เพราะบุคคลอาจมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาระยะเวลาหนึ่ง แต่ยังไม่ได้พัฒนาความคิดที่จะยอมรับหรือปฏิเสธ โดยการตัดสินใจที่จะยอมรับ นวัตกรรมหรือไม่ นั้นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะของนวัตกรรม

ลักษณะของนวัตกรรม (Attributes of innovations) มีผลต่ออัตราความเร็ว-ช้าในการยอมรับ นวัตกรรมแตกต่างกัน ซึ่งคุณลักษณะของนวัตกรรมมีดังนี้

- 1) นวัตกรรมนั้นมีประโยชน์ต่อผู้รับหรือไม่ (Relative advantage)
- 2) มีความสอดคล้องกับแนวคิด หรือค่านิยม หรือบรรทัดฐานทางสังคมของผู้รับหรือไม่ (Compatibility)
- 3) นวัตกรรมมีความยุ่งยากซับซ้อนในการเข้าใจและนำไปใช้มากน้อยเพียงใด (Complexity)
- 4) นวัตกรรมนั้นสามารถนำไปทดลองใช้ได้หรือไม่ (Trialability)
- 5) สามารถสังเกตเห็นผลที่จะเกิดขึ้นได้ชัดเจนเพียงใด (Observability)

2. ช่องทางการรับรู้ข่าวสาร

การสื่อสารเพื่อเผยแพร่นวัตกรรมนั้น เป็นกระบวนการเผยแพร่ที่สาร (Message) ถูกส่งผ่านจากแหล่งข่าว (Source) ไปยังผู้รับสาร (Receiver) ผ่านช่องทางการสื่อสาร (Communication channel) โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมบางอย่างของผู้รับสาร ช่องทางการรับรู้ข่าวสารหรือสื่อจึงเป็นเครื่องมือหรือวิธีการที่สารออกจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร

3. ช่วงเวลา

เป็นองค์ประกอบสำคัญในการพิจารณากระบวนการเผยแพร่นวัตกรรม โดยเฉพาะในแง่ของกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม (Innovation decision process) ซึ่งเป็นกระบวนการที่มีได้เกิดขึ้นทันทีที่มีการเผยแพร่วัตกรรม แต่เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นติดต่อกันในช่วงระยะเวลาที่นานพอสมควร ทั้งนี้เพราะในการเผยแพร่นวัตกรรมนั้นจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการที่กลุ่มเป้าหมายจะประเมินการรับรู้ และตัดสินใจที่จะยอมรับนวัตกรรมนั้นๆ หรือไม่

4. สมาชิกในระบบสังคม

หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ไม่เป็นทางการ สมาชิกในองค์กร หรือในระบบสังคมย่อยซึ่งสมาชิกรวมตัวกันเพื่อแสวงหาทางแก้ปัญหาาร่วมกันหรือกระทำการใดที่มีเป้าหมายร่วมกัน

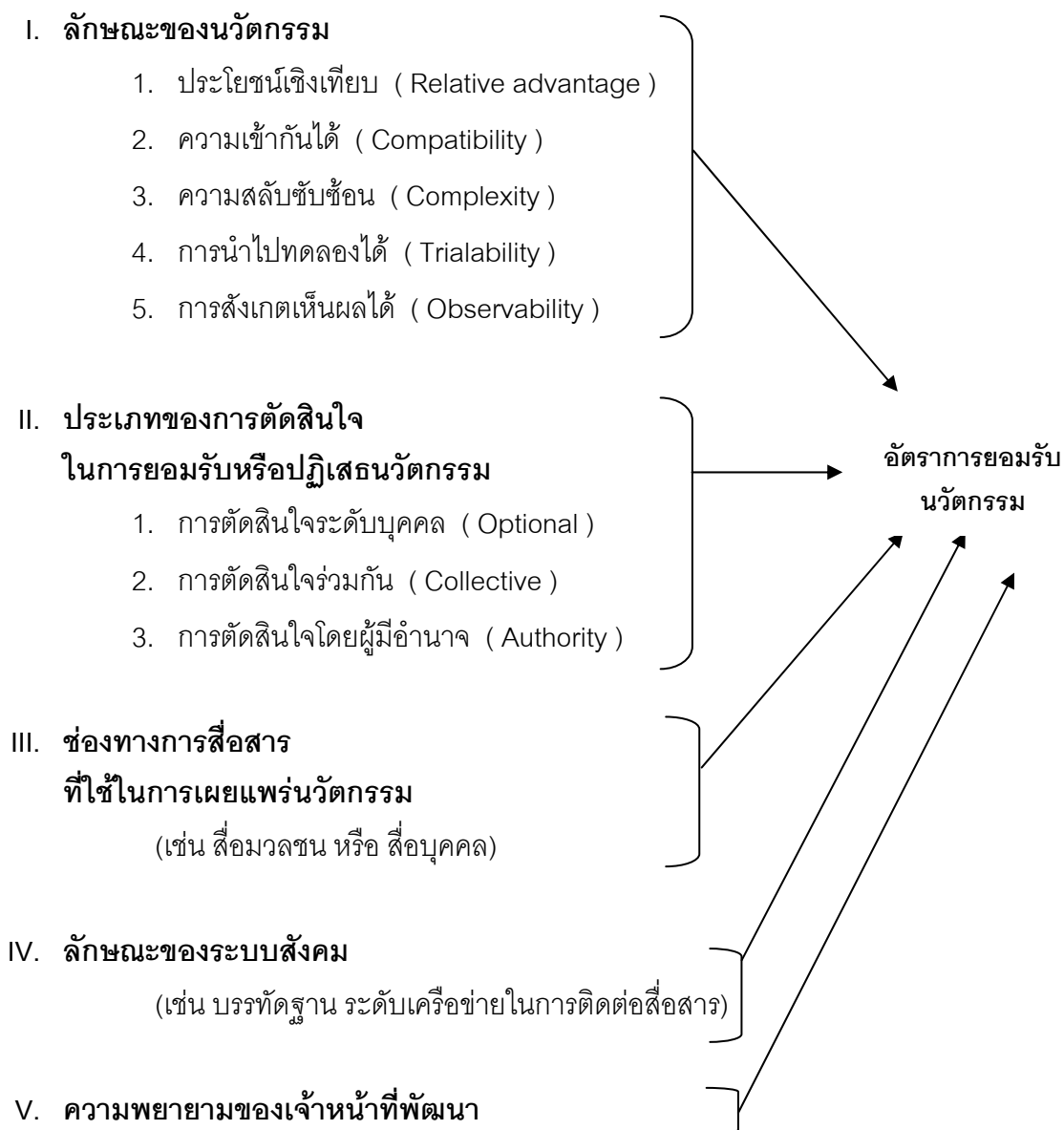
1.3.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออัตราการยอมรับนวัตกรรม

การรับรู้เกี่ยวกับลักษณะของนวัตกรรมเป็นสิ่งสำคัญที่ใช้ในการอธิบายอัตราการยอมรับนวัตกรรม ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วยลักษณะ 5 ประการของนวัตกรรม คือ ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantage) ความเข้ากันได้ (Compatibility) ความสลับซับซ้อน (Complexity) การนำไปทดลองได้ (Trialability) และการสังเกตเห็นผลได้ (Observability) (Rogers. 1983: 206) นอกจากการรับรู้เกี่ยวกับลักษณะทั้ง 5 ประการของนวัตกรรมแล้ว จะเห็นได้ว่ายังมีตัวแปรอื่นที่มีผลต่ออัตราการยอมรับนวัตกรรม ได้แก่

1. ประเภทของการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม
2. ลักษณะของช่องทางการสื่อสารในการเผยแพร่วัตกรรมตามขั้นตอนต่างๆของกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม
3. ลักษณะของสังคมที่นวัตกรรมถูกเผยแพร่ และ
4. ความพยายามของเจ้าหน้าที่พัฒนาในการเผยแพร่วัตกรรม (ภาพประกอบ 2)

ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่ออัตราการยอมรับนวัตกรรม

ตัวแปรตาม



ภาพประกอบ 2 ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่ออัตราการยอมรับนวัตกรรม

(Rogers, Everette M. 1983: 50)

ประเภทของการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับอัตราการยอมรับนวัตกรรม โดยทั่วไปแล้วนวัตกรรมที่ตัดสินใจรับโดยปัจเจกบุคคลจะมีการยอมรับเร็วกว่านวัตกรรมที่ยอมรับโดยองค์กร นอกจากนั้นถ้าบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมมีจำนวนมากจะทำให้อัตราการยอมรับนวัตกรรมช้าลง นั่นหมายถึงเราสามารถทำให้

อัตราการยอมรับนวัตกรรมเร็วขึ้นได้โดยเปลี่ยนแปลงหน่วยของการตัดสินใจให้เล็กลง คือทำให้มีผู้เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจน้อยลงนั่นเอง

ช่องทางการสื่อสารที่ใช้ในการเผยแพร่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมด้วย ตัวอย่างเช่น ถ้าใช้สื่อบุคคลมากกว่าสื่อมวลชนเพื่อสร้างการตระหนักรู้ (Awareness - knowledge) ซึ่งต้องกระทำหลายครั้งในกลุ่มผู้ยอมรับนวัตกรรมกลุ่มหลัง (Later adopter) อัตราการยอมรับนวัตกรรมนั้นจะยิ่งช้าลง ช่องทางการสื่อสารและลักษณะของนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน และส่งผลกระทบต่ออัตราการยอมรับนวัตกรรม โดยอาจทำให้อัตราการยอมรับนวัตกรรมช้าลงหรือเร็วขึ้นได้ ตัวอย่างเช่น การศึกษาของ เพทรีนี และคณะ (Roger. 1993: 207; Citing Petrini and Co. 1968) พบว่าช่องทางการสื่อสารเพื่อให้เกิดการรับรู้และยอมรับนวัตกรรมแตกต่างกันไปตามระดับความซับซ้อนของนวัตกรรม กล่าวคือ นวัตกรรมที่ไม่ซับซ้อนสามารถใช้ช่องทางการเผยแพร่ผ่าน สื่อมวลชน เช่น นิตยสารการเกษตร ก็ได้รับผลเป็นที่น่าพอใจ แต่ในกรณีที่มีนวัตกรรมที่ซับซ้อน การใช้สื่อประเภทสื่อบุคคล เช่น เจ้าหน้าที่พัฒนาการเกษตรทำหน้าที่เผยแพร่นวัตกรรมจะมีประสิทธิภาพมากกว่าและทำให้เกษตรกรเกิดการยอมรับนวัตกรรมได้มากกว่า

นอกจากนั้นจากภาพประกอบ 2 ยังแสดงให้เห็นว่าลักษณะของสังคม เช่น บรรทัดฐานของสังคมและระดับโครงสร้างเครือข่ายการสื่อสารที่มีการติดต่อซึ่งกันและกันสูง ก็เป็นปัจจัยที่มีผลกับอัตราการยอมรับนวัตกรรมด้วยเช่นกัน

ยิ่งไปกว่านั้นอัตราการยอมรับนวัตกรรมก็เป็นผลมาจากความพยายามในการส่งเสริมของเจ้าหน้าที่พัฒนาซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการยอมรับนวัตกรรมและความพยายามของเจ้าหน้าที่พัฒนานั้นพบว่า ไม่ได้เป็นลักษณะโดยตรงและไม่เป็นเส้นตรง โดยผลที่ตามมาจะเกิดจากจำนวนกิจกรรมที่เจ้าหน้าที่พัฒนาได้ดำเนินการในการเผยแพร่วัตกรมนั้น การตอบสนองต่อความพยายามของเจ้าหน้าที่พัฒนาจะเกิดขึ้นมากเมื่อผู้นำความคิดเห็นยอมรับซึ่งโดยปกติแล้วจะเกิดขึ้นเมื่อมีการยอมรับนวัตกรรมประมาณ 3 - 16 เปอร์เซ็นต์ในระบบสังคม ภายหลังจากที่นวัตกรรมเข้าถึงกลุ่มผู้ยอมรับนวัตกรรมจำนวนมากซึ่งได้มีการวิพากษ์วิจารณ์กันแล้วนวัตกรรมนั้นจะสามารถเผยแพร่ไปได้อย่างกว้างขวางโดยอาศัยการส่งเสริมเพียงเล็กน้อยจากเจ้าหน้าที่พัฒนาเท่านั้น

นอกเหนือจากปัจจัยดังกล่าวข้างต้นของโรเจอร์ส นักวิชาการท่านอื่นๆก็ได้มีการสรุปเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลออกมาด้วยในลักษณะที่ว่า การที่บุคคลจะตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธวัตกรมนั้นยังขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆอีกหลายประการอันเป็นอุปสรรคต่อการยอมรับซึ่งได้มีการให้รายละเอียดไว้ดังนี้ (สุปราณี จริยะพร. 2542: 21)

1. ด้านวัฒนธรรม ความเชื่อ ค่านิยม ถิ่นวัฒนธรรมที่แพร่เข้าไปเกิดขัดแย้งกับ ค่านิยมหรือความเชื่อที่มีอยู่เดิมในสังคม บุคคลในสังคมนั้นจะเกิดความรู้สึกต่อต้านไม่ยอมรับ
2. ด้านจิตวิทยา เกิดจากการที่บุคคลเคยชินกับแบบแผนชีวิตอย่างเก่า การปฏิบัติ อย่างเก่า มีความรู้สึกว่าการเดิมคืออยู่แล้ว ไม่อยากเปลี่ยนแปลง
3. ด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรมบางอย่างมีราคาแพงเกินกว่าที่บุคคลจะยอมรับหรือ ซื้อมาใช้ได้ นอกเสียจากว่าวัฒนธรรมนั้นมีประโยชน์และเป็นที่ต้องการจริงๆ
4. ด้านอุดมการณ์ วัฒนธรรมใดที่ขัดกับอุดมการณ์ที่บุคคลนั้นยึดถืออยู่ บุคคล จะไม่ยอมรับ
5. ด้านสังคม บุคคลจะต่อต้านของใหม่ที่ทำให้สภาพสังคมของตนขาดดุลยภาพ เกิดสภาวะไร้ระเบียบ แต่บางครั้งสภาวะไร้ระเบียบนั้นเป็นสิ่งที่สังเกตเห็นได้ยาก และต้องใช้ เวลานานกว่าจะมองออก
6. ด้านความยุ่งยากซับซ้อนของวัฒนธรรม ถิ่นวัฒนธรรมมีวิธีการใช้ที่ยุ่งยาก ซับซ้อน บุคคลอาจไม่เข้าใจและใช้ไม่เป็น ทำให้วัฒนธรรมนั้นๆอาจได้รับการปฏิเสธ
7. ด้านผลประโยชน์ ถิ่นวัฒนธรรมนั้นไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้รับ การยอมรับจะเป็นไปได้ยาก

1.3.2 กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับวัฒนธรรม

โรเจอร์ส (Rogers, 1983: 161 – 173) กล่าวถึง กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับ วัฒนธรรมว่า เป็นกระบวนการที่เริ่มจากการที่ปัจเจกบุคคล (หรือหน่วยตัดสินใจอื่น) ได้รับความรู้ เป็นครั้งแรกเกี่ยวกับวัฒนธรรม ซึ่งนำไปสู่การสร้างทัศนคติที่มีต่อวัฒนธรรม จากนั้นจึงเกิดการ ตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธวัฒนธรรม ถ้าบุคคลยอมรับวัฒนธรรมนั้นๆก็จะมี การนำวัฒนธรรมนั้นไป ปฏิบัติและทำที่สุดคือ การยืนยันการตัดสินใจ ซึ่งกระบวนการดังกล่าวมีการกระทำอย่างต่อเนื่อง และใช้ระยะเวลา นักวิชาการทางด้านการเผยแพร่วัฒนธรรมได้ยอมรับมานานแล้วว่า การตัดสินใจ ของบุคคลเกี่ยวกับวัฒนธรรมไม่ใช่พฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างทันทีทันใด แต่เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้น โดยต้องอาศัยเวลาซึ่งประกอบด้วยการกระทำและการตัดสินใจอย่างต่อเนื่อง โดยในส่วนของ ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมนั้นสามารถสรุปได้ออกมาเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

1) ขั้นความรู้ (Knowledge stage)

กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมของบุคคลเริ่มต้นขึ้นด้วยขั้นความรู้ ซึ่ง เกิดขึ้นเมื่อบุคคล (หรือหน่วยตัดสินใจอื่น) รับรู้ถึงการมีอยู่ของวัฒนธรรม ตลอดจนมีความเข้าใจ บางส่วนเกี่ยวกับวัฒนธรรมนั้นว่ามีหน้าตาอย่างไร ทั้งนี้ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมนั้นสามารถแบ่ง ออกได้เป็น 3 ประเภทคือ

1. ความรู้ที่ทำให้เกิดการตระหนัก (Awareness-knowledge) หรือความรู้ว่ามีนวัตกรรมเกิดขึ้นมาแล้ว กล่าวคือ โดยทั่วไปนวัตกรรมจะประกอบด้วยข้อมูลพื้นฐาน (Software information) ซึ่งแสดงออกมาในรูปของนวัตกรรมและช่วยลดความไม่แน่นอนเกี่ยวกับความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล ซึ่งเกี่ยวข้องกับการได้ผลลัพธ์ในอันที่จะตอบสนองความต้องการของบุคคลได้ โดยมากมักเป็นข้อมูลที่ช่วยตอบคำถามว่า นวัตกรรมคืออะไร ทำงานอย่างไร และทำไมจึงทำงานเช่นนั้น ซึ่งคำถามเหล่านี้เป็นคำถามหลักๆของบุคคลเกี่ยวกับนวัตกรรม

2. ความรู้ด้านการใช้ (how-to knowledge) ประกอบด้วยข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการที่จะใช้นวัตกรรมได้อย่างเหมาะสม ผู้ยอมรับนวัตกรรมจะต้องรู้ว่าจะนำนวัตกรรมไปใช้ในปริมาณเท่าไร จะใช้ให้มันถูกวิธีได้อย่างไร เป็นต้น ถ้านวัตกรรมยังมีความซับซ้อนยุ่งยากมากขึ้นเพียงใด ความจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ที่จำเป็นสำหรับการใช้นวัตกรรมให้ถูกต้องก็ยิ่งมีมากขึ้นเพียงนั้น การที่ความรู้ประเภทนี้มีไม่เพียงพอก่อนการยอมรับนวัตกรรมหรือในขั้นการนำนวัตกรรมออกทดลองใช้ โอกาสที่นวัตกรรมจะถูกปฏิเสธหรือปฏิเสธในภายหลังย่อมมีมาก

3. ความรู้เชิงหลักการ (principles-knowledge) ประกอบด้วยข้อมูลที่เกี่ยวกับหลักการหรือแนวคิดต่างๆเชิงกระบวนการ โดยเน้นตอบคำถามที่ว่า นวัตกรรมทำงานอย่างไร ตัวอย่างของความรู้เชิงหลักการ คือ ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับระบบสืบพันธุ์ของมนุษย์ ทำให้เกิดนวัตกรรมเกี่ยวกับการวางแผนครอบครัว บุคคลสามารถตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมง่ายขึ้นถ้าบุคคลมีความรู้เชิงหลักการ นั่นคือ ถ้ามีปัญหาเกิดขึ้นในการใช้นวัตกรรมของแต่ละบุคคล ความรู้เชิงหลักการอาจมีความสำคัญในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้

โรเจอร์ส เชื่อว่า การติดต่อบริวารสารจากสื่อต่างๆ การมีส่วนร่วมในสังคม และการติดต่อกับสังคมภายนอก ล้วนเป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อบุคคลในการสร้างความรู้ ความเข้าใจนวัตกรรมในขั้นนี้

2) ขั้นโน้มน้าวใจ (Persuasion)

เป็นขั้นที่บุคคลเกิดความรู้สึกรับชอบหรือไม่ชอบนวัตกรรมนั้น บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรมอย่างกระตือรือร้น และตีความหมายข้อมูลที่ได้มาพิจารณาร่วมกับประสบการณ์ส่วนตัวทั้งในปัจจุบันและอนาคตว่า การที่จะรับนวัตกรรมนั้นมาใช้จะก่อให้เกิดผลดีหรือผลเสียอย่างไร ทั้งในปัจจุบันและอนาคต

ขั้นโน้มน้าวใจในกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม เกิดขึ้นเมื่อปัจเจกบุคคล (หรือหน่วยที่ทำการตัดสินใจอื่น) ได้สร้างทัศนคติที่เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยต่อนวัตกรรมนั้น ในขณะที่กิจกรรมในขั้นของความรู้เป็นเรื่องของความคิดหรือความรู้ ส่วนแนวคิดหลักในขั้นโน้มน้าวใจ

น้ำวใจจะเกี่ยวข้องกับอารมณ์หรือความรู้สึก บุคคลไม่สามารถที่จะสร้างทัศนคติต่อนวัตกรรมได้ จนกว่าจะมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมนั้นก่อน

ในขั้นโน้มน้าวใจบุคคลจะมีความรู้สึกผูกพันทางด้านจิตใจกับนวัตกรรมมากขึ้น โดยจะแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมอย่างจริงจัง ในแง่ที่ว่าเขาจะได้รับข่าวสารอะไร และจะตีความข่าวสารที่ได้รับมาอย่างไร ดังนั้นการเลือกรับรู้จึงมีความสำคัญในการตัดสินใจตัดสินใจของบุคคลในขั้นโน้มน้าวใจเป็นอย่างมาก โดยในขั้นนี้บุคคลจะพัฒนาการรับรู้อย่างกว้างๆเกี่ยวกับนวัตกรรม ด้วยเหตุนี้คุณลักษณะของนวัตกรรม ได้แก่ ประโยชน์เชิงเทียบ (Relative advantage) ความเข้ากันได้ (Compatibility) และความสลับซับซ้อน (Complexity) จึงมีความสำคัญอย่างมากในขั้นนี้

การพัฒนาทัศนคติที่เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยต่อนวัตกรรม บุคคลจะประยุกต์แนวความคิดใหม่ให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันหรือเหตุการณ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต ก่อนการตัดสินใจว่าจะทดลองใช้นวัตกรรมหรือไม่ การทดลองใช้นวัตกรรมเพื่อที่จะสังเกตผลได้เป็นความสามารถที่จะคิดโดยที่มีการตั้งสมมติฐานไว้ก่อน และความสามารถที่จะวางแผนสำหรับอนาคต ล้วนแต่เป็นลักษณะทางจิตใจ (Mental capacity) ที่สำคัญในขั้นโน้มน้าวใจซึ่งเกี่ยวข้องกับการวางแผนล่วงหน้า

นวัตกรรมที่มีอยู่ทั้งหมด มักจะสร้างความไม่แน่นอนให้แก่บุคคลที่รู้สึกไม่แน่ใจเกี่ยวกับผลต่างๆของนวัตกรรม พวกเขาจึงรู้สึกถึงความจำเป็นที่จะต้องหาสิ่งที่มาสนับสนุนทัศนคติของตนที่มีต่อนวัตกรรมนั้น บุคคลต้องการที่จะรู้ว่าความคิดของตนอยู่บนแนวทางที่ถูกต้อง เมื่อเปรียบเทียบกับความคิดเห็นของเพื่อนคนอื่นๆหรือไม่ ข่าวสารที่มาจากสื่อมวลชนมีลักษณะกว้างๆทั่วไปเกินกว่าที่จะทำให้บุคคลรู้สึกมั่นใจในความเชื่อต่างๆของตนเกี่ยวกับนวัตกรรม

ในขั้นโน้มน้าวใจ โดยเฉพาะขั้นตัดสินใจ บุคคลจะถูกกระตุ้นให้แสวงหาข้อมูลที่สามารถนำมาประเมินคุณค่าของนวัตกรรม (Innovation-evaluation information) นั่นคือ การลดความไม่แน่นอนเกี่ยวกับผลต่างๆของนวัตกรรมที่ถูกคาดไว้ ในขั้นนี้โดยปกติแล้วบุคคลต้องการหาคำตอบในคำถามที่ว่า “ผลที่เกิดจากนวัตกรรมคืออะไร” “ข้อได้เปรียบและเสียเปรียบของนวัตกรรมในสถานการณ์ของแต่ละบุคคลคืออะไร” โดยทั่วไปแล้วข้อมูลประเภทนี้มักจะพบเสมอจากการประเมินผลนวัตกรรมทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งบุคคลส่วนใหญ่จะพยายามแสวงหาข้อมูล โดยเฉพาะจากบุคคลที่อยู่ในระดับเดียวกันเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อนวัตกรรม (บนพื้นฐานของประสบการณ์ส่วนตัวต่อการยอมรับนวัตกรรม) ทั้งนี้เมื่อมีบางคนที่มีคุณลักษณะต่างๆที่คล้ายคลึงกับเราบอกให้เราทราบเกี่ยวกับการประเมินผลนวัตกรรมในทางบวก บ่อยครั้งที่เราจะถูกจูงใจให้ยอมรับนวัตกรรมนั้นด้วย

3) ขั้นตัดสินใจ (Decision)

ขั้นตัดสินใจในกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม เกิดขึ้นเมื่อบุคคล (หรือหน่วยตัดสินใจอื่น) เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆที่จะนำไปสู่ทางเลือกว่าจะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม การยอมรับ (Adoption) คือ การตัดสินใจที่จะใช้นวัตกรรมอย่างเต็มที่ในฐานะที่เป็นแนวปฏิบัติที่ดีที่สุด การปฏิเสธ (Rejection) คือ การตัดสินใจไม่ยอมรับนวัตกรรม

วิธีหนึ่งที่จะใช้จัดการกับความไม่แน่นอนที่มาพร้อมกับผลของนวัตกรรม ก็คือ การทดลองใช้นวัตกรรมในบางส่วนก่อนกล่าวคือ บุคคลส่วนมากจะไม่ยอมรับนวัตกรรมโดยที่ไม่ได้ทดลองใช้มันมาก่อน ทั้งนี้เพื่อที่จะดูว่ามันมีประโยชน์ภายใต้สถานการณ์ของเขาหรือไม่ การนำนวัตกรรมมาทดลองใช้ในวงจำกัดเป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจที่จะยอมรับนวัตกรรม มีนวัตกรรมบางอย่างที่ไม่สามารถแบ่งออกเป็นส่วนย่อยๆ เพื่อที่จะนำมาทดลองใช้ในปริมาณที่จำกัดได้ ในกรณีเช่นนี้ ก็ต้องยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมนั้นทีเดียวทั้งหมด ดังนั้นการแบ่งนวัตกรรมออกเป็นหน่วยย่อยๆเพื่อนำไปทดลองใช้โดยปกติแล้วจะถูกยอมรับได้เร็วกว่านวัตกรรมแบบที่ต้องยอมรับทีเดียวทั้งหมด บุคคลส่วนมากที่นำนวัตกรรมมาทดลองใช้ และพบว่ามันมีระดับของประโยชน์เชิงเทียบสูงมักมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมนั้น วิธีการที่จะให้ความสะดวกแก่กลุ่มเป้าหมายในการนำนวัตกรรมมาทดลองใช้ ได้แก่ การแจกตัวอย่างนวัตกรรมให้ทดลองใช้ ซึ่งสามารถช่วยเร่งอัตราการยอมรับนวัตกรรม (Rate of adoption) ให้เร็วขึ้นได้ เช่น การทดลองใช้เครื่องพ่นน้ำยาฆ่าวัชพืชแบบใหม่โดยไม่คิดมูลค่าของเกษตรกรในไอโอวา ช่วยเร่งให้ระยะเวลาการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมได้เร็วขึ้น (Klonglan.1962,1963; Klonglan and others,1960s)

สำหรับบุคคลบางส่วนและบางนวัตกรรม การทดลองใช้นวัตกรรมโดยบุคคลที่อยู่ในระดับเดียวกันซึ่งมีคุณลักษณะด้านต่างๆที่คล้ายคลึงกันกับพวกเขา สามารถช่วยสนับสนุนให้เขาเหล่านั้นได้มีการทดลองใช้นวัตกรรมด้วยตนเองได้ เราเรียกคุณลักษณะเช่นนี้ว่า “การทดลองใช้นวัตกรรมโดยผ่านคนอื่น (Trial-by-others)” ซึ่งเป็นการทดลองใช้นวัตกรรมโดยทางอ้อมของ แต่ละบุคคล บ่อยครั้งที่เจ้าหน้าที่พัฒนาทั้งหลายพยายามที่จะหาทางเร่งกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมของปัจเจกบุคคล โดยการให้การสนับสนุนการสาธิตต่างๆที่เกี่ยวกับนวัตกรรมในระบบสังคม การสาธิตนี้สามารถมีประสิทธิภาพอย่างมากในการสร้างอิทธิพลให้คนยอมรับนวัตกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าผู้สาธิตให้ดูเป็นผู้นำทางความคิด (Opinion leader)

4) ขั้นการลงมือปฏิบัติ (Implementation)

เกิดขึ้นเมื่อบุคคลปฏิบัติหรือนำนวัตกรรมนั้นไปใช้ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมภายนอก เมื่อความคิดใหม่ๆ ได้รับการนำไปปฏิบัติอย่างจริงจังจะมีการค้นหาข้อมูลใน

ขั้นของการนำไปปฏิบัติ โดยส่วนใหญ่บทบาทของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมและเผยแพร่จะให้ความช่วยเหลือด้านเทคนิคกับกลุ่มเป้าหมายที่เพิ่งจะเริ่มใช้นวัตกรรม

การลงมือปฏิบัติ (Implementation) เกิดขึ้นเมื่อบุคคล (หรือหน่วยตัดสินใจอื่น) นำนวัตกรรมไปใช้ ก่อนถึงขั้นการปฏิบัติกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับจิตใจ แต่การปฏิบัติเป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่แสดงออกมาให้เห็น เพราะนวัตกรรมได้เปลี่ยนไปสู่การกระทำอย่างแท้จริง มันอาจจะธรรมดาที่บุคคลจะตัดสินใจรับนวัตกรรม แต่มันก็ดูจะเป็นเรื่องยากที่จะนำนวัตกรรมไปใช้เช่นกัน ปัญหาต่างๆ ที่มักจะเกิดขึ้น คือ จะนำนวัตกรรมมาใช้ในขั้นการปฏิบัติได้อย่างไร โดยทั่วไปขั้นการปฏิบัติจะเกิดขึ้นต่อจากขั้นตัดสินใจค่อนข้างทันทีทันใด เว้นแต่ได้เกิดปัญหามา เช่น นวัตกรรมนั้นขาดแคลนชั่วคราว

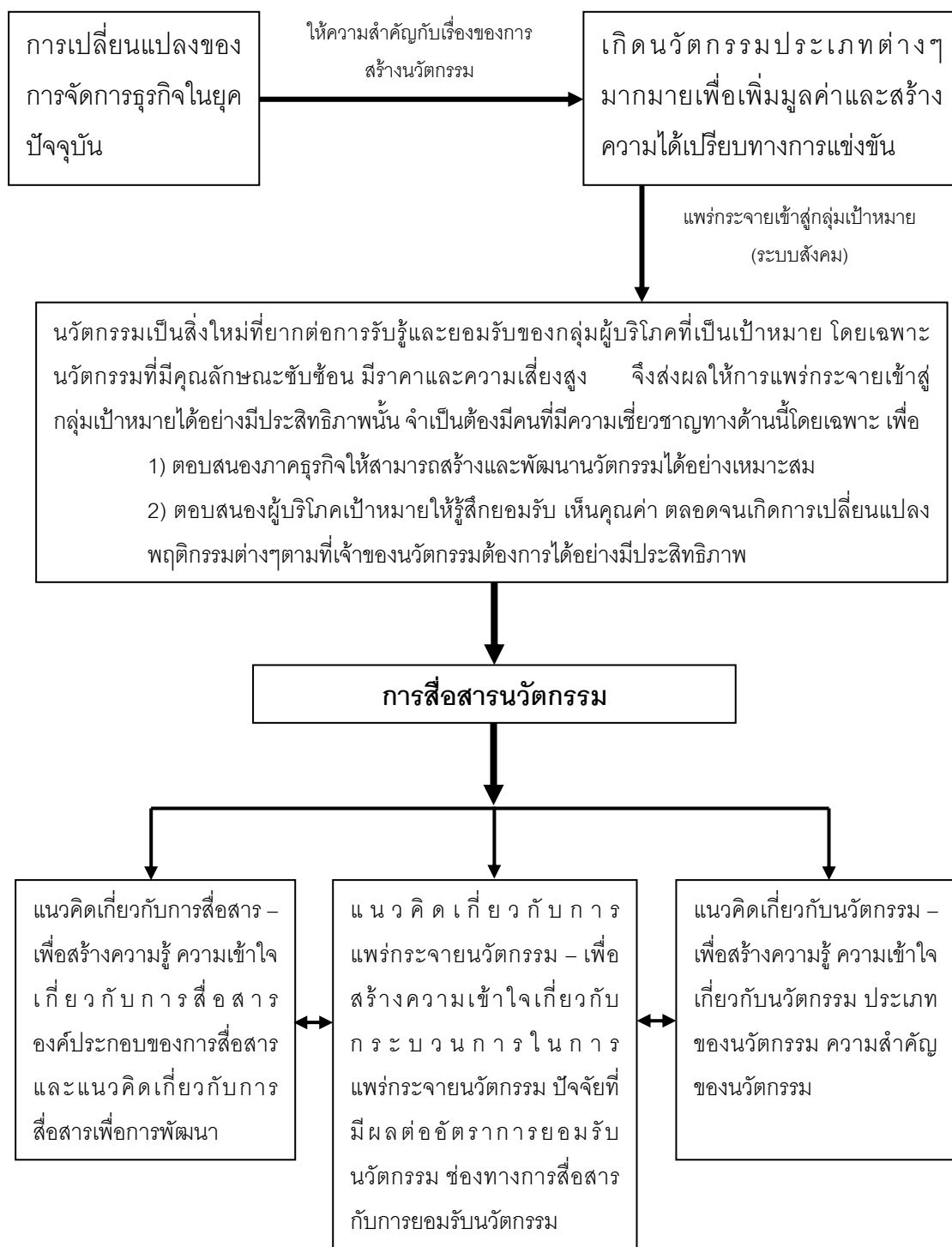
ในขั้นการปฏิบัติไม่สามารถคาดหวังผลที่เกิดขึ้นกับบุคคลได้อย่างแน่นอน แม้ว่าจะมีการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมเกิดขึ้น เพราะในขั้นการปฏิบัติ บุคคลมีความต้องการอย่างมากที่จะแสวงหาข้อมูลเพื่อตอบข้อคำถามต่างๆ เกี่ยวกับนวัตกรรม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสถานที่ในการเข้าถึงนวัตกรรม การใช้นวัตกรรม และกระบวนการทำงานของนวัตกรรม ปัญหาในทางปฏิบัติ และวิธีการแก้ปัญหาเป็นอย่างไร เจ้าหน้าที่ของเจ้าหน้าที่พัฒนานวัตกรรมในขั้นนี้คือ การให้ความช่วยเหลือทางด้านเทคนิคแก่กลุ่มเป้าหมาย เมื่อเกิดการเริ่มใช้นวัตกรรมนั้น

สำหรับในส่วนของคำถามที่ว่า “ขั้นการปฏิบัติสิ้นสุดลงเมื่อใด” นั้นเป็นสิ่งที่ไม่สามารถระบุได้อย่างชัดเจนทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของนวัตกรรม อย่างไรก็ตามเมื่อนวัตกรรมได้ถูกนำมาปฏิบัติอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นสิ่งปกติธรรมดาของผู้รับนวัตกรรม ส่งผลให้นวัตกรรมสูญเสียคุณสมบัติที่มีลักษณะที่แปลกแยก (Distinctive quality) นวัตกรรมจึงไม่ใช่สิ่งใหม่อีกต่อไป ดังนั้น ณ จุดนี้ จึงเป็นจุดสิ้นสุดของขั้นการปฏิบัติ ซึ่งหมายถึงการนำไปปฏิบัติจนเป็นกิจวัตรหรือเป็นประเพณี โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเกิดขึ้นในองค์กร อย่างไรก็ตามขั้นการปฏิบัติอาจแสดงให้เห็นถึงการสิ้นสุดของกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม แต่บางครั้งก็อาจมีกระบวนการในขั้นการยืนยันเกิดขึ้นได้

5) ขั้นการยืนยัน (Confirmation)

ขั้นการยืนยัน เป็นขั้นตอนที่บุคคลจะแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมเกี่ยวกับนวัตกรรมเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้ทำลงไป ซึ่งบุคคลอาจเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจได้ ถ้าข่าวสารใหม่ที่ได้มาภายหลังขัดแย้งกับข่าวสารที่นำไปสู่การตัดสินใจครั้งก่อน

จากแนวคิดทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปความเป็นมาของหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรมที่เป็นการบูรณาการแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร นวัตกรรม และการแพร่กระจายนวัตกรรม ที่จะมีการพัฒนาขึ้นดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพประกอบ 3 ความเป็นมาของหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม

2. การจัดการเรียนการสอนหลักสูตรนิเทศศาสตร์ระดับปริญญาตรีในประเทศไทย

เมื่อกล่าวถึงหลักสูตรที่เกี่ยวกับการสื่อสารโดยเฉพาะในส่วนของประเทศไทยนั้น ส่วนใหญ่จะครอบคลุมหลักสูตรทางด้านนิเทศศาสตร์เป็นสำคัญ โดยคำว่า “นิเทศศาสตร์” ในประเทศไทยนั้นเริ่มต้นใช้เป็นครั้งแรกเมื่อปีพ.ศ. 2511 โดยพลตรีพระเจ้าวรวงศ์เธอ กรมหมื่นนคราธิปพงศ์ประพันธ์ เป็นผู้ประทานชื่อ “นิเทศศาสตร์” ให้กับแผนกอิสระสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยซึ่งมีความหมายว่า เป็นวิชาการสื่อสารไปยังมวลชนโดยทางใดก็ตาม ไม่จำเพาะทางหนังสือพิมพ์ เช่น การสื่อสารทางการละครก็เข้าอยู่ในนิเทศศาสตร์ ทางวิทยุและโทรทัศน์ก็เป็นนิเทศศาสตร์ (จิตพิพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์, 2548: online) จากนิยามดังกล่าวจะเห็นได้ว่าคำว่า “นิเทศศาสตร์” เป็นเรื่องของศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับศิลปะทางการสื่อสารที่ให้ความสำคัญกับการสื่อสาร ในทุกๆองค์ประกอบของการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นผู้ส่งสาร สาร สื่อ หรือผู้รับสารก็ตาม โดยผู้ส่งสารอาจเป็นบุคคล องค์กร หรือบริษัทก็ได้ ส่วนสารหรือข่าวสารจะเป็นเนื้อหาสาระที่ผู้ส่งสารต้องการที่จะกระจายให้ประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายได้ทราบ สื่อมวลชนหรือช่องทางทางการสื่อสารก็เป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งของการสื่อสารที่จะช่วยสนับสนุนให้การกระจายข่าวสารต่างๆ ไปสู่กลุ่มเป้าหมายเป็นไปอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่ง ผู้รับสาร หรือกลุ่มเป้าหมายก็อาจจะจะเป็นบุคคล กลุ่มคนหรือประชาชนโดยส่วนใหญ่ ซึ่งความสำเร็จของการสื่อสารคือ การที่ผู้รับสารสามารถรับสารได้อย่างถูกต้อง ชัดเจนเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารต้องการ ดังนั้นเมื่อพูดถึงการจัดการเรียนการสอนทางด้านนิเทศศาสตร์จึงมีความหมายที่กว้างกว่าแค่เรื่องของการสอนเกี่ยวกับสื่อมวลชนหรือช่องทางทางการสื่อสารเท่านั้น

การเรียนการสอนด้านนิเทศศาสตร์ในประเทศไทย โดยเฉพาะในระดับปริญญาตรีนั้น มีการขยายตัวอย่างมากโดยมุ่งเน้นการขยายสาขาวิชาที่ตอบสนองการทำงานในเชิงวิชาชีพ สื่อสารมวลชนที่ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องครอบคลุมใน 10 สาขาวิชาด้วยกันคือ สาขาการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ สาขาการหนังสือพิมพ์และวารสารศาสตร์ สาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ สาขาการถ่ายและฉายภาพยนตร์ การภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ภาพเคลื่อนไหวและภาพนิ่ง สาขาการสื่อสารมวลชน สาขาการจัดการสารสนเทศ สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจ การจัดการการสื่อสาร และการสื่อสารการตลาด สาขาการละคร สาขาวาณิชนิเทศ และสาขาทัศนศาสตร์ ทั้งนี้พบว่า สาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เป็นที่นิยมมากที่สุดและมีการขยายตัวไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีการเปิดสอนในระดับปริญญาทางนิเทศศาสตร์เกือบทุกสถาบันทั้งรัฐและเอกชน (ดร.ณิ หิรัญรักษ์, 2543: online) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเอกสารหลักสูตรทางด้านนิเทศศาสตร์ที่มีการจัดการเรียนการสอนในปัจจุบันที่พบว่า หลักสูตรมีการขยายตัวอย่างมากในระดับปริญญาตรี โดยเฉพาะสาขาวิชาชีพทางด้านสื่อสารมวลชน แต่ยังไม่เน้นในเรื่องของการบูรณาการศาสตร์

ทางการสื่อสารเข้ากับศาสตร์ทางด้านอื่นเท่าที่ควร (กิตติมา สุรสนธิ. 2545: 32) ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากในระยะเริ่มแรกที่มีการสื่อสารถูกนำเข้ามาเผยแพร่ในสังคมไทยทำให้มีความจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้แนวคิด ทฤษฎี และหลักเกณฑ์ในการปฏิบัติการทางการสื่อสาร ตลอดจนทักษะในการปฏิบัติ การผลิตและการใช้เครื่องมือทางการสื่อสารได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ รวมทั้งหลักสูตรที่นำมาปรับใช้ ตำราและทฤษฎีทางการสื่อสารมวลชน ตลอดจนอาจารย์ผู้สอนในระยะเริ่มต้นก็ได้รับการหล่อหลอมมาจากประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นประเทศที่ให้ความสำคัญกับการจัดการศึกษาด้านสื่อสารมวลชนในเชิงวิชาชีพที่เน้นความชำนาญเฉพาะด้าน โดยมีเป้าหมายเพื่อผลิตนักวิชาชีพสื่อสารมวลชนสำหรับปฏิบัติงานในหน่วยงานภาครัฐและในภาคธุรกิจเอกชน (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. 2527: 11-15)

หนึ่งหทัย ขอผลกลาง (2541: 40-125) ได้ทำการศึกษาพัฒนาการของหลักสูตรด้านนิเทศศาสตร์ในประเทศไทยตามอิทธิพลของปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง พบว่า สามารถจำแนกเป็น 5 ยุคได้ดังนี้

ยุคที่ 1 ยุคเริ่มก่อตั้ง – เป็นยุคแรกเริ่มที่กำเนิดสาขาวิชานิเทศศาสตร์ขึ้นในประเทศไทย โดยได้รับอิทธิพลจากตะวันตก ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเตรียมคนเป็นข้าราชการ และฝึกอาชีพหรือผลิตนักหนังสือพิมพ์ และนักประชาสัมพันธ์เพื่อออกไปปรับใช้สังคม การจัดการเรียนการสอนในช่วงแรกมีการขยายตัวอย่างลุ่มๆดอนๆ จัดการสอนได้ไม่นานก็ต้องหยุดเนื่องจากขาดผู้สนใจ และขาดแคลนองค์ความรู้เชิงวิชาการ

ยุคที่ 2 ยุคการขยายตัวของอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชน – เป็นยุคที่สถานภาพของการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ได้รับการยกฐานะเป็นแผนกอิสระ และสื่อมวลชนแต่ละประเภทเริ่มมีบทบาทในสังคมมากขึ้น แต่การจัดการศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาที่เปิดสอนด้านนิเทศศาสตร์ยังคงประสบปัญหาขาดการสนับสนุนทั้งในด้านสถานที่ อุปกรณ์การฝึกปฏิบัติ/เครื่องมือมีไม่เพียงพอกับจำนวนนักศึกษา การเรียนการสอนจึงมุ่งเน้นไปในเชิงทฤษฎี ในแต่ละสถาบัน เนื้อหารายวิชาในหลักสูตรมีความแตกต่างกันอย่างมากทำให้คุณภาพของการจัดการศึกษาในแต่ละสถาบันไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน

ยุคที่ 3 ยุคการยกสถานภาพและขยายตัวของคณะนิเทศศาสตร์ – เป็นยุคที่มีการยกสถานภาพของสาขาวิชาด้านนิเทศศาสตร์จากแผนกอิสระขึ้นเป็นคณะนิเทศศาสตร์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน ในมหาวิทยาลัยที่มีการเปิดสอนมานานแล้ว อีกทั้งมีการสนับสนุนให้มีการเปิดสาขาวิชาเพิ่มหรือขยายระดับการสอนให้สูงขึ้น และยังมีการเปิดสอนในสาขานิเทศศาสตร์เพิ่มขึ้นอีก 4 สถาบันคือ วิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

ยุคที่ 4 ยุคการขยายตัวสู่สถาบันอุดมศึกษาเอกชนและสถาบันราชภัฏ – เป็นยุคที่สถาบันการศึกษาเอกชนและสถาบันราชภัฏได้เริ่มเปิดสอนหลักสูตรสาขานิเทศศาสตร์ทำให้มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างกว้างขวางเนื่องจากสื่อมวลชนแขนงต่างๆมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะสื่อมวลชนท้องถิ่นที่มีปริมาณเพิ่มขึ้นมาก ทำให้เกิดความต้องการบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญด้านการสื่อสารมวลชนเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ในขณะที่สถาบันอุดมศึกษาของรัฐที่มีการดำเนินการอยู่นั้นไม่สามารถขยายจำนวนนักศึกษาได้สอดคล้องกับความต้องการของสังคม ภาครัฐจึงสนับสนุนให้ภาคเอกชนเข้ามาร่วมจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษามากขึ้น รวมทั้งขยายสู่สถาบันราชภัฏในภูมิภาคต่างๆด้วย โดยมีเป้าหมายเพื่อตอบสนองต่อการขยายตัวในภาคธุรกิจ และกลุ่มอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชน

ยุคที่ 5 ยุคสื่อสู่เทคโนโลยีสารสนเทศ – ยุคนี้จะสอดคล้องกับระบบสังคมโลกที่ให้ความสำคัญกับเรื่องของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีวิทยาการสารสนเทศ ส่งผลให้ผู้รับผิดชอบจัดการศึกษาในสาขานิเทศศาสตร์หันมาให้ความสนใจในเชิงวิทยาศาสตร์มากขึ้น โดยมุ่งเน้นการบูรณาการองค์ความรู้ในเชิงนิเทศศาสตร์เข้ากับองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (ระบบคอมพิวเตอร์/สารสนเทศ/การจัดการระบบฐานข้อมูลต่างๆ เป็นต้น)

จากรายละเอียดต่างๆดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปหลักสูตรนิเทศศาสตร์ที่มีการจัดการเรียนการสอนในประเทศไทยได้ 3 รูปแบบคือ

1. รูปแบบหลักสูตรนิเทศศาสตร์ที่มุ่งเน้นการจัดการเรียนการสอนในองค์ความรู้ที่เป็นศาสตร์พื้นฐานทางด้านการศึกษานิเทศศาสตร์มาแต่ดั้งเดิม โดยมีเป้าหมายเพื่อการเป็นวิชาชีพชั้นสูงในกลุ่มอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชนสาขาต่างๆ ซึ่งหลักสูตรในรูปแบบนี้ ปัจจุบันยังมีความต้องการพัฒนาองค์ความรู้ในงานด้านสื่อสารมวลชนอย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่ง กลุ่มสาขาวิชาในรูปแบบนี้ได้แก่ กลุ่มสาขาวิชาการหนังสือพิมพ์/วารสารศาสตร์ วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ การถ่ายภาพและฉายภาพยนตร์ ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ภาพเคลื่อนไหวและภาพนิ่ง การสื่อสารมวลชน ศิลปะการแสดง การละคร วาณิชศิลป์ และทัศนศาสตร์

2. รูปแบบหลักสูตรนิเทศศาสตร์ที่มุ่งเน้นการจัดการเรียนการสอนเพื่อตอบสนองเป้าหมายในเชิงธุรกิจโดยการจัดการเรียนการสอนจะให้ความสำคัญกับการบูรณาการองค์ความรู้ระหว่างศาสตร์ทางการบริหารจัดการและศาสตร์ทางการสื่อสาร กลุ่มสาขาวิชาในรูปแบบนี้ได้แก่ สาขาวิชาการโฆษณา สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชาการสื่อสารการตลาด สาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการการสื่อสาร และสาขาวิชาการบริหารการสื่อสาร อย่างไรก็ตามพบว่า ในบางสาขาวิชายังมีความใกล้เคียงและเหลื่อมล้ำเช่น สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์และ

สาขาวิชาการโฆษณาโดยพบว่า เนื้อหาวิชามีความทับซ้อนกัน อีกทั้งโดยตัวองค์ความรู้เฉพาะของทั้ง 2 ลักษณะวิชาชีพนี้ก็ยังไม่มีการระบุถึงความแตกต่างกันได้อย่างชัดเจนเท่าที่ควร กล่าวคือที่ผ่านมาจะใช้เรื่องของการใช้งบประมาณกับไม่ใช้งบประมาณเป็นเส้นแบ่งระหว่างการประชุมสัมพันธกับการโฆษณา โดยเฉพาะในองค์ความรู้ทางด้านการประชาสัมพันธ์ที่พบว่า การกล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของงานประชาสัมพันธ์นั้นจะถูกกำหนดโดยความเข้าใจของผู้ที่นำไปใช้ซึ่งก็จะมีลักษณะที่แตกต่างกันไป

3. รูปแบบหลักสูตรนิเทศศาสตร์ที่มุ่งเน้นการจัดการเรียนการสอนเพื่อตอบสนองยุคสังคมเทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยการจัดการเรียนการสอนให้ความสำคัญกับการบูรณาการองค์ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (ระบบฐานข้อมูล/คอมพิวเตอร์/เทคโนโลยีสมัยใหม่) เข้ากับศาสตร์ทางการสื่อสารได้แก่ กลุ่มสาขาวิชาสารสนเทศทางการสื่อสารโดยสาขาดังกล่าวนี้นี้จัดเป็นกลุ่มสาขานิเทศศาสตร์เช่นกันแต่มีความแตกต่างกับสาขาอื่นๆ ในส่วนของกลุ่มวิชาแกนหรือวิชาศึกษาทั่วไป และการให้ความสำคัญกับการศึกษาวิชาที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการวางระบบฐานข้อมูล เป็นต้น ทั้งนี้พบว่า หลักสูตรที่จัดในรูปแบบดังกล่าวนี้เป็นหลักสูตรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยที่มีจุดแข็งในเรื่องของเทคโนโลยีอยู่แล้ว แต่อย่างไรก็ตาม ถ้าพิจารณาในส่วนของจำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตรจะเห็นว่า มีจำนวนที่ค่อนข้างสูงมากเกินไป นอกจากนั้นเมื่อพิจารณารายละเอียดลงไปในส่วนของโครงสร้างหลักสูตรจะพบว่า รายวิชาในหมวดวิชาแกนนั้นจะมีปริมาณค่อนข้างมากซึ่งครอบคลุมทั้งการสื่อสารและเทคโนโลยี แต่ถ้านำไปพิจารณาเทียบกับหลักสูตรในรูปแบบอื่นๆ จะพบว่า รายวิชาที่ตอบสนองศาสตร์ทางการสื่อสารจะมีจำนวนน้อย อย่างไรก็ตามในปัจจุบันแค่รู้จักและเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีต่างๆ เท่านั้นมันไม่เพียงพอแล้ว เราจำเป็นที่จะต้องเป็นนักคิด นักวางแผนเพื่อที่จะสามารถบริหารจัดการกับระบบการสื่อสารที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วย

จากรูปแบบหลักสูตรทั้งหมดดังกล่าวข้างต้นเห็นได้ว่ามีจุดเน้นเฉพาะแตกต่างกันไป แต่อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาบนฐานของสภาพเศรษฐกิจสังคมยุคปัจจุบันที่ขับเคลื่อนด้วยความรู้หรือนวัตกรรมใหม่ๆ ผ่านการใช้ระบบเทคโนโลยีสื่อสารสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพพบว่า รูปแบบของหลักสูตรนิเทศศาสตร์หรือศาสตร์ทางการสื่อสารในปัจจุบันควรมีการปรับตัวให้มีการขยายองค์ความรู้ทางการสื่อสารให้กว้างขวาง ครอบคลุม ตอบสนองการปฏิบัติงานทางการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยให้ความสำคัญกับการบูรณาการศาสตร์ทางการสื่อสาร การบริหารธุรกิจ และด้านเทคโนโลยีสื่อสารสารสนเทศเข้าด้วยกันอย่างลงตัวบนพื้นฐานของการมีจิตสำนึกสาธารณะ คุณธรรม/จริยธรรม และจรรยาบรรณนิเทศศาสตร์ ซึ่งหมายความว่าผู้เรียนจะต้องมีความสามารถที่ครอบคลุมทั้งในเรื่องของการสื่อสาร ความสามารถในการบริหารจัดการ

งานต่างๆที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนมีความรู้เท่าทันในเรื่องของเทคโนโลยีสารสนเทศและสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

2.1 โครงสร้างหลักสูตรด้านนิเทศศาสตร์ในประเทศในปัจจุบัน

จากการสังเคราะห์รายละเอียดโครงสร้างหลักสูตรของมหาวิทยาลัยที่มีการจัดการเรียนการสอนด้านนิเทศศาสตร์ในประเทศในปัจจุบันสามารถสรุปประเด็นข้อค้นพบต่างๆได้ดังนี้

ประเด็นที่ 1 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนด้านนิเทศศาสตร์ในปัจจุบัน

สำหรับในส่วนของรูปแบบการจัดการเรียนการสอนด้านนิเทศศาสตร์ในปัจจุบันสามารถแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบหลักๆคือ

1) การจัดการเรียนการสอนโดยเปิดเป็นคณะวิชาทางด้านนี้โดยเฉพาะ เช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม เป็นต้น

2) การจัดการเรียนการสอนโดยเปิดเป็นสาขาวิชาในคณะอื่นๆ ซึ่งจะมีความแตกต่างกันไปตามคุณลักษณะของสถาบันการศึกษาซึ่งจำแนกได้เป็น 4 คณะ/สำนักวิชาหลักคือ

2.1 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์เช่น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยบูรพา

2.2 คณะวิทยาการสื่อสาร เช่น มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

2.3 คณะบริหารธุรกิจ/คณะวิทยาการจัดการ เช่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร (สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจ) มหาวิทยาลัยรามคำแหง (สาขาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต/สวนสุนันทา/นครสวรรค์ และมหาวิทยาลัยนเรศวร

2. คณะ/สำนักวิชาทางการเทคโนโลยีสารสนเทศ/สำนักวิชาสารสนเทศศาสตร์เช่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี (วิทยาการสารสนเทศบัณฑิต: นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ประเด็นที่ 2 ปรัชญาและวัตถุประสงค์ของหลักสูตรด้านนิเทศศาสตร์

ในปัจจุบันมีมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรด้านนิเทศศาสตร์ในประเทศไทยอยู่มากกว่า 20 แห่ง ทั้งภาครัฐและเอกชนซึ่งแต่ละมหาวิทยาลัยมีการกำหนดปรัชญาของหลักสูตรเพื่อกำหนดทิศทางการจัดการศึกษาในภาพอนาคตทางด้านการนิเทศศาสตร์รายละเอียดแจกแจงดังตาราง 2

ตาราง 2 สรุปปรัชญาของหลักสูตรด้านนิเทศศาสตร์ในประเทศไทย

มหาวิทยาลัย	รายละเอียดปรัชญา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	ในด้านสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จะเน้นหนักที่ทฤษฎี หลักการ และการปฏิบัติงานทางการประชาสัมพันธ์โดยทั่วไป และการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการตลาด ผู้เรียนจะมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการวางแผนการประชาสัมพันธ์ การโน้มน้าวใจ การสร้างประชาคมติ ตลอดจนทักษะการใช้สื่อประเภทต่างๆ เพื่อประโยชน์ในงานประชาสัมพันธ์ ส่วนในด้านสาขาวิชาการโฆษณา จะเน้นหนักในด้านงานโฆษณาต่างๆ ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการโฆษณา และการสื่อสารการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การวางแผนสื่อ การรณรงค์ทางการโฆษณา การเขียนบทโฆษณา นิเทศศิลป์และคอมพิวเตอร์กราฟฟิกเพื่อการโฆษณา และการวิจัยโฆษณา และการตลาด
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	บัณฑิตสาขาวิชานิเทศศาสตร์เป็นผู้ที่มีความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้และทักษะในวิชาชีพตลอดจนมีความตระหนักถึงมิติทางสังคม วัฒนธรรมและจริยธรรม เพื่อสร้างสรรค์ความเข้าใจอันดีและความเท่าเทียมกันทางการสื่อสารของกลุ่มต่างๆในสังคม
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	มุ่งเน้นให้บัณฑิตฝึกฝนตนเองให้เป็นผู้รู้จริง คิดเป็น และปฏิบัติงานในวิชาชีพด้วย มโนธรรม จริยธรรม และสำนึกแห่งความรับผิดชอบต่อสังคม
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	ผลิตบัณฑิตนิเทศศาสตร์ที่มีความเป็นเลิศทางวิชาการและวิชาชีพ ที่พร้อมด้วย คุณธรรมและจริยธรรม
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	เพื่อให้การศึกษา อบรม ฝึกฝน และวิจัยทางวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนเช่น นสพ. วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ โฆษณาและการประชาสัมพันธ์แก่นักศึกษาให้มีความรู้ความชำนาญสามารถวินิจฉัยและตัดสินใจในสังคมในส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ อันจะนำไปใช้ในการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม รวมทั้งเป็นผู้นำสังคม เข้าใจปรัชญาวิชาชีพวารสารศาสตร์ มีจริยธรรมและสำนึกต่อสังคม มีความรอบรู้และทักษะในวิชาชีพ

ตาราง 2 (ต่อ)

มหาวิทยาลัย	รายละเอียดปรัชญา
มหาวิทยาลัยรังสิต	ผู้ที่สำเร็จการศึกษาหลักสูตร สาขาวิชาสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จะมีองค์ความรู้ทั้งวิชาการและวิชาชีพ ที่สามารถนำความรู้ไปประกอบอาชีพได้ ทั้งโดยตรงและการประยุกต์ในบริษัทหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในฝ่ายการตลาด ฝ่ายออกแบบและผลิตงานสื่อสารการตลาดของภาคเอกชนและภาครัฐทุกแห่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสนใจและความสามารถเชิงทักษะวิชาชีพของแต่ละบุคคล หลักสูตรการสื่อสารการตลาดจึงเป็นหลักสูตรที่ตอบสนองความต้องการของบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการสร้างสรรค์งานสื่อสารการตลาด ที่มีอยู่อย่างหลากหลายในสังคมยุคปัจจุบัน รวมทั้งยังสามารถศึกษาต่อในระดับปริญญาที่สูงขึ้น ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในสาขาวิชาสื่อสารการตลาด การตลาด การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การออกแบบด้วยคอมพิวเตอร์กราฟฟิก และสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้อีกด้วย
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	คณะนิเทศศาสตร์มุ่งหวังที่จะผลิตนักนิเทศศาสตร์ยุคใหม่ที่มีความรู้ในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ มีความสามารถในการวิจัย การวางแผน การเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ รวมทั้งมีความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งจะเป็นพื้นฐานที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเหมาะสมกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วตามกระแสโลก
มหาวิทยาลัยหอการค้า	หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มุ่งให้ผู้เรียนมีความรู้ความสามารถในวิชาชีพนิเทศศาสตร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านทักษะการสื่อสาร การบริหาร การจัดการ ที่สอดคล้องกับธุรกิจและเศรษฐกิจ รวมทั้งเน้นให้ผู้เรียนมีความรอบรู้ในวิทยาการแขนงต่าง ๆ ที่เอื้อต่อการประกอบวิชาชีพ ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก และสามารถพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนปลูกฝังจริยธรรม จรรยาบรรณ และความรับผิดชอบต่อวิชาชีพและสังคม
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต	ผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพด้านการผลิตสื่อและการวิจัยทางด้านนิเทศศาสตร์เพื่อพัฒนาองค์ความรู้และให้บริการสังคม โดยมุ่งเน้นความมีคุณธรรมและจริยธรรมในการประกอบวิชาชีพ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี	งานนิเทศศาสตร์ ซึ่งเน้นการผลิต ถ่ายทอด และเผยแพร่สารสนเทศและความรู้แก่มวลชนโดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ นิเทศศาสตร์ เป็นสาขาวิชาเฉพาะ เน้น 1) การผลิตสื่อ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การออกแบบ การสร้างสรรค์ การเขียน บทวิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ บทความสารคดี การวางแผน สื่อมวลชน และการเผยแพร่ 2) เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีที่ใช้เพื่อการสื่อสารสังคม และประชาานิเทศ เทคโนโลยีการผลิตและจัดรายการ และเทคโนโลยีในการสื่อสารทางการเมือง

ตาราง 2 (ต่อ)

มหาวิทยาลัย	รายละเอียดปรัชญา
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร	ในปัจจุบันการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทในทุกด้านของสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการทำธุรกิจ มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องนำการสื่อสารมาใช้ในการดำเนินธุรกิจให้สัมฤทธิ์ผล เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การสื่อสารทางวิทยุ โทรทัศน์ และทางวารสารศาสตร์ ดังนั้นทางมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร จึงได้จัดทำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ เพื่อมุ่งเน้นให้บัณฑิตมีความรู้ทางด้านการสื่อสาร และการสื่อสารมวลชน ในทุกรูปแบบ เพื่อสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการทำธุรกิจต่างได้ ควบคู่ไปกับการปลูกฝังจริยธรรมทางด้านวิชาชีพนิเทศศาสตร์ธุรกิจ

จากตาราง 2 พบว่า ปรัชญาการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ของมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ที่เปิดการเรียนการสอนทางด้านนี้ครอบคลุมใน 2 ประเด็นที่เหมือนกันคือ 1) มุ่งพัฒนาความรู้ทั้งในเชิงทฤษฎีและวิชาชีพ และ 2) มุ่งเน้นการปลูกฝังในเรื่องของคุณธรรม จริยธรรมและการมีจิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคม อย่างไรก็ตามก็พบว่า มีปรัชญาของหลักสูตรในบางมหาวิทยาลัยที่มีการให้ความสำคัญกับประเด็นในเรื่องของทักษะที่จำเป็นสำหรับนักนิเทศศาสตร์เพิ่มเติมคือ ความสามารถในการวิจัย (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต) การวางแผน การเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ การมีความคิดสร้างสรรค์ (มหาวิทยาลัยกรุงเทพ) ทักษะการสื่อสาร ทักษะการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ความสามารถประยุกต์ใช้องค์ความรู้ดังกล่าวเข้ากับการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ (มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย) และการมุ่งเน้นความสามารถในการผลิต ถ่ายทอด และเผยแพร่สารสนเทศหรือความรู้แก่มวลชนโดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี) ในขณะที่มหาวิทยาลัยรังสิตมีการให้ความสำคัญเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสามารถศึกษาต่อในระดับปริญญาที่สูงขึ้น ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในสาขาวิชาสื่อสารการตลาด การตลาด การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การออกแบบด้วยคอมพิวเตอร์กราฟฟิก และสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องอีกด้วย

นอกจากนั้นในส่วนของการศึกษาวัตถุประสงค์หลักสูตรทางด้านนิเทศศาสตร์ในครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาหลักสูตรของ 17 มหาวิทยาลัย ได้แก่ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยรังสิตมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

มหาวิทยาลัยศรีปทุม มหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยศิลปากร มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร ซึ่งได้วัตถุประสงค์ของหลักสูตร จำนวนทั้งหมด 42 วัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถในการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารมวลชนในโลกแห่งเทคโนโลยีกับการจัดการสมัยใหม่
2. ผลิตบัณฑิตผู้มีศีลธรรม คุณธรรม จริยธรรมและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี รวมทั้งมีทัศนคติที่รับผิดชอบต่อสังคม
3. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้เหมาะสมที่จะเป็นนักการสื่อสาร สามารถใช้ความรู้และประสบการณ์ให้เป็นประโยชน์ต่อตนเอง ต่อหน่วยงานที่สังกัด และต่อสังคมส่วนรวม
4. ผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ และทักษะทางการสื่อสารและเทคโนโลยีการสื่อสาร
5. บัณฑิตสามารถประยุกต์ใช้ความรู้และทักษะด้านนิเทศศาสตร์ในฐานะนักวิชาชีพ และนักวิชาการที่ตระหนักถึงมิติทางสังคม วัฒนธรรมและจริยธรรมเพื่อสร้างสรรค์ความเข้าใจอันดีและความเท่าเทียมทางการสื่อสารของกลุ่มต่างๆในสังคม
6. เพื่อให้บัณฑิตสามารถทำหน้าที่ด้านการสื่อสารเพื่อตอบสนองความต้องการทางสังคมบนพื้นฐานความรู้ ความเข้าใจในสังคมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม
7. การจัดการศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตร์ให้ความสำคัญเป็นพิเศษในการผลิตนักวิชาชีพด้านการสื่อสารซึ่งมีคุณลักษณะที่เหมาะสมกับความเปลี่ยนแปลงของสังคมยุคใหม่ โดยมุ่งเน้นการสร้างสรรค์ความเป็นประชาสังคม และนักการสื่อสารต้องทำหน้าที่เสมือนเป็นสื่อของชุมชนเพื่อร่วมสร้างประชาสังคม
8. ให้ความสำคัญกับการผลิตบัณฑิตด้านนิเทศศาสตร์และสื่อสารมวลชนในกระแสดังเลือกซึ่งสามารถประกอบอาชีพโดยอิสระและสามารถพึ่งพิงตนเองได้ โดยใช้ทรัพยากรและเงินทุนเพียงจำนวนน้อยในการผลิตและใช้สื่อขนาดเล็กที่เหมาะสมกับชุมชน
9. เพื่อผลิตบัณฑิตผู้ซึ่งมีความรู้ ทักษะทางด้านนิเทศศาสตร์หรือการบริหารการสื่อสาร รวมทั้งมีจิตสำนึกและมีความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษอยู่ในระดับดี (หลักสูตรนานาชาติ Communication Management จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)
10. เพื่อผลิตบัณฑิตผู้ซึ่งมีทักษะขั้นสูงในการบริหารจัดการการสื่อสารกับกลุ่มมวลชนหรือกิจกรรมอื่น ๆ ที่มีการสื่อสารเข้าไปเกี่ยวข้อง รวมทั้งมีความเข้าใจที่ดีและเหมาะสมเกี่ยวกับนโยบาย กฎหมาย ตลอดจนระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของการสื่อสาร เทคโนโลยีสารสนเทศ ตลอดจนการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารต่างๆอย่างมีประสิทธิภาพทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ

11. ผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ความสามารถ และทักษะในวิชาชีพให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคม โดยมุ่งเน้นความเป็นเลิศทางวิชาการ
12. เพื่อให้บัณฑิตมีความรับผิดชอบต่อนานาชาติ มีความรอบรู้คุณธรรม และสามารถเป็นผู้นำในสังคม
13. เพื่อให้บัณฑิตมีสำนึกต่อชุมชน สามารถใช้ความรู้เพื่อส่งเสริมและสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่น
14. เพื่อให้นักศึกษามีความรู้ความสามารถ ตลอดจนมีทักษะด้านการสื่อสารเพื่อธุรกิจสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ให้เป็นประโยชน์ต่อการธุรกิจอย่างเหมาะสม
15. เพื่อให้นักศึกษามีพื้นฐานความรู้ความเข้าใจกว้างขวางและลึกซึ้งเพียงพอที่จะพัฒนาตนเองให้เหมาะสมกับภาระหน้าที่ความรับผิดชอบทั้งในปัจจุบันและอนาคต
16. เพื่อให้นักศึกษามีทักษะและแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้องในการศึกษา ค้นคว้า ทำการวิจัยวางแผน และประเมินผลและวางแผน ในอันที่จะสามารถใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการพัฒนาความเจริญก้าวหน้าให้แก่วงการนิเทศศาสตร์
17. เพื่อให้นักศึกษามีความรู้ ความสามารถและมีความพร้อมที่จะศึกษาต่อในระดับที่สูงกว่าทั้งในประเทศและต่างประเทศ
18. เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความสามารถเชิงวิชาการและวิชาชีพ
19. เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีความสามารถวินิจฉัยตัดสินปัญหาและแก้ไขปัญหาให้สังคมได้
20. เพื่อผลิตบัณฑิตให้เป็นผู้นำทางสังคมที่มีจริยธรรม มีความคิดริเริ่ม มีความทันสมัย มีวิสัยทัศน์
21. เพื่อสร้างผู้นำที่จะออกไปพัฒนาชุมชนและสังคม
22. มีความรู้ความสามารถในวิทยาการด้านการวางแผนกลยุทธ์ การสร้างสรรค์และผลิต ผลงานด้านการสื่อสารการตลาด ทั้งองค์ความรู้ระดับประเทศและนานาชาติ มีความเข้าใจ และสามารถสื่อสารชนิดต่างๆ เพื่อถ่ายทอดผลงานสร้างสรรค์ด้านสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเหล่านั้น ได้อย่างมีประสิทธิภาพ คุณธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม
23. สามารถแสวงหาความรู้ในวิทยาการด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้วยตนเอง รวมทั้งส่งเสริมการค้นคว้าหาความเข้าใจ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยขั้นพื้นฐาน ทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ สำหรับการประกอบอาชีพที่มั่นคงต่อไปในอนาคต

24. สามารถประยุกต์ความรู้ ความสามารถและทักษะการสร้างสรรค์ที่มีให้เข้ากับการทำงานสื่อสารการตลาดรูปแบบใหม่ๆ ที่เหมาะสมกับสภาพธุรกิจได้ตลอดเวลา กับมีทักษะในการประสานความรู้ความสามารถกับผู้อื่น

25. มีบุคลิกภาพใฝ่รู้และสร้างสรรค์ เป็นนักวิชาการ นักคิด นักปฏิบัติที่ทำงานได้อย่างหลากหลายด้วยความอดทน และมีความมุ่งมั่นในการทำงานเพื่อสังคมด้วยความรับผิดชอบ มีความรู้พื้นฐานที่สามารถศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น ทั้งในสาขาวิชาชีพและสาขาอื่นๆ

26. มีความรู้และมีความเชี่ยวชาญในวิชาการและวิชาชีพ อย่างมีมาตรฐาน ตามหลักวิชาการ และพัฒนาต่อเนื่องจากหลักการจัดให้นักศึกษามีส่วนร่วมทำกิจกรรมด้านสื่อสารการตลาด

27. ให้บริการแก่สังคมในด้านการพัฒนาความรู้และทักษะการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ รวมทั้งการใช้วิจารณ์งานในการรับสารจากสื่อต่างๆ ส่งเสริมให้ธุรกิจการสื่อสารการตลาดในประเทศไทยได้พัฒนาให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

28. สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถและทักษะในวิชาชีพประชาสัมพันธ์ ทั้งหน่วยงานภาครัฐบาล ภาคธุรกิจเอกชน และหน่วยงานสาธารณประโยชน์

29. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ในทฤษฎีและหลักการทางนิเทศศาสตร์ และข่าวสาร ข้อมูลโดยรู้ลึก รู้กว้าง รู้จริง และ รู้ทัน สามารถวิเคราะห์ และเข้าใจวิธีการประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม

30. มีทักษะในการใช้กระบวนการทางวิชาชีพนิเทศศาสตร์ ทั้งกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคลและกระบวนการสื่อสารมวลชน โดยสามารถใช้สื่อเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัยได้อย่างเหมาะสม

31. มีทัศนคติเชิงวิชาชีพนิเทศศาสตร์ สำเนียงรักในวิชาชีพมีความรู้ลึกนักคิดที่จะใช้ข้อมูลข่าวสารและกระบวนการทางวิชาชีพสร้างสรรค์ผลงานโดยสำเนียงรับผิดชอบต่อสังคม

32. มีคุณธรรม จริยธรรม ซื่อสัตย์ มีวินัย รับผิดชอบ อดทน สู้งาน มองโลกอย่างเป็นกลางโดยยึดมั่นจรรยาบรรณในวิชาชีพ

33. มีบุคลิกภาพเหมาะสมกับวิชานิเทศศาสตร์ คล่องแคล่ว กระฉับกระเฉง มีลักษณะความเป็นผู้นำอยู่ในตัว

34. เพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษามีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานในสาขาวิชาเอกที่ตนได้ศึกษามาเป็นอย่างดีและมีพื้นฐานความรู้ทางนิเทศศาสตร์ธุรกิจเพียงพอที่จะปฏิบัติงาน ซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางนิเทศศาสตร์ธุรกิจส่วนอื่น ๆ ได้

35. เพื่อให้ผู้ที่สำเร็จการศึกษามีความรู้ในเนื้อหาวิชาต่างๆและมีความสามารถที่จะประยุกต์ความรู้ที่ได้รับกับงานที่ทำได้

36. เพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความรับผิดชอบที่มีต่อสังคม

37. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความพร้อม ทั้งความรู้ด้านวิชาชีพ มีจริยธรรมและคุณธรรม

38. เพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษามีพื้นฐานความรู้พอที่จะศึกษาต่อในระดับสูงทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

39. เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ความสามารถ ด้านการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารสารสนเทศ และเทคโนโลยี ให้สอดคล้องกับความเป็นสายใยของสังคม

40. เพื่อผลิตบัณฑิตในสาขาวิชาที่เป็นความต้องการของประเทศ ในยุคแห่งความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศใน 5 สาขาวิชาได้แก่ การโฆษณา การลูกค้าสัมพันธ์ วารสารและหนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ และวิทยุและโทรทัศน์เพื่อให้บัณฑิตที่จบออกไปมีคุณภาพและสามารถดำเนินงานในหน่วยงานของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

41. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถบูรณาการวิทยาการต่างๆ เพื่อใช้กับนิเทศศาสตร์ และการสื่อสารมวลชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งมีคุณธรรม จริยธรรม และนำคุณประโยชน์มาสู่สังคม

42. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการทางวิชาการแก่สังคมของมหาวิทยาลัยในสาขาวิชานิเทศศาสตร์

จากรายละเอียดวัตถุประสงค์ข้างต้น ผู้วิจัยนำมาสังเคราะห์และสามารถสรุปคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตจากหลักสูตรนิเทศศาสตร์จำแนกเป็นรายด้านได้ดังนี้

1. ด้านความรู้ – พบว่า ความรู้ที่หลักสูตรโดยรวมต้องการให้เกิดขึ้นนั้นประกอบด้วย

1) ความรู้ทางการสื่อสารทั้งในส่วนขอบทบาทหน้าที่ของการสื่อสาร องค์ประกอบการสื่อสาร ประเภทการสื่อสารและผลกระทบของระบบการสื่อสารจากเทคโนโลยีสมัยใหม่ 2) ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ 3) ความรู้เกี่ยวกับลักษณะ/วิธีการสื่อสารในบริบทสังคม ชนชั้น ตลอดจนมิติทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน 4) ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อบริหารการเปลี่ยนแปลง 5) การสื่อสารกับการสร้างเครือข่าย/ประชาสังคม 5) ความรู้เกี่ยวกับสื่อแต่ละประเภท (ข้อดี/ข้อเสีย, เทคนิควิธีการผลิต) 6) ความรู้เบื้องต้นทางด้านนิเทศศาสตร์ 7) ความรู้เกี่ยวกับการบริหารการสื่อสาร 8) ความรู้เกี่ยวกับภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 9) ระเบียบ/นโยบาย/กฎหมายต่างๆที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของการสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมทั้งจริยธรรมและจรรยาบรรณของนักการสื่อสารทั้งในระดับประเทศและระดับสากล 10) ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารเชิงธุรกิจ 11) ความรู้เกี่ยวกับระเบียบวิธีวิจัยทางการสื่อสาร 12) ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสาร

การตลาดเชิงบูรณาการ 13) ความรู้ความสามารถในวิทยาการด้านการวางแผนกลยุทธ์ การสร้างสรรค์และผลิต ผลงานด้านการสื่อสารทั้งองค์ความรู้ระดับประเทศและนานาชาติ 14) เทคนิคการนำเสนอผลงาน 15) หลักการประชาสัมพันธ์เบื้องต้น และ 16) ความรู้พื้นฐานของทางนิเทศศาสตร์เพื่อประโยชน์ในการศึกษาต่อ

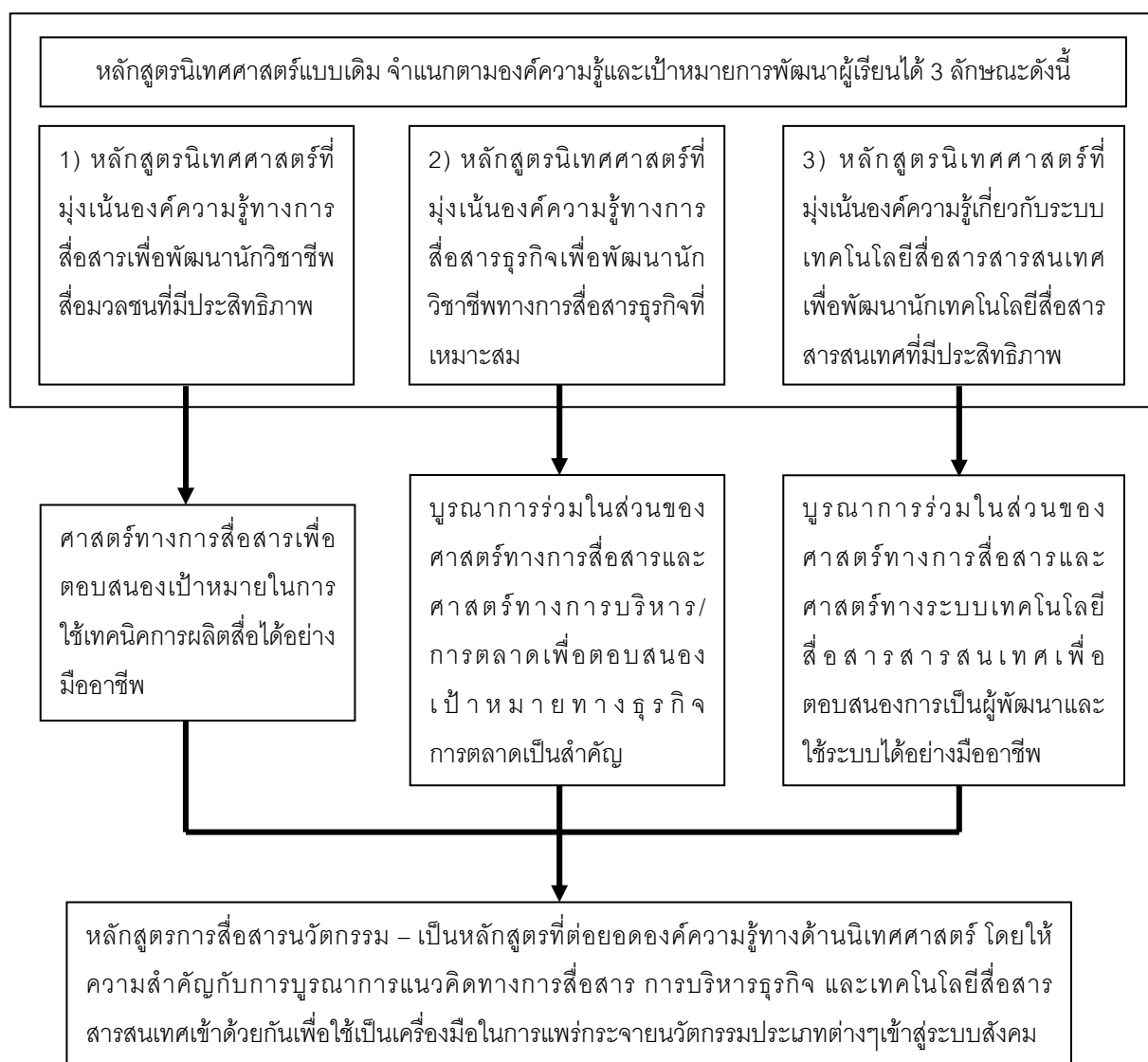
2. ด้านทักษะ/คุณลักษณะ – พบว่า ทักษะที่ต้องการให้เกิดขึ้นนั้นประกอบด้วย

1) ความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้ 2) ความคิดสร้างสรรค์ 3) ทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต 4) ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ 5) ทักษะในการบริหารจัดการ 6) ทักษะการสื่อสาร (ทั้งในบริบททั่วไปและในเชิงธุรกิจ) 7) การมีมนุษยสัมพันธ์ 8) ทักษะการรู้สารสนเทศ 9) ทักษะการวิจัย 10) ความสามารถในการแก้ปัญหา 11) ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ 12) การคิดเชิงกลยุทธ์ 13) การคิดวิจารณ์ญาณ 14) ทักษะความเป็นผู้นำ และ 15) ทักษะ/ความสามารถในการประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

3. ด้านเจตคติพื้นฐาน – พบว่า เจตคติหรือความคิดพื้นฐานที่จะเป็นตัวช่วยสนับสนุนให้เกิดพฤติกรรมอันพึงประสงค์นั้นประกอบด้วย 1) ความรับผิดชอบ 2) การยึดมั่นในคุณธรรมและจริยธรรม 3) ความมีวินัยในตนเอง 4) ความตระหนักถึงความสำคัญของการสื่อสารในบริบทสังคม 5) ยึดมั่นในอุดมการณ์และจรรยาบรรณของวิชาชีพ 6) มีความอดทน และ 7) มีจิตสาธารณะ

จากการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนหลักสูตรนิเทศศาสตร์ระดับปริญญาตรี ที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การจัดการเรียนการสอนทางด้านการสื่อสารนั้นเป็นเรื่องของการจัดหลักสูตรแบบบูรณาการโดยให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจและสังคมเป็นอย่างมาก ดังจะเห็นได้จากการที่ในระยะเริ่มต้นที่ให้ความสำคัญกับการสร้างนักวิชาชีพสื่อสารมวลชนโดยเฉพาะเพื่อสร้างคนให้รู้จักใช้เครื่องมือที่เป็นสื่อสารมวลชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองต่อการปฏิบัติงานการเผยแพร่ในแวดวงราชการ ในยุคต่อมาก็มีการปรับเปลี่ยนจุดเน้นของหลักสูตรให้สามารถตอบสนองต่อการนำองค์ความรู้ทางการสื่อสารไปใช้ในภาคธุรกิจมากยิ่งขึ้นในลักษณะของการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ร่วมกันระหว่างหลักสูตรสื่อสาร และหลักสูตรบริหารจัดการเชิงธุรกิจ และสุดท้ายเมื่อเข้าสู่ยุคเทคโนโลยีสารสนเทศหลักสูตรทางการสื่อสารก็มีการปรับจุดเน้นอีกครั้งโดยให้ความสำคัญกับการบูรณาการองค์ความรู้ในเรื่องของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ อย่างไรก็ตามพบว่า ในส่วนของหลักสูตรที่ให้ความสำคัญกับเรื่องของการสื่อสารและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่เปิดกันอยู่ในขณะนี้มีการให้ความสำคัญกับองค์ความรู้ในเรื่องของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมากกว่าองค์ความรู้ทางด้านการสื่อสารซึ่งส่งผลให้รายวิชาทางด้านการสื่อสารที่จะช่วยพัฒนาผู้เรียนให้เป็นนักสื่อสารที่มีประสิทธิภาพนั้นไม่เกิดประสิทธิผลได้ดีเท่าที่ควร ดังนั้นการวิจัยและพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรมในครั้งนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะต่อ

ยอดองค์ความรู้ทางด้านนิเทศศาสตร์ โดยให้ความสำคัญกับการบูรณาการแนวคิดทางการสื่อสาร การบริหารธุรกิจ และเทคโนโลยีสื่อสารสารสนเทศเข้าด้วยกันเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการแพร่กระจายนวัตกรรมประเภทต่างๆเข้าสู่ระบบสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุดในการดำเนินงาน ทั้งนี้สามารถสรุปความสัมพันธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตร์และหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรมได้ดังแผนภาพ



ภาพประกอบ 4 ความสัมพันธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตร์และหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม

3. แนวคิดในการจัดทำหลักสูตรและการพัฒนาหลักสูตรเน้นสมรรถนะ

3.1 แนวคิดในการจัดทำหลักสูตร

3.1.1 คำจำกัดความของหลักสูตร

จากการศึกษาการให้คำจำกัดความคำว่า หลักสูตร ของนักวิชาการศึกษา พบว่า แต่ละคนมีการให้นิยามที่แตกต่างกันไปตามความมุ่งหมายของการนำหลักสูตรไปใช้ในลักษณะต่างๆ ทั้งนี้สามารถจัดกลุ่มคำจำกัดความ ได้ 3 กลุ่มคือ

1. การให้คำจำกัดความหลักสูตรในฐานะของการเป็นปัจจัยนำเข้า กล่าวคือ หลักสูตร เป็นสิ่งที่มีความสำคัญหรือมีความจำเป็นสำหรับผู้เรียน หรือเป็นเรื่องของรายวิชา เนื้อหาสาระและมวลประสบการณ์ทั้งหมดที่มีการจัดให้เด็กได้เรียน (Good.1973: 157, Beauchamp.1987: 61-62, Bobbitt.1981: 42, กมล สูดประเสริฐ.2516: 20, วิชัย วงษ์ใหญ่. 2523: 1, สุจิต เพียรชอบ.2526: 1, ธวัชชัย ชัยจิระฉายากุล.2529: 10, ทิศนา แหมมณี.2524: 1)

2. การให้คำจำกัดความหลักสูตรในฐานะของกระบวนการ กล่าวคือ หลักสูตรนั้น เป็นเรื่องของกระบวนการสร้างความรู้และประสบการณ์โดยการพัฒนาขึ้นอย่างมีระบบภายใต้ความดูแลของโรงเรียน (สมคิด ธนะเรืองสกุลไทย.2533:13; อ้างอิงจาก Tanner; & Tanner.1980: 43) หรือความพยายามในการสื่อสารหรือถ่ายทอดหลักการ/แนวคิด ต่างๆ (Stenhouse.1975: 4) ตลอดจนการมีปฏิสัมพันธ์ที่เหมาะสมระหว่างนักเรียน ครูและ สภาพแวดล้อมทางการเรียนอันจะนำไปสู่การพัฒนาผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สัจด์ อุทรานันท์.2527: 15)

3. การให้คำจำกัดความหลักสูตรในฐานะของการเป็นผลผลิต กล่าวคือ หลักสูตร เป็นผลรวมของประสบการณ์การเรียนรู้ต่างๆที่เด็กได้รับ (สมคิด ธนะเรืองสกุลไทย.2533:13; อ้างอิงจาก Caswell and Campbell.1935: 69, Shane and Mc swain.1951: 170)

3.1.2 องค์ประกอบของหลักสูตร

ในการวิจัยและพัฒนาหลักสูตร นอกจากจะต้องพิจารณาทำความเข้าใจเกี่ยวกับคำจำกัดความของคำว่า “หลักสูตร” แล้ว ควรจะต้องมีการระบุเกี่ยวกับองค์ประกอบของหลักสูตร แต่ การจะสามารถระบุได้อย่างชัดเจนว่า ในการจัดทำหลักสูตรจะต้องประกอบด้วยเรื่องใดบ้างนั้นเป็นเรื่องไม่ย่ายนัก เนื่องจากองค์ประกอบของหลักสูตรที่ปรากฏอยู่ตามหลักสูตรต่างๆ ค่อนข้างที่จะมีความแตกต่างกัน (สัจด์ อุทรานันท์.2527: 181) อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาแนวคิดของไทเลอร์ (Tyler.1950: 1) เกี่ยวกับคำถามที่ชี้แนะเพื่อการจัดทำหลักสูตร 4 ประการ คือ มีจุดประสงค์อย่างไร มีเนื้อหาสาระอะไรบ้าง จะจัดเนื้อหาสาระและประสบการณ์ต่างๆอย่างไร และจะทำการประเมินผลการเรียนรู้ต่างๆได้อย่างไร ซึ่งคำถามทั้ง 4 ประการนี้ สามารถสะท้อนให้เห็นอย่าง

ชัดเจนเกี่ยวกับองค์ประกอบของหลักสูตรไม่ว่าจะเป็นการพิจารณาเรื่องของวัตถุประสงค์ เนื้อหา หรือประสบการณ์ กิจกรรมการเรียนรู้หรือการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ และวิธีการประเมินผลที่เหมาะสม และสอดคล้องกับการระบุถึงองค์ประกอบของหลักสูตรของนักวิชาการศึกษาท่านอื่นๆ ได้แก่ ทาบา (Taba.1962:10) เซย์เลอร์และอเล็กซานเดอร์ (Saylor; & Alexander.1974: 102) และวิชัย วงษ์ใหญ่ (2537: 5) โดยสามารถสรุปถึงคำอธิบายในแต่ละองค์ประกอบได้ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ของหลักสูตร เป็นความมุ่งหวังที่จะให้เกิดผลแก่ผู้เรียนจากการใช้หลักสูตร หรือเป็นสิ่งที่กำหนดคุณลักษณะที่พึงปรารถนาที่จะให้เกิดแก่ผู้เรียนเพื่อช่วยให้ผู้เรียนพัฒนาหรือเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามต้องการ

2. เนื้อหาหรือประสบการณ์การเรียนรู้ เป็นสาระสำคัญขององค์ความรู้ที่จะนำมาใช้เพื่อเป็นสิ่งเร้าในการกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดการพัฒนาไปจนถึงวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ทั้งนี้เนื้อหาจะเป็นส่วนที่จะช่วยในการกำหนดประสบการณ์การเรียนรู้ซึ่งทำหน้าที่เชื่อมโยงให้การจัดประสบการณ์การเรียนรู้นั้นเกิดผลตามที่ต้องการ

3. กิจกรรมการเรียนรู้หรือการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ เป็นการจัดประสบการณ์แก่ผู้เรียนโดยมีวัตถุประสงค์เป็นเป้าหมาย และเนื้อหาเป็นสื่อที่จะนำมาใช้เป็นเครื่องมือที่จะทำให้ผู้เรียนเกิดการพัฒนา ทั้งนี้ปัจจัยที่จะช่วยให้การจัดกิจกรรมการเรียนรู้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพนั้นมีหลายประการเช่น ครูผู้สอน ยุทธวิธีการสอน การใช้สื่อการเรียนการสอนที่เหมาะสม การบริหารหลักสูตร เป็นต้น

4. วิธีการประเมินผลการเรียนรู้ เป็นวิธีการตรวจสอบและติดตามผลการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ และการจัดการศึกษาโดยภาพรวมว่า ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตรหรือไม่ และผลการประเมินนี้ยังสะท้อนถึงการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

จากรายละเอียดข้างต้นจะเห็นได้ว่า ในแต่ละองค์ประกอบของหลักสูตรนั้นไม่สามารถที่จะกำหนดขึ้นได้โดยอิสระจากความสัมพันธ์กับองค์ประกอบในด้านอื่นๆ ทุกองค์ประกอบมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงซึ่งกันและกันตลอดเวลา รวมถึงในประเด็นเรื่องความสมดุลขององค์ประกอบต่างๆ ของหลักสูตรนั้นยังไม่มีทฤษฎีหรือหลักเกณฑ์ใดๆ รองรับว่าจะต้องมีรายละเอียดหรือสัดส่วนเท่าใดจึงจะมีความเหมาะสมที่สุด (Taba.1962: 22) ทั้งนี้ในส่วนของการวิจัยและพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรมในครั้งนี้ผู้วิจัยมีการกำหนดองค์ประกอบของหลักสูตรที่ครอบคลุมทั้ง 4 องค์ประกอบหลักตามแนวคิดทฤษฎี และบูรณาการโครงสร้างตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ.2548 (กระทรวงศึกษาธิการ. 2548: 7-13) ขอบัณฑิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ.2543 และ

รายละเอียดเอกสารแนบท้ายประกาศคณะกรรมการการอุดมศึกษาเรื่อง แนวทางการปฏิบัติตาม กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2552 (กระทรวงศึกษาธิการ. 2552) ดังนั้น องค์ประกอบของหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม ที่พัฒนาขึ้นจึงมีองค์ประกอบจำแนกเป็นราย หมวดได้ดังนี้

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย ชื่อหลักสูตร ชื่อปริญญาและสาขาวิชา วิชาเอก จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร รูปแบบของหลักสูตร อาชีพที่สามารถประกอบได้หลัง สำเร็จการศึกษา สถานที่จัดการเรียนการสอน สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้อง นำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร ผลกระทบจากสถานการณ์ภายนอกต่อการพัฒนา หลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร ประกอบด้วย ความสำคัญ ปรัชญา และ วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร ประกอบด้วย ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการหลักสูตร หลักสูตร (จำนวนหน่วยกิต โครงสร้างหลักสูตร- ก.หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ข.วิชาพื้นฐานเฉพาะ ค.หมวดวิชาเอก ง.หมวดวิชา โท จ.หมวดวิชาเลือกเสรี และแผนการศึกษา) องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม (การฝึกงานหรือสหกิจศึกษา) และข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงงานหรือการศึกษาเฉพาะ รายบุคคล

หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล ประกอบด้วย การ พัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน (ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความ รับผิดชอบ ด้านทักษะการคิดวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านทักษะการปฏิบัติทางวิชาชีพ) คำอธิบายรายวิชา และแผนที่แสดงการกระจายความ รับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา

3.2 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตรเน้นสมรรถนะ (Competency-based curriculum)

3.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตร

จากคำจำกัดความและองค์ประกอบของหลักสูตรได้แสดงถึงความสำคัญของ หลักสูตรในการเป็นแผนและแนวทางในการจัดการศึกษาของชาติให้บรรลุตามความมุ่งหมายและ นโยบาย รวมทั้งเป็นหลักและแนวทางในการวางแผนวิชาการ การจัดและบริหารการศึกษา การ สรรหาและพัฒนาบุคลากร การจัดวัสดุอุปกรณ์ นวัตกรรมการเรียนการสอน งบประมาณ อาคาร

สถานที่ ตลอดจนเป็นเครื่องมือในการควบคุมมาตรฐานการศึกษาของสถานศึกษาและคุณภาพของผู้เรียนให้เป็นไปตามนโยบายและแผนการศึกษาของประเทศและสอดคล้องกับความคาดหวังของท้องถิ่น (วิชัย วงษ์ใหญ่.2538: 47) หลักสูตรจึงถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้ความมุ่งหมายของการจัดการศึกษาของประเทศเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นหลักสูตรจึงต้องสามารถแสดงถึงรายละเอียดของการพัฒนาบุคคล(ประชากรของชาติ)ที่มีประสิทธิภาพ ทันต่อเหตุการณ์ทางสังคม และเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มีความเหมาะสมกับความต้องการของบุคคล คำกล่าวของ นิโคลส์ (ตามรา ผลัดธนะ. 2543: 37; อ้างอิงจาก Nicholls 1972: 97-98) ที่กล่าวถึงความจำเป็นในการพัฒนาหลักสูตรที่สรุปได้ว่า “เนื่องจากสังคมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มีการค้นพบความรู้ใหม่อยู่เสมอในขณะเดียวกันความรู้เก่าบางอย่างก็ได้รับการพิสูจน์ว่าผิดหรือไม่เหมาะสม จึงมีความจำเป็นที่จะต้องคัดเลือกความรู้ที่จะให้เด็กเรียน เพื่อให้ นักเรียนได้เตรียมตัวรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆของสังคมอยู่ตลอดเวลา”

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตรพบว่า การให้คำจำกัดความของคำว่า “การพัฒนาหลักสูตร” มีความหมายครอบคลุมใน 2 ลักษณะ (Saylor;& Alexander.1974: 7, Pratt; & Short.1994: 1322, สงัด อุทราพันธ์.2532: 31-33, วิชัย วงษ์ใหญ่. 2537: 7, ใจทิพย์ เชื้อรัตนพงษ์.2539: 14) คือ

ลักษณะที่ 1 การพัฒนาหลักสูตร หมายถึงการทำหลักสูตรที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้นหรือสมบูรณ์ยิ่งขึ้นในลักษณะของการปรับปรุงและพัฒนาของเดิมให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ลักษณะที่ 2 การพัฒนาหลักสูตร หมายถึงการสร้างหรือจัดทำหลักสูตรขึ้นมาใหม่โดยไม่มีหลักสูตรเดิมมาก่อน

จากคำจำกัดความข้างต้นแสดงให้เห็นว่า การพัฒนาหลักสูตรเป็นเรื่องของกระบวนการในการสร้างขึ้นมาใหม่ หรือปรับปรุงให้ดีขึ้นกว่าเดิม และเป็นกระบวนการที่จำเป็นจะต้องมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกันตลอดทั้งกระบวนการ ทั้งนี้จากการศึกษารูปแบบการพัฒนาหลักสูตรที่นักพัฒนาหลักสูตรทั้งไทยและต่างประเทศได้มีการศึกษาไว้ สามารถแบ่งรูปแบบการพัฒนาหลักสูตรได้ออกเป็น 2 ลักษณะตามจุดเน้นของการพัฒนาหลักสูตรที่แตกต่างกันดังนี้

รูปแบบที่ 1 รูปแบบการพัฒนาหลักสูตรที่เน้นวัตถุประสงค์เป็นสำคัญ กล่าวคือ การพัฒนาหลักสูตรในรูปแบบนี้จะให้ความสำคัญกับเรื่องของการกำหนดจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการพัฒนาหลักสูตรก่อนที่จะดำเนินการในขั้นตอนอื่นๆ ดังจะเห็นได้จากรูปแบบการพัฒนาหลักสูตรในลักษณะดังกล่าวนี้จะให้ความสำคัญกับการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเพื่อทราบถึงสภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนาหลักสูตรก่อนเป็นอันดับแรก โดยในทุกขั้นตอนของกระบวนการพัฒนาหลักสูตรจะให้ความสำคัญกับการพิจารณาความสอดคล้อง

และความสามารถในการตอบสนองวัตถุประสงค์ จุดมุ่งหมายของการพัฒนาองค์ประกอบหลักสูตรในประเด็นต่างๆ เป็นสำคัญ เช่น รูปแบบการพัฒนาหลักสูตรของไทเลอร์ (Tyler, 1950: 1) ที่มีการระบุข้อความพื้นฐานในการพัฒนาหลักสูตรไว้ 4 ข้อ โดยเริ่มต้นกระบวนการด้วยการระบุถึงวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายความสำเร็จที่ต้องการให้นักเรียนได้รับรวมทั้งในแต่ละข้อความล้วนมุ่งเน้นการพัฒนาองค์ประกอบต่างๆ ที่สอดคล้องกับความมุ่งหวังที่มีการกำหนดไว้แต่แรกเป็นสำคัญ รายละเอียดข้อความที่เป็นกรอบในการพัฒนาหลักสูตรตามแนวคิดของไทเลอร์ คือ 1) มีความมุ่งหวังทางการศึกษา (Educational Purposes) อะไรบ้างที่โรงเรียนต้องการให้นักเรียนได้รับ 2) มีประสบการณ์ทางการศึกษา (Educational Experiences) อะไรบ้างที่จะทำให้บรรลุตามความมุ่งหวังที่กำหนดไว้ 3) ประสบการณ์ทางการศึกษาที่กำหนดนั้น จะจัดอย่างไรให้มีประสิทธิภาพ และ 4) จะทราบได้อย่างไรว่าความมุ่งหวังทางการศึกษาที่กำหนดไว้นั้นผู้เรียนได้บรรลุแล้ว หรือรูปแบบการพัฒนาหลักสูตรของทาบ (วิชัย วงษ์ใหญ่, 2537: 14-17; อ้างอิงจาก Taba, 1962) ที่มีการระบุองค์ประกอบของการพัฒนาหลักสูตรไว้เหมือนกับของไทเลอร์ รวมทั้งยังคงให้ความสำคัญกับการกำหนดวัตถุประสงค์และการพัฒนาองค์ประกอบต่างๆ ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ อย่างไรก็ตามในส่วนของการรายละเอียดในการพัฒนาหลักสูตรของทาบนั้นจะมีความแตกต่างกับของไทเลอร์ในเรื่องของการลงรายละเอียดมากกว่าโดยเฉพาะในเรื่องของยุทธวิธีการสอนและประสบการณ์การเรียนรู้

รูปแบบที่ 2 รูปแบบการพัฒนาหลักสูตรที่มุ่งเน้นกระบวนการ การเป็นพลวัตในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือ การพัฒนาหลักสูตรในรูปแบบนี้จะให้ความสำคัญกับกระบวนการในการพัฒนาหลักสูตรเป็นสำคัญ จุดเน้นของการพัฒนาหลักสูตรจะให้ความสำคัญกับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเช่น รูปแบบการพัฒนาหลักสูตรตามแนวคิดของวิลเลอร์ (Wheeler) (สิทธิชัย เทวธีระรัตน์, 2543: 32-33; อ้างอิงจาก Print, 1993: 70-71) ที่ได้มีการเสนอแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาหลักสูตรว่ามี 5 ระยะ คือ 1) การกำหนดจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ 2) การเลือกประสบการณ์การเรียนรู้ 3) การเลือกเนื้อหา 4) การจัดโครงสร้างและบูรณาการประสบการณ์การเรียนรู้และเนื้อหา และ 5) การประเมินผล ทั้งนี้เมื่อมีการดำเนินการครบทั้ง 5 ขั้นตอนแล้ว แต่หลักสูตรยังไม่สมบูรณ์ก็สามารถย้อนกลับไปทำตั้งแต่ขั้นตอนที่ 1 ถึง 5 หรือจะเลือกขั้นตอนหนึ่งขั้นตอนใดก็ได้ ทั้งนี้ในกระบวนการพัฒนาจะเน้นความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ซึ่งสามารถส่งผลกระทบถึงกันได้ หรือรูปแบบการพัฒนาหลักสูตรของสังกัด อุทรา นนท์ (2527: 38-39) ที่ได้มีการระบุขั้นตอนของกระบวนการในการพัฒนาหลักสูตรไว้ว่าประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน 2) การกำหนดจุดมุ่งหมาย 3) การคัดเลือกและจัดเนื้อหาสาระ 4) การกำหนดมาตรการวัดและประเมินผล 5) การนำหลักสูตรไปใช้ 6) การประเมินผลการใช้

หลักสูตร และ 7) การปรับปรุงแก้ไขหลักสูตร ทั้งนี้ในส่วน of ขั้นตอนต่างๆทั้ง 7 ขั้นตอนนั้นจะมีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกันอย่างเป็นวัฏจักร

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนาหลักสูตรจากนักวิชาการการศึกษาทั้งในและต่างประเทศ ในส่วนของการดำเนินการวิจัยและพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรมในครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกดำเนินการพัฒนาหลักสูตรโดยมีรูปแบบอยู่บนฐานของแนวคิดที่ยึดสมรรถนะของผู้เรียนเป็นสำคัญ (Competency-based curriculum) รูปแบบของการพัฒนาหลักสูตรนี้จึงมีความแตกต่างจากรูปแบบที่กล่าวมาข้างต้น เพราะตัวรูปแบบเน้นการให้ความสำคัญกับเรื่องของผลผลิต (Output) โดยเฉพาะที่คุณลักษณะที่พึงประสงค์หรือมาตรฐานผลการเรียนรู้ของบัณฑิต (Learning outcomes) ซึ่งเป็นมาตรฐานขั้นต่ำเชิงคุณภาพ เพื่อประกันและสื่อสารให้หน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องได้เข้าใจและมั่นใจถึงกระบวนการผลิตบัณฑิตในหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรมเป็นสำคัญ

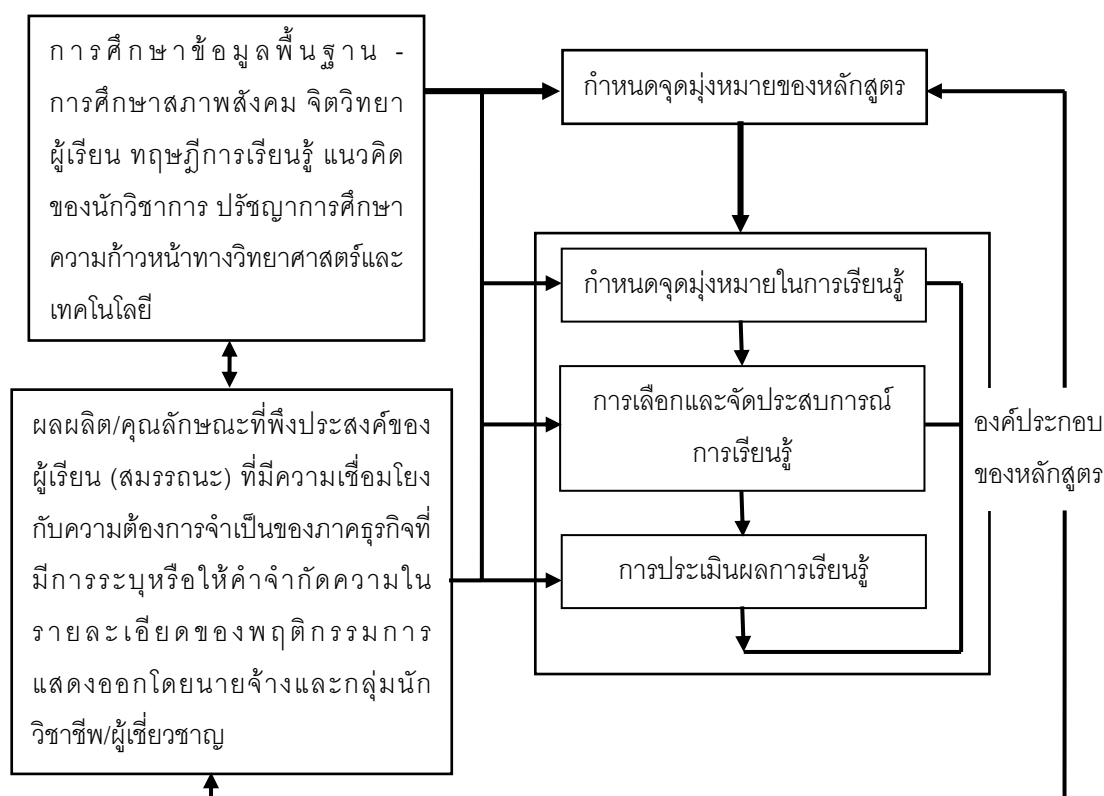
3.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตรเน้นสมรรถนะ

การจัดการศึกษาเน้นสมรรถนะ (Competency-based Education) เป็นกระบวนการในระดับสถาบันที่เป็นการปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดการศึกษาจากการให้ความสำคัญกับสิ่งที่นักวิชาการเชื่อว่าบัณฑิตผู้จบการศึกษาทุกคนจำเป็นที่จะต้องรู้ ไปสู่การจัดการศึกษาที่ให้ความสำคัญกับสิ่งที่ผู้เรียนรู้สึกต้องการหรือคิดว่าจำเป็นที่จะต้องรู้เพื่อที่จะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ที่หลากหลายและซับซ้อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ การจัดการศึกษาเน้นสมรรถนะมุ่งเน้นหรือให้ความสำคัญกับเรื่องของผลผลิต/คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้เรียน (สมรรถนะ) ที่มีความเชื่อมโยงกับความต้องการจำเป็นของภาคธุรกิจที่มีการระบุหรือให้คำจำกัดความในรายละเอียดของพฤติกรรมการแสดงออกโดยนายจ้างและกลุ่มนักศึกษา/ผู้เชี่ยวชาญ ดังนั้นเมื่อมีการกล่าวถึงการจัดการศึกษาเน้นสมรรถนะจึงเป็นการกล่าวถึงความพยายามในการที่จะอธิบายหรือให้รายละเอียดของจุดประสงค์หรือเป้าหมายที่มากกว่าเป็นเพียงแค่การกล่าวถึงจุดประสงค์การเรียนรู้หรือจุดประสงค์เชิงพฤติกรรมเท่านั้น (Accreditation Criteria for Schools of Public Health, June 2005) การพัฒนาหลักสูตรเพื่อสนองต่อการจัดการศึกษาในลักษณะดังกล่าวจึงต้องมุ่งเน้นไปที่ความสามารถเฉพาะของผู้เรียนเป็นสำคัญ หรือหลักสูตรเน้นสมรรถนะ (Competency-based curriculum) นั่นเอง หลักสูตรในลักษณะดังกล่าวนี้จึงต้องแสดงถึงรายละเอียดที่ทำให้แน่ใจว่าผู้ที่จบการศึกษาในระดับหนึ่งๆ จะมีทักษะและความสามารถในด้านต่างๆเป็นไปตามที่ต้องการ ดังนั้นในการพัฒนาหลักสูตรประเภทนี้จึงมีการกำหนดเกณฑ์ความสามารถที่ผู้เรียนพึงกระทำหรือเกณฑ์สมรรถภาพในด้านต่างๆที่ผู้เรียนต้องแสดงออกในแต่ละระดับการศึกษา หรือแต่ละชั้นเรียน ทั้งนี้ทักษะและความสามารถในแต่ละชั้นเรียนนั้นจะถูก

กำหนดให้มีความต่อเนื่องกัน โดยเริ่มจากทักษะและความสามารถเบื้องต้น แล้วยกระดับเพิ่มขึ้นในระดับสูงต่อไป (อัจริยา วัชรวิวัฒน์.2544: 47, เอกรินทร์ สีมหาศาล.2545: 200-205, เทพนคร ทาแดง.2546: 45; อ้างอิงจาก Sowell.1996: 55-59)

การพัฒนาหลักสูตรเน้นสมรรถนะ

จากการศึกษารูปแบบการพัฒนาหลักสูตรของนักวิชาการศึกษาทั้งในและต่างประเทศ ในรูปแบบต่างๆข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปกระบวนการในการพัฒนาหลักสูตรแบบเน้นสมรรถนะ โดยบูรณาการรูปแบบการพัฒนาหลักสูตรที่เน้นวัตถุประสงค์กับองค์ประกอบพื้นฐานของหลักสูตร และกระบวนการในการจัดการศึกษาเน้นสมรรถนะรายละเอียดความสัมพันธ์แสดงในแผนภาพ (Tyler.1950: 1, Taba.1962: 12, Saylor and Alexander.1973: 98-102, วิชัย วงษ์ใหญ่.2532: 5-23, สัจด์ อุทรานนท์.2527: 38-39, อัจริยา วัชรวิวัฒน์.2544: 106-111; อ้างอิงจาก แรมสมร อยู่สถาพร.2538: 89)



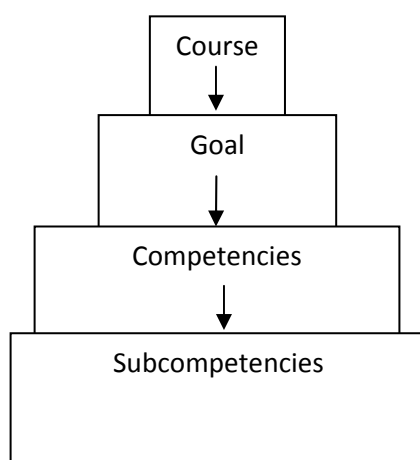
ภาพประกอบ 5 การบูรณาการรูปแบบการพัฒนาหลักสูตรที่เน้นวัตถุประสงค์กับองค์ประกอบพื้นฐานของหลักสูตรและกระบวนการในการจัดการศึกษาเน้นสมรรถนะ

สามารถสรุปรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินการพัฒนาหลักสูตรแบบเน้นสมรรถนะได้ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานหรือความต้องการในการพัฒนาหลักสูตร ทั้งนี้ ข้อมูลพื้นฐานดังกล่าวจะได้มาจากการศึกษาความต้องการของสังคม ผู้เรียน ธรรมชาติของความรู้ เป็นต้น ทั้งนี้ในส่วนของการพัฒนาหลักสูตรเน้นสมรรถนะนั้นพบว่า ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานนั้นจะเป็นการรวบรวมและระบุสมรรถนะ (Competencies) ที่แต่ละสาขาต้องการ ทั้งนี้ ฮอลล์ และโจนส์ (Hall: & Jones. 1976: 43-58) ได้มีการระบุแหล่ง/วิธีการที่จะสามารถระบุสมรรถนะที่แต่ละสาขาต้องการได้อย่างน้อย 7 วิธีการดังนี้

1. การระบุสมรรถนะจากรายละเอียดที่เคยมีการศึกษาหรือกำหนดไว้อยู่แล้ว (Existing Lists) สำหรับในส่วนของรายละเอียดสมรรถนะในสาขาวิชาชีพบางสาขานั้นจะพบว่า เป็นศาสตร์ที่มีการดำเนินการมาเป็นระยะเวลานานแล้วซึ่งส่งผลให้บางครั้งมีการดำเนินการจัดทำสมรรถนะพื้นฐาน หรือสมรรถนะของสาขาวิชาชีพไว้อย่างชัดเจนแล้วจึงสามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางการระบุสมรรถนะได้เลย

2. การระบุสมรรถนะจากการแปลความเนื้อหารายวิชา (Course Translations) อีกหนึ่งแหล่งของการค้นหาสมรรถนะที่เหมาะสมในแต่ละสาขาวิชาคือ การค้นหา/ตีความจากหลักสูตรปัจจุบัน กล่าวคือในการวางแผนเพื่อพัฒนาหลักสูตรเน้นสมรรถนะนั้นควรที่จะต้องมีการตรวจสอบเป้าหมายและสมมติฐานรายละเอียดของหลักสูตรที่มีอยู่ก่อนแล้ว ตลอดจนผลผลิต และจุดแข็งของกระบวนการดำเนินการใช้หลักสูตรนั้นๆ สำหรับในส่วน of แนวทางการแปลความเนื้อหารายวิชานั้นแสดงในภาพที่ 2 ซึ่งเนื้อหาวิชาถูกวิเคราะห์และเรียบเรียงไปเป็นเป้าหมายสมรรถนะ สมรรถนะย่อย วัตถุประสงค์ และทักษะตามลำดับ



ภาพประกอบ 6 ลักษณะการแปลความเนื้อหาวิชา

(Hall, G. E. and Jones, H. I. 1976: 50)

3. การระบุสมรรถนะจากการวิเคราะห์จัดจำแนกประเภท (Taxonomic analysis) แหล่งข้อมูลที่มีบทบาทสำคัญในการระบุสมรรถนะและวัตถุประสงค์คือ การจัดจำแนกประเภทของสมรรถนะซึ่งประกอบด้วย

3.1 สมรรถนะทางด้านความรู้/พุทธิปัญญา (Cognitive competencies) เกี่ยวข้องกับเรื่องความรู้ ความเข้าใจและความตระหนักรู้

3.2 สมรรถนะทางด้านจิตพิสัย (Affective competencies) เกี่ยวข้องกับเรื่องคุณค่าทัศนคติ ความสนใจ และความซาบซึ้ง

3.3 สมรรถนะทางด้านพฤติกรรม (Performance competencies) เกี่ยวข้องกับเรื่องการแสดงออกเชิงพฤติกรรม

3.4 สมรรถนะทางด้านผลผลิต (Product competencies) เกี่ยวข้องกับเรื่องความสามารถในการที่จะนำไปสู่การเกิดการเปลี่ยนแปลงในลักษณะอื่นๆ

3.5 สมรรถนะเชิงสำรวจหรือที่มีความชัดเจนลึกซึ้ง (Exploratory or expressive competencies) เกี่ยวข้องกับเรื่องของการเตรียมประสบการณ์ที่มีคุณค่า ถึงแม้ว่าผลผลิตที่คาดหวังโดยเฉพาะเจาะจงจากการมีประสบการณ์นั้นอาจจะไม่ได้ถูกให้คำจำกัดความหรือไม่สามารถนิยามได้ในอนาคต

4. การระบุสมรรถนะจากกลุ่มนักวิชาชีพ/ผู้เชี่ยวชาญในสาขานั้นๆ (Input from the Professionals) แหล่งข้อมูลที่ช่วยในการเตรียมการวิเคราะห์สมรรถนะหรือข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาหลักสูตรอีกแหล่งหนึ่งคือ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากสมาชิกของสายงาน/วิชาชีพทั้งหมดที่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสีย

5. การระบุสมรรถนะจากการพิจารณาโครงสร้างเชิงทฤษฎี (Theoretical Constructs) ในลักษณะดังกล่าวนี้การกำหนดตำแหน่งทางทฤษฎีนั้นจะถูกระบุโดยนักพัฒนาหลักสูตร ซึ่งสมรรถนะเป็นสิ่งที่ได้รับการสังเคราะห์ออกมาจากแนวคิด ทฤษฎีต่างๆเป็นสำคัญ

6. การระบุสมรรถนะจากลูกค้า ผู้เรียนและชุมชน (Input from Clients, Including Pupils and the Community)

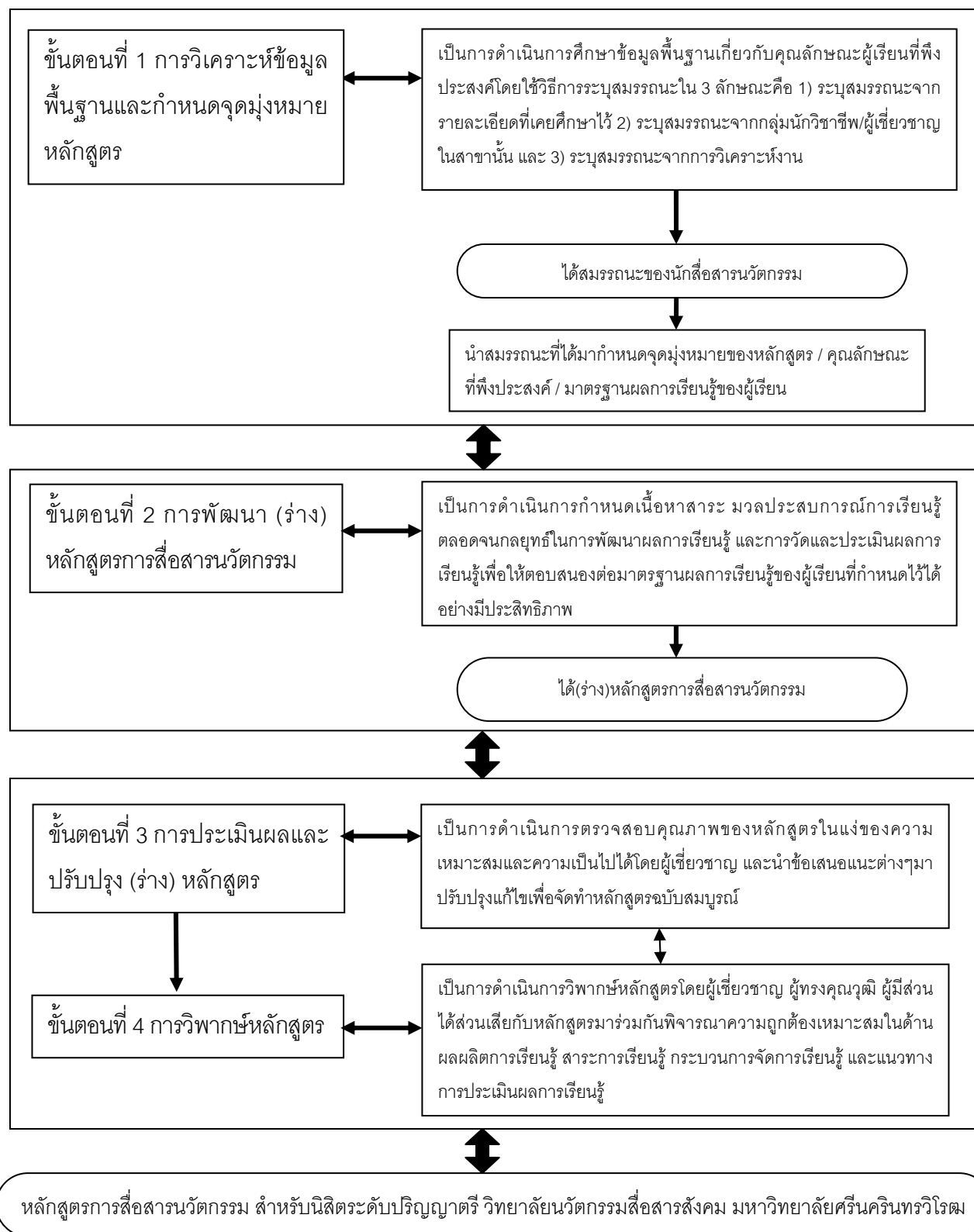
7. การระบุสมรรถนะจากการวิเคราะห์งาน (Functional/Task Analysis)

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดจุดมุ่งหมายของหลักสูตร เป็นขั้นตอนที่กระทำต่อจากการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นการตั้งเป้าหมายว่า หลักสูตรที่จะพัฒนาขึ้นนั้นจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างไรในตัวผู้เรียน เป็นการแสดงให้เห็นถึงความคาดหวังโดยรวมที่ชัดเจนที่หลักสูตรนี้ต้องการให้ผู้เรียนมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์อย่างไร ภายหลังการจบหลักสูตรนี้ตามสมรรถนะที่วิเคราะห์ได้จากขั้นตอนที่ 1

ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนา (ร่าง) หลักสูตร คือ ขั้นตอนของการจัดเนื้อหาสาระ มวล ประสพการณ์การเรียนรู้และวิธีการวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นขั้นตอนของการคัดเลือก บรรจุเนื้อหา และประสพการณ์ต่างๆอันจะเป็นสื่อหรือหนทางที่จะช่วยสนับสนุนผู้เรียน ตลอดจนแนวทางการ วัดและประเมินผลผู้เรียนเกี่ยวกับพฤติกรรมให้เป็นไปตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ เป็นการกำหนด เนื้อหาและมวลประสพการณ์ที่เป็นผลมาจากสมรรถนะที่ต้องการให้ผู้เรียนเกิด จากนั้นจะนำมา จัดลำดับก่อนหลังแล้วเรียบเรียงเป็นคำอธิบายรายวิชา ในขั้นตอนนี้ยังหมายรวมถึงการกำหนด แนวทางการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน และแนวทางการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ ซึ่งจาก แนวคิดของหลักสูตรที่มุ่งเน้นในเรื่องของความสามารถของผู้เรียนเป็นสำคัญนั้นจึงส่งผลให้การ จัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้ความสำคัญกับการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จริงจากการปฏิบัติ และมุ่งเน้นการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยอาศัยพื้นฐานจากกระบวนการวิจัยเพื่อสนับสนุนให้ ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองและสามารถสร้างองค์ความรู้ของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งในขั้นตอนนี้ยังมีการกำหนดว่า ควรจะมีวิธีการวัดและประเมินอะไรบ้างเพื่อจะได้ทราบว่า ผู้เรียนสามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ในระดับใด ทั้งนี้ในส่วนของการพัฒนาหลักสูตรเน้น สมรรถนะนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการระบุวิธีการวัดและประเมินผลความสามารถของผู้เรียน อย่างชัดเจนทั้งนี้ในการกำหนดรูปแบบการวัดผลการเรียนรู้นั้นควรพิจารณาให้ครอบคลุมทั้งใน เรื่องของความรู้ พฤติกรรมการปฏิบัติงาน และทัศนคติของผู้เรียนที่มีการเปลี่ยนแปลงไปด้วย ทั้งนี้ การวัดผลการเรียนรู้ของหลักสูตรในลักษณะนี้จะให้ความสำคัญกับการประเมินการปฏิบัติงาน/ ทักษะมากกว่าการทดสอบในเชิงผลสัมฤทธิ์ ทั้งนี้การกำหนดแนวทางการวัดและประเมินผลนั้นจะ ให้ความสำคัญกับแนวทางการประเมินผลตามสภาพจริงโดยครอบคลุมแนวทางการวัดและ ประเมินผลการเรียนรู้ใน 3 ลักษณะคือ (1) การใช้ผู้ประเมินหลายคน (2) การใช้วิธีการหรือ เครื่องมือในการประเมินหลายชนิด และ (3) การประเมินหลายๆครั้ง ตลอดระยะเวลาของการ เรียนรู้ อีกทั้งให้ความสำคัญกับการประเมินผลการเรียนรู้ที่ครอบคลุมทุกคุณลักษณะที่กำหนดไว้ ในขั้นตอนที่ 1 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นตอนที่ 4 การตรวจสอบคุณภาพหลักสูตรและการปรับปรุงแก้ไขหลักสูตรเบื้องต้นก่อน การนำไปใช้ ภายหลังจากที่มีการร่างหลักสูตรเรียบร้อยแล้วจะเป็นการสอบทานหลักสูตร (Curriculum Validation) เป็นกระบวนการในการตรวจสอบคุณภาพของหลักสูตรฉบับร่างโดย ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับหลักสูตร ร่วมกันพิจารณาความถูกต้องเหมาะสม ในด้านผลผลิตการเรียนรู้ สาระการเรียนรู้ กระบวนการจัดการเรียนรู้ และแนวทางการประเมินผล การเรียนรู้

จากรายละเอียดการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตรเน้นสมรรถนะดังกล่าว ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นขั้นตอนของการพัฒนาหลักสูตร เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัยและพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม ได้ดังภาพประกอบ 7



ภาพประกอบ 7 กระบวนการพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม

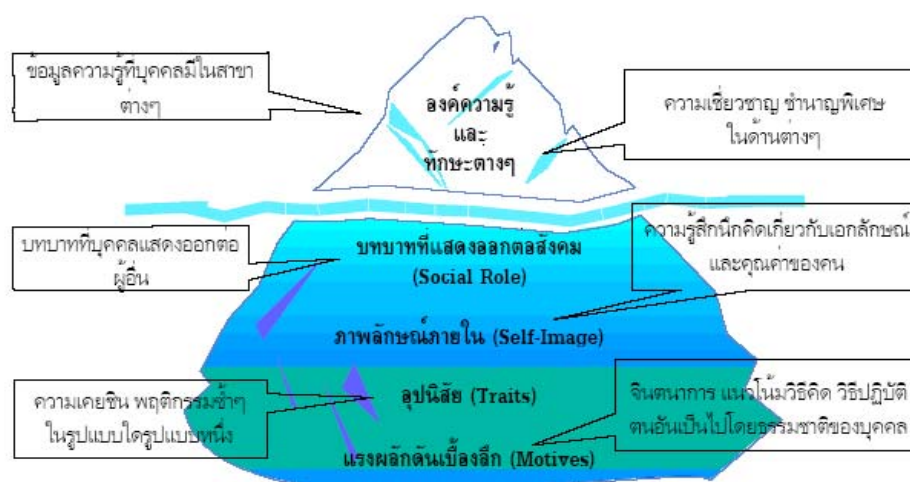
3.3 แนวคิดและความหมายของสมรรถนะ

แนวคิดเรื่องสมรรถนะเริ่มขึ้นในปี ค.ศ. 1973 โดยศาสตราจารย์ เดวิด ซี แมคเคลแลน (David, C. McClelland) นักจิตวิทยาของมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ซึ่งได้ทำการพัฒนาแบบทดสอบทางบุคลิกภาพเพื่อศึกษาว่า บุคคลที่ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพนั้นควรต้องมีทัศนคติและนิสัยอย่างไร เพื่อกำหนดเป็นสมรรถนะของการปฏิบัติงาน แมคเคลแลน ได้ใช้ความรู้ในเรื่องเหล่านี้ช่วยแก้ไขปัญหาคัดเลือกบุคลากรให้แก่หน่วยงานของรัฐบาลสหรัฐอเมริกา ได้แก่ ปัญหากระบวนการคัดเลือก ที่เน้นการวัดความถนัดที่ทำให้คนผิวดำและชนกลุ่มน้อยอื่นๆ ไม่ได้รับการคัดเลือก (ซึ่งผิดกฎหมาย) และปัญหาผลการทดสอบความถนัด ที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานน้อยมาก (ซึ่งแสดงว่าการทดสอบความถนัดไม่สามารถทำนายผลการปฏิบัติงานได้) แมคเคลแลน ได้เก็บข้อมูลของกลุ่มผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานโดดเด่น และผู้ที่ไม่ได้มีผลงานโดดเด่น ด้วยการสัมภาษณ์ พบว่า สมรรถนะเกี่ยวกับความเข้าใจความแตกต่างทางวัฒนธรรม เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน ไม่ใช่การทดสอบด้วยแบบทดสอบความถนัด บทความเรื่อง Testing for competence rather than for Intelligence ของแมคเคลแลนที่ตีพิมพ์ ในปี 1973 ได้รับการกล่าวถึง อย่างกว้างขวางจากนักวิชาการ ทั้งที่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วย อย่างไรก็ตาม แมคเคลแลน ก็ได้ทำให้เรื่องสมรรถนะได้รับความสนใจศึกษาและใช้กันต่อไป มาจนถึงทุกวันนี้ (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. 2548: 7, ณรงค์วิทย์ แสนทอง. 2547: 9, เกริกเกียรติ ศรีเสริมโภค. 2546: 11-12, กิริติ ยศยิ่งยง. 2550: 4-6)

แนวคิดเรื่องสมรรถนะสามารถอธิบายด้วยโมเดลภูเขาน้ำแข็ง (Iceberg Model) ซึ่งอธิบายได้ว่า ความแตกต่างระหว่างบุคคลเปรียบเทียบกับภูเขาน้ำแข็ง โดยมีส่วนที่เห็นได้ง่ายและพัฒนาได้ง่าย คือ ส่วนที่ลอยอยู่เหนือน้ำ นั่นคือ องค์ความรู้ และทักษะต่างๆ ที่บุคคลมีอยู่ และส่วนใหญ่ที่มองไม่เห็นได้ยากอยู่ใต้น้ำ ได้แก่ แรงจูงใจ อุปนิสัย ภาพลักษณ์ภายใน และบทบาทที่แสดงออกต่อสังคม ส่วนที่อยู่ใต้น้ำนี้มีผลต่อพฤติกรรมในการทำงานของบุคคลอย่างมาก และเป็นส่วนที่พัฒนาได้ยาก

การที่บุคคลจะมีพฤติกรรมในการทำงานอย่างใดขึ้นอยู่กับคุณลักษณะที่บุคคลมีอยู่ ซึ่งอธิบายด้วยโมเดลภูเขาน้ำแข็ง คือ ทั้งความรู้ ทักษะ/ความสามารถ (ส่วนที่อยู่เหนือน้ำ) และคุณลักษณะอื่นๆ (ส่วนที่อยู่ใต้น้ำ) ของบุคคลนั้นๆ สำหรับส่วนของภูเขาน้ำแข็งที่อยู่ใต้น้ำนั้นเป็นส่วนที่มีปริมาณมากกว่า สังเกตและวัดได้ยากกว่า และเป็นส่วนที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล มากกว่าส่วนต่างๆ นี้ ได้แก่ บทบาทที่แสดงออกต่อสังคม (Social role) คือ บทบาทที่บุคคลแสดงออกต่อผู้อื่น ภาพลักษณ์ภายใน (Self-image) คือ ความรู้สึกนึกคิดเกี่ยวกับเอกลักษณ์และคุณค่าของตน อุปนิสัย (Traits) คือ ความเคยชิน พฤติกรรมซ้ำๆ ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

และแรงจูงใจ (Motives) คือ จินตนาการ แนวโน้มวิธีคิดวิธีปฏิบัติตนอันเป็นไปโดยธรรมชาติของบุคคล (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. 2548: 5-6; อ้างอิงจาก David McClelland. 1972., กิริติ ยศยิ่งยง. 2550: 6)



ภาพประกอบ 8 โมเดลภูเขาน้ำแข็ง (Iceberg Model)

(สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. 2548: 4)

ส่วนที่อยู่เหนือน้ำนั้นเป็นส่วนที่สัมพันธ์กับเขาวรรณปัญญาของบุคคล ซึ่งการที่บุคคลมีเพียงความฉลาดที่ทำให้เขาสามารถเรียนรู้องค์ความรู้และทักษะได้ เท่านั้นยังไม่เพียงพอที่จะทำให้เขาเป็นผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานที่โดดเด่น บุคคลจำเป็นต้องมีแรงผลักดันเบื้องลึก อุปนิสัย ภาพลักษณ์ภายใน และบทบาทที่แสดงออกต่อสังคมที่เหมาะสมด้วย จึงจะทำให้เขาสามารถเป็นผู้ที่มีผลงานที่โดดเด่นได้

3.3.1 ความหมายของสมรรถนะ

สมรรถนะ เรียกได้อีกอย่างหนึ่งว่า ชีตความสามารถ มีความหมายตรงกับภาษาอังกฤษว่า Competency หรือ Competence ซึ่งได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

บอยัทซีส (Boyatzis.1982: 58) ได้ให้คำจำกัดความสมรรถนะไว้ว่า เป็นสิ่งที่มีอยู่ในตัวบุคคล ซึ่งถือเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคคล เพื่อให้บรรลุถึงความต้องการของงานภายใต้ปัจจัยสภาพแวดล้อมขององค์กร และทำให้บุคคลมุ่งมั่นสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการ

ในปี 1990 แมคซีแลนด์ (Green. 1999: 32 – 33; citing McCielland.1990) ได้ให้ความหมายของสมรรถนะ ซึ่งสอดคล้องกับ โปย์ทชีส ว่า สมรรถนะ หมายถึง องค์ประกอบของผลการปฏิบัติงาน ซึ่งมีความสัมพันธ์กับกลุ่มของผลลัพธ์ในชีวิต (Life outcomes) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า สมรรถนะ หมายถึง พฤติกรรมที่เชื่อมโยงกับความสำเร็จ เป็นคุณลักษณะส่วนบุคคลที่สามารถวัดได้ หรือพิจารณาได้ว่า แสดงถึงความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ระหว่างผลงานที่มีประสิทธิภาพกับไม่มีประสิทธิภาพ

สเปนเซอร์ และ สเปนเซอร์ (Spencer; & Spencer. 1993: 9 – 11) กล่าวว่า สมรรถนะ คือ คุณลักษณะของบุคคลที่มีความสัมพันธ์เชิงเหตุผลต่อความมีประสิทธิภาพของเกณฑ์ที่ใช้และการทำงานที่ดีขึ้นกว่าเดิม สเปนเซอร์ และ สเปนเซอร์ ได้ขยายความหมายของสมรรถนะไว้จากการศึกษา พบว่า สมรรถนะเป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล (Underlying characteristic) ที่มีความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล (Causal relationship) จากความมีประสิทธิภาพของเกณฑ์ที่ใช้ (Criterion-reference) และ/หรือ การปฏิบัติงานที่ได้ผลสูงสุด (Superior performance)

กู๊ด (Good. 1973: 121) ได้ให้ความหมายของสมรรถนะว่า หมายถึง ทักษะ (Skill) ความคิดรวบยอด (Concept) และเจตคติ (Attitude) ที่ต้องมีในการปฏิบัติงานทุกประเภท เป็นความสามารถอย่างหนึ่งในการนำเอาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี รวมทั้งเทคนิคในสาขาวิชาต่างๆ มาประยุกต์ใช้กับสถานการณ์จริง เพื่อทำงานและแก้ปัญหาให้ได้ผลอย่างสูงสุด

เดล และ เฮซ (Dale; & Hes. 1995: 80) ได้กล่าวว่า สมรรถนะ เป็นการค้นหาลักษณะที่ทำให้เกิดการปฏิบัติงานที่ดีเลิศ (Excellence) หรือการปฏิบัติงานที่เหนือกว่า (Superior performance) นอกจากนี้ได้ให้ความหมายสมรรถนะในด้านอาชีพ (Occupational competence) ว่า หมายถึง ความสามารถ (Ability) ในการทำกิจกรรมต่างๆ ในสายอาชีพ เพื่อให้เกิดการปฏิบัติงานเป็นไปตามมาตรฐานที่ถูกคาดหวังไว้ คำว่า “มาตรฐาน” ในที่นี้ คือ องค์ประกอบของความสามารถ (Element of competence) บวกกับเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Performance criteria) และคำอธิบายขอบเขตงาน (Range statement)

บอส (Nagelsmith. 1995: 245; citing Boss.1985) ได้กล่าวถึง สมรรถนะว่าเป็นความสามารถที่จะปฏิบัติกิจกรรมเฉพาะได้ตามเกณฑ์มาตรฐาน โดยมีทักษะ ความรู้ ค่านิยม การคิด และเจตคติ เป็นปัจจัยที่สัมพันธ์กับสมรรถนะ สอดคล้องกับแนวคิดของ แคทซ์ และ กรีน (Nagelsmit.1995: 245; citing Katz; & Green.1992) ซึ่งกล่าวว่า สมรรถนะ หมายถึง ความสามารถในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ระดับความชำนาญ รวมทั้งความรู้ ทักษะ เจตคติ และค่านิยม

โอฮาแกน (O'Hagan.1996: 4 – 5) ได้กล่าวว่า สมรรถนะ เป็นแนวคิดที่คนสามารถถ่ายทอด ถ่ายเท หรือเคลื่อนย้ายทักษะและความรู้ไปสู่สถานการณ์ใหม่ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน

ซึ่งแนวคิดดังกล่าวมีอยู่ทั่วไปภายในองค์กร การวางแผนงาน การเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ ตลอดจนมีกิจกรรมที่ไม่ใช่งานประจำทั่วไป นอกจากนั้น ยังรวมถึงคุณภาพของควมมีประสิทธิภาพของบุคคลในสถานที่ทำงาน โดยทั่วไปจะกล่าวถึง ความรู้ ทักษะ และค่านิยม ซึ่งเป็นเป้าหมาย หรือจุดมุ่งหมายที่สำคัญของการฝึกอบรมและพัฒนา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความรู้และทักษะจะเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด และสามารถฝึกอบรม และพัฒนาง่ายกว่าการสร้าง หรือปลูกฝังค่านิยม อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่า ค่านิยม หรือทัศนคติ จะทำการปลูกฝังหรือสร้างขึ้นได้ยากกว่าการฝึกอบรมความรู้และทักษะ แต่ทั้งหมดก็เป็นพื้นฐานของการเพิ่มพูน และพัฒนาสมรรถนะ

อัคริยา วัชรวิวัฒน์ (2544: 12) ได้สรุปความหมายของสมรรถนะไว้ว่า สมรรถนะหมายถึง ความสามารถที่ประกอบด้วยความรู้ ความคิด เจตคติ และการปฏิบัติที่บุคคลพึงมีในการที่จะปฏิบัติ หรือจัดทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้ประสบผลสำเร็จบรรลุตามจุดประสงค์ที่กำหนด และสามารถแสดงออกมาให้เห็นได้ในรูปของพฤติกรรมทางความรู้ เจตคติ และการกระทำที่ดี

แมคลาแกน (McLagan.1997: 40 – 47) ให้ความคิดเห็นต่อลักษณะของสมรรถนะในมุมมองต่างๆ ที่รวมทั้งมุมมองขีดความสามารถที่เป็นปัจจัยนำเข้าและผลลัพธ์เข้าด้วยกัน ดังนี้

1. สมรรถนะตามลักษณะงาน (Competency as tasks) เป็นการแสดงถึงว่าสมรรถนะต่างๆ สามารถแบ่งออกเป็นงานย่อยๆ และกำหนดขอบเขตของงานที่จะทำได้ ได้แก่ งานการทำความสะอาดพื้น งานย่อยคือการเลือกไม้กวาด ซึ่งงานย่อยลงไปอีกก็จะต้องมีความสามารถในการเลือกใช้ไม้กวาดว่าจะเลือกใช้ไม้กวาดอันใดในการทำงานที่จะเกิดประโยชน์สูงสุด

2. สมรรถนะตามลักษณะของผลลัพธ์ (Competency as results) ลักษณะสมรรถนะที่สามารถแบ่งออกเป็นองค์ประกอบย่อย ซึ่งผลลัพธ์ขององค์ประกอบต่างๆ เหล่านั้นจะรวมกันไปสู่ผลลัพธ์ร่วมกัน

3. สมรรถนะตามผลของการกระทำ (Competency as outputs) สมรรถนะในลักษณะนี้ จำเป็นที่จะต้องค้นหาความต้องการของลูกค้าทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้ได้ความต้องการในการผลิตหรือบริการ จากนั้นจึงแบ่งผลที่ได้ออกเป็นองค์ประกอบย่อยๆ และสามารถกำหนดคุณภาพและมาตรฐานที่ต้องการในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

4. สมรรถนะตามความรู้ ทักษะ และทัศนคติ (Competency as knowledge, skill and attitude) คนที่มีความเฉลียวฉลาดจะมีการแสดงออกทางพฤติกรรม หรือวิธีการต่างๆ ที่จะบ่งบอกว่าคนผู้นั้นมีความสามารถในการปฏิบัติงานได้สูงกว่ามาตรฐานที่กำหนด ในส่วนของสมรรถนะในลักษณะนี้ จะต้องแยกแยะออกมาให้เห็นว่า ความรู้ ทักษะ และทัศนคติอะไรบ้างที่จะทำให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งความสำเร็จดังกล่าวนี้ จะรวมไปถึงการมุ่งมั่นในความสำเร็จของ

เป้าหมาย การค้นหาแนวทางในการแก้ไขปัญหา และจะนำมาซึ่งการใช้เป้าหมายเป็นตัวกำหนดลำดับความสำคัญของการทำงานต่อไปได้

5. สมรรถนะที่แต่ละคนมีอยู่ (Competency as attribute bundle) เป็นการประยุกต์ใช้กระบวนการของสมรรถนะทางความรู้ ทักษะ และทัศนคติ ซึ่งเป็นความสามารถที่แท้จริงของแต่ละบุคคลที่มีอยู่แต่เป็นการยากมากที่จะยกตัวอย่างให้เห็นอย่างชัดเจน ตัวอย่างเช่น พฤติกรรมของผู้นำจะต้องมีความสามารถในการจูงใจให้คนแสดงออกในการปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง นั่นคือ จะต้องแสดงพฤติกรรมที่สามารถจูงใจให้บุคคลปฏิบัติตามได้ นั่นคือ ความสามารถที่ผู้นำจะต้องมี แต่อะไรคือสาเหตุพื้นฐานของพฤติกรรมนั้น ความสามารถในการฟัง ความนึกคิด ความรู้ทางธุรกิจ การพูดในที่ชุมชน องค์ประกอบบางอย่าง หรือความรับผิดชอบในตัวเอง

สรุปได้ว่า สมรรถนะเป็นคำที่มีผู้ให้นิยามไว้อย่างต่าง ๆ กัน โดยทั่วไปไม่มีนิยามใดผิดหรือถูกแต่ขึ้นอยู่กับกรอบการนำไปใช้ กล่าวคือ ถ้าเราต้องการระบุถึงผลลัพธ์ของงานที่พึงปรารถนาในความหมายของสิ่งที่บุคคลจำเป็นต้องปฏิบัติงานให้ได้ในระดับที่ดีนั้นเราจะหมายถึง “สมรรถนะ (Competence)” แต่ถ้าเราต้องการให้ความหมายในมิติของพฤติกรรมที่นำไปสู่ผลงานที่ดี ซึ่งจะหมายความว่าพฤติกรรมที่ทำให้เกิดความสามารถก็จะเป็นการพูดถึง “สมรรถนะเชิงพฤติกรรม (Behavioral competencies) นั่นคือ Competencies จะหมายถึงพฤติกรรมที่ทำให้คนสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งไม่เกี่ยวกับตัวงานโดยตรง (Shirley Fletcher. 1997: 8-10)

สำหรับความหมายของสมรรถนะในการนำไปใช้จะไม่เหมือนกันทีเดียว แต่มีลักษณะร่วมกัน คือ เป็นพฤติกรรมในการทำงานเกี่ยวข้องกับผลสำเร็จของงาน และเกี่ยวข้องกับความรู้ ทักษะ/ความสามารถ และคุณลักษณะส่วนบุคคลอื่นๆ ทั้งนี้สิ่งที่ต้องเน้น คือ สมรรถนะไม่ใช่ความรู้ ทักษะ/ความสามารถ และคุณลักษณะอื่นๆ ของบุคคล แต่เป็นกลุ่มพฤติกรรมในการทำงาน ซึ่งเกิดมาจากการที่บุคคลมีความรู้ ทักษะ/ความสามารถ และคุณลักษณะอื่นๆ ที่จำเป็นสำหรับการทำงานให้ประสบความสำเร็จ หรือมีผลงานโดดเด่น ดังนั้น ในการนำสมรรถนะมาใช้นอกจากจะประเมินเรื่องความรู้ ทักษะ/ความสามารถ และคุณลักษณะอื่นๆ แล้ว ยังต้องคำนึงถึงกลุ่มพฤติกรรมในการทำงานเพิ่มเติมขึ้นอีกด้วย ดังนั้นในการวิจัยและพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรมในครั้งนี้จึงสามารถสรุปความหมายของ “สมรรถนะ” หมายถึง ลักษณะเชิงพฤติกรรมที่เป็นผลมาจากความรู้ ทักษะ/ความสามารถ และคุณลักษณะอื่นๆ ที่ทำให้บุคคลสามารถปฏิบัติงานในเชิงวิชาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพในสายงานที่เกี่ยวข้องทางการสื่อสารนวัตกรรม

3.3.2 องค์ประกอบของสมรรถนะ

องค์ประกอบของแต่ละสมรรถนะเป็นการอธิบายถึงทักษะ ความรู้ และทัศนคติ ที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งกำหนดเป็นภาพกว้างๆ ถึงการปฏิบัติงานที่ดีที่สุด ไรแลท และ โลฮาน (Rylatt; & Lohan: 1995) ได้นำเสนอองค์ประกอบหลักของแต่ละสมรรถนะไว้ดังนี้

1. บทบาทหลัก (Key role) อธิบายถึงกิจกรรมอย่างกว้างๆ ตามข้อผูกพันหรือพันธะสัญญาที่แต่ละบุคคลมีต่อองค์กรในระหว่างที่ทำงานอยู่

2. หน่วยของสมรรถนะ (Unit of competency) อธิบายถึงหน้าที่หลักหรือกลุ่มของทักษะของงานอย่างกว้างๆ

3. ส่วนประกอบของสมรรถนะ (Element of competency) เป็นการอธิบายถึงรายละเอียดเพิ่มมากขึ้นจากหน่วยย่อยนั้นๆ โดยกล่าวถึงการกระทำหรือผลลัพธ์ที่แสดงให้เห็นหรือวัดได้ ซึ่งอาจจะระบุออกมาในลักษณะของปัจจัยนำเข้า (Input) หรือ ผลลัพธ์ (Output) ก็ได้

4. เกณฑ์การปฏิบัติงาน (Performance criteria) เป็นระดับความต้องการหรือมาตรฐานของผลการปฏิบัติงานในแต่ละส่วนประกอบของสมรรถนะ ซึ่งต้องระบุให้เชื่อมโยงกันระหว่างสมรรถนะและความชัดเจนของผลสำเร็จ

5. เงื่อนไข (Condition) เป็นความคาดหวังในการปฏิบัติงาน

6. คำแนะนำ (Evidence guide) อธิบายครอบคลุมถึงเนื้อหาและกลยุทธ์ของการประเมินปัญหาสำคัญต่างๆ ของแต่ละหน่วยสมรรถนะและความสัมพันธ์ไปยังหน่วยอื่นๆ และให้ความชัดเจนเกี่ยวกับสมรรถนะ ซึ่งอาจจะทำเป็นคู่มือหรือเอกสารประกอบ

สรุปได้ว่า สมรรถนะประกอบด้วยบทบาทหน้าที่หลักที่แต่ละบุคคลมีต่อองค์กร และสมรรถนะที่องค์กรต้องการจากแต่ละบุคคล โดยต้องสามารถวัดได้โดยนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์การปฏิบัติงาน

แพร์รี (Parry: 1996) ได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการกำหนดองค์ประกอบของสมรรถนะไว้ดังนี้

1. ควรระบุสมรรถนะในลักษณะกว้างๆ และมีความเป็นสากลที่จะเป็นสเกลที่จะทำให้ได้รับการยอมรับจากหลายๆ ฝ่าย แต่เงื่อนไขในการปฏิบัติของแต่ละกลุ่มอาจจะแตกต่างกันไป

2. หลีกเลี่ยงการระบุสมรรถนะที่ชัดเจนเฉพาะเจาะจงในบางสมรรถนะ เช่น วุฒิการศึกษา

3. ควรระบุสมรรถนะที่เป็นพฤติกรรมที่สังเกตได้และวัดได้

4. สิ่งที่จะบรรลุจะเป็นจุดที่ตรงกับความต้องการอย่างแท้จริง และควรมีตัวอย่างอธิบายพฤติกรรม

5. ใช้ภาษาที่อ่านง่าย และเข้าใจง่ายในการระบุสมรรถนะ
 6. ต้องเขียนสมรรถนะให้สั้นกระชับและได้ใจความ
 7. การระบุถึงสมรรถนะที่มีความคล้ายคลึงกันให้แยกกันอย่างเด่นชัด
 8. สมรรถนะควรเน้นการระบุถึงความต้องการในอนาคต เพื่อฝึกอบรมบุคลากรให้พร้อมรับสถานการณ์ในอนาคต
 9. ควรระบุให้สามารถมองย้อนไปถึงพฤติกรรมในการทำงานได้ คือ จากผลงานสู่พฤติกรรม และพฤติกรรมสู่สมรรถนะ
 10. ควรระบุถึงระดับพฤติกรรมของผู้ที่ปฏิบัติงานที่ดีที่สุดให้มีความชัดเจน และยกตัวอย่างในพฤติกรรมที่คาดหวังประกอบและจะดีที่สุดหากสามารถอธิบายแยกระดับพฤติกรรมธรรมดา กับ สูงสุดได้
 11. หลีกเลี่ยงสมรรถนะที่เป็นบุคลิกลักษณะนิสัย เพราะหลายคุณลักษณะของบุคลิกไม่สามารถปรับปรุงได้ด้วยการฝึกอบรม
 12. จัดสมรรถนะที่คล้ายกันให้เป็นกลุ่มเดียวกัน
- สรุปได้ว่า การกำหนดองค์ประกอบสมรรถนะเป็นการกำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงานที่เน้นในด้านความรู้ความเข้าใจ ทักษะ/การปฏิบัติ และคุณลักษณะอื่นๆ ในการปฏิบัติงาน เพื่อนำมาเกณฑ์ในการพัฒนาบัณฑิตให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ เพื่อตอบสนองการปฏิบัติงานในเชิงวิชาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

4. แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตสาขาการสื่อสาร

จากการประกาศใช้พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ส่งผลกระทบให้เกิดการปฏิรูปการศึกษาทุกระดับ และเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงระบบการบริหารราชการภาครัฐเป็นอย่างมาก มีการเน้นหนักในเรื่องการปรับปรุงหลักสูตร และการปรับเปลี่ยนวิธีการสอนเพื่อพัฒนาความคิดและการแก้ปัญหาของนักศึกษา ตลอดจนการพัฒนาคุณค่าและวัฒนธรรมของไทย ประกอบกับยังมีการยกระดับของสถาบันราชภัฏ และสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลขึ้นเป็นมหาวิทยาลัยรวมถึงการเปิดสอนหลักสูตรระดับอุดมศึกษาในวิทยาลัยชุมชน และสถาบันอุดมศึกษาเอกชนมีความเป็นอิสระมากขึ้นการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ทำให้สถาบันอุดมศึกษา มีความหลากหลาย ประชาชนมีโอกาสเข้าเรียนในระดับอุดมศึกษากันอย่างทั่วถึง สถาบันอุดมศึกษามีอิสระในการจัดการศึกษาได้มากขึ้น ท่ามกลางสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นเหล่านี้

ก่อให้เกิดปัญหาตามมา กล่าวคือ จะทำอย่างไรให้สังคมเชื่อมั่นได้ว่าคุณวุฒิที่บัณฑิตได้รับจากสถาบันอุดมศึกษาต่างๆ เหล่านั้นมีคุณภาพและมาตรฐานที่เท่าเทียมกันหรือเทียบเคียงกันได้อย่างน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับของสถาบันอุดมศึกษาทั้งในและต่างประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา: online) ทั้งนี้ในการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาของประเทศไทยในปัจจุบันนั้นมีการอบในการจัดหลักสูตรการศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่ต้องพิจารณาอยู่ 2 กรอบมาตรฐานหลักๆ คือ

4.1 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามแผนพัฒนาอุดมศึกษาฯ และมาตรฐานการอุดมศึกษา

จากวิวัฒนาการของสังคมโลกที่เปลี่ยนแปลงไปในหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี อิทธิพลของสื่อสารมวลชน ระบบการศึกษาและอุตสาหกรรมใหม่ รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงในเชิงโครงสร้างของระบบเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ซึ่งล้วนส่งผลให้เยาวชนและบัณฑิตในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทั้งในมิติการเรียนรู้ และการใช้ชีวิต โดยเฉพาะรูปแบบการทำงานของบัณฑิตในอนาคตที่มีความแตกต่างไปจากลักษณะงานในปัจจุบัน เช่น การทำงานโดยมีหลายอาชีพ การทำงานไร้สังกัด (Freelance) ความเสี่ยงต่อการไม่แน่นอนในเรื่องของรายได้ และการจับคู่การเปลี่ยนคู่ผู้ร่วมงาน เป็นต้น ซึ่งล้วนเป็นเหตุให้เกิดความไม่สอดคล้องกันระหว่างการศึกษากับทักษะอาชีพที่พึงประสงค์ในอนาคต ดังนั้นการจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษาในปัจจุบันที่นอกจากจะสนับสนุนในเรื่องของความเชี่ยวชาญเฉพาะศาสตร์แล้วนั้น บัณฑิตในปัจจุบันควรได้รับการปลูกฝังในเรื่องของทักษะการสื่อสาร การทำงานเป็นหมู่คณะ การแก้ปัญหา การรับความเสี่ยง การออกแบบและความสร้างสรรค์ ความรับผิดชอบทั้งต่อตนเองและผู้อื่น การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง การบริหารจัดการตนเอง รวมไปถึงจริยธรรม ซึ่งลักษณะดังกล่าวนี้สะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ค่านิยมการศึกษาในศาสตร์เฉพาะหรือสาขาเฉพาะจึงไม่เพียงพออีกต่อไป แต่ต้องเสริมฐานความรู้ที่หลากหลายในเชิงบูรณาการและสมรรถนะอื่นๆ อันจะช่วยให้นักศึกษาสามารถอยู่ในตลาดแรงงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุดทั้งด้านการอยู่ร่วมกันในสังคม การสร้างสรรค์ ความรู้ในเชิงปฏิบัติ และความรู้พื้นฐานทั้งทางโลก ปรวิญญา และสังคม

จากคุณลักษณะดังกล่าวข้างต้น มีความสอดคล้องกับการกำหนดมาตรฐานการอุดมศึกษาในด้านคุณภาพบัณฑิตที่ระบุว่า บัณฑิตในระดับอุดมศึกษาต้องเป็นผู้มีความรู้ มีคุณธรรมจริยธรรม มีความสามารถในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง สามารถประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อการดำรงชีวิตในสังคมได้อย่างมีความสุขทั้งทางร่างกายและจิตใจ มีความสำนึกและความรับผิดชอบต่อในฐานะพลเมืองและพลโลก โดยมีการระบุคุณลักษณะที่เหมาะสมของบัณฑิตแยกเป็น

3 ด้านได้ดังนี้ ด้านความรู้ความเข้าใจ พบว่า บัณฑิตต้องมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในศาสตร์ของตนโดยครอบคลุมทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ ด้านทักษะ/การปฏิบัติ พบว่า บัณฑิตต้องมีทักษะในการแสวงหาความรู้ ทักษะการคิดวิเคราะห์ ทักษะการคิดสร้างสรรค์ ทักษะการคิดเชิงกลยุทธ์ ทักษะการสื่อสาร ความมีมนุษยสัมพันธ์และการทำงานเป็นทีม และคุณลักษณะด้านอื่นๆ พบว่า บัณฑิตต้องเป็นผู้ที่มีคุณธรรมจริยธรรม มีจรรยาบรรณในวิชาชีพ มีความรับผิดชอบทั้งต่อตนเองและส่วนรวม มีการดูแลสุขภาพกายและใจที่เหมาะสม

4.2 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา

กรอบมาตรฐานคุณวุฒิได้มีการพัฒนาขึ้นในระดับชาติเพื่อแสดงให้เห็นว่าระบบการศึกษาโดยรวมของชาตินั้นเป็นอย่างไร มีกี่ระดับ แต่ละระดับมีอะไรเป็นตัววัด หรือพัฒนาขึ้นเพื่อให้ผู้จัดการศึกษาและผู้ใช้เข้าใจตรงกัน ทั้งนี้ล้วนเป็นไปเพื่อสะท้อนถึงคุณภาพการจัดการศึกษาในระดับนั้นๆ อย่างชัดเจน ไพฑูรย์ สินลารัตน์ และคณะ (2548: 17-18) ได้ทำการประมวลคุณลักษณะบัณฑิตหรือผู้จบการศึกษาโดยเฉพาะในระดับปริญญาตรีจากกรอบมาตรฐานคุณวุฒิประเทศต่างๆ ได้แก่ ประเทศสกอตแลนด์ ประเทศออสเตรเลีย ประเทศอังกฤษ ประเทศไอร์แลนด์ ประเทศฮ่องกง ประเทศมาเลเซีย ซึ่งพบว่า ครอบคลุมกลุ่มลักษณะ (Domains) ใหญ่ๆ ที่ตรงกันหลายประการดังนี้

1. ความรู้ อาจกล่าวได้ว่าทุกประเทศจะเน้นให้ผู้เรียนหรือบัณฑิตในระดับปริญญาตรีจะต้องมีความรู้เป็นหลักสำคัญ ความรู้ที่เน้นจะเป็นความรู้เฉพาะทาง (Specialized knowledge) ซึ่งจะครอบคลุมความรู้ในสาขาวิชาต่างๆ และความรู้ทั่วไป ที่เน้นอีกประการหนึ่งคือ เน้นความรู้ใหม่และการผสมผสานความรู้เข้าด้วยกัน นอกจากนั้นก็เป็นความรู้ในเรื่องของวิธีการด้วย
2. ทักษะ ถือได้ว่าเป็นคุณลักษณะหรือความสามารถอีกด้านหนึ่งของบัณฑิตที่สามารถจะทำอะไรอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างนอกจากทักษะในการทำงาน อันได้แก่ ความสามารถในการทำงานในวิชาชีพของตนเองแล้วยังต้องมีทักษะทางวิชาการเช่น ทักษะการหาความรู้ การวิเคราะห์ การประเมินและการเลือกใช้ความรู้ เป็นต้น
3. ภาษาและการสื่อสาร เป็นทักษะที่มีการเน้นมากในหลายประเทศ ทั้งนี้ครอบคลุมในส่วนของการสื่อสารด้วยคอมพิวเตอร์ด้วย
4. การคิด เป็นอีกหนึ่งคุณลักษณะที่มีการเน้นในกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ โดยการคิดที่พบมากได้แก่ การคิดวิเคราะห์ (Critical thinking) การคิดแยกแยะประเด็นต่างๆ (Analytical thinking) การคิดสร้างสรรค์ (Creative thinking) รวมถึงการคิดแก้ปัญหาต่างๆ (Problem-solving thinking)

5.ความสามารถในการวิจัย คุณลักษณะบัณฑิตในระดับปริญญาตรีไม่เน้นความสามารถในการวิจัยเป็นหลักสำคัญ ยกเว้นของมาเลเซียในโปรแกรมเกียรตินิยมที่เน้นในลักษณะเป็นการเตรียมพร้อมเพื่อทำการวิจัยต่อไป ส่วนประเทศอื่นๆจะเน้นในส่วนของการแสวงหา การเลือกใช้ การประเมินความรู้มากกว่าการสร้างความรู้เป็นหลักสำคัญ

6. คุณธรรมและความรับผิดชอบ เป็นที่น่าสังเกตว่า คุณลักษณะในส่วนของคุณธรรม จริยธรรมและความรับผิดชอบนั้นมีให้เห็นไม่มาก และไม่ชัดเจนเท่าคุณลักษณะอื่นๆ ทั้งนี้เท่าที่ปรากฏพบว่ามีกล่าวถึงในประเทศแถบเอเชียเช่น ฮองกงมีกล่าวไว้ว่า “สามารถดำเนินการเกี่ยวกับประเด็นปัญหาทางจริยธรรมได้และแสวงหาคำแนะนำจากคนอื่นได้เมื่อจำเป็น” ส่วนมาเลเซียมีกล่าวไว้ในจรรยาบรรณวิชาชีพเป็นหลัก

กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย

สืบเนื่องจากพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 มาตรา 9 การจัดระบบ โครงสร้างและกระบวนการจัดการศึกษา ข้อ 3 ที่ระบุให้มีการกำหนดมาตรฐานการศึกษา และจัดระบบประกันคุณภาพการศึกษาทุกระดับและประเภทการศึกษา ส่งผลให้สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาซึ่งมีหน้าที่ในการดูแล ควบคุมการจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษา ดำเนินการจัดทำกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย (National Qualifications Framework for Higher Education in Thailand: NQF) ขึ้นเพื่อเป็นกลไกในการนำแนวนโยบายในการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาตามที่กำหนดไว้ไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม โดยมุ่งเน้นในเรื่องของผลผลิตและผลลัพธ์การเรียนรู้ อันได้แก่ คุณภาพและมาตรฐานของผู้สำเร็จการศึกษาเป็นสำคัญ นอกจากนั้นการจัดทำกรอบมาตรฐานคุณวุฒิยังเป็นกรอบหรือเป้าหมายสำหรับมหาวิทยาลัยในการที่จะช่วยอธิบายถึงธรรมชาติสาขาวิชา ตลอดจนคุณลักษณะพื้นฐานต่างๆ ที่เหมาะสมเพื่อนำไปสู่การจัดการศึกษาที่มีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้เกิดแนวทางที่เหมาะสมในการเปรียบเทียบมาตรฐานทางวิชาการของสถาบันอุดมศึกษาในกระบวนการวางแผนและการประกันคุณภาพภายใน และเป็นแนวทางในการติดตาม ตรวจสอบสำหรับผู้ประเมินจากหน่วยงานภายนอก ตลอดจนเป็นสื่อสำหรับผู้ใช้บัณฑิตที่จะเข้าใจถึงทักษะความรู้ ความสามารถของบัณฑิตที่จะรับเข้าทำงานต่อไป (The Quality Assurance Agency for Higher Education. 2008: 1)

ในเบื้องต้น สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาได้มีการกำหนดกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย โดยมีการจัดกลุ่มผลการเรียนรู้ที่คาดหวังที่จะให้บัณฑิตเรียนรู้ และสามารถทำได้หลังจากสำเร็จการศึกษาแล้วโดยครอบคลุมมาตรฐานผลการเรียนรู้อย่างน้อย 5 ด้านดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา: online)

1. การพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม บัณฑิตต้องสามารถจัดการเกี่ยวกับปัญหาทางด้านจริยธรรมและวิชาชีพซึ่งเกี่ยวข้องกับการใช้ดุลยพินิจทางค่านิยม ด้วยวิถีทางที่คำนึงถึงความรู้สึกของผู้อื่นได้อย่างสอดคล้องกับค่านิยมพื้นฐานและจรรยาบรรณทางวิชาชีพ แสดงออกซึ่งพฤติกรรมทางด้านคุณธรรมและจริยธรรมในระดับสูงที่เกี่ยวข้องกับความขัดแย้งทางค่านิยมและการจัดลำดับความสำคัญ แสดงออกถึงความซื่อสัตย์สุจริตอย่างสม่ำเสมอ และบูรณาการได้อย่างสมดุลและเหมาะสมระหว่างวัตถุประสงค์ส่วนบุคคลและของกลุ่ม เป็นแบบอย่างที่ดีต่อผู้อื่น มีภาวะผู้นำในการทำงาน ในกลุ่มต่างๆ ในครอบครัวและชุมชน

2. ความรู้ บัณฑิตต้องมีองค์ความรู้ในสาขาวิชาอย่างกว้างขวางและเป็นระบบ รู้หลักและทฤษฎีที่สัมพันธ์กัน ตระหนักในองค์ความรู้และทฤษฎีในสาขาวิชาการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง สำหรับในส่วนของหลักสูตรวิชาชีพ บัณฑิตต้องมีความคุ้นเคยกับพัฒนาการล่าสุดในระดับแนวหน้าของความรู้เฉพาะด้านในสาขาวิชาที่ศึกษา รวมทั้งตระหนักถึงงานวิจัยในปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาและการต่อยอดองค์ความรู้ในหลักสูตรที่เตรียมนักศึกษาเพื่อปฏิบัติงานวิชาชีพ นักศึกษาจะต้องตระหนักในธรรมเนียมปฏิบัติ กฎระเบียบ เทคนิคข้อบังคับ รวมถึงวิธีการปรับปรุงให้ทันตามกาลเวลาเพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

3. ทักษะทางเชาวนปัญญา บัณฑิตต้องมีความสามารถในการทำวิจัย เข้าใจและสามารถประเมินข้อมูล เข้าถึงแนวคิดและหลักฐานใหม่ๆ จากแหล่งข้อมูลที่กว้างขวาง และประยุกต์ข้อสรุปเพื่อแก้ปัญหาและข้อโต้แย้งที่แตกต่างกันได้โดยไม่ต้องอาศัยคำแนะนำจากภายนอก สามารถศึกษาปัญหาที่ค่อนข้างซับซ้อนและเสนอแนะแนวทางใหม่ในการแก้ไขได้อย่างสร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงองค์ความรู้ทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ประสพการณ์ภาคปฏิบัติ และผลกระทบที่ตามมาจากการตัดสินใจ สามารถประยุกต์ทักษะและความเข้าใจอันถ่องแท้เหล่านี้ในเนื้อหาสาระทางวิชาการและวิชาชีพซึ่งเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับวิชาที่เรียน สำหรับหลักสูตรวิชาชีพนักศึกษาต้องสามารถใช้กระบวนการปฏิบัติงานที่ทำอยู่เป็นประจำได้อย่างเหมาะสม และแยกแยะสถานการณ์ที่ต้องการการแก้ไขปัญหาด้วยนวัตกรรมใหม่ๆ พร้อมกับนำเอาความรู้ความเข้าใจในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ใช้เพื่อสนองตอบต่อสถานการณ์นั้น

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ บัณฑิตต้องมีส่วนช่วยและเอื้อต่อการแก้ปัญหาในกลุ่มได้อย่างสร้างสรรค์ไม่ว่าจะอยู่ในฐานะผู้นำหรือสมาชิกของกลุ่ม สามารถแสดงออกซึ่งภาวะผู้นำในกลุ่มที่มีสถานการณ์ไม่ชัดเจนได้ และต้องการนวัตกรรมใหม่ๆ ในการดำเนินการ แสดงออกซึ่งความคิดริเริ่มในการวิเคราะห์ปัญหาที่ต้องการความสนใจ และกล่าวถึงปัญหาดังกล่าวได้อย่างเหมาะสมบนพื้นฐานของตนเองและของกลุ่ม มีความสามารถในการวางแผนและรับผิดชอบในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง รวมทั้งวิชาชีพได้อย่างต่อเนื่อง

5. ทักษะการวิเคราะห์และการสื่อสาร บัณฑิตสามารถระบุเทคนิคทางสถิติหรือคณิตศาสตร์ที่เกี่ยวข้องและประยุกต์ใช้อย่างสร้างสรรค์ในการแปลความหมายและเสนอแนะแนวทางในการแก้ไข สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งการพูดและการเขียน รู้จักเลือกและใช้รูปแบบของการนำเสนอที่เหมาะสมสำหรับปัญหาและกลุ่มผู้ฟังที่แตกต่างกัน ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่เหมาะสมเป็นประจำในการเก็บรวบรวมข้อมูล แปลความหมาย และสื่อสารข้อมูลข่าวสารและความคิด

ทั้งนี้กลุ่มมาตรฐานผลการเรียนรู้ดังกล่าวนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนได้ในทุกสาขาวิชา และอาจมีการเพิ่มการพัฒนาทางด้านทักษะพิสัย (Psychomotor) ในบางสาขาวิชาเช่น การเดินรำ ดนตรี พลศึกษา และการแพทย์ เป็นต้น

การจัดการศึกษาในระดับปริญญาตรีนั้นเป็นคุณสมบัติขั้นพื้นฐานสำหรับการเข้าสู่อาชีพในสาขาต่างๆ ที่จำเป็นต้องใช้ทักษะความชำนาญสูง ดังนั้นหลักสูตรในระดับปริญญาตรีจึงจำเป็นต้องพัฒนาทั้งในส่วนของความรู้และทักษะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติในวิชาชีพ จึงต้องสอนพื้นฐานความรู้ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ รวมถึงการวิจัยที่จำเป็นสำหรับการศึกษาระดับที่สูงขึ้นต่อไป ทั้งนี้คุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์ในระดับปริญญาตรีนั้นโดยทั่วไปบัณฑิตจะต้องแสดงออกซึ่งความรู้ความสามารถ ตลอดจนทักษะต่างๆดังนี้

ความรู้ความสามารถ

1. ความรู้ที่ครอบคลุม สอดคล้อง และเป็นระบบในสาขาวิชาที่ศึกษา ตลอดจนความเข้าใจในทฤษฎีและหลักการที่เกี่ยวข้อง
2. ความสามารถที่จะตรวจสอบปัญหาที่ซับซ้อนและพัฒนาแนวทางในการแก้ปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์จากความเข้าใจที่ลึกซึ้งของตนเองและความรู้จากสาขาวิชาอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยอาศัยคำแนะนำแต่เพียงเล็กน้อย
3. ความสามารถในการค้นหา การใช้เทคนิคทางคณิตศาสตร์และสถิติที่เหมาะสมในการวิเคราะห์ และแก้ปัญหาที่ซับซ้อน ตลอดจนการเลือกใช้กลไกที่เหมาะสมในการสื่อสารผลการวิเคราะห์ต่อผู้รับข้อมูลข่าวสารกลุ่มต่างๆ
4. ในกรณีของหลักสูตรวิชาชีพสิ่งสำคัญคือ ความรู้และทักษะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพในวิชาชีพนั้นๆ
5. ในกรณีของหลักสูตรวิชาการที่ไม่เน้นการการปฏิบัติในเชิงวิชาชีพ สิ่งสำคัญคือ ความรู้ ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในผลงานวิจัยต่างๆในสาขาวิชานั้น ความสามารถในการแปลความหมาย การวิเคราะห์และประเมินความสำคัญของการวิจัยในการขยายองค์ความรู้ของสาขาวิชา

ทักษะ/คุณลักษณะการแสดงออก

1. ริเริ่มค้นหาคำถามและคำตอบในปัญหาและข้อโต้แย้งทั้งในสถานการณ์ส่วนบุคคลและของกลุ่ม โดยการแสดงออกซึ่งภาวะผู้นำในการเสาะหาทางเลือกใหม่ที่สามารถนำไปปฏิบัติได้
2. ประยุกต์ความเข้าใจอันต้องแท้ในทฤษฎีและระเบียบวิธีการศึกษาค้นคว้าในสาขาวิชาของตนเพื่อใช้ในการแก้ปัญหาและข้อโต้แย้งในสถานการณ์อื่นๆ
3. ยอมรับธรรมชาติขององค์ความรู้ในสาขาวิชาของตนและนำมาประกอบการพิจารณา แสวงหาและเสนอแนะแนวทางในการแก้ปัญหาทางวิชาการหรือวิชาชีพ
4. มีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อปรับปรุง พัฒนาวิชาการทางสาขาของตนให้ทันสมัย และเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจของตนเองอยู่เสมอ
5. แสดงพฤติกรรมอย่างมีจริยธรรมและมีความรับผิดชอบสูงในบริบททางวิชาการ วิชาชีพและชุมชน

จากข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า สมรรถนะพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับคุณวุฒิระดับปริญญาตรี ซึ่งเป็นผลมาจากการกำหนดกรอบมาตรฐานที่สะท้อนคุณภาพขั้นพื้นฐานของบัณฑิตในระดับปริญญาตรีนั้น ครอบคลุมคุณลักษณะด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านการพัฒนาคุณธรรมและจริยธรรม รวมถึงการพัฒนาระบบ ค่านิยม ความสามารถในการแก้ข้อขัดแย้งทางค่านิยม นิสัยในการประพฤติอย่างมีจริยธรรม และยึดเหนี่ยวมาตรฐานศีลธรรมอย่างสูงทั้งในเรื่องส่วนตัวและสังคม
2. ด้านความรู้ ความสามารถในการจำและนำเสนอข้อมูล
3. ด้านทักษะทางความคิดและเชาว์ปัญญา ความสามารถในการวิเคราะห์ สถานการณ์ และประยุกต์ความเข้าใจในแนวคิดจากหลักการและทฤษฎี เพื่อใช้ในการคิดวิเคราะห์ และการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์
4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ รวมถึงความสามารถในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพในกลุ่ม มีภาวะผู้นำ มีความสามารถในการวางแผน และรับผิดชอบในการเรียนรู้ของตนเอง
5. ด้านทักษะการวิเคราะห์และการสื่อสาร มีความสามารถในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งการพูด การเขียน และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร รวมถึงความสามารถในการใช้เทคนิคพื้นฐานทางคณิตศาสตร์และสถิติ

จากคุณลักษณะทั้ง 5 ด้านข้างต้น ผู้วิจัยนำไปใช้เป็นกรอบในการกำหนดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ และมาตรฐานผลการเรียนรู้ของผู้เรียน

4.3 คุณลักษณะพื้นฐานตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2545

“... ถัดมาต้องสอนให้รู้จักทำการต่างๆ ให้รู้จักแสวงหาสิ่งต่างๆตามที่ต้องการให้มากขึ้น เพื่อให้ชีวิตมีความสะดวก มีความสบาย การให้การศึกษาขั้นนี้ได้แก่ การฝึกกายให้มีความคล่องแคล่ว ชำนิชำนาญ และสามารถทำการปฏิบัติ ประกอบกับการสอนความรู้ต่างๆอันเป็นพื้นฐานสำหรับการประกอบอาชีพเลี้ยงตัว การให้การศึกษาอีกขั้นหนึ่งคือ การสอนและฝึกฝนให้รู้จักใช้เหตุผล สติปัญญา และหาหลักการของชีวิตเพื่อให้สามารถสร้างสรรค์ความเจริญของงานทั้งทางกายและความคิด...”

พระบรมราโชวาท ในพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช

ในพิธีพระราชทานปริญญาบัตร วิทยาลัยวิชาการศึกษา ปีพ.ศ. 2514

สืบเนื่องจากพระบรมราโชวาทของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่พระราชทานให้กับบัณฑิตของวิทยาลัยวิชาการศึกษา ตั้งแต่ปี พ.ศ.2514 นั้น นับเป็นการวางรากฐานความคิดสำคัญของการจัดการศึกษาให้กับผู้ที่จะเป็นนักการศึกษาและครูต่อไปในอนาคตได้เป็นอย่างดี และนับเป็นการวางเป้าหมายหลักของการจัดการศึกษาแห่งชาติและพัฒนามนุชนอกให้มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ไว้ชัดเจนไม่ว่าจะเป็นในด้านความรู้ที่ต้องครอบคลุมทั้งในส่วนของภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติอันมีเป้าหมายเพื่อให้สามารถดำรงอยู่และหาเลี้ยงตนเองได้ ด้านทักษะที่สะท้อนในเรื่องของทักษะการแสวงหาความรู้ ทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์ คิดเป็นระบบ ตลอดจนทักษะการปฏิบัติในเชิงวิชาชีพ และด้านคุณลักษณะที่สะท้อนถึงการมีคุณธรรม จริยธรรม มีการใช้สติเป็นตัวนำทาง ทั้งนี้คุณลักษณะดังกล่าวข้างต้นนั้นเปรียบเสมือนเป็นพื้นฐานในการกำหนดแนวทางหรือเป้าหมายในการจัดการศึกษาปัจจุบัน ดังจะเห็นได้ว่า มีความสอดคล้องกับเป้าหมายหลักของการจัดการศึกษาที่มีการระบุคุณลักษณะอันพึงประสงค์ที่ครอบคลุมและให้รายละเอียดมากขึ้นในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 แก้ไขเพิ่มเติม(ฉบับที่ 2) พ.ศ.2545 มาตรา 6 ที่ระบุว่า “ต้องเป็นไปเพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นทึมนุชนที่สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้ และคุณธรรม มีจริยธรรมและวัฒนธรรมในการดำรงชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข” และมาตรา 7 ที่ระบุเพิ่มเติมว่า”ในกระบวนการเรียนรู้ต้องมุ่งปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องกับการเมืองการปกครองในระบบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข รู้จักรักษาส่งเสริมสิทธิหน้าที่เสรีภาพความเคารพ กฎหมาย ความเสมอภาค และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ มีความเสมอภาคภูมิใจในความเป็นไทย รวมทั้งส่งเสริมศาสนา ศิลปวัฒนธรรม การกีฬา ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาไทย และความรู้อันเป็นสากล ตลอดจนอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีความสามารถในการประกอบอาชีพ รู้จักพึ่งตนเอง มีความริเริ่มสร้างสรรค์ ใฝ่รู้ และเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง”

ทั้งนี้คุณลักษณะที่ระบุไว้ในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ นั้นสามารถสรุปออกมาได้ 5 ด้านหลัก คือ การมีสุขภาพกายและจิตใจสมบูรณ์ การมีความรู้ การมีคุณธรรมจริยธรรม การเป็นพลเมืองที่ดี และการตระหนักถึงคุณค่าของอัตลักษณ์ไทย

4.4 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตตามแนวคิดของนักวิชาการทางการศึกษา และเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตตามแนวคิดของนักวิชาการทางการศึกษา และเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถสรุปคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตโดยเรียงลำดับ จากคุณลักษณะที่พึงประสงค์ที่เป็นพื้นฐานทั่วไป คุณลักษณะที่พึงประสงค์ในโลกยุคปัจจุบัน/โลกแห่งการทำงาน (ยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ ยุคศตวรรษที่ 21) และคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ โดยรายละเอียดในแต่ละส่วนสามารถสรุปได้ดังนี้

4.4.1 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ที่เป็นพื้นฐานทั่วไป

4.4.1.1 สุมณ อมรวิวัฒน์ (2546: 69-76) ได้ดำเนินการวิจัยเอกสารภายใต้โครงการวิธีการเรียนรู้ของคนไทยชุดที่ 3 เรื่อง วิธีการเรียนรู้: คุณลักษณะที่คาดหวังในช่วงวัย โดยได้มีการสังเคราะห์คุณลักษณะของคนไทยที่พึงประสงค์และกระบวนการในการสร้างวิธีการเรียนรู้ของคนไทย ตั้งแต่วัยแรกเกิดไปจนถึงอายุ 20 ปี อย่างไรก็ตามในส่วนของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอสรุปรายละเอียดเฉพาะในส่วนของคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบุคคลในช่วงวัย 18-20 ปี ซึ่งเป็นช่วงวัยที่มีความสอดคล้องกับการจัดการการศึกษาในระดับอุดมศึกษามากที่สุด โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. บุคคลในวัยนี้จำเป็นต้องรู้จักเลือกหาแหล่งความรู้และแบบอย่างที่ดี (รวมถึงทักษะการใช้เทคโนโลยีพื้นฐานและทักษะทางการสื่อสาร)
2. บุคคลในวัยนี้จะต้องสามารถมีชีวิตร่วมกับสังคมได้อย่างเป็นระเบียบ มีวินัย (มีวินัยชีวิตและมีศิลปะการใช้ชีวิตที่มุ่งความเจริญ รวมถึงการรักษาสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจ)
3. บุคคลในวัยนี้จะต้องมีความพร้อมด้วยแรงใจใฝ่รู้ใฝ่สร้างสรรค์ (มีจิตสำนึกของการเป็นผู้ประกอบการ พากเพียรทำงานโดยไม่ย่อท้อ)
4. บุคคลในวัยนี้ต้องมุ่งมั่นพัฒนาตนให้เต็มตามศักยภาพ (ผสมผสานความเป็นไทย ก้าวไกลสู่สากล รู้รอบ รู้ลึก รู้กว้าง)
5. บุคคลในวัยนี้ต้องเป็นผู้ที่สามารถปรับทัศนคติและค่านิยมให้สมแนวเหตุผล (ตามหลักศีลธรรมจรรยา)

6. บุคคลในวัยนี้ต้องเป็นผู้ที่มีสติ กระตือรือร้น ไม่ตั้งตนอยู่ในความประมาท

7. บุคคลในวัยนี้ต้องเป็นผู้ที่สามารถแก้ปัญหาและพึ่งตนเองได้ด้วย ความรู้คิด คิดวิเคราะห์ให้เกิดประโยชน์ทั้งต่อตนเองและส่วนรวม (คิดเป็น คิดชอบ คิดแบบค้าย)

นอกจากนั้นในงานวิจัยยังได้มีการสังเคราะห์ปณิธานและวัตถุประสงค์ของแต่ ละมหาวิทยาลัยในการผลิตบัณฑิตที่อาจมีความแตกต่างกันตามจุดเน้นทางวิชาชีพ แต่ก็ยังพอมิ ติคุณลักษณะร่วมของบัณฑิตที่เป็นเป้าหมายในการผลิตบัณฑิตดังนี้

1. มีสุขภาพดี มีความรู้คู่คุณธรรมทั้งที่เป็นคุณธรรมของนักวิชาการ คุณธรรมทางวิชาชีพ และคุณธรรมของคนดี(ศีลธรรม)

2. ใฝ่เรียน ใฝ่แสวงหาความรู้และมีทักษะที่เป็นเครื่องมือในการค้นพบ ความรู้ ทั้งที่เป็นความรู้เรื่องไทยและความรู้เรื่องโลก ตลอดจนความรู้ในศาสตร์ที่เป็นวิชาชีพ

3. ได้รับการฝึกฝนให้คิด รู้วิธีคิด สรุปความคิดและนำความคิดไป ประยุกต์ใช้ได้จริง

4. มีความสามารถในการแสดงออก การนำเสนอ การเสวนาแลกเปลี่ยน ความรู้ ซึ่งไปสู่ลักษณะผู้นำและความมั่นใจในตนเอง

5. สามารถวางแผนชีวิต เห็นการณ์ไกล ไตร่ตรองเหตุผลและประพฤติตน รอบคอบไม่ประมาท

6. ทำงานเป็น ขยันหมั่นเพียร มุ่งความสำเร็จในงาน

7. ปรับตัวและก้าวทันความเปลี่ยนแปลงของสังคม สิ่งแวดล้อมและ เทคโนโลยี สามารถใช้ข้อมูลข่าวสารให้เกิดประโยชน์ในทางสร้างสรรค์

8. เป็นสมาชิกที่ดีของกลุ่ม ของสถาบัน เป็นพลเมืองดีและเป็นพลโลกที่ใฝ่ สันติ พร้อมทั้งจะเป็นผู้ให้ ผู้มีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาทางสังคมและผดุงความยุติธรรมในสังคม

9. มีคุณภาพและความสามารถทางวิชาการสูงพอที่จะแข่งขันกับผู้อื่นและ สร้างสรรค์ความรู้ใหม่ได้จากการทำงาน

4.4.1.2 ไพฑูรย์ สีนลรัตน์ สมสุข ธีระพิจิตร และวัชนีย์ เขาวนดำรง (2548: 100-101) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย” โดยระบุ ถึงคุณลักษณะพื้นฐานที่จำเป็น 7 ประการสำหรับคุณวุฒิในระดับปริญญาตรี ดังนี้

1. มีความรู้และทักษะพื้นฐานในการประกอบอาชีพได้เป็นอย่างดี

2. มีความรู้ทันสมัย ใฝ่รู้และพัฒนาความรู้ขึ้นได้

3. มีความสามารถในการจัดระบบความคิด คิดวิเคราะห์ คิดสังเคราะห์ และคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ได้

4. มีความสามารถในการใช้ภาษาในการสื่อสารและใช้เทคโนโลยีได้ดี

5. มีความสามารถในการบริหารจัดการและทำงานเป็นทีมได้

6. มีความสามารถในการพัฒนาตนเอง พัฒนางานและพัฒนาสังคม

7. มีคุณธรรมจริยธรรมในการดำรงชีวิตและประกอบอาชีพ

ทั้งนี้จุดเน้นของกรอบมาตรฐานในระดับปริญญาตรีคือ ความสามารถในการทำงานได้และทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ซึ่งเป็นสิ่งที่บัณฑิตทุกคนควรมีเมื่อทำงานแล้วก็จะต้องมีการพัฒนาตนเอง ใฝ่รู้ แสวงหาความรู้ รวมถึงสามารถสร้างองค์ความรู้ได้ในระดับที่เหมาะสมกับงาน นอกจากนั้นในการทำงานและการใช้ชีวิตในสังคม บัณฑิตต้องรู้จักวิธีคิด วิเคราะห์เพื่อเข้าใจ ตามทันและไม่หลงไปกับสิ่งแวดล้อมด้านเดียว บัณฑิตรุ่นใหม่นอกจากคิดวิเคราะห์แล้วต้องรู้จักสร้างสรรค์สิ่งใหม่ได้ และในท้ายที่สุดบัณฑิตต้องรับผิดชอบต่อตนเอง สังคมและรับผิดชอบต่อคุณธรรมจริยธรรมของสังคมด้วยพร้อมกันไป

4.4.1.3 สุมณ อมรวิวัฒน์ (2544. อ้างอิงจาก ไพฑูรย์ สินลารัตน์ และคณะ. 2550: 24) ได้มีการระบุคุณลักษณะของคนไทยที่พึงประสงค์ไว้ใน หลักสูตรการทางการศึกษา ตามนัยแห่งพุทธธรรม ที่ได้มีการนำเอาหลักปรัชญาทางพุทธศาสนาเป็นหลักในการกำหนดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของคนไทย ว่าประกอบด้วย ลักษณะที่เป็น “คุณ” 5 ประการคือ

1. คุณลักษณะ หมายความว่า รูปลักษณะ ซึ่งประกอบด้วยสุขภาพ บุคลิกภาพ และความสามารถ และกิจลักษณะ ซึ่งประกอบด้วยพฤติกรรม ทักษะ และวิธีคิด

2. คุณค่า หมายความว่า ประสพการณ์จากการเรียนรู้ จากการสัมผัสและสัมพันธ์ เชื่อมโยงกับการพัฒนาชีวิต

3. คุณประโยชน์ หมายความว่า ชีวิตที่มีประโยชน์ทั้งต่อตนเองและส่วนรวม มีส่วนร่วม มีส่วนในการให้สิ่งที่ดีแก่สังคม

4. คุณธรรม หมายความว่า มีความดี เข้าถึงความงามและความจริง ดำเนินชีวิตโดยกายสุจริต วาจาสุจริต มโนสุจริต

5. คุณภาพ หมายความว่า ชีวิตมีความร่มเย็นเป็นสุข พออยู่พอกิน เป็นสมาชิกที่ดีของครอบครัว ทำหน้าที่พลเมืองและพลโลกได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

4.4.1.4 พระเทพเวที (ประยุทธ์ ปยุตโต. 2532: 2-3. อ้างอิงจาก จีรวัดน์ วิวัชร. 2543: 1-2) ได้กล่าวถึง คุณลักษณะ 7 ประการของนิสิตนักศึกษาที่การศึกษาจะต้องเอื้ออำนวย และสร้างขึ้นให้สำเร็จ ดังนี้

1. ได้กัลยาณมิตร คือ มีพ่อแม่ ครูอาจารย์ และสภาพแวดล้อมทางสังคมที่
ดีงาม เกื้อกูลต่อการพัฒนา

2. ชีวิตมีวินัย คือ การรู้จักระเบียบและมีวินัยในการดำเนินชีวิต รักษา
ระเบียบของสังคมในการอยู่ร่วมกันกับผู้อื่นให้มีความเกื้อกูลกัน ไม่เบียดเบียนกัน เพื่อมีสภาพชีวิต
ที่เหมาะสม และเอื้อต่อการที่จะทำกิจกรรมต่าง ๆ ในการพัฒนายิ่งๆ ขึ้น

3. ใฝ่รู้ ใฝ่สร้างสรรค์ คือ ต้องการเข้าถึงความจริงและทำสิ่งที่ดีงามให้
เกิดขึ้น รักสัจจะ รักงาน อันเป็นแรงจูงใจที่จะทำให้ก้าวหน้าต่อไปในการพัฒนา

4. เชื่อมั่นในศักยภาพของตน คือ เชื่อในความเป็นมนุษย์ของตน ซึ่งเป็น
สัตว์ที่ฝึกฝนพัฒนาให้ประเสริฐเลิศได้ และเพียรพยายามในการศึกษาพัฒนาตนยิ่งๆ ขึ้นไปให้
สมบูรณ์เต็มที่

5. มีค่านิยมและทัศนคติแนวเหตุผล คือ มีความเชื่อถือทัศนคติและค่านิยม
ที่ดีงาม เอื้อต่อการพัฒนา โดยเฉพาะการมองสิ่งทั้งหลายตามความเป็นไปแห่งเหตุปัจจัย รับรู้
ประสบการณ์ทั้งหลายด้วยท่าทีที่เหมาะสม

6. มีสติกระตือรือร้นทุกเวลา คือ มีจิตสำนึกต่อกาลเวลาตื่นตัวต่อความ
เปลี่ยนแปลงไวและเท่าทันต่อเหตุแห่งความเสื่อมและเหตุแห่งความเจริญกระตือรือร้นในการแก้ไข
เหตุแห่งความเสื่อมและมีความคิดสร้างสรรค์ความเจริญ มีจิตสำนึกการศึกษาพัฒนาตนเองอยู่
ตลอดเวลา

7. พึ่งพาตนเองได้ด้วยความรู้คิดหรือผู้รู้จักคิด รู้จักใช้ปัญญาพิจารณาให้ได้
ความจริง และคุณค่าหรือประโยชน์จากทุกสิ่งทุกอย่างทั้งหลาย สามารถคิดแยกแยะสืบค้นหา
องค์ประกอบและเหตุปัจจัยของเรื่องราวเหตุการณ์ต่าง ๆ คิดเป็นและคิดเอง

4.4.2 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ในโลกยุคปัจจุบัน/โลกแห่งการทำงาน (ยุค เศรษฐกิจฐานความรู้ ยุคศตวรรษที่ 21)

4.4.2.1 ซานเชส ฟรานซิสกา (Sanchez Francisca. 2003: Online.

อ้างอิงจาก พัชร ศรีสังข์.2551: 80) ได้กล่าวถึง คุณลักษณะของบุคคลในศตวรรษที่ 21 ที่สามารถ
อาศัยและประกอบอาชีพได้ตามความต้องการนั้น สถาบันการศึกษาจะต้องเตรียมบุคคลให้มี
ความพร้อมทั้งสภาพสังคมที่มีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น โดยพ่อแม่ ครอบครัว และชุมชน ต้องมีส่วน
ในการจัดการศึกษาให้กับบุตรหลานของตนเองด้วย เพื่อพร้อมรับกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป
สภาพเศรษฐกิจที่มุ่งใช้ความรู้เป็นฐาน (Knowledge-based Economy) ที่ใช้ข้อมูลความรู้จำนวน
มากในชีวิตประจำวัน ความรู้ ประสบการณ์ และอารมณ์ ความรู้สึกของบุคคล จึงเป็นหัวใจสำคัญ
ในการแข่งขันเพื่อให้ประสบผลสำเร็จ และมีความเจริญก้าวหน้า การทำงานจะมุ่งใช้ทักษะใน

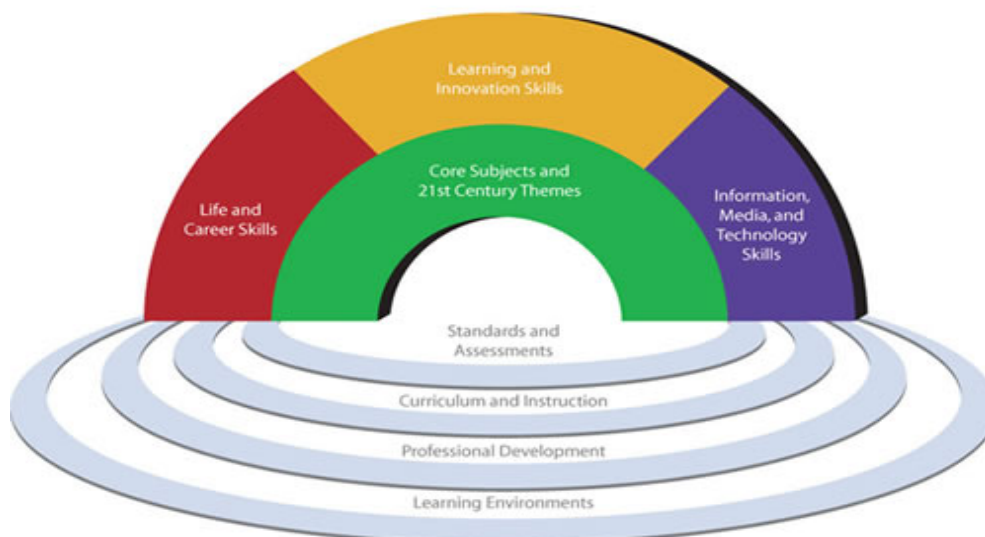
ระดับสูง บุคคลจะต้องมีลักษณะยืดหยุ่น ปรับตัวได้ มีความรวดเร็ว เรียนรู้อย่างอิสระ โดยจะต้องมีความพร้อมทั้งด้านวิชาการ การอ่านและเขียนข้อมูลความรู้ได้เป็นอย่างดี กล่าวคือ สามารถค้นหาข้อมูล เลือกใช้ ประเมินผล สร้างสรรค์และเปลี่ยนแปลงข้อมูลและความรู้ได้ โลกในศตวรรษที่ 21 ยังมีลักษณะของเศรษฐกิจโลก (Global economy) การทำธุรกิจสามารถดำเนินการได้ในระหว่างประเทศ การติดต่อสื่อสารกับผู้ซื้อด้วยภาษาของผู้ซื้อจึงมีความสำคัญมาก นอกจากนี้ยังมีลักษณะที่ต้องการเทคโนโลยีใหม่ๆ ทำให้เทคโนโลยีได้กลายเป็นแหล่งหรือสถานที่ทำงานของบุคคล ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงลักษณะการทำงานและการดำรงชีวิตของบุคคลให้อยู่ที่บ้านแทนสถานที่ทำงาน หรือสำนักงานมากขึ้น ทักษะด้านเทคโนโลยีจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับรูปแบบการทำงานในปัจจุบัน และลักษณะประการสุดท้ายของบุคคลต้องตระหนักให้มีความสำคัญกับเรื่องของสิ่งแวดล้อมและความไม่เท่าเทียมกันของสังคม หรือสังคมขาดดุลยภาพ ซึ่งส่งผลให้ในยุคศตวรรษที่ 21 สังคมจึงมีความต้องการบุคคลที่มีลักษณะของความเป็นพลเมืองเพิ่มมากขึ้น มีทักษะในการทำงานและการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ สามารถทำงานเป็นทีมได้ โดยการสื่อสารจะมีความสำคัญและต้องสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพเหมาะสมกับภาษาและวัฒนธรรมนั้น ๆ

4.4.2.2 แฮร์รี ฮิลล์แมน ชาร์แทรนด์ (Harry Hillman Chartrand. 2002: Online) ได้มีการกล่าวถึงความรู้ที่เป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาบุคคลให้เป็นคนทำงานที่มีทักษะหรือศักยภาพในการปฏิบัติงานสูง (Highly-skilled workers) 4 ประการได้แก่

1. Know-what ต้องเป็นผู้ที่รู้เรื่อง หรือรู้ข้อมูลข้อเท็จจริงอย่างชัดเจน ถูกต้อง
2. Know-why ต้องเป็นผู้ที่รู้เหตุและผลตามหลักวิทยาศาสตร์ โดยเฉพาะในส่วนของเทคโนโลยีและกระบวนการในการสร้างสรรค์งาน
3. Know-how ต้องเป็นผู้ที่รู้จักวิธี คือมีทักษะและสมรรถนะในการสร้างงาน
4. Know-who ต้องเป็นผู้ที่รู้จักคน หรือรู้ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลที่มีความรู้ เหตุผลและทักษะในด้านต่างๆ เพื่อให้ได้บุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสม ตรงกับงานที่จะทำ และรู้จักวิธีการทำงานร่วมกับผู้อื่นเพื่อสร้างเครือข่ายทางสังคม

4.4.2.3 The Partnership for 21st Century Skills (2009: online) เป็นการรวมตัวกัน ของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่ให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนและบูรณาการทักษะพื้นฐานในยุคศตวรรษที่ 21 (21st Century Skills) เข้าสู่ระบบการศึกษา เพื่อที่จะสร้างความมั่นใจให้เกิดขึ้นในลักษณะที่ว่า ทุกความสำเร็จของผู้เรียนจะสะท้อนถึงการสร้างพลเมืองและคนทำงานที่มีประสิทธิภาพ สามารถทำงานได้อย่างเหมาะสมกับยุคศตวรรษที่ 21 ทั้งนี้ องค์ประกอบของทักษะพื้นฐานในยุคศตวรรษที่ 21 แสดงดังภาพประกอบ 9 ทั้งนี้จะประกอบด้วยทักษะพื้นฐานที่เป็นคุณลักษณะของผู้เรียนที่พึงประสงค์ในศตวรรษที่ 21 (21st century skills

student outcomes (แสดงอยู่บนพื้นที่เส้นโค้งส่วนบน) และระบบสนับสนุน (21st century skills)
support systems (รายละเอียดบนวงแหวนส่วนล่างของรูป)



ภาพประกอบ 9 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้เรียนในยุคศตวรรษที่ 21 และระบบสนับสนุน

(Partnership for 21st century skills. 2008:13)

จากภาพประกอบ 9 ได้แสดงถึงองค์ประกอบที่สะท้อนอยู่ในวงแหวนแนวตั้งเป็น
 เรื่องของความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้เรียนที่เป็นพื้นฐานสำคัญที่จะนำไปสู่
 การประสบความสำเร็จในการทำงานและการดำรงชีวิตในยุคศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย

1. รายวิชาพื้นฐานและทักษะพื้นฐานที่เป็นแก่นสาระสำคัญในศตวรรษที่ 21
 (Core subjects and 21st century themes)

ความรู้ในรายวิชาพื้นฐานและทักษะพื้นฐานที่เป็นแก่นสาระสำคัญใน
 ศตวรรษที่ 21 เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้เรียนทุกคน ทั้งรายละเอียดในแต่ละส่วนมีดังนี้

- 1.1 รายวิชาพื้นฐานสำหรับการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย
 - 1.1.1 วิชาภาษาอังกฤษ การอ่านและศาสตร์ทางด้านภาษา
 - 1.1.2 วิชาภาษาอื่นๆในโลก
 - 1.1.3 ศิลปศาสตร์
 - 1.1.4 คณิตศาสตร์
 - 1.1.5 เศรษฐศาสตร์
 - 1.1.6 วิทยาศาสตร์

1.1.7 ภูมิศาสตร์

1.1.8 ประวัติศาสตร์

1.1.9 การเมืองการปกครองและสิทธิมนุษยชนและความเป็นพลเมือง

อย่างไรก็ตามการจัดการเรียนรู้ในยุคศตวรรษที่ 21 ไม่เพียงแต่ต้องจัดการเรียนรู้รายวิชาพื้นฐานดังกล่าวเท่านั้น การจัดการเรียนรู้จำเป็นต้องบูรณาการทักษะพื้นฐานที่เป็นแกนสาระสำคัญในศตวรรษที่ 21 เข้าไปในรายวิชาพื้นฐานเหล่านั้นด้วย

1.2 ทักษะพื้นฐานที่เป็นแกนสาระสำคัญในศตวรรษที่ 21 นั้นประกอบด้วย

1.2.1 การตระหนักรู้ถึงความเป็นโลก (Global awareness)

1.2.1.1 บุคคลควรมีความสามารถในการใช้ทักษะต่างๆเพื่อทำความเข้าใจและระบุประเด็นปัญหาที่ส่งผลในระดับโลกได้

1.2.1.2 บุคคลควรมีความสามารถในการเรียนรู้และทำงานอย่างมีส่วนร่วมกับบุคคลอื่นบนสถานการณ์ที่อยู่ภายใต้ความหลากหลายทางวัฒนธรรม ศาสนา และวิถีชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยจิตสำนึกของการให้ความเคารพ/ให้เกียรติ และเปิดกว้างทั้งในบริบทที่เป็นระดับบุคคล ที่ทำงานและชุมชนโดยรวม

1.2.1.3 บุคคลควรมีความสามารถในการยอมรับและทำความเข้าใจความเป็นชาติและวัฒนธรรมอื่นๆที่แตกต่างจากตน

1.2.2 ทักษะการรู้เท่าทันในด้านเศรษฐกิจ การเงิน ธุรกิจและการจัดการ (Financial, economic, business and entrepreneurial literacy)

1.2.2.1 บุคคลควรมีความรู้ในวิธีการจัดการทางการเงินในระดับบุคคลได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

1.2.2.2 บุคคลควรมีความเข้าใจในเรื่องราวของเศรษฐกิจในระบบสังคม

1.2.2.3 บุคคลควรใช้ทักษะการจัดการอย่างเหมาะสมเพื่อส่งเสริมผลิตภาพในการทำงานและเป้าหมายทางอาชีพ

1.2.3 ทักษะการรู้เท่าทันในสำนักพลเมือง (Civic literacy)

1.2.3.1 บุคคลควรมีส่วนร่วมอย่างมีประสิทธิภาพในการแสดงออกถึงการรับรู้และการเข้าใจในข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการทางการเมือง

1.2.3.2 บุคคลควรใช้สิทธิและยอมรับข้อตกลงของความเป็นพลเมืองทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และระดับโลก

1.2.3.3 บุคคลควรเข้าใจถึงผลที่จะเกิดขึ้นทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับโลกจากการตัดสินใจใช้สิทธิของความเป็นพลเมือง

1.2.4 ทักษะการรู้เท่าทันในด้านสุขภาพ (Health literacy)

1.2.4.1 บุคคลควรสามารถค้นหา ตีความ และทำความเข้าใจในสารสนเทศและบริการพื้นฐานทางสุขภาพ รวมทั้งสามารถเลือกใช้สารสนเทศและบริการต่างๆในวิถีทางที่จะช่วยดูแลสุขภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2.4.2 บุคคลควรมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการป้องกันสุขภาพจิตและสุขภาพกาย รวมถึงในเรื่องของระบบโภชนาการ การออกกำลังกาย การหลีกเลี่ยงพฤติกรรมเสี่ยงและการลดภาวะความเครียดที่เหมาะสม

1.2.4.3 บุคคลควรมีการใช้สารสนเทศเป็นฐานในการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพอย่างเหมาะสม

1.2.4.4 บุคคลควรมีการกำหนดและกำกับดูแลเป้าหมายทางสุขภาพทั้งของตนเองและครอบครัว

1.2.4.5 บุคคลควรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นทางด้านความปลอดภัยและสุขภาพสาธารณะทั้งในระดับชาติและนานาชาติ

2. ทักษะทางการเรียนรู้และนวัตกรรม (Learning and innovation skills)

ทักษะทางการเรียนรู้และนวัตกรรมได้ถูกกำหนดขึ้นเพื่อจำแนกผู้เรียนกลุ่มที่มีความพร้อมที่จะดำรงอยู่ในสภาพแวดล้อมของชีวิตและการทำงานที่สลับซับซ้อนได้กับผู้ที่ไม่สามารถดำรงอยู่ได้ รวมทั้งการให้ความสำคัญกับเรื่องของความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ การคิดวิจารณ์ การสื่อสาร และการให้ความร่วมมืออันก็เป็นทักษะพื้นฐานสำคัญที่จำเป็นสำหรับโลกการทำงานในอนาคต

2.1 ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม

2.1.1 ความสามารถในการคิดอย่างสร้างสรรค์

2.1.1.1 บุคคลควรมีความสามารถในการเลือกใช้เทคนิคการสร้างสรรค์แนวคิดได้อย่างกว้างขวาง (เช่น การใช้กิจกรรมการระดมสมอง)

2.1.1.2 บุคคลควรมีความสามารถในการคิด/สร้างแนวคิดที่แปลกใหม่และมีคุณค่า (ครอบคลุมทั้งในส่วนแนวคิดที่คิดขึ้นใหม่และแนวคิดที่เกิดจากการปรับปรุงของเดิม)

2.1.1.3 บุคคลควรมีความสามารถในการคิดอย่างแยบยล ละเอียดรอบคอบ วิเคราะห์และประเมินแนวคิดได้อย่างเหมาะสมเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและการสร้างสรรค์ที่มีประสิทธิภาพ

2.1.2 ความสามารถในการทำงานกับบุคคลอื่นอย่างสร้างสรรค์

2.1.2.1 บุคคลควรมีความสามารถในการพัฒนา ปรับปรุงและถ่ายทอดแนวคิดใหม่ๆไปสู่บุคคลอื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.1.2.2 บุคคลควรมีความสามารถในการเปิดรับและตอบสนองในมุมมองที่แปลกและแตกต่างเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมและกระตุ้นให้การทำงานมีประสิทธิภาพ

2.1.2.3 บุคคลควรมีความสามารถในการสาธิต/นำเสนอความเป็นต้นแบบและแนวคิดใหม่เพื่อพัฒนาการทำงาน รวมทั้งเข้าใจในบริบทความเป็นจริงที่เป็นข้อจำกัดในการปรับใช้แนวคิดใหม่

2.1.2.4 บุคคลควรเป็นผู้ที่มองความผิดพลาดเป็นเรื่องของการเรียนรู้ และเข้าใจว่าเรื่องของความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมนั้นเป็นเรื่องที่ต้องใช้ระยะเวลา

2.1.3 ความสามารถในการพัฒนานวัตกรรม - บุคคลควรมีความสามารถในการคิดค้นและนำเสนอแนวคิดสร้างสรรค์ที่สามารถจับต้องได้ และก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสาขาวิชาชีพนั้นๆได้

2.2 ทักษะการคิดวิจารณ์ญาณและทักษะการแก้ปัญหา

2.2.1 ทักษะการใช้เหตุผล - บุคคลควรมีการเลือกใช้เหตุผลด้วยวิธีการคิดที่หลากหลาย (เช่นการคิดแบบนิรนัย การคิดแบบอุปนัย) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสถานการณ์

2.2.2 ความสามารถในการใช้ทักษะการคิดอย่างเป็นระบบ – บุคคลควรมีความสามารถในการวิเคราะห์ว่า ในผลผลิตภาพรวมอย่างหนึ่งที่ได้ออกมานั้น (Overall outcomes) มีองค์ประกอบใดบ้างที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน และเป็นอย่างไรในระบบที่มีความซับซ้อน

2.2.3 ความสามารถในการพิจารณาและตัดสินใจ

2.2.3.1 บุคคลควรมีความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินหลักฐาน ข้อคิดเห็น ข้อเรียกร้องและความเชื่อต่างๆอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล

2.2.3.2 บุคคลควรมีความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินมุมมองที่เป็นทางเลือกหลักที่สำคัญ

2.2.3.3 บุคคลควรมีความสามารถในการสังเคราะห์และเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างสารสนเทศและข้อโต้แย้ง/ข้อคิดเห็น

2.2.3.4 บุคคลควรมีความสามารถในการตีความสารสนเทศและวาดภาพทสรุปได้อย่างเหมาะสมบนฐานของการวิเคราะห์ที่ดีที่สุด

2.2.3.5 บุคคลควรสะท้อนประสบการณ์การเรียนรู้และกระบวนการเรียนรู้ได้อย่างเหมาะสมและแยกแยะ

2.2.4 ความสามารถในการแก้ปัญหา

2.2.4.1 บุคคลควรมีความสามารถในการแก้ปัญหาที่หลากหลายโดยใช้ทั้งวิธีการแบบเดิมๆและวิธีการแนวใหม่

2.2.4.2 บุคคลควรมีความสามารถในการระบุและตั้งประเด็นคำถามอันจะนำไปสู่การสร้างความรู้ความกระจ่างในมุมมองที่หลากหลายเพื่อให้เกิดแนวทางแก้ไขปัญหาคิดที่ดีขึ้น

2.3 ทักษะการสื่อสารและการร่วมมือ

2.3.1 ความสามารถในการสื่อสารได้อย่างชัดเจน

2.3.1.1 บุคคลควรมีความสามารถในการคิดและนำเสนอแนวคิดที่มีความชัดเจนโดยผ่านทักษะการพูด การเขียน และทักษะการสื่อสารแบบอวัจนภาษาในรูปแบบและบริบทที่แตกต่างกันไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.3.1.2 บุคคลควรมีความสามารถในการฟังเพื่อถอดรหัสความหมายรวมถึงความรู้ คุณค่า ทศนคติ ตลอดจนความตั้งใจของผู้ส่งสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.3.1.3 บุคคลควรมีความสามารถในการเลือกใช้การสื่อสารเพื่อตอบสนองเป้าหมายที่หลากหลาย (เช่น เพื่อให้ข้อมูล เพื่อกระตุ้น ชักจูงใจ)

2.3.1.4 บุคคลควรมีการเลือกใช้สื่อและเทคโนโลยีที่หลากหลายเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมทั้งรู้วิธีที่จะประเมินประสิทธิภาพของสื่อแต่ละประเภทในระดับที่มากที่สุดเพียงพอกับการประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้น

2.3.1.5 บุคคลควรมีความสามารถในการสื่อสารในสภาพแวดล้อมที่มีความหลากหลายโดยเฉพาะความหลากหลายทางด้านภาษา (Multi-lingual)

2.3.2 ทักษะในการให้ความร่วมมือ

2.3.2.1 บุคคลควรมีความสามารถในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพกับทีมงานที่หลากหลายบนฐานของความเคารพและให้เกียรติซึ่งกันและกัน

2.3.2.2 บุคคลควรแสดงออกถึงความสามารถในการปรับตัวและความตั้งใจที่จะร่วมมือในการทำงานเพื่อนำไปสู่เป้าหมายของความสำเร็จร่วมกัน

2.3.2.3 บุคคลควรมีการแบ่งความรับผิดชอบร่วมกันในการทำงานเป็นทีม และให้คุณค่ากับแนวคิดของสมาชิกแต่ละคนในทีมอย่างเท่าเทียม

3. ทักษะทางด้านสารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยี (Information, media and technology skills)

บุคคลในยุคศตวรรษที่ 21 นั้นอาศัยอยู่บนโลกที่แวดล้อมไปด้วยเทคโนโลยีและสื่อ ในลักษณะของสภาพสังคมที่สามารถเข้าถึงสารสนเทศต่างๆ ได้อย่างมากมาย ไร้ขีดจำกัด ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากความก้าวหน้าของเครื่องมือทางเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รวมทั้งสร้างโลกให้กลายเป็นสังคมที่ก่อให้เกิดการร่วมมือและให้การสนับสนุนกลุ่มคนต่างๆ ได้ในรูปแบบที่ง่ายและแตกต่างไปจากเดิม ดังนั้นเพื่อให้บุคคลสามารถดำรงชีวิตและทำงานในโลกยุคศตวรรษที่ 21 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ บุคคลจึงจำเป็นที่จะต้องสามารถแสดงออกได้ถึงทักษะการคิดเชิงวิพากษ์และการเข้าใจในบทบาทหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับสารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยีต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ทักษะต่างๆ ที่เหมาะสมสามารถจำแนกได้ดังนี้

3.1 ทักษะการรู้สารสนเทศ

3.1.1 ความสามารถในการเข้าถึงและประเมินสารสนเทศ

3.1.1.1 บุคคลควรมีความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งในด้านของเวลา และทรัพยากร/แหล่งข้อมูลที่เหมาะสม

3.1.1.2 บุคคลควรมีความสามารถในการประเมินสารสนเทศได้อย่างมีวิจารณญาณและมีศักยภาพ

3.2 ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ

3.2.1 ความสามารถในการวิเคราะห์สื่อ

3.2.1.1 บุคคลควรมีความเข้าใจทั้งในเรื่องของวิธีการและเหตุผลที่สารถูกสร้างขึ้นมา รวมทั้งทราบเป้าหมายในการสร้างสารนั้นๆ ได้อย่างชัดเจน

3.2.1.2 บุคคลควรมีความเข้าใจถึงวิธีการที่คนแต่ละตีความหมายของสารแตกต่างกัน รวมทั้งวิธีการสอดแทรกแนวคิดและมุมมองเข้าไปในสาร วิธีการวิเคราะห์แยกแยะแนวคิดออกจากข้อเท็จจริง และวิธีการที่สื่อจะสามารถมีอิทธิพลต่อความเชื่อและพฤติกรรม

3.2.1.3 บุคคลควรมีความสามารถในการประยุกต์ความเข้าใจพื้นฐานในเรื่องของจริยธรรมและประเด็นทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อการเข้าถึงและเลือกใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพ

3.2.2 ความสามารถในการสร้างสรรค์สื่อ

3.2.2.1 บุคคลควรมีความเข้าใจและเลือกใช้ประโยชน์จากเครื่องมือในการสร้างสรรค์สื่อ รวมทั้งคุณลักษณะของสื่อแต่ละประเภทได้อย่างเหมาะสม

3.2.2.2 บุคคลควรมีความเข้าใจและเลือกใช้เทคนิคการนำเสนอและการถอดความที่มีประสิทธิภาพ เหมาะสมกับบริบทที่มีความหลากหลาย

3.3 ทักษะการรู้เทคโนโลยีสื่อสารสารสนเทศ (ICT) – บุคคลควรมีความสามารถในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.3.1 บุคคลควรมีความสามารถในการเลือกใช้เทคโนโลยีเพื่อเป็นเครื่องมือในการวิจัย จัดระบบ ประเมินและสื่อสารสารสนเทศต่างๆได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.3.2 บุคคลควรมีความสามารถในการเลือกใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital technologies) เครื่องมือทางการสื่อสารและการสร้างเครือข่าย ตลอดจนเครือข่ายสังคมได้อย่างเหมาะสมเพื่อให้เกิดการเข้าถึง จัดการ ผสมผสาน ประเมินและสร้างสรรค์สารสนเทศหรือองค์ความรู้ต่างๆขึ้นมาใหม่เพื่อสนับสนุนการทำงานที่ในสังคมเศรษฐกิจฐานความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.3.3 บุคคลควรมีความสามารถในการประยุกต์ความเข้าใจพื้นฐานในเรื่องของจริยธรรมและประเด็นทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อการเข้าถึงและเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ทักษะด้านอาชีพและชีวิต (Life and career skills)

บริบทของชีวิตและการทำงานในปัจจุบันมีความต้องการทักษะของบุคคลที่ไม่น้อยไปกว่าเรื่องของทักษะการคิดและความรู้ทางด้านเนื้อหา ดังนั้นในการที่จะดำรงหรืออาศัยอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีความสลับซับซ้อนในยุคสังคมสารสนเทศที่เน้นการแข่งขันในระดับสากลนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่บุคคลจะต้องให้ความสนใจอย่างยิ่งยวดกับการพัฒนาทักษะด้านอาชีพและชีวิตที่เหมาะสมเพื่อให้สามารถดำรงอยู่ในโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป ทั้งนี้ทักษะ/ความสามารถต่างๆ ทางด้านอาชีพและชีวิตนั้นสามารถจำแนกได้ดังนี้

4.1 ความสามารถในการยืดหยุ่นและปรับตัว

4.1.1 ความสามารถในการปรับตัวเพื่อเปลี่ยนแปลง

4.1.1.1 บุคคลควรมีความสามารถในการปรับตัวเพื่อรองรับบทบาทที่หลากหลาย และสามารถรับมือกับข้อบ่งชี้ในงาน ช่วงเวลาหรือบริบทที่หลากหลายมากขึ้น

4.1.1.2 บุคคลควรทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพภายใต้บรรยากาศของความทะเยอทะยานและให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลง

4.1.2 เป็นบุคคลที่มีความคล่องแคล่ว ยืดหยุ่น

4.1.2.1 บุคคลสามารถรวบรวมผลกระทบ (Feedback) ต่างๆได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

4.1.2.2 เป็นบุคคลที่มีความคิดเชิงบวกทั้งกับคำชื่นชม ความพ่ายแพ้ และการวิพากษ์วิจารณ์

4.1.2.3 เป็นบุคคลที่มีความเข้าใจ สามารถต่อรองและสร้างความสมดุลระหว่างความเชื่อและมุมมองที่หลากหลายในการแก้ปัญหาในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในบริบทของความหลากหลายทางวัฒนธรรม

4.2 ความสามารถในการเป็นผู้ริเริ่มและนำตนเอง

4.2.1 ความสามารถในการจัดการเป้าหมายและเวลา

4.2.1.1 บุคคลควรมีความสามารถในการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนโดยใช้เกณฑ์ทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้

4.2.1.2 บุคคลควรมีความสามารถในการตั้งเป้าหมายที่มีความสมดุลทั้งที่เป็นเป้าหมายเชิงปฏิบัติการ (ระยะสั้น) และเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ (ระยะยาว)

4.2.1.3 บุคคลควรมีความสามารถในการใช้ประโยชน์ในเรื่องของเวลา และบริหารจัดการในเรื่องภาระงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.2.2 ความสามารถในการทำงานอย่างเป็นอิสระ – บุคคลควรมีความสามารถในการกำกับ/ตรวจสอบ ระบุตัวงาน จัดลำดับความสำคัญ และปฏิบัติงานให้สำเร็จได้ด้วยตนเอง โดยปราศจากการควบคุมจากบุคคลอื่น

4.2.3 เป็นบุคคลที่มีการเรียนรู้ด้วยการนำตนเอง

4.2.3.1 เป็นบุคคลที่ชอบสำรวจและขยายองค์ความรู้ของตนเองอยู่เสมอ เพื่อเพิ่มโอกาสในการเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องใหม่ๆ

4.2.3.2 เป็นบุคคลที่มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะของตนเองเพื่อเข้าสู่ระดับของความเป็นผู้เชี่ยวชาญ

4.2.3.3 เป็นบุคคลที่ยอมรับว่าการเรียนรู้เป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องตลอดชีวิต

4.2.3.4 เป็นบุคคลที่มีความสามารถในการสะท้อนภาพประสบการณ์ในอดีตได้อย่างมีวิจารณญาณเพื่อที่จะเป็นฐานข้อมูลอันจะนำไปสู่การปรับปรุงกระบวนการที่เหมาะสมในอนาคตต่อไป

4.3 ทักษะเชิงสังคมและการดำรงอยู่บนความหลากหลายทางวัฒนธรรม

4.3.1 ความสามารถในการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น

4.3.1.1 เป็นบุคคลที่รู้จักกาลเทศะ โดยเฉพาะการรู้ว่าเมื่อไรคือช่วงเวลาที่จะพูด และเมื่อไรคือช่วงเวลาที่จะฟัง

4.3.1.2 เป็นบุคคลที่มีวิถีปฏิบัติที่น่าเชื่อถือและมีปฏิสัมพันธ์อย่างมืออาชีพ

4.3.2 ความสามารถในการทำงานกับทีมงานที่มีความหลากหลาย

4.3.2.1 เป็นบุคคลที่ให้ความนับถือในความแตกต่างทางวัฒนธรรม และสามารถทำงานกับบุคคลที่มาจากพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.3.2.2 เป็นบุคคลที่เปิดกว้าง และยอมรับฟังความคิดเห็นหรือค่านิยมที่แตกต่าง

4.3.2.3 เข้าใจถึงพลังของความแตกต่างทางสังคมและวัฒนธรรมอันจะนำไปสู่การสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ๆ เพื่อเพิ่มทั้งนวัตกรรมและคุณภาพในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

4.4 ความสามารถในการบริหารจัดการและการยึดมั่นในความสำนึก

4.4.1 ความสามารถในการบริหารจัดการโครงการ

4.4.1.1 บุคคลควรมีความสามารถในการตั้งเป้าหมายและดำเนินการให้เป็นไปได้ตามเป้าหมาย ถึงแม้ว่าจะต้องเผชิญกับอุปสรรคและความกดดันทางการแข่งขันต่างๆ

4.4.1.2 บุคคลควรมีความสามารถในการจัดลำดับความสำคัญ วางแผน และบริหารจัดการการทำงานเพื่อให้สามารถประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งใจไว้

4.4.2 ความสามารถในการผลิตชิ้นงานได้ตามเป้าหมาย – เป็นบุคคลที่มีพฤติกรรมที่สะท้อนถึงการปฏิบัติตนอันจะนำไปสู่การผลิตผลงานที่มีคุณภาพซึ่งประกอบด้วยความสามารถพื้นฐานต่างๆดังนี้

4.4.2.1 ความสามารถในการทำงานที่อยู่ภายใต้การคิดเชิงบวกและมีคุณธรรมจริยธรรม

4.4.2.2 ความสามารถในการบริหารจัดการเวลาและโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.4.2.3 ความสามารถทำงานได้หลากหลาย

4.4.2.4 การมีส่วนร่วมในงานอย่างคล่องแคล่ว เชื่อใจได้และตรงต่อเวลา

4.4.2.5 ความสามารถในการนำเสนอได้อย่างมืออาชีพและมี
จรรยาบรรณ

4.4.2.6 การให้ความร่วมมือและความสามารถในการบริหารจัดการ
ทีมงานได้อย่างเหมาะสม

4.4.2.7 การนับถือและยอมรับความหลากหลายในทีม

4.4.2.8 การยึดมั่นในเป้าหมาย

4.5 ภาวะผู้นำและความรับผิดชอบ

4.5.1 ความสามารถในการให้คำแนะนำและชักจูงบุคคลอื่น

4.5.1.1 บุคคลควรมีความสามารถในการสื่อสารระหว่างบุคคล และมี
ทักษะการแก้ปัญหาเพื่อกระตุ้น ชักจูงให้คนอื่น ๆ ดำเนินการตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

4.5.1.2 กระตุ้น สร้างจุดแข็งของแต่ละคนเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จใน
เป้าหมายเดียวกัน

4.5.1.3 แนะนำ/กระตุ้นสิ่งที่ดีที่สุดในตัวของแต่ละคนในทีมให้เกิดขึ้นโดยใช้
การยกตัวอย่าง และความไม่เห็นแก่ตัว

4.5.1.4 แสดงให้เห็นถึงการใช้พลัง/อำนาจในการสร้างความเป็นอันหนึ่ง
อันเดียวกัน และพฤติกรรมทางจริยธรรม

4.5.2 เป็นบุคคลที่มีความรับผิดชอบต่อส่วนรวม – เป็นบุคคลที่สามารถ
แสดงออกถึงความรับผิดชอบในเรื่องของส่วนรวม

4.4.2.4 Secretary's Commission on Achieving Necessary Skills (SCANS) (2009: online) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะอื่นๆที่นายจ้างต้องการจากแรงงาน นอกเหนือจากความรู้ ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง โดยเฉพาะในส่วนของการศึกษาแนวทางการ ปฏิบัติตนในการทำงาน (Workplace know-how) เพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สูงสุด ทั้งนี้แนวทางการปฏิบัติตนที่เหมาะสมนั้นประกอบด้วยความสามารถพื้นฐาน 3 องค์ประกอบ ที่จะต้องเตรียมให้กับบัณฑิตทุกคนทั้งกลุ่มที่ตั้งใจจะออกไปทำงานและกลุ่มที่ สนใจวางแผนจะศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น รายละเอียดของความสามารถพื้นฐานทั้ง 3 องค์ประกอบมีดังนี้

ความสามารถพื้นฐาน 3 องค์ประกอบ (Three-part foundation)

1. ทักษะพื้นฐาน: อ่าน เขียน ฟัง พูด ทักษะการคำนวณ(คณิตศาสตร์)

1.1 ทักษะการอ่าน - บัณฑิตต้องมีความสามารถในการระบุ เข้าใจ และ
แปลความข้อมูลงานเขียนต่างๆ ในทุกรูปแบบเช่น ร้อยแก้ว ร้อยกรอง กราฟ และตารางเวลา

1.2 ทักษะการเขียน – บัณฑิตต้องสามารถสื่อสารความคิด แนวคิด ข้อมูล ข่าวสารต่างๆออกมาได้ผ่านงานเขียน และจัดทำงานเอกสารต่างๆได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

1.3 ทักษะการคำนวณ(คณิตศาสตร์) – บัณฑิตต้องสามารถแสดงถึงการ ใช้คอมพิวเตอร์พื้นฐานเพื่อการคำนวณ และแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์หรือตัวเลขได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยใช้เทคนิคการคำนวณที่เหมาะสม

1.4 ทักษะการฟัง – บัณฑิตต้องเป็นคนที่รับฟังคนอื่นอย่างตั้งใจ และสามารถแปลความ ตอบสนองโดยการสื่อสารแบบวัจนภาษาที่เหมาะสม และเป็นไปตามลำดับ

1.5 ทักษะการพูด – บัณฑิตต้องสามารถจัดการแนวคิดและสื่อสารด้วย วาจา (oral communication) ออกมาได้อย่างเหมาะสม

2. ทักษะในการคิด: คิดอย่างสร้างสรรค์ ตัดสินใจ แก้ปัญหา มองภาพออก รู้จักวิธีการเรียนรู้ และรู้จักคิดเชิงเหตุและผล

2.1 การคิดสร้างสรรค์ – บัณฑิตต้องสามารถจัดการสร้างสรรค์แนวคิด ใหม่ในสาขาวิชาของตนได้อย่างเหมาะสม

2.2 ความสามารถในการตัดสินใจ – บัณฑิตต้องแสดงออกถึงกระบวนการ ในการตัดสินใจได้อย่างเหมาะสมโดยเริ่มตั้งแต่ความสามารถในการระบุเป้าหมายและข้อบังคับ กำหนดทางเลือกที่หลากหลาย พิจารณาความเสี่ยง ประเมินและตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด

2.3 การแก้ปัญหา – บัณฑิตต้องสามารถตระหนักได้ถึงปัญหา สามารถ ระดมความคิดเพื่อแก้ไขและประยุกต์ใช้แผนปฏิบัติการที่เป็นรูปธรรม

2.4 รู้จักมองภาพได้อย่างชัดเจน (seeing things in the mind's eye) – บัณฑิตต้องสามารถจัดระบบ และทำความเข้าใจสัญลักษณ์ต่างๆ รูปภาพ หรือข้อมูลข่าวสาร ทั่วไป

2.5 รู้จักวิธีการที่จะเรียนรู้ (knowing how to learn) – บัณฑิตต้องรู้จัก เลือกใช้เทคนิคการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพเพื่อที่จะเข้าถึงและประยุกต์ใช้ความรู้หรือทักษะใหม่ๆ ได้อย่างเหมาะสม

2.6 ความสามารถเชิงเหตุและผล – บัณฑิตต้องสามารถเข้าใจหรือค้นพบ กฎหรือหลักการที่อยู่ภายใต้ความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุ(สถานการณ์) 2 สิ่งหรือมากกว่านั้น และ ประยุกต์ใช้ได้เหมาะสมในการแก้ปัญหาต่างๆ

3. คุณสมบัติเฉพาะตัว: แสดงออกได้ถึงความรับผิดชอบ การนับถือตนเอง ความสามารถเชิงสังคม การบริหารจัดการตนเอง ความซื่อสัตย์สุจริต

3.1 ความรับผิดชอบ – บัณฑิตต้องสามารถสะท้อนพฤติกรรมที่แสดงให้เห็นว่าใช้ความพยายามอย่างมากในการที่จะให้ได้มาซึ่งความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

3.2 การนับถือตนเอง – บัณฑิตต้องมีความเชื่อในคุณค่าของตนเอง และมีมุมมองเชิงบวกต่อตนเองเสมอ

3.3 ความสามารถเชิงสังคม – บัณฑิตต้องสามารถแสดงออกถึงความเข้าใจ การมีมนุษยสัมพันธ์ ความสามารถในการปรับตัว ความอ่อนโยน มีน้ำใจและความสุภาพในกลุ่มสังคม

3.4 การบริหารจัดการตนเอง – บัณฑิตต้องสามารถประเมินตนเองได้อย่างถูกต้อง มีการตั้งเป้าหมายของตนเองอย่างชัดเจน ประเมินความก้าวหน้าได้อย่างต่อเนื่อง และแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการควบคุมตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ

3.5 ความซื่อสัตย์สุจริต – บัณฑิตมีการเลือกคุณธรรมจริยธรรมต่างๆ มาใช้ในการปฏิบัติตนได้อย่างเหมาะสม

ทั้งนี้จากความรู้พื้นฐานดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในโลกยุคปัจจุบัน/โลกแห่งการทำงานของบัณฑิตในยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ ศตวรรษที่ 21 ได้ว่า บัณฑิตต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ มีทักษะในการปฏิบัติงานที่เหมาะสม มีทักษะการคิดวิเคราะห์ สร้างสรรค์ มีทักษะทางเทคโนโลยีสารสนเทศ มีทักษะในการวางแผน มีจิตสำนึกของความเป็นผู้ประกอบการ มีทักษะการสื่อสาร มีทักษะการทำงานเป็นทีม มีมนุษยสัมพันธ์ และมีจิตสาธารณะ

4.4.3 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

แผนยุทธศาสตร์ 15 ปี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒพบว่า มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้มีการกำหนดวิสัยทัศน์ของหน่วยงานไว้อย่างชัดเจนว่า ต้องการเป็นองค์กรชั้นนำแห่งการเรียนรู้และวิจัย บนฐานการศึกษาและคุณธรรม มุ่งสร้างสรรค์คือประชาคมวิชาการแห่งผู้มีความรู้ ประจักษ์นักปราชญ์ และมีความประพฤติประดุจผู้ทรงศีล สมฐานะของผู้นำทางปัญญา ซึ่งมีความสอดคล้องกับปรัชญาของมหาวิทยาลัยที่ระบุว่า "การศึกษาคือความเจริญงอกงาม" ตรงกับภาษาอังกฤษว่า "Education is growth" และตรงกับภาษาบาลีว่า "สิกขา วิรุฬฺหิ สมปตฺตา" ทั้งนี้เมื่อกล่าวถึงคำว่า "ความเจริญงอกงาม" นั้นในที่นี้จะหมายถึงความถึงความเจริญงอกงามด้วยอารยวิถี 5 ประการ อันได้แก่

1. งอกงามด้วยศรัทธา งอกงามด้วยศรัทธาในชีวิต บทบาท และหน้าที่ของตน
2. งอกงามด้วยศีล งอกงามด้วยจริยธรรมและความดีงามทั้งปวง

3. จอกงามด้วยสุตะ จอกงามด้วยการสดับตรับฟังและเรียนรู้ตลอดเวลา
4. จอกงามด้วยจาคะ จอกงามด้วยความเชื่อเพื่อเผื่อแผ่และเอื้ออาทรต่อผู้อื่น
5. จอกงามด้วยปัญญา จอกงามในการดำรงชีวิต คิด และทำด้วยปัญญา

จึงสรุปได้ว่า คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒมุ่งเน้นให้ บัณฑิต มศว เป็นผู้มีความรู้ประจักษ์นักปราชญ์ และมีความประพฤติประจักษ์ผู้ทรงศีล สมฐานะของผู้นำทางปัญญา ทั้งนี้ต้องประกอบด้วยคุณลักษณะสำคัญ 6 ประการที่สะท้อนอัตลักษณ์ของนิสิต มศว อย่างชัดเจน คือ คิดเป็นทำเป็น นักเอาเบาสู้ รู้กาลเทศะ เปี่ยมจิตสำนึกสาธารณะ มีทักษะสื่อสาร อ่อนน้อมถ่อมตน

4.4.4 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิหลักสูตรทางการสื่อสาร ภาพยนตร์ และวัฒนธรรม (Communication, Film and Culture)

จากการศึกษากรอบมาตรฐานคุณวุฒิของหลักสูตรทางการสื่อสาร ภาพยนตร์และวัฒนธรรมที่มีการจัดทำขึ้นโดยหน่วยงานประกันคุณภาพทางการศึกษาในระดับอุดมศึกษาของประเทศสหราชอาณาจักร (The Quality Assurance Agency for Higher Education. 2008: online) พบว่า หลักสูตรทางการสื่อสาร ภาพยนตร์และวัฒนธรรม โดยรวมแล้วเป็นหลักสูตรที่ให้ความสำคัญกับเรื่องของกิจกรรมทางการสื่อสารและวัฒนธรรมว่าเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญในการก่อร่างสภาพสังคมและการดำเนินชีวิตเชิงจิตวิทยา ตลอดจนเป็นเสมือนปัจจัยสำคัญที่สะท้อนหรือส่งผลถึงอัตลักษณ์ของกิจกรรมต่างๆ ในองค์กรทั้งในแง่เศรษฐกิจและการเมือง ไม่ว่าจะเป็นในลักษณะของการสร้างวัฒนธรรมมวลชน การสร้างสรรค์รูปแบบการนำเสนอที่แปลกใหม่ รวมทั้งการเป็นพื้นฐานที่สำคัญของการปฏิบัติงานในลักษณะที่เป็นมืออาชีพ ดังนั้นเมื่อกล่าวถึงหลักสูตรทางการสื่อสาร ภาพยนตร์และวัฒนธรรม จึงพบว่ามีเป้าหมายพื้นฐานในการผลิตบัณฑิตในระดับปริญญาตรีที่สอดคล้องกันคือ มุ่งพัฒนาศักยภาพให้เป็นผู้มีความรู้ ความสามารถในการคิดวิเคราะห์ และสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดความเข้าใจในเรื่องของสื่อ วัฒนธรรมและการสื่อสารในสังคมร่วมสมัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนเพื่อให้สามารถวางแผน สร้างสรรค์และกำหนดรูปแบบของสื่อ กิจกรรมการสื่อสารและการนำเสนอที่มีประสิทธิผลสูงสุดได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่า หลักสูตรนี้จะมีการระบุไว้อย่างชัดเจนว่าจะพัฒนาให้ผู้เรียนมีความพร้อมที่จะรับมือกับความท้าทายในการทำงานในระบบสังคมปัจจุบันซึ่งธุรกิจเชิงวัฒนธรรมและการสื่อสารได้เริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างมาก ทั้งนี้ในการจัดหลักสูตรจะมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะพื้นฐานที่สำคัญเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของผู้เรียน 4 ด้านคือ ทักษะการคิดสร้างสรรค์ ทักษะทางเชาวนปัญญา ทักษะทางการคิดวิเคราะห์ และทักษะทางการวิจัย (Creative, intellectual, analytical and research skills) ดังนั้นในการจัดทำหลักสูตรจึงต้องมีการกำหนดรายวิชาที่มุ่งเน้น

ในการพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์และการคิดสร้างสรรค์ ความสามารถในการปรับตัว ความอ่อนไหวต่อกลุ่มเป้าหมาย (Sensitivity to audience) และความสามารถในการคิดไตร่ตรองผ่านการทำงานทั้งในระดับบุคคลและระดับกลุ่มซึ่งครอบคลุมทั้งงานที่เน้นการคิดวิเคราะห์และงานด้านการผลิต ทั้งนี้รายละเอียดครอบคลุมมาตรฐานคุณวุฒิโดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับหลักสูตรทางการสื่อสารสามารถอธิบายได้ดังนี้

4.4.4.1 องค์ความรู้และความเข้าใจในรายวิชา (Subject knowledge and understanding)

4.4.4.1.1 การสื่อสาร วัฒนธรรม และสังคม (Communications, culture and society) – บัณฑิตที่จบการศึกษาจากหลักสูตรนี้จะสามารถสะท้อนภาพความรู้ความเข้าใจในองค์ความรู้ต่างๆ ดังนี้

1. ความเข้าใจในบทบาทของระบบการสื่อสาร รูปแบบของการสร้างตัวแทนและระบบการให้ความหมายในสังคม
2. การตระหนักถึงแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อธุรกิจทางการสื่อสาร วัฒนธรรมและธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ รวมทั้งบทบาทของแต่ละธุรกิจที่มีต่อระบบการเมือง และรูปแบบการดำเนินชีวิต ตลอดจนระบบวัฒนธรรมในปัจจุบัน
3. ความเข้าใจเชิงเปรียบเทียบในบทบาทของระบบการทำงานของธุรกิจทางการสื่อสารและ/หรือธุรกิจทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อสังคมที่มีลักษณะแตกต่างกัน
4. ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทของสื่อหรือกิจกรรมการสื่อสารที่มีต่อระบบสังคม
5. ความเข้าใจเกี่ยวกับประเภทและรายละเอียดต่างๆ ของสื่อ รวมทั้งเข้าใจแนวทางในการสร้างความเข้าใจ ให้ความหมาย และสร้างอิทธิพลต่อผู้เกี่ยวข้อง
6. ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทของเทคโนโลยีที่มีผลต่องานด้านการผลิต สร้างสรรค์ แพร่กระจาย รวมทั้งการเข้าถึงและการเลือกใช้เทคโนโลยีต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม
7. ความเข้าใจในรายละเอียด/รูปแบบของสื่อหรือเทคโนโลยีใหม่ๆ และความสัมพันธ์ที่มีต่อบริบททางสังคมและต่อรูปแบบเดิม
8. ความเข้าใจถึงแนวทางในการเข้าไปมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมมวลชน และแนวทางการแพร่กระจายการสื่อสารในรูปแบบที่เหมาะสมกับกลุ่มสังคมต่างๆ เช่น กลุ่มพิการ กลุ่มเชื้อชาติ กลุ่มชนชั้น เป็นต้น

9. ความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นสาธารณะและวาทกรรมต่างๆ ที่มีผลต่อการปรับปรุงของระบบวัฒนธรรมและสังคมในท้องถิ่น

10. ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางที่กลุ่มทางสังคมที่แตกต่างกันจะมีการเลือกใช้นโยบายหรือผลผลิตทางวัฒนธรรมในการประกอบสร้างความเป็นจริงของสังคมและวัฒนธรรม แผนที่ทางความคิด และกำหนดเป็นกรอบเพื่อการอ้างอิงที่แตกต่างกัน

4.4.4.1.2 องค์ความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ ความเป็นมา (Histories) บัณฑิตที่จบการศึกษาจากหลักสูตรนี้จะสามารถสะท้อนภาพความรู้ความเข้าใจในองค์ความรู้ต่างๆ ดังนี้

1. ความเข้าใจในพัฒนาการของสื่อ และรูปแบบการสื่อสารต่างๆ ทั้งในบริบทท้องถิ่น ภูมิภาค ระดับชาติ และบริบทนานาชาติ

2. ความเข้าใจในอิทธิพลของประวัติศาสตร์ทางสังคม วัฒนธรรม และการเมืองที่ส่งผลให้เกิดสถาบันสื่อ รูปแบบการสื่อสาร แนวทางการปฏิบัติและโครงสร้างการดำเนินงานต่างๆ ในลักษณะที่แตกต่างกัน

3. ความรู้เกี่ยวกับระบบโครงสร้างของสถาบันสื่อที่มีอิทธิพลต่อการก่อร่างรูปแบบการดำรงอยู่ของโลกยุคสมัยใหม่

4. ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างข้อความและบริบทต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และการยกระดับโครงสร้างหรือองค์ประกอบของกิจกรรมและระบบการพัฒนาการสื่อสาร วัฒนธรรมและสุนทรียศาสตร์

5. ความเข้าใจในประวัติศาสตร์การเติบโตของสื่อประเภทต่างๆ โครงสร้างทางสุนทรียะ และคุณลักษณะพื้นฐานในปัจจุบัน ตลอดจนแนวทางการพัฒนาที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต

6. ความเข้าใจในประวัติศาสตร์ของเทคโนโลยีสื่อและการสื่อสาร และการรู้จักถึงวิธีการทางการศึกษาประวัติศาสตร์ในรูปแบบที่แตกต่างกัน ทั้งนี้แนวทางการพัฒนาระบบสื่อและการสื่อสารนั้นสามารถสะท้อนให้เห็นได้ถึงภาพความสัมพันธ์กับเรื่องของพัฒนาการเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยี

7. ความเข้าใจในเรื่องของการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงในระบบสังคม

4.4.4.1.3 องค์ความรู้ด้านกระบวนการและแนวทางการปฏิบัติ (Processes and practices) – บัณฑิตที่จบการศึกษาจากหลักสูตรนี้จะสามารถสะท้อนภาพความรู้ความเข้าใจในองค์ความรู้ต่างๆ ดังนี้

1. ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการเชื่อมโยงระหว่างฝ่ายการผลิต
ช่องทางการจำหน่าย ยอดการผลิต(การพิมพ์) และรูปแบบการบริโภคชิ้นงาน
2. ความเข้าใจในกระบวนการจัดการการสื่อสารแบบเผชิญหน้าทั้งที่
เป็นวัจนภาษาและอวัจนภาษา และในบริบทของชุมชน สังคมจริงและสังคมเสมือน
3. ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิตหลักและแนวทางการ
ปฏิบัติแบบมืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสื่อ วัฒนธรรม และการสื่อสาร ตลอดจนแนวทางการ
สร้างสรรค์และความเป็นเจ้าของชิ้นงาน
4. ความเข้าใจในการกำหนดทางเลือกเชิงเทคนิคที่เป็นทางการ
อย่างมืออาชีพซึ่งสะท้อนถึงความเข้าใจ การพัฒนา หรือความท้าทายจากการปฏิบัติ และความ
เป็นไปได้ ตลอดจนข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของกระบวนการผลิต
5. ความรู้ในเชิงกฎหมาย จริยธรรม และกรอบแนวทางปฏิบัติ
โดยทั่วไปที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการผลิต กระบวนการทำซ้ำ ช่องทางการจำหน่าย ยอดการผลิต
(การพิมพ์) และรูปแบบการบริโภคชิ้นงาน
6. ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบโครงสร้างขององค์กรทางด้านการ
สื่อสารและธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ว่ามีการก่อตั้ง และถูกบริหารจัดการอย่างไร
7. ความเข้าใจในรูปแบบการทำงาน การรวมกลุ่ม ตลอดจนเส้นทางการ
ทำงานของทีมสร้างสรรค์ หรือส่วนงานอื่นๆที่มีความเกี่ยวข้องเพื่อให้งานประสบความสำเร็จ
8. ความเข้าใจเงื่อนไขต่างๆ ในการบริโภคสื่อ ซึ่งรวมถึงบริบททาง
วัฒนธรรมที่บุคคลเลือกใช้เป็นตัวกำหนดมุมมองที่มีต่อสื่อและชิ้นงานเชิงวัฒนธรรม
9. ความตระหนักถึงการมีมุมมองต่อสื่อที่กว้างขวางขึ้นตามแนวคิด
ในเชิงวัฒนธรรม

4.4.4.1.4 องค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบและสุนทรียะ (Forms and aesthetics) – บัณฑิตที่จบการศึกษาจากหลักสูตรนี้จะสามารถสะท้อนภาพความรู้ความเข้าใจใน
องค์ความรู้ต่างๆ ดังนี้

1. ความเข้าใจในกระบวนการสร้างสรรค์ชิ้นงานและได้มี
ประสบการณ์การฝึกปฏิบัติสร้างสรรค์ชิ้นงาน
2. ความเข้าใจในบทบาทของสุนทรียะและความพึงพอใจที่
เกี่ยวข้องกับการผลิตและการสร้างความสัมพันธ์กับสังคม
3. ความตระหนักถึงขอบเขตการทำงานของสื่อที่ก่อให้เกิดความพึง
พอใจเชิงสุนทรียะในรูปแบบที่แตกต่างกัน

4. ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการเล่าเรื่อง รูปแบบพื้นฐาน และวิธีการนำเสนอภาพการเป็นตัวแทนที่เหมาะสมในการทำงานภายใต้บริบทของสื่อและวัฒนธรรม

5. ความเข้าใจในวิธีการที่เป็นไปได้ซึ่งสื่อหรือเทคโนโลยีต่างๆจะนำเสนอหรือสร้างความพึงพอใจเชิงสุนทรีย์ในรูปแบบที่แตกต่างกัน

6. ความเข้าใจในเทคนิควิธีการสร้างความหมายผ่านการใช้เสียงภาพ หรือภาษาต่างๆ

4.4.4.1.5 องค์ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ (Culture and identity) – บัณฑิตที่จบการศึกษาจากหลักสูตรนี้จะสามารถสะท้อนภาพความรู้ความเข้าใจในองค์ความรู้ต่างๆ ดังนี้

1. ความเข้าใจถึงการแสดงบทบาทหลักของกลุ่มต่างๆทางสังคม เช่นกลุ่มเชื้อชาติ กลุ่มชนชั้น กลุ่มศาสนา กลุ่มชนชาติ และกลุ่มผู้พิการ ในเรื่องของการเข้าถึงสื่อ และรูปแบบการสร้างภาพตัวแทนในข้อความของสื่อต่างๆ

2. ความเข้าใจในวิธีการของสื่อที่จะหลอมรวมเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน และวิธีการในการสร้างอัตลักษณ์ต่อสิ่งต่างๆ

4.4.4.2 ทักษะเฉพาะของสาขา (Subject-specific skills)

4.4.4.2.1 ทักษะการวิเคราะห์ทางปัญญา (Skills of intellectual analysis) – บัณฑิตที่จบการศึกษาจากหลักสูตรนี้จะต้องมีความสามารถดังนี้

1. มีส่วนร่วมในกระบวนการแลกเปลี่ยนทางปัญญาทั้งในแง่ของการเป็นนักคิดหลัก ผู้เสนอความคิดเห็น/โต้แย้ง/แลกเปลี่ยน และร่วมผลักดันแนวคิดต่างๆไปใช้ในการผลิตชิ้นงาน

2. เข้าใจรูปแบบของการสื่อสารและสื่อ ตลอดจนกระบวนการผลิตที่แตกต่างกันตามบริบทของสังคม วัฒนธรรมและการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี

3. ตรวจสอบรูปแบบการนำเสนอที่มีความแตกต่างกันตามบริบทสังคมและวัฒนธรรม และมีความเข้าใจที่ชัดเจนว่ากลุ่มสังคมที่แตกต่างกันจะมีการเลือกใช้เกี่ยวข้อง และมีความสัมพันธ์กับรูปแบบสื่อและการสื่อสารที่แตกต่างกัน

4. วิเคราะห์เชิงลึก แปลความ และนำเสนอบททดสอบของการตัดสินใจได้อย่างเหมาะสมและประเมินผลของแนวคิดได้

5. มีการพัฒนารายละเอียดขององค์ความรู้และความเข้าใจในเนื้อหาที่กำหนดไว้ของสาขาวิชาอย่างน้อย 1 องค์ความรู้

6. วิเคราะห์และประเมินผลการทำงานของตนเองบนฐานอ้างอิงตามหลักวิชาการและ/หรือบริบท/แนวคิด/ความคิดเห็นของมืออาชีพ

4.4.4.2.2 ทักษะการวิจัย (Research skills) – บัณฑิตที่จบการศึกษาจากหลักสูตรนี้จะต้องมีความสามารถดังนี้

1. จัดการการวิจัยในรูปแบบที่หลากหลายได้อย่างเหมาะสมไม่ว่าจะเป็นบทความ โครงการ การผลิตงานสร้างสรรค์ หรือสารนิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับการค้นคว้าอิสระ
2. กำหนดคำถามการวิจัย และเลือกวิธีการทดลองจนแหล่งข้อมูลที่จะใช้ค้นคว้าคำตอบการวิจัยได้อย่างเหมาะสม
3. ประเมินและกำหนดขอบเขตการศึกษา กรอบแนวคิดการวิจัยได้อย่างเหมาะสมสอดคล้องกับเรื่องที่เลือกศึกษา
4. ระบุจุดแข็งและเข้าใจข้อจำกัดของระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ และสามารถเลือกใช้กับการปฏิบัติงานในสาขาได้อย่างเหมาะสม
5. เข้าใจระบบเทคโนโลยีต่างๆที่ถูกนำมาใช้เพื่อสนับสนุนการวิจัยในรูปแบบต่างๆ
6. ระบุความเกี่ยวข้องและอิทธิพลของข้อตกลงเชิงวัฒนธรรมและข้อตกลงอื่นๆที่มีต่อการปฏิบัติการวิจัยได้
7. สืบหาแหล่งข้อมูลที่หลากหลายทั้งที่เพิ่งเกิดขึ้นหรือมีอยู่มาแล้ว และที่เป็นแหล่งข้อมูลเชิงวิชาการและไม่เป็นวิชาการ

4.4.4.2.3 ทักษะการผลิตสื่อ (Media production skills) – บัณฑิตที่จบการศึกษาจากหลักสูตรนี้จะต้องมีความสามารถดังนี้

1. ผลิตชิ้นงานที่สะท้อนถึงประสิทธิผลของการเลือกใช้เสียง ภาพ และ/หรือการเขียนข้อความต่างๆ
2. สาธิตศักยภาพในการผลิตชิ้นงานในสาขาที่สนใจได้อย่างเหมาะสม
3. สาธิตแนวทางการพัฒนาแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ และมุมมองทางการสื่อสารในด้านต่างๆที่เป็นผลมาจากการใช้กลยุทธ์ทางการวิจัย
4. เข้าใจความสำคัญของโครงสร้างทางการเงินในกลุ่มธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ และสามารถสะท้อนศักยภาพในการทำงานภายใต้ข้อจำกัดทางด้านเงินที่เกิดขึ้นได้
5. ผลิตชิ้นงานที่แสดงถึงศักยภาพในการจัดการที่ครอบคลุมทั้งในมิติของเทคโนโลยีการผลิตสื่อ ระบบ เทคนิค และแนวทางการปฏิบัติอย่างมืออาชีพ

6. บริหารจัดการเวลา บุคคล และทรัพยากรต่างๆอย่างมีประสิทธิภาพโดยนำเสนอผ่านการวางแผน การจัดการองค์กร การบริหารโครงการ และทักษะภาวะผู้นำที่ชัดเจน

7. ผลิตชิ้นงานซึ่งสะท้อนถึงความเข้าใจในรูปแบบการนำเสนอ และโครงสร้างของสื่อ กลุ่มผู้รับสารและรูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสม

8. ผลิตชิ้นงานซึ่งเกิดขึ้นจากฐานทฤษฎีที่เหมาะสมหรือมีบริบทที่เกี่ยวข้อง

4.4.4.2.4 ทักษะเชิงสร้างสรรค์ ริเริ่ม และจินตนาการ (Creative, innovative and imaginative skills) – บัณฑิตที่จบการศึกษาจากหลักสูตรนี้จะต้องมีความสามารถดังนี้

1. ริเริ่ม พัฒนา และเข้าใจในเรื่องของความแตกต่าง ตลอดจนสามารถสร้างสรรค์งานในรูปแบบ/วิธีการที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นงานเขียน งานนำเสนอด้านการพูด งานนำเสนอผ่านภาพ ภาพและเสียง งานนำเสนอด้านเสียงหรืองานนำเสนอผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ

2. ทดลอง และแสวงหาวิธีการนำเสนอทั้งในเรื่องของรูปแบบ ภาษา และเทคนิควิธีการต่างๆที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

3. กล้าท้าทายวิธีการดำเนินการที่มีอยู่ และแสวงหาหรือริเริ่มกระบวนการใหม่ๆ

4. มีการปรับใช้แนวความคิดที่มาจากแหล่งความรู้ที่หลากหลายหรือจากศาสตร์ที่แตกต่างกัน

5. มีความสามารถในการปรับเปลี่ยน/ดัดแปลง สร้างสรรค์ และให้ความสำคัญต่อผลการผลิตที่ตอบสนองกับกลุ่มผู้รับสารและรูปแบบการสื่อสาร/สื่อที่มีความหลากหลาย

4.4.4.2.5 ทักษะเชิงสังคมและวิถีพลเมือง (Skills of social and political citizenship) บัณฑิตที่จบการศึกษาจากหลักสูตรนี้จะต้องมีความสามารถดังนี้

1. ประเมินและนำเสนอความคิดเชิงวิพากษ์เกี่ยวกับความเข้าใจทั้งที่เห็นด้วยหรือโต้แย้งในเรื่องเกี่ยวกับสื่อสาร สื่อและวัฒนธรรม

2. วิเคราะห์ถึงนโยบายทางด้านสื่อ ตลอดจนแนวทางการนำไปปรับใช้ และวิธีการที่สังคมหรือประชาชนจะสามารถเข้ามามีส่วนร่วม

3. วิเคราะห์บทบาทที่สื่อจะสามารถดำเนินการได้เพื่อโต้แย้งหรือนำเสนอแนวทางที่ขัดแย้งกับกลุ่มผู้อำนาจในสังคม

4. ประเมินชิ้นงานเชิงวิพากษ์ในสาขาการสื่อสาร สื่อ ภาพยนตร์ และวัฒนธรรมศึกษาซึ่งถูกผลิตขึ้นบนฐานการตัดสินใจที่มีความเกี่ยวข้องกับสังคมและการเมือง

5. แสดงความเข้าใจที่ลึกซึ้งต่อขอบเขตของทัศนคติและคุณค่าที่เกิดขึ้นจากรูปแบบการสื่อสารร่วมสมัยที่มีความซับซ้อนและหลากหลาย รวมทั้งสามารถแสดงศักยภาพในการบริหารจัดการและตอบสนองต่อขอบเขตดังกล่าวได้อย่างเหมาะสม

ทั้งนี้จากความรู้พื้นฐานดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิหลักสูตรทางการสื่อสารได้ว่า บัณฑิตต้องเป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจที่ครอบคลุมเรื่องของสื่อ สังคมและวัฒนธรรม ความเป็นมาของการสื่อสาร กระบวนการสื่อสาร เทคนิคการปฏิบัติ รูปแบบของการสื่อสาร รวมทั้งบัณฑิตต้องมีทักษะในการปฏิบัติงาน (การผลิต) ที่เหมาะสม มีทักษะการคิดวิเคราะห์ สร้างสรรค์ ทักษะการวิจัย และทักษะทางสังคม

4.4.5 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตสาขาการสื่อสารจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.4.5.1 ปดิวิธดา ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา (2539: 150-161) ได้ทำการศึกษาความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของบัณฑิตนิเทศศาสตร์ที่หน่วยงานต้องการ พบว่าคุณลักษณะเฉพาะของบัณฑิตนิเทศศาสตร์ที่หน่วยงานต้องการสามารถแบ่งออกได้ 3 ประการคือ

(1) มีศีลธรรมจรรยาบรรณนักนิเทศศาสตร์ที่ดี หมายถึง บัณฑิตนิเทศศาสตร์ที่ดีจะต้องมีคุณลักษณะทางศีลธรรมที่ครอบคลุมในเรื่องของการมีศรัทธา จริงใจ และซื่อสัตย์ สุจริต ในหน้าที่การงาน การมีความรับผิดชอบ ชยัน เสียสละ อดทน และละเอียดรอบคอบ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ตลอดจนมีระเบียบวินัยอุทิศตน และเป็นผู้ตรงต่อเวลา

(2) มีศิลปะความสามารถ และสมรรถนะในการทำงานนิเทศศาสตร์ที่ดี หมายถึง บัณฑิตนิเทศศาสตร์ที่ดีจะต้องมีคุณลักษณะที่สะท้อนความสามารถด้านการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี ความสามารถด้านการสื่อสารทั้งวัจนะและอวัจนะภาษาได้ดี ความสามารถในการโน้มน้าวใจลูกค้าและผู้ให้บริการ ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้สารสนเทศและสารนิเทศได้เป็นอย่างดี ความสามารถเป็นผู้นำและรู้จักตัดสินใจอย่างมีเหตุผล ความสามารถในการเรียนรู้งานที่รับผิดชอบและงานใหม่ได้ดีและรวดเร็ว ความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคและการแก้ไข การมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ความสามารถในการประยุกต์และบูรณาการความรู้ทั้งทฤษฎีและปฏิบัติมาใช้ ความสามารถในการประสานการทำงานเป็นทีมเพื่อประสิทธิผล

(3) มีความรู้ความสามารถในศาสตร์วิชาชีพนิติศาสตร์ที่ดี หมายถึง บัณฑิตนิติศาสตร์ที่ดีจะต้องมีคุณลักษณะที่เด่นชัดในศาสตร์วิชาชีพนิติศาสตร์ได้แก่ การมีความรู้ตรงศาสตร์นิติศาสตร์ การมีความรู้ความสามารถทั้งในด้านทฤษฎีและปฏิบัติเป็นอย่างดี มีกิจกรรมและประสบการณ์การทำงานด้านนิติศาสตร์มาบ้าง มีความรู้ความสามารถในด้านการวิจัยและวางแผนงานด้านนิติศาสตร์ มีความรู้ความสามารถในด้านการบริหารงานและบริหารบุคคลในองค์กรงานนิติศาสตร์ มีความรู้ความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศได้ มีความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์ มีความสามารถในการใช้เครื่องมือสื่อสารทางด้านนิติศาสตร์ได้เป็นอย่างดี มีการแสวงหาความรู้ทางนิติศาสตร์ใหม่ๆ อยู่เสมอ และควรมีเกรดหรือผลการเรียนอยู่ในเกณฑ์ดีหรือดีมาก

4.4.5.2 สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์ (2539: สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ) ได้

ทำการศึกษาคุณสมบัติบัณฑิตนิติศาสตร์ของสถาบันราชภัฏที่บริษัทโฆษณาต้องการ พบว่าความคิดเห็นและความต้องการของบริษัทโฆษณาที่มีต่อคุณสมบัติบัณฑิตนิติศาสตร์สถาบันราชภัฏนั้นสามารถจำแนกได้เป็น 3 ประการคือ

(1) ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน พบว่า บัณฑิตนิติศาสตร์ของสถาบันราชภัฏควรมีคุณสมบัติด้านความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานในด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ความสามารถในการวิเคราะห์งาน ความสามารถในการวางแผนและบริหารงาน ความสามารถในการตัดสินใจแก้ปัญหา ความสามารถในการประเมินผลงาน และความสามารถในการเรียนรู้

(2) ความรู้ความสามารถในวิชาการที่เรียนมา พบว่า ความรู้ความสามารถในวิชาการของบัณฑิตที่ผู้บริหารบริษัทโฆษณาต้องการมากที่สุดคือ ความรู้ในการสร้างสรรค์โฆษณา ความรู้ในการเขียนบทโฆษณา ความรู้ทางคอมพิวเตอร์ ความรู้ทางการตลาด ความรู้ภาษาอังกฤษ ความสามารถในการติดต่อกับลูกค้า และความสามารถในการนำเสนอ

(3) บุคลิกภาพในการปฏิบัติงาน พบว่า คุณสมบัติด้านบุคลิกภาพในการปฏิบัติงานที่ผู้บริหารบริษัทโฆษณาต้องการมากที่สุดคือ มีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ มีความซื่อสัตย์ มีความเชื่อมั่นในตนเอง ตรงต่อเวลา มีความคล่องแคล่วว่องไว และอดทน

4.4.5.3 สิทธิชัย เทวธีระรัตน์ (2543: 93-94) ได้ทำศึกษารูปแบบหลักสูตร

นิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ การบริหารจัดการการสื่อสารในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พบว่า คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบุคลากรทางด้านการบริหารจัดการการสื่อสารนั้นควรมีลักษณะดังนี้

- (1) มีความทันเหตุการณ์ ทันสมัยทางด้านการสื่อสาร
- (2) มีความสามารถในการบูรณาการวิชาการเข้ากับงานวิชาชีพ
- (3) มีจรรยาบรรณในวิชาชีพ และความรับผิดชอบต่อทางสังคม
- (4) มีความรู้ด้านภาษาต่างประเทศขั้นใช้การได้ มีการปฏิบัติงาน
- (5) มีความคิดวิพากษ์วิจารณ์ กล้าแสดงออกทางวิชาการ
- (6) มีความคิดริเริ่ม
- (7) มีความกระตือรือร้นในการทำงาน
- (8) รู้รอบ รู้ลึกทางด้านการบริหารจัดการการสื่อสาร
- (9) มีความสามารถในการทำงานได้ภายใต้สถานการณ์ต่างๆ
- (10) มีความสามารถในทักษะที่จำเป็นในสังคมสารสนเทศ
- (11) มีมนุษยสัมพันธ์ในการทำงาน
- (12) มีบุคลิกภาพที่ดีในการทำงาน

4.4.5.4 รายงานผลการเสวนาทางวิชาการเรื่อง “นักนิเทศศาสตร์ที่พึงประสงค์ในทศวรรษหน้า” (ชฎานิน อรุณมาศ. 2548:31; อ้างอิงจาก มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2538. รายงานผลการเสวนาทางวิชาการเรื่องนักนิเทศศาสตร์ที่พึงประสงค์ในทศวรรษหน้า. หน้า 57) ได้สรุปผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมเสวนาทางวิชาการ พบว่า นักนิเทศศาสตร์ที่พึงประสงค์ในทศวรรษหน้าควรมีคุณลักษณะดังนี้

- (1) มีความเข้าใจแนวคิดและความรู้พื้นฐานในการสื่อสารเป็นอย่างดี
- (2) มีความสามารถในการใช้ Human skill
- (3) มีคุณธรรมจริยธรรมและจรรยาบรรณในการสื่อสาร
- (4) มีความสามารถในการบริหารจัดการ รู้จักการบริหารคน บริหารงบประมาณและ

ເວລາ

- (5) มีความสามารถทางด้านเทคนิคและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงโดยมีการเรียนรู้
อย่างต่อเนื่อง

- (6) เสาะแสวงหาความรู้ด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ ในวิชาชีพ
- (7) ไม่ควรมีพิธีฐิมากนัก
- (8) มีความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวม ร่วมรับรู้ปัญหา มีอุดมคติทางวิชาชีพ
- (9) มีความเป็นนักวิชาการ รู้จริง และมีความเชี่ยวชาญในศาสตร์นั้น
- (10) มีความสามารถนำความรู้ที่เรียนมาออกมาใช้ได้ตามเป้าหมายที่วางไว้
- (11) มีความเป็นนักบริการ รู้จักความเคารพ อ่อนน้อมถ่อมตน มีความอดทน

- (12) รู้จักการวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์วงการ และพัฒนางานของตนเอง
- (13) มีความทันสมัยแต่ไม่ถูกกลืนด้วยวัฒนธรรมตะวันตก ยึดถือวัฒนธรรมไทยที่ดีงาม
- (14) มีความรู้พื้นฐานในสาขาวิชาอื่นๆ พอสมควร รอบรู้ทั้งในแนวกว้างและแนวลึก
- (15) มีความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหาและการจัดการ
- (16) กล้าคิด กล้าทำ กระตือรือร้นเพื่อความสำเร็จของงาน
- (17) รักการเรียนรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ
- (18) มีบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับวิชาชีพนิเทศศาสตร์
- (19) ใจกว้าง ใฝ่รู้ มั่นใจในตนเองและกล้าแสดงออก

4.4.5.5 ชญานิน อรุณมาศ (2548: 131-132) ได้ทำการศึกษาแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านนิเทศศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โดยได้มีการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้มีการกำหนดลักษณะที่พึงประสงค์ด้านนิเทศศาสตร์ซึ่งหมายถึงลักษณะเฉพาะของบุคคลที่มีแนวโน้มบ่งบอกว่า บุคคลนั้นจะประสบความสำเร็จในอาชีพด้านนิเทศศาสตร์ซึ่งประกอบด้วยคุณลักษณะ 3 ด้านดังนี้

(1) ด้านการรู้คิด หมายถึง ลักษณะการรู้คิดด้านนิเทศศาสตร์ซึ่งหมายถึง การมีความคิดสร้างสรรค์ ทั้งนี้ประกอบด้วยคุณลักษณะต่างๆ ได้แก่ มีความคิดแปลกใหม่ในการนำเสนอผลงานด้านนิเทศศาสตร์ มีความสามารถในการคิดเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ผลงานด้านนิเทศศาสตร์ได้หลายวิธี และมีความรวดเร็วในการคิดงานออกแบบ งานสร้างสรรค์ด้านนิเทศศาสตร์

(2) ด้านความสนใจ หมายถึง ลักษณะความสนใจด้านนิเทศศาสตร์ ซึ่งครอบคลุมความสนใจในอาชีพนิเทศศาสตร์และความสนใจในข้อมูลข่าวสาร ทั้งนี้ประกอบด้วยคุณลักษณะต่างๆ ได้แก่ การมีใจรักงานด้านนิเทศศาสตร์ สนใจศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับงานด้านนิเทศศาสตร์ มีความสนใจที่จะศึกษาต่อด้านสาขาวิชานิเทศศาสตร์ ต้องการทำงานด้านนิเทศศาสตร์ สนใจติดตามข่าวสารที่เกิดขึ้นรอบตัว ทันข่าวทันเหตุการณ์ สนใจเกี่ยวกับสื่อมวลชนสาขาต่างๆ มีความรอบรู้กว้างขวาง และเป็นคนเปิดรับสื่อทุกชนิดทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

(3) ด้านบุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะบุคลิกภาพด้านนิเทศศาสตร์ ซึ่งครอบคลุมบุคลิกภาพในด้านการกล้าแสดงออก ความกระตือรือร้นในการทำงาน และการมีพฤติกรรมในการสื่อสารกับบุคคลอื่นได้ดี ทั้งนี้ประกอบด้วยคุณลักษณะต่างๆ ได้แก่ การชอบทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแสดงออก การมีความมั่นใจในตนเองในระดับสูงกว่าคนปกติเมื่อต้องแสดงออกต่อหน้าคนจำนวนมาก การเป็นคนทันสมัย กล้าแสดงความคิดเห็น วิพากษ์วิจารณ์ ชอบทำตัวเด่นกว่าคนอื่น มีความขยันอดทนสามารถทำงานได้ในทุกสถานการณ์ คล่องแคล่องว่องไวในการทำงาน เอาจริง เอาใจ ใฝ่หาความรู้ใหม่ๆ อยู่เสมอ ชอบการติดต่อกับผู้คน มีความสามารถในการพูดได้ชัดถ้อย

ชัดคำ ตรงประเด็น มีความสามารถในการสื่อสารข้อความให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ชอบเขียนบันทึก มีความสามารถในการเขียนให้อ่านเข้าใจง่าย ถูกต้องตามหลักภาษา และชอบอ่านหนังสือ โดยสามารถอ่านได้อย่างรวดเร็ว จับใจความได้ และสามารถนำสิ่งที่อ่านมาเรียบเรียงใหม่ได้อย่างเหมาะสม

4.4.5.6 หนึ่งหทัย ขอผลกลาง (2545: 126-127, 156-158, 195-199) ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวโน้มของการพัฒนาหลักสูตรนิเทศศาสตร์ในประเทศไทย ซึ่งในส่วนของการศึกษาครั้งนี้ได้มีการสอบถามความคิดเห็นของอาจารย์ผู้สอนด้านนิเทศศาสตร์ นักศึกษานิเทศศาสตร์และผู้ประกอบการสื่อเกี่ยวกับความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านต่างๆของนักศึกษานิเทศศาสตร์ซึ่งผลการวิจัยมีดังนี้

(1) ความคิดเห็นของคณาจารย์เกี่ยวกับคุณสมบัติที่ดีของนักนิเทศศาสตร์ พบว่าอาจารย์ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า นักศึกษาควรมีความรู้เฉพาะด้านนิเทศศาสตร์หรือความรู้เฉพาะสาขาอย่างลึกซึ้งมากที่สุด โดยในลำดับต่อมาคือ ควรมีความรู้ในศาสตร์แขนงต่างๆอย่างกว้างขวาง มีทักษะในการปฏิบัติงาน รวมทั้งมีจริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชน นอกจากนี้ในส่วนของความคาดหวังเกี่ยวกับคุณสมบัติที่พึงประสงค์ของนักนิเทศศาสตร์ยังพบว่า คุณลักษณะในเรื่องของการมีความรับผิดชอบเป็นคุณลักษณะที่อาจารย์ส่วนใหญ่อยากให้มีมากที่สุด รองลงมาคือ การมีความคิดสร้างสรรค์ มีความรู้รอบตัว มีความอดทน มีความกระตือรือร้น มีสัมมาคารวะ มีความขยัน กล้าแสดงออก มีความละเอียด รอบคอบ มีความอยากรู้อยากเห็น ช่างสงสัย มีความสามารถในการเขียน สติปัญญาดี และมีความสามารถในการพูด ตามลำดับ

(2) ความคิดเห็นของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างต่อคุณสมบัติที่ดีที่นักศึกษานิเทศศาสตร์ควรมีมากที่สุดคือ มีความรู้เฉพาะด้านนิเทศศาสตร์ หรือความรู้เฉพาะสาขาอย่างลึกซึ้ง ดังนั้นในการศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตร์นักศึกษาส่วนใหญ่จึงมีความเห็นว่า การเปิดโลกทัศน์ของนักศึกษาเพื่อรับความรู้จากแวดวงวิชาชีพสื่อมวลชนโดยตรงเป็นสิ่งจำเป็น

(3) ผู้ประกอบการสื่อมีความคาดหวังต่อคุณสมบัติของบัณฑิตนิเทศศาสตร์จำแนกเป็นรายด้านได้ดังนี้

3.1 ด้านพฤติกรรมของบัณฑิตคือ บัณฑิตควรรู้และเข้าใจความต้องการและความสามารถจนสามารถนำเสนอจุดเด่นของตนเองต่อหน่วยงานภายนอกได้ เข้าใจในปรัชญาที่แท้จริงของการศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตร์ มีความคิดที่เป็นระบบ สามารถลำดับความคิดได้ชัดเจน หมั่นแสวงหาความรู้อยู่เสมอ รักการอ่านการค้นคว้า ติดตามข้อมูลข่าวสารต่างๆอย่างต่อเนื่อง มีความอดทน

3.2 ด้านความรู้คือ บัณฑิตต้องมีความรู้ ความชำนาญเฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง และควรมีความรู้พื้นฐานด้านการสื่อสารมวลชนที่มากเพียงพอ มีความรู้ภาษาต่างประเทศและสามารถสื่อสารโดยใช้ภาษาต่างประเทศได้ดีโดยเฉพาะภาษาอังกฤษ มีความรู้และเข้าใจสังคม โดยเฉพาะสังคมรอบตัวของนักศึกษาแล้วจึงขยายวงกว้างไปในระดับภูมิภาค ระดับประเทศและระดับโลก

3.3 ด้านทักษะคือ บัณฑิตต้องมีทักษะด้านการใช้คอมพิวเตอร์ได้ดี มีความสามารถในการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานสื่อสารมวลชนได้ในระดับดี มีทักษะในการสื่อความหมายได้ดีโดยเฉพาะการใช้ภาษาไทยซึ่งควรมีความถูกต้องเหมาะสมกับกาลเทศะและผู้รับสาร

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตสาขาการสื่อสารมวลชน ผู้วิจัยได้ข้อสรุปเบื้องต้นเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตโดยสามารถจำแนกเป็นประเภทต่างๆได้ดังนี้

สมรรถนะด้านความรู้ ประกอบด้วย ความรู้เฉพาะในด้านนิเทศศาสตร์ที่ครอบคลุมการสื่อสารทั้งระบบ มีความเข้าใจในกระบวนการการสื่อสาร เทคนิคการผลิตสาร/สื่อ ตลอดจนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ การบริหารจัดการ รวมทั้งเทคนิคการนำเสนอที่เหมาะสม

สมรรถนะด้านทักษะ/การปฏิบัติ ประกอบด้วย มีความสามารถในการสื่อสารทั้งฟัง พูด อ่าน เขียน และมีความสามารถปฏิบัติงานได้ในเชิงวิชาชีพ รวมทั้งการมีทักษะการคิดอย่างเป็นระบบ คิดวิเคราะห์ คิดสร้างสรรค์

สมรรถนะด้านคุณลักษณะอื่นๆ ประกอบด้วย การใฝ่รู้ การมีความอดทน มีสัมมาคารวะ กล้าแสดงออก มีความรับผิดชอบ มีความอดทนและมีความละเอียดรอบคอบ

การศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตสาขาการสื่อสารมวลชนดังกล่าวข้างต้นนั้นเป็นวิธีการหนึ่งในการดำเนินการศึกษาเกี่ยวกับสมรรถนะทางด้านวิชาชีพการสื่อสาร โดยเป็นการระบุสมรรถนะจากเอกสาร/งานวิจัยที่เคยมีนักศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้อง และถือเป็นข้อมูลสำคัญของผู้วิจัยในการนำไปใช้ประกอบการวิเคราะห์สมรรถนะของนักสื่อสารมวลชนตามกระบวนการวิจัยและพัฒนาตามขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรแบบเน้นสมรรถนะอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

5. กรอบแนวคิดในการพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารมวลชน สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารมวลชนในครั้งนี้ เกิดขึ้นจากแนวคิดที่ต้องการต่อยอดองค์ความรู้ของหลักสูตรทางด้านนิเทศศาสตร์ในระดับปริญญาตรีที่มีการจัดการเรียนสอนอยู่ในปัจจุบันให้สามารถตอบสนองสภาพการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจและสังคมที่ให

ความสำคัญกับการพัฒนาบนฐานนวัตกรรมอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นการบูรณาการองค์ความรู้ทางด้านการสื่อสาร การบริหารธุรกิจ และระบบเทคโนโลยีสื่อสารสารสนเทศเข้าด้วยกัน ภายใต้เป้าหมายเพื่อแพร่กระจายนวัตกรรมประเภทต่างๆเข้าสู่ระบบสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลสูงสุด

ในการพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรมให้สามารถตอบสนองแนวคิดดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ผู้วิจัยได้ปรับใช้กระบวนการวิจัยและพัฒนาหลักสูตรแบบเน้นสมรรถนะเป็นกรอบในการดำเนินการวิจัยเพื่อให้ได้หลักสูตรฉบับสมบูรณ์ที่สามารถระบุมาตรฐานผลการเรียนรู้ของบัณฑิตอย่างชัดเจน โดยผู้ใช้บัณฑิตจะสามารถพิจารณาเลือกใช้บัณฑิตที่มีคุณลักษณะตรงกับที่ต้องการและสามารถปฏิบัติงานได้ทันที ตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยในส่วนของรายละเอียดโครงสร้างหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรมที่ได้รับการพัฒนาขึ้น ผู้วิจัยกำหนดโครงสร้างตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ.2548 ตามประกาศของกระทรวงศึกษาธิการ ข้อบังคับมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒว่าด้วย การศึกษาระดับปริญญาตรี พ.ศ.2543 และรายละเอียดเอกสารแนบท้ายประกาศคณะกรรมการการอุดมศึกษา เรื่อง แนวทางการปฏิบัติตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2552 ซึ่งสามารถสรุปรายละเอียดของโครงสร้างหลักสูตรจำแนกตามหมวดได้ดังนี้

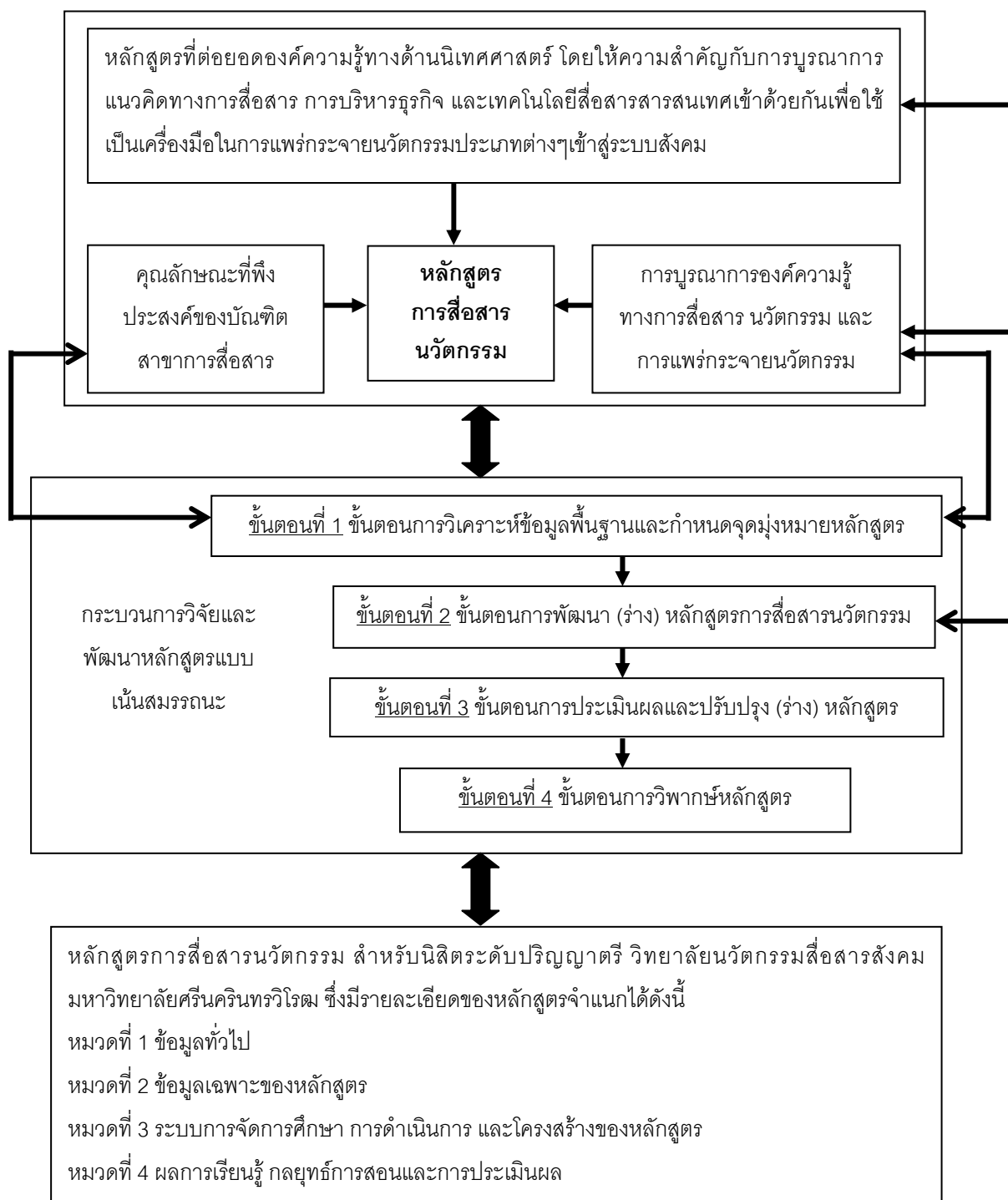
หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย ชื่อหลักสูตร ชื่อปริญญาและสาขาวิชา วิชาเอก จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร รูปแบบของหลักสูตร อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา สถานที่จัดการเรียนการสอน สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร ผลกระทบจากสถานการณ์ภายนอกต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร ประกอบด้วย ความสำคัญ ปรัชญา และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร ประกอบด้วย ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการหลักสูตร หลักสูตร (จำนวนหน่วยกิต โครงสร้างหลักสูตร- ก.หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ข.วิชาพื้นฐานเฉพาะ ค.หมวดวิชาเอก ง.หมวดวิชาโท จ.หมวดวิชาเลือกเสรี และแผนการศึกษา) องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม (การฝึกงานหรือสหกิจศึกษา) และข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงงานหรือการศึกษาเฉพาะรายบุคคล

หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล ประกอบด้วย การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน (ด้านคุณธรรมจริยธรรม

ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ด้านทักษะการคิดวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านทักษะการปฏิบัติทางวิชาชีพ) คำอธิบายรายวิชา และแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐาน ผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา



ภาพประกอบ 10 กรอบแนวคิดในการพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะ คือ (1) ศึกษาสมรรถนะของนักสื่อสารนวัตกรรม และ (2) พัฒนาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขา นวัตกรรมการสื่อสาร วิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรม สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยมีแนวคิดในการพัฒนาหลักสูตรแบบเน้นสมรรถนะ และแนวทางการปฏิบัติตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2552 (ระดับปริญญาตรี) เป็นกรอบแนวทางดำเนินการ ซึ่งแนวคิดดังกล่าวมีจุดเน้นสำคัญร่วมกันคือ การพัฒนาหลักสูตรในรูปแบบที่ให้ความสำคัญกับเรื่องของผลผลิต/คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้เรียน (สมรรถนะ) ที่มีความเชื่อมโยงกับความต้องการของตลาดแรงงานอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถนำไปใช้ได้จริงในบริบทของมหาวิทยาลัย โดยใช้กระบวนการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) บนฐานการมีส่วนร่วมของคณะผู้บริหารและคณาจารย์วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในกระบวนการวิจัยทุกขั้นตอน โดยได้ดำเนินการวิจัยใน 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานและกำหนดจุดมุ่งหมายหลักสูตร – เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยและพัฒนาสมรรถนะของนักสื่อสารนวัตกรรมเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์เฉพาะของการวิจัยในข้อที่ 1 และนำผลการวิจัยที่ได้ไปกำหนดเป็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์และมาตรฐานผลการเรียนรู้ ซึ่งถือเป็นการกำหนดเป้าหมายและจุดเน้นในการพัฒนาหลักสูตรครั้งนี้

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนา (ร่าง) หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม – เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยและพัฒนา (ร่าง) หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม โดยครอบคลุมทั้งในส่วนของ การกำหนดเนื้อหาสาระ คำอธิบายรายวิชา การกำหนดแนวทาง/กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้ และการกำหนดแนวทาง/กลยุทธ์การวัดและประเมินผล

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินผลและปรับปรุง (ร่าง) หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม – เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของหลักสูตรในแง่ของความเหมาะสมและความเป็นไปได้โดยผู้เชี่ยวชาญ และนำข้อเสนอแนะต่างๆ มาปรับปรุงแก้ไข

ขั้นตอนที่ 4 การวิพากษ์หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม – เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยดำเนินการสอบทานหลักสูตรโดยผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับหลักสูตรร่วมกันพิจารณาความถูกต้องเหมาะสมในด้านเนื้อหาสาระ คำอธิบายรายวิชา การกำหนดแนวทาง/กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้ และการกำหนดแนวทาง/กลยุทธ์การวัดและประเมินผล

ซึ่งรายละเอียดในแต่ละขั้นตอนดังแสดงในตาราง 3

ตาราง 3 แสดงขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี
วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ขั้นตอน การวิจัย	วัตถุประสงค์	วิธีการ ดำเนินการ	แหล่งข้อมูล	ผลที่ได้
ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ ข้อมูลพื้นฐาน และกำหนด จุดมุ่งหมาย หลักสูตร	1. เพื่อศึกษาสมรรถนะของ นักสื่อสารนวัตกรรม	- ศึกษาเอกสาร และงานวิจัย	- เอกสารและงานวิจัย	- คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของ บัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการ สื่อสารสังคม
	2. เพื่อกำหนดจุดมุ่งหมาย ของหลักสูตร / คุณลักษณะ ที่พึงประสงค์ / มาตรฐาน ผลการเรียนรู้ของผู้เรียน	- การสนทนากลุ่ม - ศึกษาเอกสาร และงานวิจัย - การวิเคราะห์ เนื้อหา - การวิเคราะห์ หน้าที่หลักในงาน - เทคนิคการ สนทนากลุ่มและ ประชุมเชิง ปฏิบัติการ	- ผู้บริหารและคณาจารย์ ของวิทยาลัยนวัตกรรมการ สื่อสารสังคม - กรอบมาตรฐานคุณวุฒิ การจัดการศึกษาทางด้าน การสื่อสาร - เป้าหมาย วิสัยทัศน์ พันธกิจหลักของกลุ่มบริษัท ที่ให้บริการครอบคลุม เครื่องมือทางการสื่อสาร แบบครบวงจร (full service agency) - คำบรรยายลักษณะงาน ของตำแหน่ง (Job description) - ผู้ปฏิบัติงานในกลุ่มงาน การสื่อสารนวัตกรรม และ คณาจารย์วิทยาลัย นวัตกรรมการสื่อสารสังคม	- คุณลักษณะที่จำเป็นสำหรับ การปฏิบัติงานทางการสื่อสาร - สมรรถนะของนักสื่อสาร นวัตกรรม/จุดมุ่งหมายของ หลักสูตร / คุณลักษณะที่พึง ประสงค์ / มาตรฐานผลการ เรียนรู้ของผู้เรียนในเอกสาร หลักสูตร

ตาราง 3 (ต่อ)

ขั้นตอนการวิจัย	วัตถุประสงค์	วิธีการดำเนินการ	แหล่งข้อมูล	ผลที่ได้
ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนา (ร่าง) หลักสูตร	เพื่อพัฒนาโครงร่างหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม	- วิเคราะห์โครงสร้างหลักสูตร แผนการจัดการศึกษา และรายวิชาที่มีการจัดสอนอยู่ในปัจจุบัน - ประชุมเชิงปฏิบัติการ	- เอกสารหลักสูตรระดับปริญญาตรีของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร - ผู้บริหารและคณาจารย์ของวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม	(ร่าง) หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม สำหรับนิสิตปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ขั้นตอนที่ 3 การประเมินผลและปรับปรุง (ร่าง) หลักสูตร	เพื่อตรวจสอบคุณภาพของหลักสูตรในแง่ของความเหมาะสมและความเป็นไปได้โดยการสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ และนำข้อเสนอแนะต่าง ๆ มาปรับปรุงแก้ไข (ร่าง) หลักสูตรให้มีความเหมาะสม	- สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ - สัมภาษณ์ตัวแทนภาคธุรกิจ	- ผู้เชี่ยวชาญทางการสื่อสารและพัฒนาหลักสูตรจำนวน 5 คน - ตัวแทนจากภาคธุรกิจที่มีประสบการณ์ในสายงานการสื่อสารหรือการจัดการนวัตกรรมไม่น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 11 คน	(ร่าง) หลักสูตรที่ผ่านการประเมินความเหมาะสม ความสอดคล้อง
ขั้นตอนที่ 4 การวิพากษ์หลักสูตร	เพื่อสอบถามหลักสูตรและจัดทำหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรมฉบับสมบูรณ์ให้เป็นไปตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิอุดมศึกษา	เทคนิคการประชุมเชิงปฏิบัติการ	ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับหลักสูตร	- หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวัตกรรมการสื่อสาร วิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรม สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานและกำหนดจุดมุ่งหมายหลักสูตร

ขั้นตอนนี้มีเป้าหมายหลักเพื่อพัฒนาสมรรถนะของนักสื่อสารนวัตกรรม และนำผลการวิจัยที่ได้ไปกำหนดเป็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์และมาตรฐานผลการเรียนรู้เป็นการกำหนดเป้าหมายและจุดเน้นในการพัฒนาหลักสูตรครั้งนี้ มีการดำเนินการใน 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม

การดำเนินงานในส่วนนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อกำหนดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มีการดำเนินงานดังนี้

1. การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในขั้นนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาเกี่ยวกับความหมายของสมรรถนะ แนวทางการพัฒนาหลักสูตรแบบเน้นสมรรถนะ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิต กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา ความต้องการทักษะ/ภาพของแรงงานที่เป็นที่คาดหวังในโลกยุคปัจจุบัน จากนั้นผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์คุณลักษณะโดยหาความสอดคล้องและความถี่ และนำเสนอในรูปแบบของตารางเพื่อสะท้อนถึงคุณลักษณะพื้นฐานในด้านความรู้ ทักษะพื้นฐาน ตลอดจนคุณลักษณะด้านอื่นๆ ที่จำเป็นในโลกการทำงานยุคปัจจุบัน

2. การสนทนากลุ่มกับทีมผู้บริหารและคณาจารย์วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม

ในขั้นนี้ผู้วิจัยดำเนินการสนทนากลุ่มกับทีมผู้บริหาร คณาจารย์ประจำวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคมเมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2552 ณ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคมตามความคิดเห็นของหน่วยงาน โดยครอบคลุมทั้งด้านความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะอื่นๆ รายละเอียดการดำเนินการวิจัยมีดังนี้

2.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก – ผู้บริหารและคณาจารย์ของวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำนวน 10 คน (รายชื่อแสดงในภาคผนวก ก)

2.2 ประเด็นที่ใช้ในการสนทนากลุ่ม – (1) ทิศทางการผลิตบัณฑิต ของวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม และ (2) คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม ในด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านทักษะ/การปฏิบัติ และด้านคุณลักษณะอื่นๆ

2.3 การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล – ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์เนื้อหาตามประเด็นที่กำหนดและจัดหมวดหมู่คำตอบ พร้อมกำหนดเป็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคมโดยครอบคลุมทั้งในเรื่องของความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม

ส่วนที่ 2 ศึกษาสมรรถนะของนักสื่อสารนวัตกรรม (จุดมุ่งหมายของหลักสูตร / คุณลักษณะที่พึงประสงค์ / มาตรฐานผลการเรียนรู้ของผู้เรียน)

การดำเนินงานในส่วนนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาสมรรถนะที่จำเป็นของนักสื่อสารนวัตกรรม และกำหนดเป็นจุดมุ่งหมายของหลักสูตร / คุณลักษณะที่พึงประสงค์ / มาตรฐานผลการเรียนรู้ของผู้เรียนในเอกสารหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม โดยมีการดำเนินงานดังนี้

1. การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในขั้นนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาในกลุ่มงานที่เกี่ยวข้องกับงานทางด้านการสื่อสารของต่างประเทศ และคุณลักษณะของบัณฑิตนิเทศศาสตร์ที่พึงประสงค์

2. การวิเคราะห์เนื้อหาและการวิเคราะห์หน้าที่หลักในงาน

ในขั้นนี้ผู้วิจัยดำเนินการสำรวจคุณลักษณะเชิงวิชาชีพที่จำเป็นสำหรับกลุ่มงานการสื่อสารนวัตกรรมโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับเป้าหมาย วิสัยทัศน์ ตลอดจน พันธกิจหลักของบริษัททางการสื่อสาร และการวิเคราะห์หน้าที่หลักในงานเพื่อระบุคุณลักษณะที่จำเป็นในการทำงาน โดยมีรายละเอียดการดำเนินการวิจัยดังนี้

2.1 แหล่งข้อมูลหลัก – ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์เนื้อหาและหน้าที่หลักในงานจากเป้าหมายการดำเนินงานขององค์กรทางการสื่อสาร วัตถุประสงค์ วิสัยทัศน์ พันธกิจ และคำบรรยายลักษณะงานของตำแหน่ง (Job description) โดยรายละเอียดของแหล่งข้อมูลที่ทำการศึกษาในครั้งนี้เป็นกลุ่มบริษัทที่ให้บริการครอบคลุมเครื่องมือทางการสื่อสารแบบครบวงจร (full service agency) และมีการระบุข้อมูลไว้ที่สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย (2552: ออนไลน์) รายละเอียดดังแสดงในภาคผนวก ข

2.2 กรอบในการวิเคราะห์ – ครอบคลุมตั้งแต่ในเรื่องของความรู้พื้นฐานที่จำเป็น ทักษะ/การปฏิบัติ ตลอดจนคุณลักษณะที่เหมาะสมในการปฏิบัติงาน

2.3 การนำเสนอข้อมูล/ผลการวิเคราะห์ – ผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลสรุปในลักษณะของข้อความพรรณนาเชิงบรรยายประกอบตาราง โดยจำแนกตามประเด็นการวิเคราะห์คือ ความรู้ความเข้าใจ ทักษะ/การปฏิบัติ และคุณลักษณะอื่นๆ ที่เหมาะสมในการปฏิบัติงาน

3. การสนทนากลุ่มและประชุมเชิงปฏิบัติการ

ในขั้นนี้ผู้วิจัยดำเนินการสอบถามสมรรถนะที่จำเป็นของนักสื่อสารนวัตกรรม โดยใช้เทคนิคการสนทนากลุ่มและประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกันระหว่างผู้วิจัย ตัวแทนภาคเอกชน ผู้บริหารและคณาจารย์จากวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม เพื่อหาข้อสรุปเกี่ยวกับสมรรถนะที่จำเป็นของนักสื่อสาร

นวัตกรรมและนำไปกำหนดเป็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตและมาตรฐานผลการเรียนรู้ในเอกสารหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม ซึ่งมีรายละเอียดการดำเนินการวิจัยดังนี้

3.1 ผู้วิจัยดำเนินการจัดทำโครงการศึกษาสมรรถนะเชิงวิชาชีพเพื่อพัฒนาหลักสูตรและการเรียนการสอนขึ้นในวันที่ 17 กันยายน พ.ศ. 2552

3.2 ผู้วิจัยดำเนินการประสานงานในเรื่องของสถานที่ และผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มทั้งนี้ประกอบด้วย (1) กลุ่มตัวแทนภาคเอกชน ประกอบด้วยตัวแทนจาก 2 กลุ่มงานคือ กลุ่มผู้ปฏิบัติงานในองค์กรทางด้านการสื่อสารเฉพาะทาง (เช่น เอเจนซีโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ บริษัทผู้ผลิตงานสื่อสารมวลชน บริษัทที่ปรึกษาด้านการสื่อสารการตลาด บริษัทในกลุ่มงานอีเวนท์ (Event marketing) เป็นต้น) และกลุ่มผู้ปฏิบัติงานในองค์กรที่เป็นเจ้าของธุรกิจโดยเฉพาะในธุรกิจที่เป็นนวัตกรรมใหม่ (เป็นธุรกิจที่มีการปรับใช้กระบวนการผลิต/เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ไม่เคยมีมาก่อน โดยส่วนหนึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่สืบเนื่องมาจากความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นสำคัญ หรือองค์กรที่นำเสนอขายความคิด/องค์ความรู้ใหม่เข้าสู่ระบบสังคม) โดยเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มนั้นจะพิจารณาจากประสบการณ์การทำงาน และการยินดีให้ความร่วมมือในการวิจัยเป็นสำคัญ และ (2) กลุ่มคณาจารย์จากวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม จำนวนรวมทั้งหมด 17 คน (รายละเอียดในภาคผนวก ค)

3.3 ประเด็นที่ใช้ในการสนทนากลุ่ม – (1) การสื่อสารนวัตกรรมตามความคิดเห็นของท่านคืออะไร และ (2) นักสื่อสารนวัตกรรมควรมีสมรรถนะอย่างไรเพื่อให้การทำงานทางด้านการสื่อสารนวัตกรรมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลในการทำงานสูงสุด

3.4 การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล – ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์เนื้อหาตามประเด็นที่กำหนดและจัดหมวดหมู่คำตอบ พร้อมกำหนดสมรรถนะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตใน วิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรม โดยครอบคลุมทั้งในเรื่องของความรู้ความเข้าใจ ทักษะ/การปฏิบัติ และคุณลักษณะอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จากนั้นผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์จัดหมวดหมู่เพื่อจัดทำข้อสรุปผลการเรียนรู้ในแต่ละด้านตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาทั้ง 6 ด้าน ต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนา (ร่าง) หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม

ขั้นตอนนี้มีเป้าหมายหลักเพื่อวิจัยและพัฒนา (ร่าง) หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม โดยครอบคลุมทั้งในส่วนของกำหนดยุทธศาสตร์ การกำหนดแนวทาง/กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้ และการกำหนดแนวทาง/กลยุทธ์การวัดและประเมินผล ทั้งนี้เป็นไปตามโครงสร้างที่ได้จากข้อมูลและสารสนเทศในขั้นตอนที่ 1 ซึ่งมีรายละเอียดการดำเนินการวิจัยดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาเอกสารหลักสูตรระดับปริญญาตรีของประเทศไทยที่เกี่ยวกับการสื่อสาร

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาเอกสารหลักสูตรระดับปริญญาตรีทางด้านนิเทศศาสตร์ธุรกิจ หลักสูตรการสื่อสารการตลาด และหลักสูตรบริหารการสื่อสารของมหาวิทยาลัยรัฐและเอกชนซึ่งประกอบด้วยข้อมูลของมหาวิทยาลัยจำนวน 17 แห่งได้แก่ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม มหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร โดยนำเสนอผลการศึกษาศึกษาเอกสารหลักสูตรในรูปแบบของข้อความพรรณนาเชิงบรรยายและตารางเปรียบเทียบรายวิชาแกนของหลักสูตรเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการประชุมเชิงปฏิบัติการกับผู้บริหารและคณาจารย์ของวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม

ขั้นที่ 2 ประชุมเชิงปฏิบัติการ

ผู้วิจัยและผู้เกี่ยวข้องในการวิจัยประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกันในวันที่ 28 – 29 ตุลาคม พ.ศ. 2552 ณ โรงแรม ดิส์คัฟเวอร์ บีช พัทยา จ.ชลบุรี โดยผู้วิจัยและผู้เกี่ยวข้องร่วมกันกำหนดองค์ประกอบต่างๆ ตามโครงสร้างหลักสูตรข้างต้น ซึ่งครอบคลุมในรายละเอียดของการระบุความสำคัญ ปรัชญา วัตถุประสงค์ของหลักสูตร จำนวนหน่วยกิตที่เหมาะสม และระบบการจัดการศึกษา รวมทั้งร่วมกันวิเคราะห์รายวิชาที่สามารถตอบสนองสมรรถนะทั้งหมดตามกรอบสมรรถนะพร้อมจัดระดับของเนื้อหา แผนการศึกษา ตลอดจนจัดแบ่งหมวดหมู่ตามโครงสร้างหลักสูตร (หมวดวิชาพื้นฐานเฉพาะ และหมวดวิชาเอกซึ่งประกอบด้วยเอกบังคับและเอกเลือก) การจัดประสบการณ์ภาคสนามและการศึกษาเฉพาะรายบุคคล แนวทางการสอนและการประเมินผล รวมทั้งจัดทำคำอธิบายรายวิชาที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินผลและปรับปรุง (ร่าง) หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรมการ

เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของหลักสูตรในแง่ของความเหมาะสมและความเป็นไปได้จากผู้เชี่ยวชาญ และนำข้อเสนอแนะ มาปรับปรุงแก้ไข(ร่าง) หลักสูตรให้มีความเหมาะสม โดยการดำเนินการสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 การประเมินโครงร่างหลักสูตรโดยใช้ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

การดำเนินงานในส่วนนี้เป็นการนำโครงร่างหลักสูตรที่ได้พัฒนาขึ้นมาตรวจสอบคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ซึ่งมีรายละเอียดการดำเนินงานดังนี้

1.1 เป้าหมายของการประเมิน – การดำเนินงานในส่วนนี้เป็นการนำโครงร่างหลักสูตรไปให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินใน 2 ลักษณะ คือ

1.1.1 การประเมินความเหมาะสมของโครงร่างหลักสูตร โดยพิจารณาแต่ละองค์ประกอบของหลักสูตร ได้แก่ ปรัชญา/หลักการของหลักสูตร วัตถุประสงค์ของหลักสูตรคุณลักษณะบัณฑิต รายวิชา และคำอธิบายรายวิชา ตลอดจนแผนการจัดการศึกษา

1.1.2 การประเมินความสอดคล้องของโครงร่างหลักสูตรเพื่อพิจารณาความสอดคล้องของแต่ละองค์ประกอบในโครงร่างหลักสูตรที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการประเมิน ประกอบด้วย

1.2.1 แบบสอบถามความคิดเห็นด้านความเหมาะสมและความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่างๆ ของโครงร่างหลักสูตร เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 3 ระดับคือ มาก ปานกลาง น้อย

1.2.2 แบบสอบถามความคิดเห็นด้านความสอดคล้องของหลักสูตรซึ่งเป็นการพิจารณาว่าองค์ประกอบต่าง ๆ ของโครงสร้างหลักสูตรมีความสอดคล้องกันมากน้อยเพียงใด เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 3 ระดับ ที่ใช้ดัชนีความสอดคล้องคือ สอดคล้อง ไม่แน่ใจ ไม่สอดคล้อง

แบบสอบถามทั้ง 2 ชุดนี้ ผู้วิจัยมีขั้นตอนในการสร้างโดยเริ่มต้นจากการศึกษารายละเอียดขององค์ประกอบหลักสูตรแล้วกำหนดประเด็นสำคัญที่ต้องประเมินและเขียนคำถามให้ครอบคลุมประเด็นเหล่านั้น จากนั้นได้นำไปให้คณะกรรมการควบคุมปริญญาบัณฑิตตรวจสอบ ความเหมาะสมและความชัดเจนของข้อคำถาม แล้วปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามตามข้อเสนอแนะ

1.3 กลุ่มผู้ทำการประเมินโครงร่างหลักสูตร - ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ตรวจสอบโครงร่างหลักสูตร ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยและพัฒนาหลักสูตร และผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารนวัตกรรม จำนวน 5 คน โดยเกณฑ์ในการพิจารณากลุ่มผู้เชี่ยวชาญคือ เป็นนักวิชาการที่มีผลงานทางวิชาการในประเด็นที่เกี่ยวข้อง หรือเป็นผู้ดำรงตำแหน่งในระดับหัวหน้างานของสายงานที่เกี่ยวข้อง และ/หรือเป็นผู้มีประสบการณ์เชิงวิชาชีพในสายงานที่เกี่ยวข้องไม่น้อยกว่า 5 ปี (รายชื่อผู้เชี่ยวชาญแสดงในภาคผนวก ง)

1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการตรวจสอบโครงร่างหลักสูตร ผู้วิจัยได้ประสานกับผู้เชี่ยวชาญด้วยตนเอง พร้อมกับนำโครงร่างหลักสูตรและแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงร่างหลักสูตรให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 คน ตอบโดยอิสระและขอคำแนะนำเพิ่มเติมหลังจากที่ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบโครงร่างของหลักสูตรเรียบร้อยแล้ว

1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล – ในการดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามความคิดเห็นด้านความเหมาะสมและความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่างๆของโครงร่างหลักสูตร ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปของค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามความคิดเห็นด้านความสอดคล้องผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปของค่าดัชนีความสอดคล้อง โดยมีเกณฑ์การประเมินดังนี้

1.5.1 การประเมินความเหมาะสม ให้เปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานของแบบสอบถามด้วยการนำเอาค่าตอบแบบสอบถามของผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนมาแปลงเป็นคะแนน ดังนี้

มีความเห็นว่า เหมาะสมมาก ให้เป็น 3 คะแนน

มีความเห็นว่า เหมาะสมปานกลาง ให้เป็น 2 คะแนน

มีความเห็นว่า เหมาะสมน้อย ให้เป็น 1 คะแนน

จากนั้นคำนวณค่าเฉลี่ยคะแนนความเหมาะสมจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำมาเทียบเกณฑ์ ดังนี้

เหมาะสมมาก ช่วงคะแนนเฉลี่ย 2.34-3.00

เหมาะสมปานกลาง ช่วงคะแนนเฉลี่ย 1.67-2.33

เหมาะสมน้อย ช่วงคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.66

ทั้งนี้ในการกำหนดเกณฑ์ค่าเฉลี่ยของความเหมาะสม คือ ถ้าค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีค่าตั้งแต่ 2.34 ขึ้นไป ถือว่าหลักสูตรที่สร้างขึ้นมีคุณภาพ ซึ่งจากการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน พบว่า การพิจารณาความเหมาะสมของโครงร่างหลักสูตรในทศองค์ประกอบมีค่าความเหมาะสมอยู่ในระดับมากจึงถือว่าหลักสูตรที่สร้างขึ้นมีคุณภาพ และผู้วิจัยได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญจนมีความสมบูรณ์พร้อมนำไปใช้จริง ผลการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญแสดงรายละเอียดในบทที่ 4 (รายละเอียดเครื่องมือแสดงในภาคผนวก จ)

1.5.2 การประเมินความสอดคล้อง ใช้ดัชนีความสอดคล้องเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาซึ่งดัชนีความสอดคล้อง (Indexes of Item-Objective Congruence = IOC) คำนวณได้จากสูตร (ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. 2539: 248-249)

$$IOC = \sum R/N$$

เมื่อ	IOC	หมายถึง	ดัชนีความสอดคล้อง
	R	หมายถึง	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
	N	หมายถึง	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ทั้งนี้ผลประเมินของผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน นำมาแปลงเป็นคะแนนได้ดังนี้

มีความเห็นว่า สอดคล้อง กำหนดคะแนนเป็น +1

มีความเห็นว่า ไม่แน่ใจ กำหนดคะแนนเป็น 0

มีความเห็นว่า ไม่สอดคล้อง กำหนดคะแนนเป็น -1

เมื่อรวมคะแนนและแทนค่าในการหาค่า IOC แล้ว ค่า IOC มีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ถือว่าโครงสร้างหลักสูตรมีความสอดคล้องกัน อยู่ในเกณฑ์ใช้ได้ไม่ต้องปรับปรุง ซึ่งจากการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน พบว่าโครงสร้างระบบมีความสอดคล้องระหว่าง 0.60 ถึง 1.00 และผู้วิจัยได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญจนมีความสมบูรณ์ ผลการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญแสดงรายละเอียดในบทที่ 4 (รายละเอียดเครื่องมือแสดงในภาคผนวก จ)

ส่วนที่ 2 การประเมินความเป็นไปได้ของรายวิชาในการนำไปใช้กับภาคธุรกิจในปัจจุบัน

การดำเนินงานในส่วนนี้เป็นการสอบถามเกี่ยวกับความเป็นไปได้ของรายวิชาในการนำไปใช้กับภาคธุรกิจในปัจจุบัน โดยผู้วิจัยสอบถามกับตัวแทนภาคธุรกิจที่เป็นกลุ่มผู้ใช้บัณฑิตจำนวน 11 คน ซึ่งมีรายละเอียดการดำเนินงานดังนี้

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการประเมิน - ประกอบด้วย แบบสอบถามความคิดเห็นด้านความเป็นไปได้ของรายวิชาในการนำไปใช้กับภาคธุรกิจในปัจจุบัน เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยแบบสอบถามชุดนี้ ผู้วิจัยมีขั้นตอนในการสร้างโดยเริ่มต้นจากการนำเอาคำอธิบายรายวิชาของวิชาในหมวดวิชาพื้นฐานเฉพาะและหมวดวิชาเอกที่มีการจัดทำร่วมกับทีมผู้บริหารและคณาจารย์ของวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคมจากการดำเนินการในขั้นตอนที่ 2 มาเป็นประเด็นข้อคำถาม จากนั้นจึงนำไปให้คณะกรรมการควบคุมปริญญาบัตรตรวจสอบ ความเหมาะสมและความชัดเจนของข้อคำถาม และปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามตามข้อเสนอแนะ แล้วจึงส่งให้ตัวแทนภาคธุรกิจได้พิจารณาความเป็นไปได้ในการนำไปใช้

2.2 กลุ่มผู้ทำการประเมินความเป็นไปได้ของรายวิชา – ตัวแทนภาคธุรกิจที่เป็นผู้วิเคราะห์ความเป็นไปได้ของรายวิชาในครั้งนี้ประกอบด้วยผู้ปฏิบัติงานในกลุ่มงานทางการสื่อสารและ/หรือการจัดการนวัตกรรม โดยเกณฑ์ในการพิจารณาตัวแทนผู้ให้ข้อมูลคือ เป็นผู้ดำรงตำแหน่งในระดับหัวหน้างานของสายงานที่เกี่ยวข้อง และ/หรือเป็นผู้มีประสบการณ์เชิงวิชาชีพในสายงานที่เกี่ยวข้องไม่น้อยกว่า 3 ปี (รายชื่อผู้เชี่ยวชาญแสดงในภาคผนวก ง)

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล – ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อประเมินความเป็นไปได้ของรายวิชาในการนำไปใช้กับภาคธุรกิจในปัจจุบันครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการประสานกับตัวแทนภาคธุรกิจด้วยตนเอง พร้อมกับนำคำอธิบายรายวิชาและแบบสอบถามความคิดเห็นไปให้ตอบโดยอิสระ และขอคำแนะนำเพิ่มเติมหลังจากที่ตรวจสอบโครงสร้างของหลักสูตรเรียบร้อยแล้ว

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล – ในการดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามความคิดเห็นด้านความเป็นไปได้ของรายวิชาในการนำไปใช้กับภาคธุรกิจในปัจจุบันนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปของค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์การประเมินดังนี้

2.4.1 การประเมินความเป็นไปได้ของรายวิชาในการนำไปใช้กับภาคธุรกิจในปัจจุบัน ให้เปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานของแบบสอบถามด้วยการนำเอาค่าตอบแบบสอบถามของตัวแทนภาคธุรกิจแต่ละคนมาแปลงเป็นคะแนน ดังนี้

มีความเห็นว่า เป็นไปได้มากที่สุด	ให้ 5 คะแนน
มีความเห็นว่า เป็นไปได้มาก	ให้ 4 คะแนน
มีความเห็นว่า เป็นไปได้ปานกลาง	ให้ 3 คะแนน
มีความเห็นว่า เป็นไปได้น้อย	ให้ 2 คะแนน
มีความเห็นว่า เป็นไปได้น้อยที่สุด	ให้ 1 คะแนน

จากนั้นคำนวณค่าเฉลี่ยคะแนนความเป็นไปได้จากความเห็นของตัวแทนภาคธุรกิจแล้วนำมาเทียบเกณฑ์ ดังนี้

เป็นไปได้มากที่สุด	ช่วงคะแนนเฉลี่ย 4.50-5.00
เป็นไปได้มาก	ช่วงคะแนนเฉลี่ย 3.50-4.49
เป็นไปได้ปานกลาง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย 2.50-3.49
เป็นไปได้น้อย	ช่วงคะแนนเฉลี่ย 1.50-2.49
เป็นไปได้น้อยที่สุด	ช่วงคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49

ทั้งนี้ในการกำหนดเกณฑ์ค่าเฉลี่ยของความเป็นไปได้ คือ ถ้าค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีค่าตั้งแต่ 3.50 ขึ้นไป ถือว่ารายวิชาที่สร้างขึ้นมีความเป็นไปได้ในการนำไปใช้กับภาคธุรกิจในปัจจุบัน ซึ่งจากการตรวจสอบความเป็นไปได้จากตัวแทนภาคธุรกิจจำนวน 11 คน พบว่า รายวิชาส่วนใหญ่มีความเป็นไปได้ในการนำไปใช้กับภาคธุรกิจในปัจจุบันอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.50 – 5.00) ผลการตรวจสอบโดยกลุ่มตัวแทนภาคธุรกิจแสดงรายละเอียดในบทที่ 4 (รายละเอียดเครื่องมือแสดงในภาคผนวก จ)

ขั้นตอนที่ 4 การวิพากษ์หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม

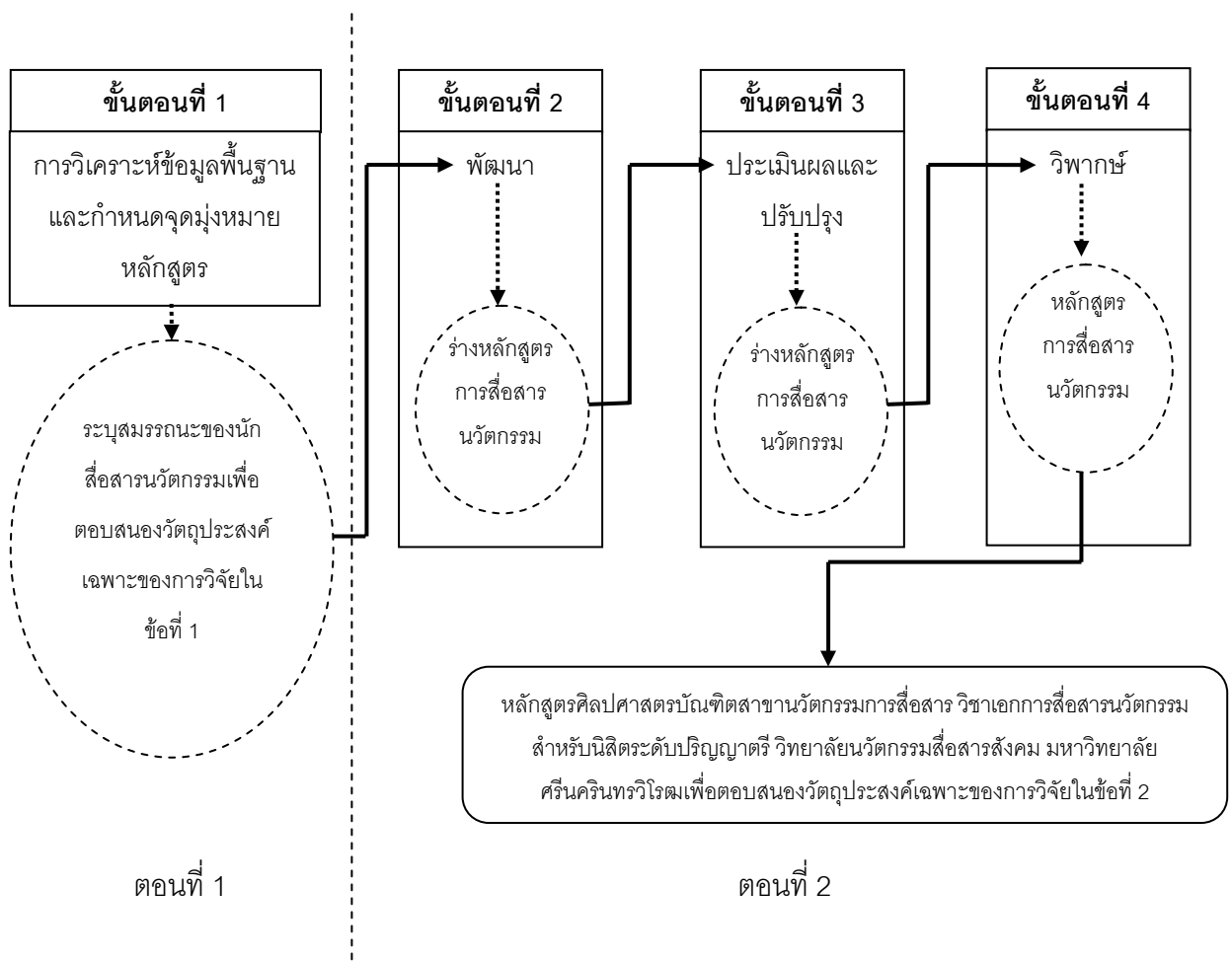
เป็นขั้นตอนดำเนินการสอบทานหลักสูตรโดยผู้วิจัยได้เชิญผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ คณาจารย์ผู้รับผิดชอบจากวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม (รายละเอียดผู้เข้าร่วมวิพากษ์หลักสูตรดังแสดงในภาคผนวก ข) มาร่วมกันพิจารณาความถูกต้องเหมาะสมในด้านมาตรฐานผลการเรียนรู้

สาระการเรียนรู้ คำอธิบายรายวิชา กระบวนการจัดการเรียนรู้ และแนวทางการประเมินผลการเรียนรู้
ในวันที่ 12 พฤศจิกายน พ.ศ. 2552 เวลา 09.00 – 13.00 น. ณ อาคารหอประชุมใหญ่ มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ และจัดทำเป็นหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิตสาขานวัตกรรมการสื่อสาร วิชาเอกการ
สื่อสารนวัตกรรม สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒฉบับสมบูรณ์

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การดำเนินการวิจัยเพื่อพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ผู้วิจัยดำเนินการตามกรอบแนวคิด ในการพัฒนาหลักสูตรแบบเน้นสมรรถนะ โดยมีขั้นตอนการดำเนินการ 4 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานและกำหนดจุดมุ่งหมายหลักสูตร ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนา (ร่าง) หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม ขั้นตอนที่ 3 การประเมินผลและปรับปรุง (ร่าง) หลักสูตรการสื่อสาร นวัตกรรม และขั้นตอนที่ 4 การวิพากษ์หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม การดำเนินงานทั้ง 4 ขั้นตอน สามารถแสดงได้ในภาพประกอบ 11



ภาพประกอบ 11 ขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ในบทนี้ ผู้วิจัยแยกการนำเสนอเป็น 2 ตอน ตามวัตถุประสงค์การวิจัยคือ ตอนที่ 1 ผลการศึกษาสมรรถนะของนักสื่อสารนวัตกรรม และตอนที่ 2 ผลการพัฒนาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวัตกรรมการสื่อสาร วิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรม

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาสมรรถนะของนักสื่อสารนวัตกรรม

การดำเนินงานพัฒนาหลักสูตรในตอนนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามกระบวนการพัฒนาหลักสูตรในขั้นตอนที่ 1 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานและกำหนดจุดมุ่งหมายหลักสูตร ซึ่งผู้วิจัยนำเสนอผลการศึกษาดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานและกำหนดจุดมุ่งหมายหลักสูตร

การศึกษาข้อมูลพื้นฐานในขั้นตอนที่ 1 เป็นการสำรวจและศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะพื้นฐานที่จำเป็นในสังคมยุคปัจจุบันและคุณลักษณะของบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม ตลอดจนศึกษาสมรรถนะที่จำเป็นของนักสื่อสารนวัตกรรม เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์เฉพาะของการวิจัยในข้อที่ 1 และนำผลการวิจัยที่ได้ไปกำหนดเป็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตและมาตรฐานผลการเรียนรู้หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรมในเอกสารหลักสูตร ซึ่งเป็นการกำหนดเป้าหมายและจุดเน้นในการพัฒนาหลักสูตรครั้งนี้ต่อไป การนำเสนอผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานในขั้นตอนที่ 1 แยกการนำเสนอเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม และส่วนที่ 2 สมรรถนะของนักสื่อสารนวัตกรรม ดังนี้

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม

การดำเนินงานในส่วนนี้ ผู้วิจัยเริ่มต้นจากการวิเคราะห์เนื้อหาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะบัณฑิต จำนวน 7 รายการ ได้แก่ (1) มาตรฐานการอุดมศึกษา (2) กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา (3) The Partnership for 21st Century Skills (4) Secretary's Commission on Achieving Necessary Skills (SCANS) (U.S. Department of Labor.(2000). A SCANS Report for America) (5) The ACCI/BCA Employability Skills Framework (Commonwealth of Australia 2006) (6) เอกสารเกี่ยวกับสภาพการทำงานในยุคปัจจุบัน และ (7) เอกสารคุณลักษณะบัณฑิตของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในประเด็นที่เกี่ยวกับคุณลักษณะพื้นฐานที่จำเป็นกับการทำงานในยุคปัจจุบัน ในด้านความรู้ความเข้าใจ ทักษะ/การปฏิบัติ และด้านคุณลักษณะอื่นๆ ที่จำเป็น ผลการวิเคราะห์แสดงใน ตาราง 4

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะที่เป็นผลจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัย

คุณลักษณะที่พึงประสงค์	เอกสารและงานวิจัย							สรุปผล
	1	2	3	4	5	6	7	
ด้านความรู้ความเข้าใจ								
1.มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในศาสตร์ของตนทั้งในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ -มีความรู้ในสาขาวิชาอย่างเป็นระบบ -ตระหนักในองค์ความรู้ของสาขาวิชาอื่นที่เกี่ยวข้อง -มีความคุ้นเคยกับพัฒนาการล่าสุดของความรู้เฉพาะด้านในสาขาวิชาที่ศึกษา -ตระหนักถึงธรรมเนียมปฏิบัติ กฎระเบียบ เทคนิค ข้อบังคับ รวมถึงวิธีการปรับปรุงเทคนิคต่างๆในงานวิชาชีพ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	*	*	*	*	*	*	*	*
2.มีการตระหนักรู้ถึงความเป็นโลก (Global Awareness) และเข้าใจเอกลักษณ์ บริบทความเป็นไทย			*	*		*		
3.รู้เท่าทันในเศรษฐกิจ การเงิน ธุรกิจและการจัดการ			*	*	*	*		*
4.มีความรู้พื้นฐานทางสุขภาพทั้งกายและจิต			*			*	*	
ด้านทักษะ/การปฏิบัติ								
1.ความสามารถในการคิดสร้างสรรค์	*	*	*	*	*			*
2.ความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น	*	*	*	*	*	*	*	*
3.ความสามารถในการแก้ปัญหาและตัดสินใจ			*	*	*	*		*
4.ความสามารถในการบริหารจัดการ			*	*	*			
5.ความสามารถในการใช้ทักษะการคิดอย่างเป็นระบบ -ทักษะการคิดวิเคราะห์ -ทักษะการคิดเชิงกลยุทธ์	*	*	*			*	*	*
6.ความสามารถในการสื่อสาร (ครอบคลุมทั้งการฟัง พูด อ่านและเขียน)	*	*	*	*	*	*	*	*
7.ความสามารถในการยืดหยุ่นและปรับตัว			*	*		*		
8.ทักษะในการใช้ภาษาต่างประเทศ			*	*	*	*		*

ตาราง 4 (ต่อ)

คุณลักษณะที่พึงประสงค์	เอกสารและงานวิจัย							สรุปผล
	1	2	3	4	5	6	7	
ด้านทักษะ/การปฏิบัติ								
9.ทักษะทางด้านสารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยี -ความสามารถในการเข้าถึงและประเมิน สารสนเทศ -ความสามารถในการวิเคราะห์และเลือกใช้ -ความสามารถในการสร้างสรรค์สื่อที่เหมาะสม			*	*	*	*		*
10.ทักษะในการแสวงหาความรู้และประยุกต์ใช้ ความรู้	*		*	*	*	*	*	*
11.ความสามารถทางการวิจัย (ครอบคลุมทักษะ การวิเคราะห์ ประเมิน กำกับติดตามอย่างเป็น ระบบ)			*	*	*			
12.ทักษะทางคณิตศาสตร์		*	*	*				
ด้านคุณลักษณะ								
1.มีคุณธรรมจริยธรรม (ครอบคลุมในเรื่องของ จรรยาบรรณวิชาชีพ)	*		*	*		*	*	*
2.มีความรับผิดชอบทั้งต่อตนเองและส่วนรวม	*		*	*	*	*	*	*
3.มีมนุษยสัมพันธ์	*	*	*	*	*		*	*
4.ภาวะผู้นำ	*	*	*					
5.ตระหนักถึงสำนึกพลเมืองและวิถีประชาธิปไตย (Civic Literacy)			*			*		
6.ความเชื่อมั่นในตนเอง			*	*	*	*		*
7.มีความขยัน พากเพียรทำงาน อดทนไม่ย่อท้อ						*		
8.รู้กาลเทศะ อ่อนน้อมถ่อมตน							*	

จากตาราง 4 พบว่า คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรม
สื่อสารสังคม ประกอบด้วย (1) คุณลักษณะด้านความรู้ความเข้าใจ ควรมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ
ในศาสตร์ของตนทั้งในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ โดยมีความรู้ในสาขาวิชาอย่างเป็นระบบ มี
ความคุ้นเคยกับพัฒนาการล่าสุดของความรู้เฉพาะด้านในสาขาวิชาที่ศึกษา และตระหนักถึงธรรม

นิยมปฏิบัติ กฎระเบียบ เทคนิคข้อบังคับ รวมถึงวิธีการปรับปรุงเทคนิคต่างๆในงานวิชาชีพ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งมีความเข้าใจและตระหนักในองค์ความรู้ของสาขาวิชาอื่นที่เกี่ยวข้อง ความรู้ความเข้าใจพื้นฐานในเรื่องของเศรษฐกิจ การเงิน ธุรกิจ และการบริหารจัดการ (2) คุณลักษณะด้านทักษะ/การปฏิบัติ ควรมีทักษะพื้นฐานในด้านความคิดสร้างสรรค์ การทำงานร่วมกับผู้อื่น การแก้ปัญหาและตัดสินใจ ทักษะการคิดอย่างเป็นระบบ ทักษะการสื่อสาร ทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ ทักษะทางด้านสารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยี ตลอดจนมีทักษะการแสวงหาความรู้และการประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างเหมาะสม และ (3) คุณลักษณะด้านอื่นๆ ควรเป็นผู้มีคุณธรรมจริยธรรม มีความรับผิดชอบต่อตนเองและส่วนรวม มีมนุษยสัมพันธ์ และมีความเชื่อมั่นในตนเอง

ผู้วิจัย ได้นำผลการวิเคราะห์คุณลักษณะพื้นฐานที่จำเป็นในสังคมยุคปัจจุบัน ไปสอบทานกับผู้รับผิดชอบในการจัดการศึกษาของวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม ซึ่งประกอบด้วยคณะผู้บริหาร และคณาจารย์ โดยใช้เทคนิคการสนทนากลุ่ม เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2552 ณ วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มีผู้ร่วมสนทนากลุ่มจำนวน 10 คน (รายชื่อแสดงในภาคผนวก ก) และมีประเด็นการสนทนาหลัก 2 ประเด็น คือ (1) ทิศทางการผลิตบัณฑิตของวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม และ (2) คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม ในด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านทักษะ/การปฏิบัติ และด้านคุณลักษณะอื่นๆ ผลการสนทนากลุ่มสรุปได้ดังนี้

ทิศทางการผลิตบัณฑิตของวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม ผู้ร่วมสนทนากลุ่มมีความเห็นสอดคล้องกันในประเด็นของทิศทางที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาบัณฑิตที่มีความสามารถในการเป็นผู้นำทางการสื่อสารที่ทันสมัย สอดคล้องกับบริบทสังคมในปัจจุบัน โดยมุ่งเน้นการพัฒนาองค์ความรู้ที่เป็นการบูรณาการทั้งในเชิงศาสตร์และศิลป์อย่างเหมาะสมบนพื้นฐานของการมีคุณธรรมจริยธรรมตามอัตลักษณ์ของความเป็นไทย

“วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม เป็นหน่วยงานที่มุ่งเสนอให้ผลิตบัณฑิตทางด้านการสื่อสารที่มีความรู้ทั้งทางด้านวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ได้อย่างลงตัว และสามารถเป็นผู้นำทางด้านสื่อสารที่ทันสมัย และไม่ลืมตัวตน (Identity)” (ผู้บริหาร: สนทนากลุ่ม)

“เป็นหน่วยงานที่ควรมีลักษณะของการผสมผสานกัน คือ มีการ intergrate ทั้งทางด้าน Pure Art + Science + Communicate หรือเรียกได้ว่า ต้องมีการบูรณาการทั้งด้านวิทยาศาสตร์และศิลปะ หรือกล่าวง่าย ๆ ได้ว่า มีทั้งความเป็นศาสตร์และศิลป์ร่วมกัน มีการสื่อสารในลักษณะเป็น contemporary โดยใช้สิ่งใหม่ๆ มาเกี่ยวข้อง มีความเป็น “สมัยใหม่ แปลกใหม่ และก้าวล้ำทันสมัย” แต่ไม่ทิ้งวัฒนธรรมดั้งเดิม”(ผู้บริหาร: สนทนากลุ่ม)

“เป็นหน่วยงานที่ทันสมัย สอดรับกับโลกในธุรกิจในอนาคต รวมทั้งเป็นหน่วยที่ให้ความรู้ และถ่ายทอดประสบการณ์สมัยใหม่ ผนวกกับวัฒนธรรมการเรียนรู้ของคนไทย” (อาจารย์: สนนากลุ่ม)

คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม ในด้านความรู้ ความเข้าใจ ด้านทักษะ/การปฏิบัติ และด้านคุณลักษณะอื่นๆ โดยใช้ผลจากการสังเคราะห์ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตซึ่งผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ในตอนต้นมาเป็นกรอบการ สอนทนา ผลการสอนทนากลุ่มมีข้อสรุปคุณลักษณะในด้านต่างๆ เพิ่มเติม ดังนี้

ด้านความรู้ – ในการจัดการเรียนรู้ ควรให้ความสำคัญในการแทรกคุณธรรมจริยธรรม ตลอดจนจรรยาบรรณเชิงวิชาชีพด้วย

“ต้องปลูกฝังเรื่องคุณธรรม จริยธรรม และความมีจิตสำนึกของการเป็นคนดี รวมทั้ง จรรยาบรรณในการปฏิบัติงานควบคู่ไปด้วย เพราะถือเป็นสิ่งสำคัญมากในโลกปัจจุบัน” (ผู้บริหาร: สนนากลุ่ม)

“นิสิตของวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคมต้องสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ บนฐานของการมีจริยธรรมและจรรยาบรรณที่เหมาะสม” (อาจารย์: สนนากลุ่ม)

ด้านทักษะ/การปฏิบัติ – ควรให้ความสำคัญกับเรื่องของทักษะการสื่อสารโดยครอบคลุม การสื่อสารภาษาสากล ทักษะการรู้เท่าทันเทคโนโลยี ทักษะการคิดวิเคราะห์เชื่อมโยงอย่างเป็น ระบบ และทักษะการทำงานร่วมกับบุคคลอื่น

มีความคิดในเชิงคุณภาพ คุณธรรม และจริยธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของความเป็นสังคมไทย โดยต้องมีความสามารถในการสื่อสารภาษาสากลได้เป็นอย่างดี (อาจารย์: สนนากลุ่ม)

เป็นผู้มีพลังในการสร้างสรรค์ มีพลังในการคิด รู้เท่าทันความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี มีความรู้ ความคิดแบบสากล ทว่าเข้าใจเอกลักษณ์ และบริบททางสังคมไทย และสามารถทำงานร่วมกับ ผู้อื่นได้ (ผู้บริหาร: สนนากลุ่ม)

ด้านคุณลักษณะอื่นๆ – ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะด้านอื่นๆของนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคมไปในทิศทางเดียวกันคือ ต้องเป็นคนที่มีบุคลิกภาพดี มีความ ทันสมัยแต่ไม่ฟุ้งเฟ้อ เป็นผู้นำ อ่อนน้อมถ่อมตน รู้จักกาลเทศะ มีความรับผิดชอบทั้งต่อตนเองและ ส่วนรวม ตลอดจนเป็นผู้ที่กระตือรือร้น ใฝ่รู้ใฝ่เรียนอยู่เสมอ

เป็นบุคคลิกภาพที่ทันสมัย แต่มีความ “ติดดิน” คือ มีรสนิยมในการสร้างสรรค์งาน รู้เท่าทันความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี มีความรู้ ความคิดแบบสากล ทว่าเข้าใจเอกลักษณ์ และบริบททางสังคมไทย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีวินัย มีความรับผิดชอบ (ผู้บริหาร: สนนากลุ่ม)

เป็นผู้นำในด้านความคิด กล้าคิด กล้านำเสนอ ไม่กลัวถูก-ผิด มีความงามอย่างไทย ไม่ดูถูกผู้อื่น นอบน้อม ยอมรับความแตกต่าง คิดถึงผู้อื่น เสียสละ คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวม (อาจารย์: สนนากลุ่ม)

มีความใฝ่รู้ และสามารถเรียนรู้ค้นคว้าได้ด้วยตนเอง ได้ทุกศาสตร์ และมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม สอดคล้องกับสาขาและวิชาชีพของตน (ผู้บริหาร: สนนากลุ่ม)

มีมุมมอง วิสัยทัศน์ที่กว้างไกล ความเป็นผู้นำที่ดี ใฝ่เรียนรู้ในสิ่งใหม่อยู่เสมอ ไม่ยึดติดกับมุมมองด้านใดด้านหนึ่ง คิดและทำเพื่อสังคมและส่วนรวม (อาจารย์: สนนากลุ่ม)

จากนั้นผู้วิจัยได้สรุปคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม จากเอกสารและประมวลจากความคิดเห็นในการสนทนากลุ่ม เพื่อจัดทำเป็นข้อสรุปเสนอต่อผู้ร่วมสนทนากลุ่มและกำหนดเป็นคุณลักษณะของบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม ดังนี้

1. เป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในศาสตร์ของตนทั้งในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ มีความรู้ในสาขาวิชาอย่างเป็นระบบ มีความคุ้นเคยกับพัฒนาการล่าสุดของความรู้เฉพาะด้านในสาขาวิชาที่ศึกษา และตระหนักถึงธรรมเนียมปฏิบัติ กฎระเบียบ เทคนิคข้อบังคับ รวมถึงวิธีการปรับปรุงเทคนิคต่างๆในงานวิชาชีพ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งมีความเข้าใจและตระหนักในองค์ความรู้ของสาขาวิชาอื่นที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นในด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ และ/หรือการบริหารจัดการ ธุรกิจและเศรษฐศาสตร์/การเงิน พร้อมทั้งมีความเข้าใจในเรื่องของความเป็นโลก/สถานการณ์โลก (Global awareness) ตลอดจนเข้าใจในอัตลักษณ์และบริบทของความเป็นไทย

2. เป็นผู้มีความสามารถในการใช้ทักษะการคิดอย่างเป็นระบบ (คิดวิเคราะห์ คิดสร้างสรรค์ คิดเชิงกลยุทธ์) มีความสามารถในการสื่อสาร การแก้ปัญหาและตัดสินใจ มีความสามารถทางภาษาสากล (ภาษาอังกฤษ) มีทักษะการบริหารจัดการ มีทักษะทางด้านการสนทนา สื่อและเทคโนโลยี มีทักษะการแสวงหาความรู้และการประยุกต์ใช้ความรู้ และมีความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น รู้จักยืดหยุ่นและปรับตัว

3. เป็นผู้ปฏิบัติงานที่มีคุณธรรมจริยธรรม มีมนุษยสัมพันธ์ มีความรับผิดชอบทั้งต่อตนเองและส่วนรวม มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีบุคลิกภาพที่เหมาะสม รู้จักกาลเทศะ และมีภาวะผู้นำ

ส่วนที่ 2 สมรรถนะของนักสื่อสารนวัตกรรม

การดำเนินงานในส่วนนี้ ผู้วิจัยเริ่มต้นจากการศึกษาวิเคราะห์สมรรถนะจากเอกสารที่เคยมีศึกษาไว้ทั้งที่เป็น (1) เอกสารงานวิจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตนิเทศศาสตร์ (2) กรอบมาตรฐานคุณวุฒิหลักสูตรทางการสื่อสาร ภาพยนตร์ และวัฒนธรรม (Communication, Film and Culture) และ (3) การวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับเป้าหมาย วิสัยทัศน์ ตลอดจนพันธกิจหลักขององค์การวิชาชีพทางการสื่อสาร และวิเคราะห์หน้าที่หลักในงานทางด้านการสื่อสารของกลุ่มบริษัทที่ให้บริการครอบคลุมเครื่องมือทางการสื่อสารแบบครบวงจร (รายชื่อบริษัทแสดงในภาคผนวก ก) เพื่อกำหนดคุณลักษณะที่จำเป็นสำหรับกลุ่มงานการสื่อสารนวัตกรรม โดยครอบคลุมทั้งในด้านความรู้ความเข้าใจ ทักษะ/การปฏิบัติ และด้านคุณลักษณะอื่นๆ ที่จำเป็น ผลการวิเคราะห์แสดงใน ตาราง 5

ตาราง 5 ผลการสังเคราะห์คุณลักษณะที่จำเป็นสำหรับกลุ่มงานการสื่อสารนวัตกรรม

คุณลักษณะที่จำเป็น	แหล่งข้อมูล		
	1	2	3
ด้านความรู้ ความเข้าใจ			
มีความรู้ตรงศาสตร์นิเทศศาสตร์ (วิชาเอก) ทั้งในแนวกว้างและแนวลึก โดยมีความเข้าใจองค์ความรู้ในประเด็นต่างๆ ได้แก่	*	*	*
- แนวคิดและความรู้เบื้องต้นทางการสื่อสาร ครอบคลุมทุกองค์ประกอบของการสื่อสาร บทบาทของการสื่อสารที่มีต่อระบบสังคม และอิทธิพลของระบบสังคมที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารต่างๆ			
- แนวคิดเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และความเป็นมาของการสื่อสาร			
- องค์ความรู้ด้านเทคนิควิธี กระบวนการและแนวทางการปฏิบัติ ครอบคลุมระบบโครงสร้างองค์การทางการสื่อสาร กระบวนการในการเลือกใช้เทคนิควิธีการต่างๆ เครื่องมือทางการสื่อสารที่หลากหลาย ตลอดจนแนวทางการวางแผนการสื่อสารที่เหมาะสม			
- องค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบและสุนทรียะในการสร้างความหมาย และเทคนิคการสร้างสรรค์ชิ้นงาน			
มีความรู้ความสามารถทั้งในด้านทฤษฎีและปฏิบัติ	*	*	*
มีกิจกรรมและประสบการณ์การทำงานด้านนิเทศศาสตร์	*	*	*
มีความรู้ความสามารถในการวิจัย (โดยเฉพาะการทำความเข้าใจในพฤติกรรมผู้บริโภค)	*	*	*
มีความรู้เกี่ยวกับการวางแผนงานด้านนิเทศศาสตร์	*	*	*

ตาราง 5 (ต่อ)

คุณลักษณะที่จำเป็น	แหล่งข้อมูล		
	1	2	3
มีความรู้ความสามารถในด้านการบริหารงานและบริหารบุคคลในองค์กรงานนิเทศศาสตร์	*	*	
มีความรู้ความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศเพื่อการสื่อสารโดยเฉพาะภาษาอังกฤษ	*	*	*
มีความสามารถในการใช้เครื่องมือสื่อสารทางด้านนิเทศศาสตร์ได้อย่างสร้างสรรค์	*	*	*
มีการแสวงหาความรู้ทางนิเทศศาสตร์ใหม่ๆ และทันสมัยอยู่เสมอ	*		
มีความรู้ทางการตลาด	*		*
ด้านทักษะ/การปฏิบัติ			
มีความสามารถในการสื่อสารทั้งในด้านการพูด การเขียน และ/หรือในรูปแบบอื่นๆ	*	*	*
มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	*	*	
มีทักษะในการใช้ภาษาเพื่อสื่อความหมาย	*	*	
มีความสามารถในการตัดสินใจแก้ปัญหา	*	*	*
มีทักษะการคิดวิเคราะห์ วิพากษ์/วิจารณ์ในเชิงสร้างสรรค์	*	*	
มีความสามารถในการวางแผนและบริหารงาน	*	*	*
มีความสามารถในการประเมินผลงานทางการสื่อสาร	*	*	*
มีทักษะทางสื่อ คอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีสารสนเทศ	*	*	*
มีทักษะในการผลิตชิ้นงานและนำเสนอด้วยวิธีการต่างๆ ได้อย่างเหมาะสมตามเป้าหมาย	*	*	*
มีความสามารถในการทำงานเป็นทีม		*	*
ด้านคุณลักษณะอื่นๆ			
มีความสามารถในการเรียนรู้งานได้อย่างรวดเร็ว กระตือรือร้นในการทำงาน คล่องแคล่วว่องไว อยากรู้อยากเห็น และเป็นคนช่างสงสัย	*	*	*
มีคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพ	*		
มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม	*	*	*
มีความซื่อสัตย์	*		
ใจกว้าง ใฝ่รู้ มั่นใจในตนเองและกล้าแสดงออก	*		*
มีวินัย ตรงต่อเวลา	*		
มีความอดทนสูง สามารถทำงานได้ภายใต้สถานการณ์ต่างๆ	*	*	*

ตาราง 5 (ต่อ)

คุณลักษณะที่จำเป็น	แหล่งข้อมูล		
	1	2	3
ด้านคุณลักษณะอื่นๆ			
มีมนุษยสัมพันธ์	*	*	*
มีบุคลิกภาพที่ดีในการทำงาน	*		*
มีสัมมาคารวะ อ่อนน้อมถ่อมตน รู้จักกาลเทศะ	*		
มีภาวะผู้นำ		*	
เป็นคนละเอียดรอบคอบ ใส่ใจในทุกรายละเอียดที่เกี่ยวข้อง	*	*	*

จากตาราง 5 พบว่า คุณลักษณะที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานในกลุ่มงานการสื่อสารนวัตกรรม จำแนกเป็นรายด้านได้ดังนี้

1. ด้านความรู้ความเข้าใจ บุคคลที่จะทำงานในกลุ่มงานการสื่อสารนวัตกรรมนั้นควรมีความรู้ความเข้าใจที่สำคัญเกี่ยวกับความรู้เบื้องต้นทางการสื่อสาร ครอบคลุมทุกองค์ประกอบของการสื่อสาร บทบาทของการสื่อสารที่มีต่อระบบสังคม และอิทธิพลของระบบสังคมที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารต่างๆ แนวคิดเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และความเป็นมาของการสื่อสาร องค์ความรู้ด้านเทคนิควิธี กระบวนการและแนวทางการปฏิบัติ ครอบคลุมระบบโครงสร้างองค์การทางการสื่อสาร กระบวนการในการเลือกใช้เทคนิควิธีการต่างๆ เครื่องมือทางการสื่อสารที่หลากหลาย หลักการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรที่ครอบคลุมตั้งแต่เรื่องของการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การตลาด การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและการตลาดโดยตรง ตลอดจนแนวทางการวางแผนการสื่อสารที่เหมาะสม และ องค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบและสุนทียะในการสร้างความหมาย และเทคนิคการสร้างสรรค์ชิ้นงาน ยิ่งไปกว่านั้นยังควรมีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับหลักการตลาด ความรู้ในเรื่องของการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร ความรู้เกี่ยวกับองค์กรและการจัดการ ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และความรู้เกี่ยวกับการวิจัยทั้งนี้ครอบคลุมความสามารถทั้งในเชิงทฤษฎีและการปฏิบัติ

2. ด้านทักษะ/การปฏิบัติ บุคคลที่จะทำงานในกลุ่มงานการสื่อสารนวัตกรรมนั้นควรมีความสามารถในการบริหารโครงการการสื่อสารนวัตกรรม มีทักษะการสื่อสารที่เหมาะสมทั้งฟัง พูด อ่านและเขียน มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร(โดยเฉพาะภาษาต่างประเทศ) มีทักษะในการสร้างสรรค์ชิ้นงานได้อย่างสร้างสรรค์ มีความสามารถในการผลิตสื่อได้อย่างเหมาะสม มีทักษะการ

วิจัยทางการสื่อสาร มีทักษะการนำเสนออย่างมีประสิทธิภาพ มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ และนำเสนอแนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์ได้ มีทักษะในการทำงานเป็นทีม และมีทักษะทางสื่อ คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ

3. ด้านคุณลักษณะอื่นๆ บุคคลที่จะทำงานในกลุ่มงานการสื่อสารนวัตกรรมนั้นควรเป็น คนที่มีความอดทนอดกลั้นโดยสามารถทำงานภายใต้สถานการณ์ต่างๆ ได้ มีความสามารถในการ ยืดหยุ่นปรับตัว มีความกระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้อย่างต่อเนื่อง มีความรับผิดชอบ มี มนุษยสัมพันธ์ มีความมั่นใจในตนเอง มีความสามารถในการแก้ปัญหาและตัดสินใจ มีบุคลิกภาพดี และเป็นคนที่สามารถเรียนรู้ได้เร็ว ตื่นตัวอยู่เสมอ มีภาวะผู้นำ เป็นคนละเอียดรอบคอบ ใส่ใจในทุก รายละเอียดที่เกี่ยวข้อง มีสัมมาคารวะ อ่อนน้อมถ่อมตน และรู้จักกาลเทศะ มีคุณธรรมจริยธรรม และมีจรรยาบรรณเชิงวิชาชีพ

จากนั้น เพื่อให้การระบุดสมรรถนะของนักสื่อสารนวัตกรรมในครั้งนี้มีความเหมาะสมกับ บริบทการปฏิบัติงานภายในประเทศ ผู้วิจัยจึงนำผลการศึกษาวิเคราะห์สมรรถนะจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ไปสอบถามกับนักวิชาชีพ/ผู้เชี่ยวชาญทางการสื่อสารนวัตกรรม โดยใช้เทคนิค การสนทนากลุ่มและประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกันระหว่างผู้วิจัย ตัวแทนภาคเอกชน ผู้บริหารและ คณาจารย์จากวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคมเมื่อวันที่ 17 กันยายน พ.ศ. 2552 มีผู้ร่วมสนทนา กลุ่มจำนวน 17 คน (รายชื่อแสดงในภาคผนวก ข) ซึ่งมีประเด็นการสนทนาหลัก 2 ประเด็น คือ (1) การสื่อสารนวัตกรรมตามความคิดเห็นของท่านคืออะไร และ (2) นักสื่อสารนวัตกรรมควรมี สมรรถนะอย่างไรเพื่อให้การทำงานทางด้านการสื่อสารนวัตกรรมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและ เกิดประสิทธิผลในการทำงานสูงสุด ผลการสนทนากลุ่มสรุปได้ดังนี้



ภาพประกอบ 12 แสดงภาพการดำเนินงานสนทนากลุ่มในวันที่ 17 กันยายน 2552

ความคิดเห็นที่มีต่อการสื่อสารนวัตกรรม ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มส่วนใหญ่มีความเห็นสอดคล้องกันว่า การสื่อสารนวัตกรรม หมายความว่า “ความสามารถในการใช้แนวคิด เทคนิค/วิธีการใหม่ๆทางการสื่อสารเพื่อนำเสนอเทคโนโลยี สิ่งประดิษฐ์ ผลงาน แนวคิด วิธีการ ตลอดจนแนวปฏิบัติใหม่ๆ ให้กับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในสังคมตามวัตถุประสงค์ทางการสื่อสารที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ” ในขณะที่นวัตกรรมการสื่อสาร นั้นจะเป็นคำที่ใช้เมื่อเราต้องการพูดถึง เทคโนโลยีทางการสื่อสารเช่น ระบบดาวเทียม เทคโนโลยีการนำเสนอข้อมูลแบบ high definition เป็นต้น ซึ่งเทคโนโลยีเหล่านั้นเป็นเครื่องมือในการช่วยสนับสนุนให้การสื่อสารนวัตกรรมนั้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การสื่อสารนวัตกรรม น่าจะหมายถึงการสื่อสารโดยผ่านช่องทางหรือใช้เทคโนโลยีทางการสื่อสารหรือนวัตกรรมการสื่อสารแบบใหม่ๆ เพื่อยกระดับหรือขับเคลื่อนสังคม(ตัวแทนภาคเอกชน: สทนากลุ่ม)

การสื่อสารนวัตกรรม น่าจะหมายถึง การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการสื่อสารที่เหมาะสมเพื่อเชื่อมโยงกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพเกิดประสิทธิผลตามเป้าหมายของการสื่อสาร (ตัวแทนภาคเอกชน: สทนากลุ่ม)

การสื่อสารนวัตกรรม หมายถึง ระบบการสื่อสารที่เชื่อมโยงระหว่างนวัตกรรมกับสังคม (ตัวแทนภาคเอกชน: สทนากลุ่ม)

นวัตกรรมการสื่อสาร หมายถึง เทคโนโลยีทางการสื่อสารสมัยใหม่ (ตัวแทนภาคเอกชน: สทนากลุ่ม)

สำหรับในส่วนของการประเมินการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับสมรรถนะที่จำเป็นของนักสื่อสารนวัตกรรมนั้นพบว่า ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเป็นไปในทิศทางเดียวกันคือ นักสื่อสารนวัตกรรมต้องมีคุณลักษณะที่ครอบคลุมศาสตร์ใน 2 ด้านคือ ศาสตร์ทางการสื่อสาร และศาสตร์ทางการจัดการนวัตกรรม โดยให้ความสำคัญกับการประยุกต์ใช้การสื่อสารกับการแพร่กระจายนวัตกรรมประเภทต่างๆ เข้าสู่ระบบสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้กรอบในการศึกษาคุณลักษณะในเบื้องต้นผู้วิจัยจำแนกเป็นคุณลักษณะด้านความรู้/ความเข้าใจ คุณลักษณะด้านทักษะ/การปฏิบัติ และคุณลักษณะอื่นๆที่ช่วยสนับสนุนให้การปฏิบัติงานด้านการสื่อสารนวัตกรรมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งจากผลการสนทนากลุ่มได้ข้อสรุปรวมที่ตรงกันเกี่ยวกับคุณลักษณะของนักสื่อสารนวัตกรรมจำแนกเป็นรายด้านได้ดังนี้

คุณลักษณะด้านความรู้/ความเข้าใจ พบว่า ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มส่วนใหญ่มีความเห็นสอดคล้องกันว่า บัณฑิตในสาขาการสื่อสารนวัตกรรมต้องมีความรู้ ความเชี่ยวชาญอย่างลึกซึ้งในองค์ความรู้ทางการสื่อสารอย่างเป็นระบบ รวมทั้งมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรมประเภทต่างๆ ตลอดจนองค์ประกอบของนวัตกรรมแต่ละประเภทเพื่อนำมาออกแบบและสร้างสรรค์รูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เมื่อการสื่อสารนวัตกรรมให้ความสำคัญกับการใช้การสื่อสารเพื่อพัฒนานวัตกรรม ดังนั้นผู้เรียนต้องสามารถสะท้อนภาพให้เห็นอย่างชัดเจนในความสามารถทางการสื่อสาร ตลอดจนความสามารถในการรู้จักและเข้าใจกระบวนการสื่อสารทั้งระบบ ตลอดจนมีเทคนิคการเลือกใช้สื่อกลยุทธ์ต่างๆเพื่อการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม (ตัวแทนภาคเอกชน: สนทนากลุ่ม)

เด็กต้องมีความรู้ที่ชัดเจนเกี่ยวกับเรื่องของการสื่อสารที่ครอบคลุมทุกองค์ประกอบทางการสื่อสาร (S-M-C-R) และสามารถประยุกต์ใช้รูปแบบ/เทคนิค วิธีการการสื่อสารที่เหมาะสมเพื่อนำเสนอนวัตกรรมประเภทต่างๆได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ตัวแทนภาคเอกชน: สนทนากลุ่ม)

คุณลักษณะด้านทักษะ/การปฏิบัติ พบว่า ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มส่วนใหญ่มีความเห็นสอดคล้องกันว่า บัณฑิตในสาขาการสื่อสารนวัตกรรมต้องมีทักษะความสามารถทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพครอบคลุมทั้งที่เป็นวัจนภาษาและอวัจนภาษา มีทักษะในการถ่ายทอด/โน้มน้าวใจ มีทักษะในการใช้ภาษาได้อย่างเหมาะสม (ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ/ทั้งฟัง พูด อ่านและเขียน) มีทักษะการคิดสร้างสรรค์ คิดวิเคราะห์ และคิดเชิงกลยุทธ์อย่างเป็นระบบ มีทักษะการแก้ปัญหาและการตัดสินใจที่เหมาะสม และมีทักษะทางคอมพิวเตอร์

เด็กต้องได้รับการฝึกให้มีความสามารถในการคิดในสิ่งที่สร้างสรรค์ โดยสร้างสรรค์ทั้งในเรื่องของการแสวงหาช่องทางในการสื่อสารรูปแบบใหม่ๆ และเรื่องของการสร้างสรรค์ที่แปลก ไม่เหมือนใคร แต่สามารถกระตุ้นใจได้ดี (ตัวแทนภาคเอกชน: สนทนากลุ่ม)

วิธีการทำงานที่ดีต้องรู้จักใช้ 3 H คือ Head รู้จักใช้สมอง เด็กต้องรู้จักการคิดวิเคราะห์ คิดสร้างสรรค์บนหลักของเหตุผลและข้อมูลที่เป็นไปได้ Heart รู้จักใส่ใจ เด็กต้องใส่ใจในการทำงาน ตั้งใจที่จะพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องและพร้อมที่จะเรียนรู้อยู่เสมอ และ Hand รู้จักการปฏิบัติอย่างมืออาชีพในการทำงานเด็กต้องมีทักษะในการปฏิบัติงานทางการสื่อสาร โดยถ้าได้มีการสนับสนุนการฝึกปฏิบัติผ่านการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงจะดีมาก (ตัวแทนภาคเอกชน: สนทนากลุ่ม)

เด็กที่จะเป็นผู้นำและผู้ถ่ายทอดที่ดีต้องเป็นเด็กช่างคิด กล้ามองในมุมที่แตกต่าง มีทักษะการสื่อสารที่เหมาะสม มีความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศ รวมทั้งต้องเป็นคนที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างรู้เท่าทัน (ตัวแทนภาคเอกชน: สนทนากลุ่ม)

คุณลักษณะด้านอื่นๆ พบว่า ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มทุกคนมีความเห็นสอดคล้องกันว่า คุณลักษณะที่บัณฑิตสาขาการสื่อสารมวลชนจำเป็นต้องมีคือ ความรับผิดชอบทั้งต่อตนเอง ต่อหน่วยงาน และต่อสังคม รวมทั้งควรมีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา และมีความอดทนสามารถทำงานได้ภายใต้สภาวะการกดดันสูง ตลอดจนเป็นคนมีมนุษยสัมพันธ์ สามารถทำงานร่วมกับบุคคลอื่นได้เป็นอย่างดี

การทำงานในแวดวงวิชาชีพทางการสื่อสารนั้นเป็นงานที่ต้องพบปะผู้คนจำนวนมาก ดังนั้นการเป็นคนมีมนุษยสัมพันธ์ดี สามารถทำงานร่วมกับบุคคลอื่นได้ และเป็นคนที่มีความอดทนสามารถทำงานได้ภายใต้สภาวะการณ์ที่มีความกดดันได้นั้นเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างมาก (ตัวแทนภาคเอกชน: สทนากลุ่ม)

ความรับผิดชอบเป็นสิ่งสำคัญของการทำงานในสายงานนี้ ทั้งในส่วนของความรับผิดชอบต่อตนเองที่สะท้อนถึงการรักษาสุขภาพ การมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม ความรับผิดชอบต่องานที่สะท้อนถึงความมีวินัย ความตรงต่อเวลา ความรับผิดชอบต่อผู้อื่นที่สะท้อนถึงความสามารถในการทำงานเป็นทีมที่มีประสิทธิภาพ รู้จักหน้าที่ของตนเอง (ตัวแทนภาคเอกชน: สทนากลุ่ม)

จากผลการสนทนากลุ่มข้างต้นซึ่งเป็นการตรวจสอบและยืนยันสมรรถนะที่จำเป็นของนักสื่อสารมวลชนนั้น ในเบื้องต้นได้นำมากำหนดเป็นจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ของหลักสูตรซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

(1) เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ความสามารถด้านการสื่อสารครอบคลุมทุกทักษะทั้งฟัง พูด อ่าน เขียน และการสื่อสารในทุกรูปแบบ มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม สามารถเลือกใช้เทคนิควิธีการในการนำเสนอหรือถ่ายทอดเรื่องราวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตอบสนองต่อเป้าหมายทางการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และสามารถวางแผน ออกแบบ วิจัยและพัฒนารูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมเพื่อการเผยแพร่ข่าวสารทั้งที่เป็นแนวคิด สินค้า ตลอดจนเทคโนโลยีต่างๆได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(2) เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีความรู้เกี่ยวกับพัฒนาการการสื่อสาร กระบวนการสื่อสาร การบริหารจัดการการสื่อสารโดยครอบคลุมตั้งแต่การมีความรู้เกี่ยวกับผู้ส่งสาร ผู้รับสาร สาร และสื่อ/ช่องทางการสื่อสาร อิทธิพลของการสื่อสารต่อการพัฒนา ตลอดจนปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ และมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางในการนำเทคโนโลยีทางการสื่อสารมาใช้ประโยชน์เพื่อการเผยแพร่ข่าวสาร (ครอบคลุมทั้งที่เป็นเทคโนโลยี แนวคิด หรือรูปแบบ/วิธีการใหม่)

(3) เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความเข้าใจที่ลึกซึ้งเกี่ยวกับนวัตกรรมประเภทต่างๆทั้งที่เป็นนวัตกรรมเชิงผลิตภัณฑ์ (Product innovation) นวัตกรรมเชิงกระบวนการ (Process innovation) นวัตกรรมเชิงคุณค่า/การรับรู้ตำแหน่ง (Position innovation) หรือนวัตกรรมเชิงแนวคิด/นโยบาย (Paradigm innovation) เพื่อให้สามารถออกแบบและเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารในลักษณะต่างๆได้อย่างเหมาะสมกับคุณลักษณะและองค์ประกอบของนวัตกรรมในแต่ละประเภทได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(4) เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีความสามารถในการเรียนรู้ศาสตร์ใหม่ได้ด้วยตนเอง โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการเรียนรู้อย่างรู้เท่าทัน และมีการปรับใช้แนวความคิดที่มาจากแหล่งความรู้ที่หลากหลาย หรือจากศาสตร์ที่แตกต่างกันได้อย่างเหมาะสมและสร้างสรรค์บนฐานของการมีคุณธรรมและจริยธรรม

(5) เพื่อผลิตบัณฑิตให้สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีภาวะผู้นำ รับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนอย่างชัดเจน มีทักษะการแก้ปัญหาและการตัดสินใจที่เหมาะสม ตลอดจนมีระเบียบวินัยและรับผิดชอบต่อตนเองและส่วนรวม และเป็นผู้ที่มีความเข้าใจด้านสังคม องค์กร และคุณธรรม จริยธรรมในวิชาชีพด้านการสื่อสาร

จากนั้นผู้วิจัยจึงนำข้อค้นพบที่ได้จากการดำเนินการวิจัยในขั้นตอนนี้มาประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับผู้บริหารและคณาจารย์ผู้รับผิดชอบในการจัดทำหลักสูตรของวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคมในช่วงเวลา 16.00 – 17.30 น. ของวันที่ 17 กันยายน พ.ศ. 2552 เพื่อกำหนดเป็นสมรรถนะของนักสื่อสารนวัตกรรม ซึ่งเป็นการกล่าวถึงลักษณะเชิงพฤติกรรมกว้างๆ โดยให้มีความครอบคลุมคุณลักษณะด้านความรู้ความเข้าใจ ทักษะ/การปฏิบัติ และคุณลักษณะด้านอื่นๆ ซึ่งเป็นผลจากการดำเนินการสนทนากลุ่มและประชุมเชิงปฏิบัติการกับผู้เกี่ยวข้องในช่วงเช้าของวันเดียวกัน เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์เฉพาะของการวิจัยในข้อที่ 1 และนำผลการวิจัยที่ได้ไปกำหนดเป็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์และมาตรฐานผลการเรียนรู้ซึ่งจะเป็นการกำหนดเป้าหมายและจุดเน้นในการพัฒนาหลักสูตร โดยในการดำเนินการพัฒนาสมรรถนะของนักสื่อสารนวัตกรรมในครั้งนี้ ได้บูรณาการผลการเรียนรู้ในแต่ละด้านตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา (ระดับปริญญาตรี) ร่วมด้วยเพื่อให้สามารถนำไปใช้ได้จริงต่อไป ผลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการสามารถสรุปรายละเอียดสมรรถนะที่จำเป็นของนักสื่อสารนวัตกรรมซึ่งนำไปกำหนดเป็นมาตรฐานผลการเรียนรู้ในเอกสารหลักสูตรได้ดังนี้

1. มีคุณธรรมจริยธรรม และมีจรรยาบรรณในเชิงวิชาชีพที่เหมาะสม
 2. มีความรู้ความเชี่ยวชาญในศาสตร์ทางการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่นวัตกรรมอย่างเป็นระบบทั้งในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ
 3. มีทักษะทางปัญญาที่ครอบคลุมทักษะการรู้สารสนเทศ ทักษะการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ ตลอดจนทักษะการคิดแก้ปัญหา
 4. มีทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ
 5. มีทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างรู้เท่าทันและมีประสิทธิภาพ
 6. มีทักษะการปฏิบัติในเชิงวิชาชีพทางการสื่อสารนวัตกรรมได้อย่างเหมาะสม
- โดยในองค์ประกอบของสมรรถนะแต่ละตัวนั้น ประกอบด้วยคุณลักษณะที่พึงประสงค์ทั้งด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านทักษะ/การปฏิบัติ และคุณลักษณะด้านอื่นๆ จำแนกออกได้เป็นรายสมรรถนะดังนี้

1. มีคุณธรรมจริยธรรม และมีจรรยาบรรณในเชิงวิชาชีพที่เหมาะสม
 - (1) ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต
 - (2) มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเอง วิชาชีพและสังคม
 - (3) มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขข้อขัดแย้งและจัดลำดับความสำคัญ พร้อมบริหารเวลาได้อย่างเหมาะสม
 - (4) เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ ตลอดจนเคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม
 - (5) มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ
2. มีความรู้ความเชี่ยวชาญในศาสตร์ทางการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่นวัตกรรมอย่างเป็นระบบทั้งในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ
 - (1) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ ทฤษฎี ตลอดจนแนวคิด เทคนิค/วิธีการที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชาการสื่อสารนวัตกรรม โดยครอบคลุมในเรื่องของ
 - การสื่อสาร องค์ประกอบของการสื่อสาร และกระบวนการจัดการการสื่อสารทั้งระบบ
 - แนวคิดเกี่ยวกับระบบนวัตกรรม ประเภท องค์ประกอบและการจัดการนวัตกรรม ตลอดจนรูปแบบการแพร่กระจายนวัตกรรมที่เหมาะสมทั้งในบริบทท้องถิ่น ภูมิภาค ชาติ และนานาชาติ

- พัฒนาการสื่อ และระบบโครงสร้างสถาบันสื่อ และองค์การธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

- แนวทางปฏิบัติงานทางการสื่อสารที่ครอบคลุมตั้งแต่ขั้นการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น วางแผน ไปจนถึงขั้นของการนำเสนอผลงานเชิงนวัตกรรมที่เป็นรูปธรรม พร้อมประเมินผล
- เทคนิคการออกแบบและสร้างสรรค์ชิ้นงาน และเทคนิคการนำเสนอ
- เทคนิคการวิเคราะห์ผู้รับสาร/ผู้ส่งสาร
- กระบวนการวิจัย และเทคโนโลยีสารสนเทศ

(2) มีความตระหนักถึงบทบาท/อิทธิพลของสื่อและการสื่อสารที่มีต่อระบบเศรษฐกิจ สังคมและชุมชน

(3) มีความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหา เข้าใจและอธิบายความต้องการทางการสื่อสารเพื่อพัฒนานวัตกรรม รวมทั้งประยุกต์ความรู้ ทักษะ และการใช้เครื่องมือทางการสื่อสารต่างๆ ที่เหมาะสมกับการแก้ไขปัญหาและนวัตกรรมในแต่ละประเภท

(4) มีความสามารถในการประยุกต์ใช้หลักการ ความรู้ เทคนิค/วิธีการต่างๆ ทางการวิจัยเพื่อการพัฒนาและต่อยอดแนวคิดเพื่อการออกแบบ สร้างสรรค์ชิ้นงานและ/หรือโครงการทางการสื่อสารนวัตกรรมได้อย่างเป็นรูปธรรมสอดคล้องกับลักษณะนวัตกรรมและระบบอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

(5) มีความสามารถในการวิเคราะห์ออกแบบ ปรับปรุงและหรือประเมินรูปแบบการสื่อสารได้อย่างเหมาะสมตรงตามเป้าหมายของการเผยแพร่นวัตกรรม

(6) มีความรู้ในแนวกว้างของสาขาวิชาการสื่อสารนวัตกรรมโดยเฉพาะงานวิจัยและวิทยาการที่ทันสมัยต่อการเปลี่ยนแปลงของประเทศและสังคมโลก สามารถเล็งเห็นการเปลี่ยนแปลง และเข้าใจผลกระทบของเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการเผยแพร่/สื่อสารนวัตกรรม รวมทั้งไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม

(7) มีประสบการณ์ในการออกแบบ สร้างสรรค์ชิ้นงานหรือโครงการที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารนวัตกรรมที่สามารถใช้งานได้จริง

(8) สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาการสื่อสารนวัตกรรมกับความรู้ในศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสมและสะท้อนผลการศึกษาอย่างเป็นรูปธรรม

3. มีทักษะทางปัญญาที่ครอบคลุมทักษะการรู้สารสนเทศ ทักษะการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ ตลอดจนทักษะการคิดแก้ปัญหา

(1) สามารถสืบค้น ศึกษา และประเมินสารสนเทศ เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาและพัฒนางานได้อย่างสร้างสรรค์

(2) สามารถสถิติทักษะในการแก้ปัญหาที่ใช้เหตุผลเชิงวิเคราะห์ให้ผู้อื่นเข้าใจได้

(3) สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ภาคทฤษฎี ภาคปฏิบัติ ไปสู่การฝึกประสบการณ์ภาคสนาม และการปฏิบัติงานจริงตามสถานการณ์ต่างๆได้อย่างเหมาะสม

(4) สามารถประยุกต์ใช้นวัตกรรมทางการสื่อสารเพื่อพัฒนาทักษะการทำงานเพื่อการเผยแพร่นวัตกรรมของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(5) สามารถนำเสนอชิ้นงานที่สะท้อนทักษะการสร้างสรรค์ที่เห็นได้อย่างเป็นรูปธรรมและมีประสิทธิภาพ

4. มีทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

(1) สามารถปฏิบัติและรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายตามหน้าที่และบทบาทของตนในกลุ่มงานได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือผู้ร่วมงานและแก้ไขปัญหากลุ่ม

(2) สามารถพัฒนาตนเอง และพัฒนาวิชาชีพให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง และตรงตามมาตรฐานสากล

(3) สามารถจัดการกับทรัพยากรเพื่อการทำงานและการบริหาร

(4) สามารถสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศกับกลุ่มคนหลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(5) มีความเคารพและยอมรับในความแตกต่างระหว่างบุคคลและวัฒนธรรม มีความคิดริเริ่มในการคิดวิเคราะห์ปัญหาที่ต้องการความสนใจ และแสดงออกได้อย่างอิสระ

(6) สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานในองค์กรและกับบุคคลทั่วไป และสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมองค์กรที่ไปปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม

5. มีทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างรู้เท่าทันและมีประสิทธิภาพ

(1) มีทักษะในการใช้เครื่องมือทางการสื่อสารที่จำเป็นที่มีอยู่ในปัจจุบันต่อการดำเนินงานโครงการทางการสื่อสารนวัตกรรม

(2) สามารถนำเสนอข้อค้นพบเพื่องานการออกแบบ สร้างสรรค์โดยใช้สารสนเทศทางคณิตศาสตร์หรือการแสดงสถิติประยุกต์ต่อประเด็นที่เกี่ยวข้องอย่างสร้างสรรค์

(3) สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งที่เป็นวัจนภาษาและอวัจนภาษา พร้อมทั้งเลือกใช้รูปแบบเพื่อการนำเสนอได้อย่างเหมาะสม

(4) สามารถประยุกต์ใช้สารสนเทศและเทคโนโลยีสื่อสาร ตลอดจนเครื่องมือต่างๆ ในการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

(5) สามารถใช้เทคนิคพื้นฐานทางคณิตศาสตร์และสถิติในการประมวล การแปลความหมาย และการวิเคราะห์ข้อมูล

(6) สามารถใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษในการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียนอย่างมีประสิทธิภาพ

6. มีทักษะการปฏิบัติในเชิงวิชาชีพทางการสื่อสารนวัตกรรมได้อย่างเหมาะสม

(1) สามารถผลิตชิ้นงานที่สะท้อนถึงประสิทธิผลของการเลือกใช้เสียง ภาพ และ/หรือการเขียนข้อความต่างๆ เพื่อการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม

(2) สามารถผลิตชิ้นงานที่แสดงถึงศักยภาพในการจัดการที่ครอบคลุมทั้งในมิติของเทคโนโลยีการผลิตสื่อ ระบบ เทคนิค และแนวทางการปฏิบัติอย่างมืออาชีพ

(3) สาธิตแนวทางการออกแบบและพัฒนาแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ และมุมมองทางการสื่อสารในด้านต่างๆ ที่เป็นผลมาจากการใช้กลยุทธ์ทางการวิจัย

(4) ผลิตชิ้นงานซึ่งสะท้อนถึงความเข้าใจในรูปแบบการนำเสนอและโครงสร้างของสื่อ กลุ่มผู้รับสารและรูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมบนฐานทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

(5) ริเริ่ม พัฒนา และเข้าใจในเรื่องของความแตกต่าง ตลอดจนสามารถสร้างสรรค์งานในรูปแบบ/วิธีการที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นงานเขียน งานนำเสนอด้านการพูด งานนำเสนอผ่านภาพ ภาพและเสียง งานนำเสนอด้านเสียงหรืองานนำเสนอผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ

(6) สามารถปรับเปลี่ยน/ดัดแปลง สร้างสรรค์ และให้ความสำคัญต่อผลการผลิตที่ตอบสนองกับกลุ่มผู้รับสารและรูปแบบการสื่อสาร/สื่อที่มีความหลากหลาย

ตอนที่ 2 ผลการพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม

การดำเนินงานพัฒนาหลักสูตรในตอนนี้ ผู้วิจัย ได้นำสมรรถนะของนักสื่อสารนวัตกรรม ซึ่งได้จากการศึกษาข้อมูลพื้นฐานในขั้นตอนที่ 1 มากำหนดเป็นกรอบการพัฒนาหลักสูตรแบบเน้นสมรรถนะ โดยได้ดำเนินการตามกระบวนการพัฒนาหลักสูตรที่กำหนดไว้ 3 ขั้นตอนคือ ขั้นตอนการพัฒนา (ร่าง) หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม ขั้นตอนการประเมินและปรับปรุง (ร่าง) หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม และขั้นตอนการวิพากษ์หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม ซึ่งผู้วิจัยนำเสนอผลตามลำดับดังนี้

1. ผลการพัฒนา (ร่าง) หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม

การดำเนินการในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กล่าวคือ ผู้วิจัยกับผู้เกี่ยวข้องซึ่งในที่นี้คือ คณะผู้บริหาร และคณาจารย์ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม ได้มาร่วมดำเนินการจัดทำ (ร่าง) หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม ซึ่งเป็นหลักสูตรที่เกิดจากความต้องการของหน่วยงาน ในระหว่างวันที่ 28 – 29 ตุลาคม พ.ศ.2552 ณ โรงแรม ดิส์คัฟเวอร์ บีช พัทยา จ.ชลบุรี โดยการจัดทำร่างหลักสูตรฯ ครั้งนี้ ได้ใช้ข้อมูลจากการศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ซึ่งผู้วิจัยศึกษาข้อมูลหลัก 2 ส่วน คือ สมรรถนะของนักสื่อสารนวัตกรรมซึ่งได้นำเสนอไว้ในตอนที่ 1 ของบทนี้ ได้นำมาใช้เป็นกรอบในการพัฒนาหลักสูตร ร่วมกับข้อมูลที่เป็นผลการศึกษาเอกสารหลักสูตรระดับปริญญาตรีเกี่ยวกับการสื่อสารธุรกิจที่มีการเปิดสอนในประเทศไทย โดยผลการวิเคราะห์เอกสารหลักสูตรในประเด็นเกี่ยวกับปรัชญา วัตถุประสงค์ และรายละเอียดเกี่ยวกับจำนวนหน่วยกิตนั้น ผู้วิจัยสรุปและนำเสนอในรูปแบบของข้อความพรรณนาแบบความเรียง จำแนกตามประเด็นที่กำหนดไว้ในบทที่ 2 และผลการวิเคราะห์รายวิชาในหมวดวิชาพื้นฐานเฉพาะหรือวิชาแกนทางการสื่อสาร ปรากฏดังตาราง 6

ตาราง 6 ผลการวิเคราะห์รายวิชาในหมวดวิชาพื้นฐานเฉพาะหรือวิชาแกนทางการสื่อสาร

รายวิชาพื้นฐานเฉพาะหรือ วิชาแกนทางการสื่อสาร	มหาวิทยาลัย														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
หลักการตลาด / กลยุทธ์การตลาด	/	/				*	*	/	/	*					
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสาร/ นิเทศศาสตร์เบื้องต้น	/	/	/	/	/		/	/	/	/		/			
ทฤษฎีสื่อสารและนวัตกรรม											/				
สื่อมวลชนเบื้องต้น									/						

ตาราง 6 (ต่อ)

รายวิชาพื้นฐานเฉพาะหรือ วิชาแกนทางการสื่อสาร	มหาวิทยาลัย														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
หลักและทฤษฎีการสื่อสารมวลชน/ นิเทศศาสตร์	/					/	/		/	/		/	/		/
วิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์เบื้องต้น / สื่อดิจิทัล/ หลักการแพร่ภาพและ กระจายเสียง	/	/				*	/		/		/	/	/	/	
หลักการโฆษณา	/	/		/	/	/	/		/		/	/	/		
หลักการประชาสัมพันธ์	/	/		/		*			/		/	/	/		
หลักการถ่ายภาพนิ่งและภาพยนตร์ / ภาพยนตร์ปริทรรศน์ / หลักการถ่ายภาพ / การถ่ายภาพดิจิทัล	/	/				/	/	/	/	/	/	//	//	/	
กฎหมายและจริยธรรมสื่อมวลชน	/	/			/	/	/	/	/	/	/	/			
จรรยาบรรณธุรกิจสำหรับการ สื่อสารมวลชน														/	
วาทวิทยา/วาทนิเทศ/ speech communication	/			/		/			/			/	/		
การเขียนเพื่อการสื่อสารมวลชน / การเขียน เชิงวารสารศาสตร์	/							/			/				
ทัศนศิลป์และสุนทรียศาสตร์/ นิเทศทัศน์ / ศิลป์เพื่อการสื่อสาร	/					/	/								
performance for Comm. art / การแสดงเบื้องต้น		/												/	
สุนทรียศาสตร์							*								
สุนทรียศาสตร์ในงานนิเทศศาสตร์												/			
กราฟฟิกสื่อสารทางธุรกิจ											/				
การออกแบบโฆษณา										*					
จิตวิทยาการสื่อสาร	/														
จิตวิทยาธุรกิจ										*					
จิตวิทยาทั่วไป															/
ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร / ภาษาอังกฤษเพื่อนิเทศศาสตร์ / ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 1-2-3-4	/					/	*	/	/		/	/		///	

ตาราง 6 (ต่อ)

รายวิชาพื้นฐานเฉพาะหรือ วิชาแกนทางการสื่อสาร	มหาวิทยาลัย														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร												/			
Consumer behavior		/												/	
Introduction to economics / เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น		/	/		/	/			/	/					/
เศรษฐศาสตร์สำหรับการสื่อสาร														/	
Introduction to business / ความรู้ เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ / ธุรกิจ เบื้องต้น		/			/	/				/					/
Principles of Management		/					*	/							
Introduction to Journalism / วารสารศาสตร์เบื้องต้น		/		/			/					/	/		
การสื่อข่าวและการรายงานข่าว / หลักการ รายงานข่าว					/	/	/		/						
การอ่านและเขียนเชิงวิชาการ			/												
การอ่านภาษาอังกฤษเชิงวิชาการ			/												
การแปลภาษาอังกฤษเพื่อนานาชาติศาสตร์											/				
รัฐศาสตร์เบื้องต้น			/												/
Basic business English writing				/											
Business English Correspondence				/											
Business English Report writing				/											
Business English Oral Communication				/				/							
การเขียนภาษาอังกฤษเฉพาะกิจ										/					
ข่าวและสารคดีต่างประเทศ / ข่าวและสถานการณ์ปัจจุบัน					/	/						/			
สังคมวิทยาเบื้องต้น					/										
คอมพิวเตอร์เพื่อการสื่อสาร						/									
คอมพิวเตอร์เพื่อนานาชาติศาสตร์ 1												/			
คอมพิวเตอร์เพื่อนานาชาติศาสตร์ 2												/			
มัลติมีเดียดิจิทัลกับการนำเสนอ											/				
การจัดการธุรกิจด้วยคอมพิวเตอร์										*					

ตาราง 6 (ต่อ)

รายวิชาพื้นฐานเฉพาะหรือ วิชาแกนทางการสื่อสาร	มหาวิทยาลัย														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ / วิชาสื่อสารการตลาด1-2						*				/				//	
การจัดการสื่อสารแบรนด์											/				
การวางแผนรณรงค์การสื่อสารแบรนด์											/				
สถิติและการวิจัยทางสังคมศาสตร์/ ความรู้เบื้องต้นวิจัยการสื่อสาร / สถิติ และการวิจัยเบื้องต้น						*	/	//	/	/	/	/		/	
การสื่อสารและสาธารณสมบัติ							/								
การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น										/					
สื่อมวลชนกับสังคม								/							
ตรรกวิทยาเบื้องต้น							*								
ปรัชญาตะวันตก/ตะวันออก							*								
จริยศาสตร์							*								
ศิลปะการเขียนภาษาไทย							*								
ศิลปะการใช้ภาษาเพื่องานนิเทศศาสตร์										/					
อักขรวิธีและการใช้คำในภาษาไทย							*								
ภาษากับวัฒนธรรม							*								
ความรู้เบื้องต้นทางความสัมพันธ์ระหว่าง ประเทศ							*								
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายทั่วไป							*	/	/						
การฝึกฟัง-พูด															/
ศิลปะการพูดและการนำเสนองาน								/			/				
เทคนิคการนำเสนอสำหรับนักการสื่อสาร														/	
หลักการอ่าน															/
การพัฒนาทักษะการอ่านและเขียน									/						
สารสนเทศเพื่องานนิเทศศาสตร์									/						
องค์กรและการจัดการ										/					
พฤติกรรมองค์กร										*					
ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ										/		/			

ตาราง 6 (ต่อ)

รายวิชาพื้นฐานเฉพาะหรือ วิชาแกนทางการสื่อสาร	มหาวิทยาลัย														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
มนุษยสัมพันธ์ในองค์กร										*					
การพัฒนาบุคลิกภาพเพื่องานนิเทศ ศาสตร์										/					/
ธุรกิจงานวิทยุ										*					
ธุรกิจการพิมพ์										*	/				
การจัดการธุรกิจขนาดย่อม										*					
การจัดการธุรกิจโฆษณา										*					
เทคนิคการฝึกอบรมและการประชุม										*					
การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน										*					
การสร้างทีมงาน										*					
ระบบการคิดของมนุษย์												/			
การรู้เท่าทันสื่อ												/			
สัมมนาภูมิภาคศึกษา / สัมมนา														/	/
กลุ่มวิชาภาษาต่างๆ (เรียน 6 หน่วยกิตตามที่ปรึกษา)															/
การศึกษารายบุคคลและ senior project														/	

หมายเหตุ: 1 คือ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย 2 คือ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ 3 คือ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ 4 คือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 5 คือ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 6 คือ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต 7 คือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 8 คือ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย 9 คือ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ 10 คือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต 11 คือ มหาวิทยาลัยศรีปทุม 12 คือ มหาวิทยาลัยบูรพา 13 คือมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 14 คือ มหาวิทยาลัยศิลปากร 15 คือ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์

* (มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต) – เป็นรายวิชาแกนที่กำหนดให้เลือกเพียง 1 รายวิชา (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์) – เป็นรายวิชาบังคับนอกคณะที่ให้เลือกเรียนได้ 6 รายวิชา และ (มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต) – เป็นรายวิชาของกลุ่มวิชาวิทยาการจัดการที่กำหนดให้เลือก 6 หน่วยกิต

จากตาราง 6 พบว่า รายวิชาซึ่งมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่ (มากกว่าร้อยละ 50) ที่มีการจัดการเรียนการสอนในสาขาวิชาทางการสื่อสารธุรกิจ กำหนดเป็น รายวิชาในหมวดวิชาพื้นฐานเฉพาะหรือวิชาแกนทางการสื่อสารมี 11 รายวิชา คือ ความรู้เบื้องต้น เกี่ยวกับการสื่อสารหรือนิเทศศาสตร์เบื้องต้น หลักและทฤษฎีการสื่อสาร หลักการโฆษณา หลักการ ประชาสัมพันธ์ วิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์เบื้องต้น หลักการถ่ายภาพนิ่งและภาพยนตร์ กฎหมายและจริยธรรมสื่อมวลชน ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น สถิติและ การวิจัยทางสังคมศาสตร์หรือความรู้เบื้องต้นการวิจัยการสื่อสาร และหลักการตลาด

ผลจากการวิเคราะห์มีข้อสังเกตว่า สาขานิเทศศาสตร์ของมหาวิทยาลัยศิลปากรให้ ความสำคัญกับรายวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร และวิชาสื่อสารการตลาดมาก โดยมีการจัด รายวิชานี้เป็นวิชาเรียนต่อเนื่อง 4 ระดับ และ 2 ระดับ ตามลำดับ นอกจากนี้ในมหาวิทยาลัย หอการค้าไทยยังให้ความสำคัญกับรายวิชาสถิติและการวิจัย โดยมีการจัดรายวิชาที่ครอบคลุมทั้ง วิชาสถิติและวิชาวิจัยทางการสื่อสาร

ผลการวิเคราะห์รายวิชาในหมวดวิชาเอกบังคับ จากเอกสารหลักสูตรสาขาการ ประชาสัมพันธ์ สาขาการบริหารการสื่อสาร สาขาการสื่อสารการตลาด และสาขาการสื่อสารแบรนด์ แสดงใน ตาราง 7

ตาราง 7 ผลการวิเคราะห์รายวิชาในหมวดวิชาเอกบังคับ

รายวิชาเอกบังคับ	มหาวิทยาลัย								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
พฤติกรรมผู้บริโภค / target audience analysis (CU)	/			/		/			
การประชาสัมพันธ์ของรัฐ	/								
การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ / Corporate PR	/	/				/		/	/
เทคนิคการนำเสนองาน	/	/							
การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ / PR strategies and tactics	/	/						/	
การวางแผนสื่อโฆษณา	/								
มนุษยสัมพันธ์ในองค์กร	/								
Organizational Communication Behavior / การสื่อสารและมนุษยสัมพันธ์ในองค์กร (มธ)				/			/	/	
จิตวิทยาการเจรจาทางธุรกิจ	/								
การวิจัยการโฆษณา	/								

ตาราง 7 (ต่อ)

รายวิชาเอกบังคับ	มหาวิทยาลัย								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
การวิจัยการโฆษณา	/								
การวิจัยการประชาสัมพันธ์	/							/	
การวิจัยและวิเคราะห์งานสื่อสารการตลาด						/			
การจัดการโฆษณา	/								/
การจัดการประชาสัมพันธ์	/							/	/
การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ/หลักการสื่อสารการตลาด	/	/		/	/	/			/
IMC ขั้นสูง						/			
การฝึกวิชาชีพ 1	/	/	/	/	/	/			
สัมมนาการโฆษณาและPR / สัมมนาการสื่อสารการตลาด	/	/			/	/		/	
การฝึกวิชาชีพ 2 (workshop)		/							
Comm. Art Research		/	/	/	/				
Utilization of multimedia tools		/							
Effective Communication		/							
Production for Communication Tools		/						//	
Persuasive Communication / (CU) เพิ่ม Negotiation		/		/					
Marketing PR		/							
Applied Writing for PR /การเขียนเพื่อการสื่อสาร (มช.)		/			/			//	
นิเทศศาสตร์เบื้องต้น / ทฤษฎีการสื่อสาร (มช.)			/		/				
ทักษะการสื่อสารสำหรับนักนิเทศศาสตร์			/						
กฎหมายและจริยธรรมสื่อสารมวลชน			/		/				
การสื่อสารกับการพัฒนาชุมชน			/		/				
การเขียนข่าวและการรายงานข่าว			/						
การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม			/						
Communication Campaign Management / การบริหารการสื่อสาร (มธ)				/			/		
Computer Graphic for Communication work / ศิลปะเพื่อการสื่อสาร (มช.)				/	/				

ตาราง 7 (ต่อ)

รายวิชาเอกบังคับ	มหาวิทยาลัย								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Advanced Reporting				/					
Computer Applications in communication work				/					
เทคโนโลยีทางการสื่อสาร							/		
Advanced Reporting and Editing in English / ภาษาอังกฤษเพื่อนิเทศศาสตร์ธุรกิจ(มธบ)				/		/			
Communication Planning and Evaluation / การ วางแผนและกลยุทธ์การสื่อสาร (มธ)				/			/		/
Management of Image, Identity and reputation				/					/
การถ่ายภาพเบื้องต้น					/				
วาทวิทยา					/		/		
ดนตรีเพื่อการสื่อสาร					/				
สื่อกับโลกสมัยใหม่					/				
สื่อทางเลือก					/				
การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาด						/			
การสื่อสารการตลาดอิเล็กทรอนิกส์						/			
การตลาดทางตรง						/			
การบริหารฐานข้อมูลและสารสนเทศทางการตลาด						/			
การสร้างสรรคงานการสื่อสารการตลาด						/			/
การบริหารการตลาด						/			

หมายเหตุ: 1 คือ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย 2 คือ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ 3 คือ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ 4 คือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 5 คือ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 6 คือ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต 7 คือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 8 คือ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย 9 คือ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (สาขาการสื่อสารแบรนด์)

จากตาราง 7 พบว่า รายวิชาที่มหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่ ซึ่งมีการจัดการเรียนการสอนในสาขาวิชาเอกทางการประชาสัมพันธ์ การบริหารการสื่อสาร การสื่อสารการตลาด และการสื่อสารแบรนด์ กำหนดเป็นรายวิชาในหมวดวิชาเอกบังคับนั้นมี 8 รายวิชา คือ

การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ เทคนิคการประชาสัมพันธ์เชิงธุรกิจ การวางแผนและกลยุทธ์ทางการสื่อสาร (เน้นเนื้อหาตามลักษณะของสาขาวิชาเอก) การสร้างสรรค์และการผลิตงานทางการสื่อสาร (เน้นเนื้อหาตามลักษณะของสาขาวิชาเอก) พฤติกรรมองค์กรและผู้บริโภค เทคนิคการวิจัยทางการสื่อสาร การเขียนเพื่อการสื่อสาร สัมมนาทางการสื่อสาร และการฝึกวิชาชีพ

จากการวิเคราะห์ในภาพรวมของรายวิชาที่มีการจัดการศึกษาในหมวดวิชาเอกในสาขาดังกล่าว พบว่า มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ได้จัดให้สาขานิเทศศาสตร์ อยู่ในคณะวิทยาการสื่อสาร โดยผู้จบการศึกษจะได้รับปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ ไม่ใช่เป็นนิเทศศาสตรบัณฑิต ดังนั้นรายวิชาจะค่อนข้างให้ความสำคัญกับเรื่องของภาษา การสื่อสารในภาพกว้างมากกว่าการเจาะลึกในองค์ความรู้ทางการสื่อสารทั้งหมดเหมือนมหาวิทยาลัยอื่นที่ได้ให้ปริญญานิเทศศาสตรบัณฑิต

ผู้วิจัยนำผลจากการศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ของบัณฑิตของวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม สมรรถนะของนักสื่อสารนวัตกรรม และผลจากการวิเคราะห์หลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารธุรกิจ เสนอผู้เข้าประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เพื่อดำเนินการร่วมกันร่างหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม โดยพิจารณาดำเนินการตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 ปรากฏผลดังนี้

1. โครงสร้างของหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม มีโครงสร้างตามรายละเอียดเอกสารแนบท้ายประกาศคณะกรรมการการอุดมศึกษาเรื่อง แนวทางการปฏิบัติตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2552 (ระดับปริญญาตรี) ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 หมวด คือ หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการและโครงสร้างหลักสูตร หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล โดยมีรายละเอียด ดังนี้

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ซึ่งประกอบด้วย

1.1 ชื่อหลักสูตร - ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการสื่อสาร

1.2 ชื่อปริญญาและสาขาวิชา - ศิลปศาสตรบัณฑิต (นวัตกรรมการสื่อสาร)

1.3 วิชาเอก - การสื่อสารนวัตกรรม

1.4 จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร - ไม่น้อยกว่า 131 หน่วยกิต ทั้งนี้ด้วยเหตุผลสำคัญคือ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคมมีข้อกำหนดในส่วนของการกำหนดจำนวนหน่วยกิต โดยกำหนดว่า ในทุกสาขาวิชาต้องมีจำนวนหน่วยกิตเท่ากัน

1.5 รูปแบบหลักสูตร – เป็นหลักสูตรระดับปริญญาตรี 4 ปี โดยเรียนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เอกสารและตำราในวิชาพื้นฐานเฉพาะของหลักสูตรที่จัดการสอนเป็นภาษาอังกฤษ

ซึ่งนับเป็นข้อกำหนดของการจัดการเรียนการสอนในวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม ทั้งนี้วิชาพื้นฐานเฉพาะเป็นวิชาที่นิสิตของวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคมต้องเรียนร่วมกันทุกสาขาวิชา

การรับเข้าศึกษารับทั้งนักศึกษาไทยและนักศึกษาต่างประเทศที่สามารถใช้ภาษาไทยในการสื่อสารได้เป็นอย่างดี

1.6 อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา – ส่วนใหญ่จะเป็นอาชีพทางด้านการสื่อสารเพื่อพัฒนาซึ่งสามารถจำแนกออกเป็นสายงานได้ดังนี้

1.6.1 สายงานสอนและฝึกอบรม บัณฑิตที่จบการศึกษาจากหลักสูตรสามารถปฏิบัติงานในฐานะของนักฝึกอบรม หรือเจ้าหน้าที่บริหารโครงการในงานเชิงวิชาชีพทางการสื่อสาร

1.6.2 สายงานในภาครัฐหรือราชการ บัณฑิตที่จบการศึกษาจากหลักสูตรสามารถปฏิบัติงานในส่วนงานวิชาการการสื่อสาร วิชาการส่งเสริมและเผยแพร่ ส่วนงานประชาสัมพันธ์ และส่วนงานวิเทศสัมพันธ์

1.6.3 สายงานในรัฐวิสาหกิจหรือหน่วยงานกึ่งรัฐกึ่งเอกชน บัณฑิตที่จบการศึกษาจากหลักสูตรสามารถปฏิบัติงานในส่วนงานประชาสัมพันธ์ งานสร้างภาพลักษณ์องค์กร งานสื่อสารองค์กร งานส่งเสริมและเผยแพร่ งานมวลชนสัมพันธ์ และงานสื่อสารการตลาด เป็นต้น

1.6.4 สายงานภาคธุรกิจเอกชนซึ่งครอบคลุมธุรกิจในแขนงอุตสาหกรรม พาณิชยกรรม ธุรกิจบริการ หรือธุรกิจการเงิน โดยบัณฑิตที่จบการศึกษาจากหลักสูตรสามารถปฏิบัติงานทางด้านการตลาด การวิจัยตลาด งานส่งเสริมการขาย งานโฆษณา งานประชาสัมพันธ์ งานสื่อสารองค์กร และงานสื่อสารการตลาด ทั้งนี้ครอบคลุมความรับผิดชอบในการดำเนินงานได้ตั้งแต่ขั้นตอนของการวางแผนการสื่อสาร การผลิตชิ้นงาน การเผยแพร่/การสื่อสารและการประสานงานต่าง ๆ กับกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง

1.6.5 สายงานอาชีพอิสระ บัณฑิตที่จบการศึกษาจากหลักสูตรสามารถประกอบอาชีพอิสระด้วยตนเองได้ทั้งในส่วนของการงานด้านการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวิจัยทางธุรกิจ และ/หรืองานออกแบบเชิงสร้างสรรค์ เป็นต้น

1.7 สถานที่จัดการเรียนการสอน – วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

1.8 สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

สถานการณ์ภายนอกที่นำมาพิจารณาในการวางแผนพัฒนาหลักสูตรครั้งนี้คือ การเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจที่ให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจฐานความรู้ หรือเศรษฐกิจฐานนวัตกรรมมากขึ้น นวัตกรรมกลายมาเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่ง

ย่อมส่งผลให้บัณฑิตที่มีความสามารถในการใช้เทคนิคการสื่อสารต่างๆ เพื่อถ่ายทอดนวัตกรรมในทุกประเภทให้กับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในสังคมตามวัตถุประสงค์ทางการสื่อสารที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้นย่อมเป็นที่ต้องการของตลาดการทำงานมากขึ้น นอกจากนี้จากการที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาได้มีการจัดทำกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาขึ้นย่อมส่งผลให้การพัฒนาหลักสูตรต้องมีความชัดเจน สามารถสะท้อนผลการเรียนรู้ที่จะเกิดขึ้นกับผู้เรียนได้อย่างเป็นรูปธรรม

1.9 ผลกระทบของสถานการณ์ภายนอกต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

จากการกำหนดกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาที่กระตุ้นให้การจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษาต้องหันมาให้ความสำคัญกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้เรียนมากขึ้นเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มผู้ใช้บัณฑิต การพัฒนาหลักสูตรครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้วิเคราะห์สมรรถนะมาเป็นกรอบกำหนดวัตถุประสงค์ของหลักสูตร คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิต ตลอดจนผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน และเป็นกรอบในการกำหนดรายวิชา และจัดทำคำอธิบายรายวิชา รวมทั้งกลยุทธ์ในการพัฒนาการเรียนรู้ และกลยุทธ์ในการประเมินผลการเรียนรู้

หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร ซึ่งประกอบด้วย

2.1 ความสำคัญ ปรัชญา และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

2.1.1 ความสำคัญ – ปัจจุบันการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทสำคัญยิ่งในทุกสาขาวิชาชีพเพื่อให้การดำเนินธุรกิจต่างๆ สัมฤทธิ์ผล และนโยบายการพัฒนาประเทศได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาธุรกิจบนฐานนวัตกรรมซึ่งหมายถึงความถึง การดำเนินธุรกิจในอนาคตจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับเรื่องของนวัตกรรมทั้งในรูปของเทคโนโลยี ผลิตภัณฑ์ ตลอดจนแนวคิดใหม่ๆ ดังนั้นในการจะสร้างการรับรู้ หรือกระตุ้นยอดขายให้กับนวัตกรรมนั้นๆ จึงจำเป็นต้องมีการใช้ผู้เชี่ยวชาญในด้านการสื่อสารนวัตกรรม นอกจากนี้ การสื่อสารนวัตกรรมยังเป็นปัจจัยสนับสนุนในการขับเคลื่อนนวัตกรรมหรือองค์ความรู้ แนวคิดใหม่ๆ ทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีให้มีความเป็นรูปธรรม พร้อมสร้างการรับรู้ต่อสาธารณชนในระบบสังคมได้ในวงกว้าง

2.1.2 ปรัชญา – “หลักสูตรวิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรมมุ่งมั่นพัฒนาผู้เรียนให้เป็นผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์ทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและสามารถบูรณาการความคิดและการสร้างสรรค์การสื่อสารกับศาสตร์ด้านอื่นๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดภายใต้การดำรงไว้ซึ่งคุณธรรมจริยธรรมอันดีงามของนักสื่อสารทั้งในระดับท้องถิ่นและในระดับสากล”

2.1.3 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

2.1.3.1 เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ความสามารถด้านการสื่อสาร ครอบคลุมทุกทักษะทั้งฟัง พูด อ่าน เขียน และการสื่อสารในทุกรูปแบบ มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม สามารถเลือกใช้เทคนิควิธีการในการนำเสนอหรือถ่ายทอดเรื่องราวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตอบสนองต่อเป้าหมายทางการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และสามารถวางแผน ออกแบบ วิจัยและพัฒนารูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมเพื่อการเผยแพร่นวัตกรรมทั้งที่เป็นแนวคิด สินค้า ตลอดจนเทคโนโลยีต่างๆได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.1.3.2 เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีความรู้เกี่ยวกับพัฒนาการการสื่อสาร กระบวนการสื่อสาร การบริหารจัดการการสื่อสารโดยครอบคลุมตั้งแต่การมีความรู้เกี่ยวกับผู้ส่งสาร ผู้รับสาร สาร และสื่อ/ช่องทางการสื่อสาร อิทธิพลของการสื่อสารต่อการพัฒนา ตลอดจนปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ และมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางในการนำเทคโนโลยีทางการสื่อสารมาใช้ประโยชน์เพื่อการเผยแพร่นวัตกรรมในทุกประเภท ครอบคลุมทั้งที่เป็นเทคโนโลยี แนวคิด หรือรูปแบบ/วิธีการใหม่ เป็นต้น

2.1.3.3 เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความเข้าใจที่ลึกซึ้งเกี่ยวกับ นวัตกรรมประเภทต่างๆทั้งที่เป็นนวัตกรรมเชิงผลิตภัณฑ์ (product innovation) นวัตกรรมเชิงกระบวนการ (process innovation) นวัตกรรมเชิงคุณค่า/การรับรู้ตำแหน่ง (position innovation) หรือ นวัตกรรมเชิงแนวคิด/นโยบาย (paradigm innovation) เพื่อให้สามารถออกแบบและเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารในลักษณะต่างๆได้อย่างเหมาะสมกับคุณลักษณะและองค์ประกอบของนวัตกรรมในแต่ละประเภทได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.1.3.4 เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีความสามารถในการเรียนรู้ศาสตร์ใหม่ได้ด้วยตนเอง โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการเรียนรู้อย่างรู้เท่าทัน และมีการปรับใช้แนวความคิดที่มาจากแหล่งความรู้ที่หลากหลาย หรือจากศาสตร์ที่แตกต่างกันได้อย่างเหมาะสม และสร้างสรรค์บนฐานของการมีคุณธรรมและจริยธรรม

2.1.3.5 เพื่อผลิตบัณฑิตให้สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีภาวะผู้นำ รับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนอย่างชัดเจน มีทักษะการแก้ปัญหาและการตัดสินใจที่เหมาะสม ตลอดจนมีระเบียบวินัยและรับผิดชอบต่อตนเองและส่วนรวม และเป็นผู้ที่มีความเข้าใจด้านสังคม องค์กร และคุณธรรม จริยธรรมในวิชาชีพด้านการสื่อสาร

2.2 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตสาขานวัตกรรมการสื่อสาร (วิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรม) มีดังนี้

2.2.1 มีคุณธรรมจริยธรรม และมีจรรยาบรรณในเชิงวิชาชีพที่เหมาะสม

2.2.2 มีความรู้ความเชี่ยวชาญในศาสตร์ทางการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่
นวัตกรรมอย่างเป็นระบบทั้งในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ

2.2.3 มีทักษะทางปัญญาที่ครอบคลุมทักษะการรู้สารสนเทศ ทักษะการคิด
วิเคราะห์ สังเคราะห์ ตลอดจนทักษะการคิดแก้ปัญหา

2.2.4 มีทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

2.2.5 มีทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี
สารสนเทศได้อย่างรู้เท่าทันและมีประสิทธิภาพ

2.2.6 มีทักษะการปฏิบัติในเชิงวิชาชีพทางการสื่อสารนวัตกรรมได้อย่าง
เหมาะสม

หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร
ซึ่งประกอบด้วย

3.1 ระบบการจัดการศึกษา – เป็นแบบทวิภาค ข้อกำหนดเป็นไปตามระเบียบ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

3.2 การดำเนินการหลักสูตร

3.2.1 มี 3 ภาคการศึกษา คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษาคือ ต้องสำเร็จการศึกษาไม่ต่ำ
กว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย และผ่านเกณฑ์การคัดเลือกตามระเบียบมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

3.2.2 ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า

ปัญหาที่สำคัญของนักศึกษาแรกเข้าคือ ทักษะและความสามารถในการใช้
ภาษาอังกฤษของนักศึกษา เนื่องจากตำรา เอกสารและข้อสอบโดยเฉพาะในส่วนของวิชาพื้นฐาน
เฉพาะซึ่งเป็นรายวิชาที่นิสิตทุกคนในทุกสาขาวิชาจะต้องใช้เรียนร่วมกันนั้นเป็นภาษาอังกฤษ
ทั้งหมด

3.2.3 กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา

ใช้วิธีการกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกนักศึกษาโดยพิจารณาผลการเรียนในกลุ่ม
วิชาภาษาอังกฤษอยู่ในเกณฑ์ดี หรือมีผลสอบมาตรฐานด้านภาษาไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่วิทยาลัย
นวัตกรรมสื่อสารสังคมกำหนดไว้ในระเบียบการคัดเลือกนักศึกษาเข้าเรียน

นอกจากนี้ วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคมจะจัดโครงการอบรมภาษาอังกฤษ
เพื่อเป็นการปรับพื้นฐานก่อนเริ่มเข้าเรียนในภาคการศึกษาแรก

3.3 หลักสูตร – มีการกำหนดจำนวนหน่วยกิตรวมไม่ต่ำกว่า 131 หน่วยกิต

3.3.1 โครงสร้างหลักสูตร

โครงสร้างหลักสูตร แบ่งเป็นหมวดวิชาที่สอดคล้องกับที่กำหนดไว้ในเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ ประกอบด้วย ก.หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ข.หมวดวิชาพื้นฐานเฉพาะ ค.หมวดวิชาเอก และ ง.หมวดวิชาเลือกเสรี ซึ่งในการพัฒนาหลักสูตรครั้งนี้ กำหนดขอบเขตของการพัฒนาเฉพาะรายวิชาในหมวดวิชาพื้นฐานเฉพาะ (เฉพาะสาขาการสื่อสารนวัตกรรม) และหมวดวิชาเอก ดังนี้

3.3.1.1 หมวดวิชาพื้นฐานเฉพาะ เรียนไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต (จัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษ)

เนื่องจากรายวิชาในหมวดวิชาพื้นฐานเฉพาะ เป็นหมวดวิชาที่นิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคมทุกสาขาต้องเรียนร่วมกัน แต่ที่ประชุมฯ มีความเห็นว่า ยังขาดรายวิชาที่เป็นพื้นฐานจำเป็นของนิสิตสาขานวัตกรรมการสื่อสาร วิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรม จึงมีมติให้ดำเนินการปรับปรุงและเพิ่มรายวิชาในหมวดวิชาพื้นฐานเฉพาะอีก 2 รายวิชาคือ รายวิชา “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา” จำนวน 3 หน่วยกิต รายละเอียดคำอธิบายรายวิชาคือ “ศึกษาค้นคว้า และวิเคราะห์เกี่ยวกับความรู้เบื้องต้นในศาสตร์ทางด้านการสื่อสารเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาด้านต่างๆ ทั้งสังคม เศรษฐกิจ การเมือง หรือวัฒนธรรม เป็นต้น” โดยเข้าไปแทนที่รายวิชา “การจัดการธุรกิจไซเบอร์ (กธ 202)” เพราะวิชาการจัดการธุรกิจไซเบอร์ค่อนข้างเป็นวิชาเฉพาะทาง และวิชาที่เกี่ยวกับพื้นฐานในการจัดการธุรกิจนั้นเป็นรายวิชาในหมวดวิชาศึกษาทั่วไปอยู่แล้ว และรายวิชา “ความรู้เบื้องต้นด้านสื่อสารมวลชนและสื่อดิจิทัล” จำนวน 3 หน่วยกิต รายละเอียดคำอธิบายรายวิชาคือ “ศึกษาค้นคว้า วิเคราะห์ และวิพากษ์องค์ความรู้ด้านสื่อสารมวลชนและสื่อดิจิทัล และทำความเข้าใจองค์ประกอบและกระบวนการทำงานของสื่อแต่ละประเภท เพื่อสร้างสรรค์และยกระดับระบบสื่อสารมวลชนและสื่อดิจิทัลไทยให้ก้าวหน้าในระดับสากล” โดยเข้าไปแทนที่รายวิชา “งานวิจัยและการประยุกต์ใช้ความรู้ (นว 202)” เพราะที่ประชุมฯ มีความเห็นตรงกันว่า รายวิชางานวิจัยและการประยุกต์ใช้รู้นั้นเป็นรายวิชาที่เน้นการประยุกต์องค์ความรู้โดยรวม และเป็นวิชาที่มีความลึกซึ้งในส่วนเนื้อหาของเนื้อหา ดังนั้นจึงไม่ควรเป็นรายวิชาในหมวดวิชาพื้นฐานเฉพาะ แต่ควรย้ายไปเป็นรายวิชาในหมวดวิชาเอกและควรจัดให้มีการเรียนการสอนทุกสาขา โดยให้มีรายละเอียดของระเบียบวิธีวิจัยแตกต่างกันไปตามศาสตร์ของแต่ละสาขานั้นๆ

ยิ่งไปกว่านั้นเมื่อพิจารณารายละเอียดคำอธิบายรายวิชาในหมวดวิชาพื้นฐานเฉพาะที่ประชุมฯ มีความเห็นร่วมกันว่า มีรายวิชาในหมวดวิชาพื้นฐานเฉพาะบางรายวิชาที่ไม่สะท้อนกระบวนการพัฒนาการจัดการเรียนรู้ของผู้เรียนที่เป็นรูปธรรม จึงมีมติให้ดำเนินการปรับปรุง

คำอธิบายรายวิชา 2 รายวิชาในหมวดวิชาพื้นฐานเฉพาะคือ (1) รายวิชาสื่อคอมพิวเตอร์เพื่อการสื่อสาร ปรับคำอธิบายรายวิชาเป็น “ศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์หลักการใช้สื่อคอมพิวเตอร์เพื่อการสื่อสาร องค์ประกอบการสื่อสารด้วยสื่อคอมพิวเตอร์ พฤติกรรมการติดต่อสื่อสาร สื่อกลางในการติดต่อสื่อสาร สังคมเชิงปฏิสัมพันธ์ จริยธรรมการสื่อสาร ศึกษาและวิเคราะห์ด้วยกระบวนการศึกษาค้นคว้าและสัมมนา พร้อมทั้งรายงานและนำเสนอร่วมกัน รวมทั้งมีกิจกรรมการเรียนการสอนที่กระตุ้นให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาชิ้นงานโดยใช้สื่อคอมพิวเตอร์เพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ” และ (2) รายวิชาแนวคิดเพื่อการออกแบบสื่อดิจิทัล ปรับคำอธิบายรายวิชาเป็น “ศึกษา พัฒนาแนวความคิดและกระบวนการทัศน์สำหรับนวัตกรรมสื่อสารสังคมในระบบดิจิทัล เพื่อสร้างสรรค์งานออกแบบให้ทันต่อการพัฒนาสื่อในระดับสากล โดยมีกิจกรรมการเรียนการสอนที่ช่วยกระตุ้นให้ผู้เรียนสะท้อนทักษะการสร้างสรรค์ที่เห็นได้อย่างเป็นรูปธรรมและมีประสิทธิภาพ”

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสามารถสรุปรายละเอียดของวิชาในหมวดวิชาพื้นฐานเฉพาะได้ดังนี้

นว	101	สังคมดิจิทัลและนิเวศวิทยาเชิงวัฒนธรรม	3(2-2-5)
CS	101	Digital Society and Cultural Ecology	
นว	102	สุนทรียศาสตร์ร่วมสมัย	3(2-2-5)
CS	102	Contemporary Aesthetics	
นว	103	จริยธรรมและประเด็นทางกฎหมายสารสนเทศ	3(2-2-5)
CS	103	Ethic and Law Issue Information Technology	
นส	101	นวัตกรรมสื่อสาร	3(3-0-5)
CI	101	Communication Innovation	
นส	102	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา	3(3-0-5)
IC	102	Introduction to Development Communication	
คส	101	สื่อคอมพิวเตอร์เพื่อการสื่อสาร	3(2-2-5)
CC	101	Computer-mediated Communication	
อส	201	แนวความคิดเพื่อการออกแบบสื่อดิจิทัล	3(2-2-5)
ID	201	Digital Media Design Concept	
กธ	201	พฤติกรรมผู้ใช้สารสนเทศ	3(2-2-5)
CB	201	End user Behavior	
ภส	201	สื่อดิจิทัลกับสังคม	3(3-0-5)
CD	201	Digital Media and Society	
นส	201	ความรู้เบื้องต้นด้านสื่อสารมวลชนและสื่อดิจิทัล	3(3-0-6)
IC	201	Introduction to Mass Communication and Digital Media	

3.3.1.2 หมวดวิชาเอก เรียนไม่น้อยกว่า

50 หน่วยกิต

การจัดการเรียนการสอนในหมวดวิชาเอกแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มวิชาเอกบังคับ และ กลุ่มวิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรม ซึ่งมีรายละเอียดในการพัฒนารายวิชาดังนี้

1. กลุ่มวิชาเอกบังคับ เป็นกลุ่มของรายวิชาที่เกี่ยวกับความรู้พื้นฐานทางการสื่อสารซึ่งกำหนดขึ้นเป็นวิชาบังคับสำหรับนิสิตทุกคนในสาขานวัตกรรมการสื่อสาร โดยกำหนดให้เรียนไม่น้อยกว่า 25 หน่วยกิต และที่ประชุมฯ มีมติร่วมกันในการพัฒนารายวิชาขึ้นมาใหม่สำหรับกลุ่มวิชาเอกบังคับจำนวน 8 รายวิชา รายละเอียดโครงสร้างหลักสูตรมีดังนี้

วิชาเอกบังคับ ให้เรียนไม่น้อยกว่า 25 หน่วยกิต

นส 111	ทฤษฎีและพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร	3(2-2-5)
IC 111	Theory and Communication Behavior	
นส 251	การคิดสร้างสรรค์เพื่อนวัตกรรมสื่อสาร	3(2-2-6)
IC 251	Creative thinking for Communication Innovation	
นส 252	การผลิตสื่อเบื้องต้น	3(2-2-6)
IC 252	Introduction to Media Production	
นส 253	การบูรณาการสื่อเพื่องานสร้างสรรค์	2(1-2-6)
IC 253	Integrated Media for Creative Works	
นส 261	การจัดการการสื่อสาร	2(1-2-5)
IC 261	Communication Management	
นว 202	งานวิจัยและการประยุกต์ใช้ความรู้	3(3-0)
CS 202	Research and Knowledge Application	
นว 372	สหกิจศึกษา	6 หน่วยกิต
CS 372	Cooperate study	
นส 481	การศึกษาเฉพาะรายบุคคล	3(2-2-6)
IC 481	Independent study	

2. กลุ่มวิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรม เป็นกลุ่มของรายวิชาที่เกี่ยวกับองค์ความรู้ในเรื่องของนวัตกรรม การแพร่กระจายนวัตกรรม และการบูรณาการองค์ความรู้ทั้ง 3 เรื่องคือ เรื่องการสื่อสาร เรื่องของนวัตกรรม และเรื่องการแพร่กระจายนวัตกรรม โดยกำหนดให้เรียนไม่น้อยกว่า 25 หน่วยกิต และที่ประชุมฯ มีมติร่วมกันในการพัฒนารายวิชาขึ้นมาใหม่สำหรับกลุ่มวิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรมจำนวน 13 รายวิชา รายละเอียดโครงสร้างหลักสูตรมีดังนี้

กลุ่มวิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรม เรียนไม่น้อยกว่า 25 หน่วยกิต

นส 112	นวัตกรรมเบื้องต้น	3(3-0-6)
IC 112	Principles of Innovation	
นส 211	เทคนิคการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายทางการสื่อสารนวัตกรรม	3(2-2-5)
IC 211	Audience Analysis Techniques for INNOVATIVE COMMUNICATION	
นส 221	การจัดการนวัตกรรม	3(2-2-5)
IC 221	Innovation Management	
กธ 226	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ	3(3-0-6)
IS 226	Management Information System	
นส 262	กลยุทธ์ทางการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม	3(2-2-5)
IC 262	Strategic of Technological and Innovative Management	
นส 311	การโน้มน้าวใจและการรณรงค์	2(1-2-4)
IC 311	Persuasion and Campaign	
นส 321	การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการเพื่องานนวัตกรรม	3(2-2-5)
IC 321	Integrated Marketing Communication for Innovative Market	
นส 356	เทคนิคการสร้างสรรค้งานการสื่อสารนวัตกรรม	3(2-2-5)
IC 356	Creative Techniques for Innovative Communication	
นส 361	การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคม	3(2-2-4)
IC 361	Social Marketing Communication	
นส 411	การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม	3(2-2-4)
IC 411	Intercultural Communication	
นส 421	การวางแผนและบริหารโครงการสื่อสารนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์	3(2-2-5)
IC 421	Strategic Planning and Management of Inovative Communication Projects	
นส 422	การจัดการทรัพย์สินทางปัญญา	2(2-0-4)
IC 422	Intellectual Property Management	
นส 463	การสื่อสารเพื่อบริหารการเปลี่ยนแปลง	2(1-2-4)
IC 463	Communication for Change Management	

3.3.2 แผนการศึกษา

การจัดแผนการศึกษา กำหนดให้เรียนรายวิชาในหมวดพื้นฐานเฉพาะในช่วงปีที่ 1 หรือปีที่ 2 โดยจัดรายวิชาที่เป็นวิชาทฤษฎีก่อนรายวิชาที่เป็นภาคปฏิบัติหรือวิชาที่เน้นการบูรณาการ/ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ที่หลากหลาย

3.4 องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม (การฝึกงาน หรือสหกิจศึกษา) –มีดังนี้

3.4.1 ทักษะในการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ ตลอดจนมีความเข้าใจในหลักการ ความจำเป็นในการเรียนรู้ทฤษฎีมากยิ่งขึ้น

3.4.2 บุรณาการความรู้ที่เรียนมาเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการทำงานได้

3.4.3 มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี

3.4.4 มีระเบียบวินัย ตรงเวลา มีความรับผิดชอบและเข้าใจวัฒนธรรม ตลอดจนสามารถปรับตัวเข้ากับสถานประกอบการได้

3.4.5 มีความกล้าในการแสดงออก และนำความคิดสร้างสรรค์ไปใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติงานได้

3.5 ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงงานหรือการศึกษาเฉพาะรายบุคคล

เป็นหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้การสื่อสารเพื่อพัฒนางานนวัตกรรมทั้งที่เป็น นวัตกรรมเชิงผลิตภัณฑ์ (product innovation) นวัตกรรมเชิงกระบวนการ (process innovation) นวัตกรรมเชิงคุณค่า/การรับรู้ตำแหน่ง (position innovation) หรือนวัตกรรมเชิงแนวคิด/นโยบาย (paradigm innovation) โดยต้องมีหน่วยงานภาครัฐหรือภาครัฐที่อ้างอิงและคาดว่าจะนำไปใช้ งานหากโครงงานสำเร็จ และมีรายงานที่ต้องนำเสนอตามรูปแบบและระยะเวลาที่หลักสูตรกำหนด อย่างเคร่งครัด หรือเป็นโครงงานที่มุ่งเน้นการสร้างผลงานวิจัยเพื่อพัฒนางานด้านการสื่อสาร นวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพ

หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล

4.1 การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา – ในครั้งนี้พิจารณาคุณลักษณะพิเศษ ของนักศึกษา 3 ด้านเพื่อสนับสนุนการเป็นนักสื่อสารนวัตกรรมที่ดีคือ

(1) ด้านบุคลิกภาพ –มีบุคลิกภาพ การแต่งกาย การเข้าสังคม ทักษะในการสื่อสาร การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และการวางตัวในการทำงานในบางรายวิชาที่เกี่ยวข้อง โดยจะจัดให้มี กิจกรรมปัจฉิมนิเทศ ก่อนที่นักศึกษาจะสำเร็จการศึกษา

(2) ด้านภาวะผู้นำ และความรับผิดชอบ ตลอดจนการมีวินัยในตนเอง – แนวทางการ พัฒนาแสดงออกได้ใน 3 ลักษณะคือ

2.1 กำหนดให้มีรายวิชาซึ่งนักศึกษาต้องทำงานเป็นกลุ่ม และมีการกำหนด หัวหน้ากลุ่มในการทำรายงานตลอดจน กำหนดให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการนำเสนอรายงาน เพื่อเป็น การฝึกให้นักศึกษาได้สร้างภาวะผู้นำและการเป็นสมาชิกกลุ่มที่ดี

2.2 มีกิจกรรมนักศึกษาที่มอบหมายให้นักศึกษาหมุนเวียนกันเป็นหัวหน้าในการ ดำเนินกิจกรรม เพื่อฝึกให้นักศึกษามีความรับผิดชอบ

2.3 มีกติกากิจที่จะสร้างวินัยในตนเอง เช่น การเข้าเรียนตรงเวลา เข้าเรียนอย่างสม่ำเสมอ การให้คะแนนการมีส่วนร่วมในชั้นเรียนเพื่อเสริมความกล้าในการแสดงความคิดเห็น

(3) ด้านคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ –เน้นด้านความรู้ในประเด็นปัญหาทางจริยธรรมและกฎหมายในธุรกิจสื่อสารและธุรกิจสารสนเทศที่มีผลกระทบต่อโลก สังคม ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ซึ่งเกี่ยวข้องกับนวัตกรรมสื่อสารสังคม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี คอมพิวเตอร์ รวมทั้งเกี่ยวข้องกับบทบาท ภารกิจ ความรับผิดชอบและบทลงโทษของผู้สร้างสรรค์

4.2 การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน – ทั้งนี้ครอบคลุมรายละเอียดพฤติกรรมที่สะท้อนผลการเรียนรู้ซึ่งเป็นผลที่ได้จากการสนทนากลุ่มและประชุมเชิงปฏิบัติการในขั้นตอนที่ 1 กลยุทธ์การพัฒนารการเรียนรู้ และกลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้โดยจำแนกเป็นรายด้านดังนี้

1. มีคุณธรรมจริยธรรม และมีจรรยาบรรณในเชิงวิชาชีพที่เหมาะสม

(1) ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต

(2) มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเอง วิชาชีพและสังคม

(3) มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขข้อขัดแย้งและจัดลำดับความสำคัญ พร้อมบริหารเวลาได้อย่างเหมาะสม

(4) เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ ตลอดจนเคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม

(5) มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ

กลยุทธ์การพัฒนารการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

กำหนดให้มีวัฒนธรรมองค์กร เพื่อเป็นการปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลา ตลอดจนการแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย นักศึกษาต้องมีความรับผิดชอบ โดยในการทำงานกลุ่มนั้นต้องฝึกให้รู้หน้าที่ของการเป็นผู้นำกลุ่ม และการเป็นสมาชิกกลุ่ม มีความซื่อสัตย์โดยต้องไม่กระทำการทุจริตในการสอบหรือลอกการบ้านของผู้อื่น เป็นต้น นอกจากนี้อาจารย์ผู้สอนทุกคนต้องสอดแทรกเรื่องคุณธรรม จริยธรรมในการสอนทุกรายวิชา รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม เช่น การยกย่องนักศึกษาที่ทำดี ทำประโยชน์แก่ส่วนรวม อย่างไรก็ตามในการพัฒนาคุณลักษณะด้านคุณธรรมจริยธรรมนั้นจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย และการเข้าร่วมกิจกรรม

- ประเมินจากการมีวินัยและพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรมเสริม
หลักสูตร

- ปริมาณการกระทำทุจริตในการสอบ
- ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย
- ประเมินจากการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน

2. มีความรู้ความเชี่ยวชาญในศาสตร์ทางการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่นวัตกรรม
อย่างเป็นระบบทั้งในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ

(1) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ ทฤษฎี ตลอดจนแนวคิด
เทคนิค/วิธีการที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชาการสื่อสารนวัตกรรม โดยครอบคลุมในเรื่องของ

- การสื่อสาร องค์ประกอบของการสื่อสาร และกระบวนการจัดการการ
สื่อสารทั้งระบบ

- แนวคิดเกี่ยวกับระบบนวัตกรรม ประเภท องค์ประกอบและการจัดการ
นวัตกรรม ตลอดจนรูปแบบการแพร่กระจายนวัตกรรมที่เหมาะสมทั้งในบริบทท้องถิ่น ภูมิภาค ชาติ
และนานาชาติ

- พัฒนาการสื่อ และระบบโครงสร้างสถาบันสื่อ และองค์กรธุรกิจที่
เกี่ยวข้อง

- แนวทางปฏิบัติงานทางการสื่อสารที่ครอบคลุมตั้งแต่ขั้นการศึกษาข้อมูล
เบื้องต้น วางแผน ไปจนถึงขั้นของการนำเสนอผลงานเชิงนวัตกรรมที่เป็นรูปธรรม พร้อมประเมินผล

- เทคนิคการออกแบบและสร้างสรรค์ชิ้นงาน และเทคนิคการนำเสนอ
- เทคนิคการวิเคราะห์ผู้รับสาร/ผู้ส่งสาร
- กระบวนการวิจัย และเทคโนโลยีสารสนเทศ

(2) มีความตระหนักถึงบทบาท/อิทธิพลของสื่อและการสื่อสารที่มีต่อระบบ
เศรษฐกิจ สังคมและชุมชน

(3) มีความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหา เข้าใจและอธิบายความต้องการ
ทางการสื่อสารเพื่อพัฒนานวัตกรรม รวมทั้งประยุกต์ความรู้ ทักษะ และการใช้เครื่องมือทางการ
สื่อสารต่างๆที่เหมาะสมกับการแก้ไขปัญหาและนวัตกรรมในแต่ละประเภท

(4) มีความสามารถในการประยุกต์ใช้หลักการ ความรู้ เทคนิค/วิธีการต่างๆ
ทางการวิจัยเพื่อการพัฒนาและต่อยอดแนวคิดเพื่อการออกแบบ สร้างสรรค์ชิ้นงานและ/หรือ
โครงการทางการสื่อสารนวัตกรรมได้อย่างเป็นรูปธรรมสอดคล้องกับลักษณะนวัตกรรมและระบบ
อื่นๆที่เกี่ยวข้อง

(5) มีความสามารถในการวิเคราะห์ออกแบบ ปรับปรุงและหรือประเมินรูปแบบการสื่อสารได้อย่างเหมาะสมตรงตามเป้าหมายของการเผยแพร่นวัตกรรม

(6) มีความรู้ในแนวกว้างของสาขาวิชาการสื่อสารนวัตกรรมโดยเฉพาะงานวิจัยและวิทยาการที่ทันสมัยต่อการเปลี่ยนแปลงของประเทศและสังคมโลก สามารถสังเกตเห็นการเปลี่ยนแปลง และเข้าใจผลกระทบของเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการเผยแพร่/สื่อสารนวัตกรรม รวมทั้งไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม

(7) มีประสบการณ์ในการออกแบบ สร้างสรรค์ชิ้นงานหรือโครงการที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารนวัตกรรมที่สามารถใช้งานได้จริง

(8) สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาการสื่อสารนวัตกรรมกับความรู้ในศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสมและสะท้อนผลการศึกษอย่างเป็นรูปธรรม

กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

เน้นให้ผู้เรียนมีการเรียนรู้ด้วยตนเอง และการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม โดยการใช้ปัญหาเป็นพื้นฐาน เรียนรู้ผ่านโครงงาน รวมทั้งเรียนรู้จากสถานการณ์จริง ทั้งการเรียนรู้ในชั้นเรียน แหล่งฝึก และชุมชน โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่หลากหลายทั้งการบรรยายร่วมกับการอภิปราย การค้นคว้า การวิเคราะห์ และทำกรณีศึกษา ตลอดจนการนำเสนอประเด็นที่ผู้เรียนสนใจ เพื่อการเรียนรู้ร่วมกันของกลุ่ม ทั้งนี้ให้เป็นไปตามลักษณะของรายวิชา ตลอดจนเนื้อหาสาระของรายวิชานั้น ๆ

กลยุทธ์การประเมินผลเรียนรู้ด้านความรู้การ

ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและการปฏิบัติของนักศึกษา ในด้านต่าง ๆ คือ

- (1) การทดสอบย่อย การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน
- (2) ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาจัดทำ
- (3) ประเมินจากแผนธุรกิจหรือโครงการที่นำเสนอ
- (4) ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน
- (5) ประเมินจากรายวิชาสหกิจศึกษา

3. มีทักษะทางปัญญาที่ครอบคลุมทักษะการรู้สารสนเทศ ทักษะการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ ตลอดจนทักษะการคิดแก้ปัญหา

(1) สามารถสืบค้น ศึกษา และประเมินสารสนเทศ เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาและพัฒนางานได้อย่างสร้างสรรค์

(2) สามารถสาธิตทักษะในการแก้ปัญหาที่ใช้เหตุผลเชิงวิเคราะห์ให้ผู้อื่นเข้าใจได้

(3) สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ภาคทฤษฎี ภาคปฏิบัติ ไปสู่การฝึกประสบการณ์ภาคสนาม และการปฏิบัติงานจริงตามสถานการณ์ต่างๆได้อย่างเหมาะสม

(4) สามารถประยุกต์ใช้นวัตกรรมทางการสื่อสารเพื่อพัฒนาทักษะการทำงานเพื่อการเผยแพร่นวัตกรรมของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(5) สามารถนำเสนอชิ้นงานที่สะท้อนทักษะการสร้างสรรค์ที่เห็นได้อย่างเป็นรูปธรรมและมีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

(1) กรณีศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจสื่อ การสื่อสาร โครงการรณรงค์ทางการสื่อสาร นวัตกรรม และการวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง

(2) การอภิปรายเป็นกลุ่ม

(3) การทำงานที่ได้รับมอบหมายให้ค้นคว้าหรืองานเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

(4) การบรรยายโดยผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ประกอบการที่มีความสำเร็จในอาชีพ

(5) กำหนดให้มีรายวิชาที่ต้องใช้ทักษะการคำนวณ เช่น กลยุทธ์การจัดการวิชาการวางแผนและบริหารโครงการ

(6) กำหนดให้มีรายวิชาที่มุ่งเน้นการใช้ทักษะกระบวนการคิดในการเรียนรู้เช่น วิชาการ บูรณาการสื่อเพื่องานสร้างสรรค์ หรือวิชาการคิดสร้างสรรค์เพื่อนวัตกรรมสื่อสาร เป็นต้น

กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

การประเมินหลายวิธี/กิจกรรม เป็นการวัดและการประเมินทักษะการคิด การแก้ไขปัญหาและทักษะการคำนวณ เช่น

(1) การสอบวัดความสามารถในการคิดและแก้ไขปัญหาโดยใช้กรณีศึกษา

(2) การประเมินจากผลงานที่เกิดจากการใช้กระบวนการแก้ไขปัญหา การศึกษาค้นคว้าอย่างเป็นระบบ การวิเคราะห์วิจารณ์ เช่น รายงานการวิเคราะห์วิจารณ์กรณีศึกษา การศึกษาอิสระ รายงานผลการอภิปรายกลุ่ม และการสัมมนาประเมินตามสภาพจริงจากผลงานและการปฏิบัติของนักศึกษา เช่น ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน การทดสอบโดยใช้แบบทดสอบหรือสัมภาษณ์ เป็นต้น

4. มีทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

(1) สามารถปฏิบัติและรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายตามหน้าที่และบทบาทของตนในกลุ่มงานได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือผู้ร่วมงานและแก้ไขปัญหา

(2) สามารถพัฒนาตนเอง และพัฒนาวิชาชีพให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง และตรงตามมาตรฐานสากล

(3) สามารถจัดการกับทรัพยากรเพื่อการทำงานและการบริหาร

(4) สามารถสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศกับกลุ่มคนหลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(5) มีความเคารพและยอมรับในความแตกต่างระหว่างบุคคลและวัฒนธรรม มีความคิดริเริ่มในการคิดวิเคราะห์ปัญหาที่ต้องการความสนใจ และแสดงออกได้อย่างอิสระ

(6) สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานในองค์กรและกับบุคคลทั่วไป และสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมองค์กรที่ไปปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม

กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

(1) กลยุทธ์การสอนที่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน ผู้เรียนกับผู้สอน ผู้เรียนกับหน่วยงานภาครัฐ/เอกชนที่เกี่ยวข้อง (ลูกค้า)

(2) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่มีการทำงานเป็นทีมเพื่อส่งเสริมการแสดงผลงานของการเป็นผู้นำและผู้ตาม

(3) จัดประสบการณ์การเรียนรู้ในภาคปฏิบัติที่ส่งเสริมให้ทำงานเป็นทีมและการแสดงออกของภาวะผู้นำหลากหลายสถานการณ์

(4) การใช้รูปแบบของกิจกรรมกลุ่มเพื่อผลักดันให้เกิดการอภิปราย แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้เรียนและผู้สอนอันจะไปสู่การฝึกที่จะสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ตลอดจนกล้าแสดงความคิดเห็นของตน และพร้อมที่จะยอมรับฟังความคิดเห็นของบุคคลอื่น

กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ประเมินจากพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในการนำเสนอรายงานกลุ่มในชั้นเรียน และสังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ และความครบถ้วนชัดเจนตรงประเด็นของข้อมูล ตลอดจนความตรงต่อเวลาในการส่งงาน เข้าชั้นเรียนและมีส่วนร่วมในกิจกรรม

5. มีทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างรู้เท่าทันและมีประสิทธิภาพ

(1) มีทักษะในการใช้เครื่องมือทางการสื่อสารที่จำเป็นที่มีอยู่ในปัจจุบันต่อการดำเนินงานโครงการทางการสื่อสารนวัตกรรม

(2) สามารถนำเสนอข้อค้นพบเพื่องานการออกแบบ สร้างสรรค์โดยใช้สารสนเทศทางคณิตศาสตร์หรือการแสดงสถิติประยุกต์ต่อประเด็นที่เกี่ยวข้องอย่างสร้างสรรค์

(3) สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งที่เป็นวัจนภาษาและอวัจนภาษา พร้อมทั้งเลือกใช้รูปแบบเพื่อนำเสนอได้อย่างเหมาะสม

(4) สามารถประยุกต์ใช้สารสนเทศและเทคโนโลยีสื่อสาร ตลอดจนเครื่องมือต่างๆทางการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

(5) สามารถใช้เทคนิคพื้นฐานทางคณิตศาสตร์และสถิติในการประมวล การแปลความหมาย และการวิเคราะห์ข้อมูล

(6) สามารถใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษในการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียนอย่างมีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

(1) การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะการสื่อสารระหว่างบุคคลทั้งการพูด การฟัง และการเขียนในกลุ่มผู้เรียน ระหว่างผู้เรียนและผู้สอน และบุคคลที่เกี่ยวข้องในสถานการณ์ที่หลากหลาย

(2) การจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้เลือกและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่หลากหลายรูปแบบและวิธีการ

(3) การจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ใช้ความสามารถในการเลือกสารสนเทศและฝึกทักษะการนำเสนอข้อสนเทศด้วยวิธีการที่หลากหลายเหมาะสมกับผู้ฟัง และเนื้อหาที่น่าสนใจ

กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

(1) การประเมินผลงานตามกิจกรรมการเรียนการสอนโดยใช้แบบสังเกต และแบบประเมินทักษะการฟัง พูด อ่านและเขียนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

(2) การทดสอบการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ข้อสอบ การทำรายงานกรณี และการวิเคราะห์ข้อมูลผลการศึกษาวิจัย การศึกษาอิสระ

(3) ประเมินจากความสามารถในการอธิบายถึงข้อจำกัด เหตุผลในการเลือกใช้เครื่องมือต่างๆ การอภิปราย กรณีศึกษาต่างๆ ที่มีการนำเสนอต่อชั้นเรียน

6. มีทักษะการปฏิบัติในเชิงวิชาชีพทางการสื่อสารนวัตกรรมได้อย่างเหมาะสม

(1) สามารถผลิตชิ้นงานที่สะท้อนถึงประสิทธิผลของการเลือกใช้เสียง ภาพ และ/หรือการเขียนข้อความต่างๆเพื่อการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม

(2) สามารถผลิตชิ้นงานที่แสดงถึงศักยภาพในการจัดการที่ครอบคลุมทั้งในมิติของเทคโนโลยีการผลิตสื่อ ระบบ เทคนิค และแนวทางการปฏิบัติอย่างมืออาชีพ

(3) สาธิตแนวทางการออกแบบและพัฒนาแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ และมุมมองทางการสื่อสารในด้านต่างๆ ที่เป็นผลมาจากการใช้กลยุทธ์ทางการวิจัย

(4) ผลิตชิ้นงานซึ่งสะท้อนถึงความเข้าใจในรูปแบบการนำเสนอและโครงสร้างของสื่อ กลุ่มผู้รับสารและรูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมบนฐานทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

(5) ริเริ่ม พัฒนา และเข้าใจในเรื่องของความแตกต่าง ตลอดจนสามารถสร้างสรรค์งานในรูปแบบ/วิธีการที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นงานเขียน งานนำเสนอด้านการพูด งานนำเสนอผ่านภาพ ภาพและเสียง งานนำเสนอด้านเสียงหรืองานนำเสนอผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ

(6) สามารถปรับเปลี่ยน/ดัดแปลง สร้างสรรค์ และให้ความสำคัญต่อผลการผลิตที่ตอบสนองกับกลุ่มผู้รับสารและรูปแบบการสื่อสาร/สื่อที่มีความหลากหลาย

กลยุทธ์การสอนที่จะใช้ในการพัฒนาทักษะการปฏิบัติทางวิชาชีพ

กลยุทธ์การสอนในการพัฒนาทักษะปฏิบัติมีหลากหลายกลยุทธ์ โดยเน้นที่ขั้นตอนการพัฒนาทักษะของผู้เรียนตั้งแต่การให้ฝึกเก็บรวบรวมข้อมูล วางแผน วิเคราะห์ตลาด ออกแบบและสร้างสรรค์งาน ตลอดจนฝึกปฏิบัติการนำเสนอและถ่ายทอดงานในบริบทของผู้รับสารที่แตกต่างกันทั้งนี้การฝึกหัดและการปฏิบัติจะอยู่ภายใต้การแนะนำของผู้สอน จนถึงการปฏิบัติอย่างเป็นอิสระ ทั้งนี้จะเน้นการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน การเรียนรู้จากกรณีศึกษา การเรียนรู้ผ่านโครงงานตามความต้องการของภาครัฐ/เอกชนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการเรียนรู้ในรายวิชาการศึกษาเฉพาะบุคคล และสหกิจศึกษา

กลยุทธ์การประเมินทักษะการปฏิบัติทางวิชาชีพของผู้เรียน

เป็นกลยุทธ์การประเมินทักษะทางวิชาชีพอย่างเป็นองค์รวม นั่นคือ การประเมินทักษะที่บูรณาการทั้งความรู้ ทักษะคิด คุณธรรม จริยธรรม ตลอดจนการสร้างสัมพันธภาพกับผู้ใช้บริการ เช่น

(1) การประเมินทักษะการปฏิบัติในสถานการณ์ที่หลากหลายและในสถานการณ์จริงภายใต้รายวิชาสหกิจศึกษา

(2) การสังเกตการณ์ปฏิบัติการเชิงวิชาชีพในหน่วยงาน

(3) การประเมินจากข้อมูลสะท้อนกลับ (feedback) จากตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ/เอกชนที่รับนิสิตเข้าไปปฏิบัติงาน

(4) การประเมินแผนการสื่อสารนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ / การประเมินโครงการพัฒนาการสื่อสารนวัตกรรม

(5) การประเมินจากผลงานที่เกิดจากการใช้กระบวนการคิดสร้างสรรค์ ออกแบบและผลิตในรายวิชาต่างๆที่เกี่ยวข้อง

(6) ผลจากการดำเนินโครงการสื่อสารนวัตกรรมในรายวิชาการศึกษาเฉพาะรายบุคคล

4.3 รายละเอียดคำอธิบายรายวิชา

คำอธิบายรายวิชาในส่วนนี้ ผู้วิจัยนำเสนอเฉพาะรายวิชาในหมวดวิชาเอก ซึ่งมีทั้งหมด 21 รายวิชา จำนวนหน่วยกิตรวมทั้งสิ้น 61 หน่วยกิต แยกเป็นกลุ่มวิชาเอกบังคับจำนวน 8 รายวิชา 25 หน่วยกิต และกลุ่มวิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรมจำนวน 13 รายวิชา 36 หน่วยกิต ดังนี้

4.3.1 กลุ่มวิชาเอกบังคับ

นส 111 ทฤษฎีและพฤติกรรมการสื่อสาร 3(2-2-5)

IC 111 Theory and Communication Behavior

ศึกษาแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารตามแบบจำลองการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร(Transmission Model) และแบบจำลองเชิงวัฒนธรรม (Cultural Model) โดยเน้นอิทธิพลของสื่ออย่างเชื่อมโยงกับการพัฒนาในสังคมทันสมัยและหลังทันสมัยนิยม การนำทฤษฎีการสื่อสารมาอธิบายพฤติกรรมการสื่อสารทางด้านสังคม วัฒนธรรม สังคมวิทยาและจิตวิทยา และการศึกษาลักษณะและแนวทางการพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมการสื่อสารที่เหมาะสมกับกระบวนการพัฒนา ทั้งนี้มุ่งศึกษาและวิเคราะห์ด้วยกระบวนการศึกษาค้นคว้าและสัมมนา พร้อมทั้งรายงานและนำเสนอร่วมกัน

นส 251 การคิดสร้างสรรค์เพื่อนวัตกรรมสื่อสาร 3(2-2-5)

IC 251 Creative thinking for Communication Innovation

ศึกษาแนวคิดในสาระต่างๆของสังคม ที่มีความเกี่ยวข้อง และเอื้อต่อการเกิดแนวทางในการสร้างสรรค์ความคิดที่มีความแปลกใหม่ ทันสมัยต่อภาวะการณปัจจุบัน โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎีสมัยใหม่ และหลังสมัยใหม่เป็นแนวทางการสร้างสรรค์ ทั้งนี้มุ่งเน้นให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจและได้ฝึกปฏิบัติการคิดสร้างสรรค์เพื่อนวัตกรรมสื่อสารที่เหมาะสมในบริบทสังคมไทย

นส 252 การผลิตสื่อเบื้องต้น 3(2-2-5)

IC 252 Introduction to Media Production

ศึกษานวัตกรรมและเทคโนโลยีการผลิตรายการโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง การใช้เครื่องมือเพื่อการผลิตทั้งในส่วนของการผลิตนอกห้องผลิตรายการและในห้องผลิตรายการ โดยสามารถบูรณาการเทคโนโลยีต่างๆ ได้อย่างเหมาะสมกับรูปแบบของสื่อและการนำเสนอ ฝึกปฏิบัติเพื่อให้เกิดทักษะการใช้เครื่องมือและการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวข้อง

นส 253 การบูรณาการสื่อเพื่องานสร้างสรรค์ 2(1-2-3)

IC 253 Integrated Media for Creativity Works

การผสมผสานแนวความคิด การเลือกใช้สื่อในรูปแบบต่างๆ เชิงบูรณาการ โดยการศึกษาข้อดีข้อด้อยของสื่อในรูปแบบต่างๆ เพื่อนำสื่อที่มีอยู่มาบูรณาการใช้ในการสร้างสรรค์การนำเสนอแนวคิดได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้มุ่งเน้นให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจและได้ฝึกปฏิบัติวางแผนการบูรณาการสื่อเพื่องานสร้างสรรค์ที่มีประสิทธิภาพ

นส 261 การจัดการการสื่อสาร 2(1-2-3)

IC 261 Communication Management

ศึกษาหลักและเทคนิคการบริหารจัดการการสื่อสาร ระบบการสื่อสาร รวมทั้งศึกษาแนวความคิด ความหมาย ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายการสื่อสารตั้งแต่ระดับชุมชนไปจนถึงระดับประเทศ กระบวนการในการวางแผน การจัดการ และประเมินผลรูปแบบการจัดการสื่อสารเพื่อการพัฒนาในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และการศึกษา เป็นต้น โดยเรียนรู้ผ่านกรณีศึกษาและฝึกปฏิบัติการวางแผนการจัดการการสื่อสารที่เหมาะสมกับบริบทการเรียนรู้ของผู้เรียนแต่ละคน เพื่อให้เกิดความเข้าใจและประยุกต์ใช้ในแต่ละกลุ่มสาขาวิชาได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

นว 202 งานวิจัยและการประยุกต์ใช้ความรู้ 3(3-0-6)

CS 202 Research and Knowledge Application

บูรพวิชา : มศว 144

ศึกษาค้นคว้า ทำความเข้าใจในเรื่องงานวิจัยและความสำคัญของการวิจัยต่อโลกของการสื่อสารและกระบวนการสื่อสารในสังคมโลกหลังทันสมัยที่มีความรู้ ความเท่าทัน ความเป็นจริงเป็นฐานในการพัฒนา มุ่งศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารและสื่อดิจิทัลในปัจจุบัน โดยเน้นในเรื่องของประโยชน์จากงานวิจัย ทั้งนี้มุ่งให้ผู้เรียนสามารถอ่านผลงานวิจัยและรู้จักการนำประโยชน์จากงานวิจัยมาใช้ได้ โดยให้ผู้เรียนฝึกอ่าน วิเคราะห์และสังเคราะห์ความรู้จากผลงานวิจัยเป็นสำคัญ

นว 372 สหกิจศึกษา 6 หน่วยกิต

CS 372 Cooperative Education

การศึกษาที่จัดให้ผู้เรียนได้รับการเรียนการสอนในสถานศึกษาสลับกับการไปหาประสบการณ์ตรงจากการปฏิบัติงานจริง ณ สถานประกอบการอย่างมีระบบ ด้วยความร่วมมือจากสถานประกอบการและทุก

ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นระบบการศึกษาที่ผสมผสานการเรียนรู้กับการปฏิบัติงานเพื่อเตรียมความพร้อมของผู้เรียน พร้อมเสริมทักษะและประสบการณ์ให้พร้อมที่จะเข้าสู่ระบบการทำงาน

นว 481 การศึกษาเฉพาะรายบุคคล 3(2-2-5)

IC 481 Independent study

ผู้เรียนนำประสบการณ์ที่ได้เรียนรู้ในวิชาต่างๆ หรือจากการฝึกปฏิบัติในสถานประกอบการในระดับอาชีวศึกษาที่นักศึกษาสนใจ มากำหนดหัวข้อเพื่อการศึกษา วิเคราะห์เกี่ยวกับรูปแบบของการจัดการการสื่อสารตามกลุ่มวิชาของตนเอง โดยนำเสนอรายงานตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ หรือศึกษาและผลิตโครงงานเฉพาะเรื่องตามความเหมาะสม

4.3.2 วิชาเอกเลือก

นส 112 แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับการแพร่กระจายนวัตกรรม 3(3-0-6)

IC 112 Principles of Diffusion of Innovation

ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการแพร่กระจายนวัตกรรม โดยเฉพาะปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออัตราการยอมรับนวัตกรรมในปัจจุบัน เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความรู้ ความเข้าใจและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนการสื่อสารนวัตกรรมได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพต่อไป

นส 211 จิตวิทยาการสื่อสาร 3(3-0-6)

IC 211 Communication Psychology

ศึกษาแนวคิด และทฤษฎีจิตวิทยามวลบุคคลและสังคมเกี่ยวกับบุคลิกภาพ แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ การเปลี่ยนแปลง ทักษะคิด และพฤติกรรม กระบวนการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ ปัจจัยสนับสนุนและปัจจัยอุปสรรคทางจิตวิทยาในด้านต่างๆ เน้นการวิเคราะห์ปัจจัยทางจิตวิทยา ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารเพื่อพัฒนารูปแบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

นส 221 การจัดการนวัตกรรม 3(2-2-5)

IC 221 Innovation Management

ศึกษาหลักการแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการนวัตกรรม โดยเน้นในเรื่องความสำคัญและองค์ประกอบของการจัดการนวัตกรรมในองค์กรนวัตกรรมกับผู้ประกอบการ ตลอดจนความสำคัญของการสื่อสารกับการแพร่กระจายนวัตกรรม โดยเฉพาะปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออัตราการยอมรับนวัตกรรมในปัจจุบัน เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความรู้ ความเข้าใจ และเห็นความสัมพันธ์ของระบบการสื่อสารกับการจัดการนวัตกรรม เพื่อที่จะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนการสื่อสารนวัตกรรมได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพต่อไป

กธ 226 ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ 3(3-0-6)

IS 226 Management Information System

ศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์หลักการ เครื่องมือ ประเด็นการบริหารระบบสารสนเทศภายในองค์กร ประเภทของระบบของข้อมูลข่าวสารในธุรกิจ ขั้นตอนการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ บทบาทของผู้บริหาร ในการพัฒนาระบบ การยอมรับนวัตกรรม การบริหารความเปลี่ยนแปลงในมุมมองของบุคคลในองค์กรที่มีต่อระบบ สารสนเทศ จริยธรรมทางระบบสารสนเทศ ศึกษาและวิเคราะห์ด้วยกระบวนการศึกษาค้นคว้าและสัมมนา พร้อมทั้ง รายงานและนำเสนอร่วมกัน

นส 262 กลยุทธ์ทางการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม 3(2-2-5)

IC 262 Strategic of Technological and Innovative Management

อธิบายความสำคัญของการจัดการเทคโนโลยี/นวัตกรรมและการใช้กลยุทธ์ทางเทคโนโลยีและ นวัตกรรมเพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อการ จัดการเทคโนโลยี/นวัตกรรม และเครื่องมือในการวิเคราะห์เพื่อกำหนด กลยุทธ์ทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ เหมาะสม ทั้งนี้จะมุ่งเน้นการทำความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรมทางเทคโนโลยีในระดับ ที่แตกต่างกัน ทั้งในระดับ บริษัท ระดับอุตสาหกรรม และระดับประเทศ รวมทั้งให้ความสำคัญในประเด็นที่เกี่ยวกับการค้นพบ การพัฒนา และการเผยแพร่ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมของธุรกิจ ตลอดจนการสร้างแนวคิดในการประเมิน เทคโนโลยีใหม่และโอกาสทางธุรกิจ เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจกระบวนการในการค้นพบ พัฒนานวัตกรรม ใหม่ๆ โดยเฉพาะในกลุ่มนวัตกรรมเชิงเทคโนโลยี และเรียนรู้ผ่านกรณีศึกษาเกี่ยวกับการประเมินคุณค่าของ นวัตกรรมในแต่ละบริบท

นส 311 การโน้มน้าวใจ และการรณรงค์ 2(1-2-3)

IC 311 Persuasion and Campaigns

ศึกษาแนวคิด หลักการ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการโน้มน้าวใจ จิตวิทยาและการวิเคราะห์ กลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำหลักการมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์สาร และรูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสมเพื่อ นำไปสู่การมีอิทธิพลให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านความรู้หรือทัศนคติ หรือพฤติกรรม

นส 321 การสื่อสารการตลาดนวัตกรรมเชิงบูรณาการ 3(2-2-5)

IC 321 Integrated Marketing Communication for Innovation Market

บูรพาวิชา : มศว 144 นว 202 นส 211 และ นส 253

ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการตลาดนวัตกรรม ตลอดจนแนวคิดด้านการสื่อสารการตลาด การ ดำเนินการและการจัดการเครื่องมือทางการสื่อสารการตลาด การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด ปัจจัยที่ มีผลกระทบต่อการทำงานสื่อสารการตลาด โดยเน้นกรณีศึกษาที่สะท้อนภาพชัดเจนเกี่ยวกับการนำเครื่องมือ ทางการสื่อสารการตลาดประเภทต่างๆมาใช้ในการสื่อสารนวัตกรรมในยุคปัจจุบัน พร้อมฝึกปฏิบัติการทาง ความคิดเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับนวัตกรรมที่กำหนด เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความรู้ ความ เข้าใจและสามารถสร้างสรรค์งานการสื่อสารการตลาดนวัตกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นส 356	เทคนิคการสร้างสรรคงานการสื่อสารนวัตกรรม	3(2-2-5)
IC 356	Creativity Techniques for Innovative Communication	
	บูรพวิชา : มศว 144 นว 202 นส 211 และ นส 251	
	ฝึกปฏิบัติงานสร้างสรรค์เพื่อการสื่อสารนวัตกรรมที่ได้รับมอบหมาย โดยครอบคลุมทุกองค์ประกอบทางการสร้างสรรค์ชิ้นงาน ตลอดจนเรียนรู้หลักการ แนวคิด กลยุทธ์ และเทคนิควิธีการสร้างสรรค์งานการสื่อสารนวัตกรรม	
นส 361	การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคม	3(2-2-5)
IC 361	Social Marketing Communication	
	บูรพวิชา : นส 102	
	ศึกษามิติต่างๆของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม การเปลี่ยนแปลงทางนิเวศวิทยาและสิ่งแวดล้อม การขาดแคลนพลังงาน ค่านิยมของสังคม ตลอดจนความรับผิดชอบทางสังคมและจริยธรรม บทบาทของผู้หญิงในสังคม มิติทางสุขภาพและโภชนาการ เพื่อนำไปสู่การประยุกต์หลักการ แนวคิด และกระบวนการทางการตลาดมาใช้ในการวางแผน การตัดสินใจ และการดำเนินกิจกรรมต่างๆเพื่อการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาทางสังคม ทั้งนี้มุ่งเน้นให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจและได้ฝึกปฏิบัติวางแผนการจัดการสื่อสารนวัตกรรมในลักษณะของการทำกิจกรรมการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป	
นส 411	การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม	3(2-2-5)
IC 411	Intercultural Communication	
	ศึกษาและวิเคราะห์ภูมิหลังทางสังคม วัฒนธรรมและอัตลักษณ์ในสังคมระดับต่าง ๆ ตลอดจนเรียนรู้เกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมที่มีผลต่อการรับรู้ มโนทัศน์ ทศนคติ ค่านิยมของบุคคลและสังคมที่มีพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน รวมทั้งร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้/วิพากษ์เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงอันเป็นผลกระทบทางวัฒนธรรมและ/หรือการปรับตัวทางวัฒนธรรมที่เกิดจากสื่อมวลชน ตลอดจนศึกษาคิดค้นกระบวนการสื่อสารที่เหมาะสมเพื่อสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างบุคคลและสังคมต่างวัฒนธรรม ทั้งนี้ให้ผู้เรียนเกิดความรู้ความเข้าใจและรู้จักการจัดการการสื่อสารเพื่อนำนวัตกรรมในบริบททางวัฒนธรรมที่ต่างกันได้อย่างเหมาะสมต่อไป	
นส 421	การวางแผนและบริหารโครงการสื่อสารนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์	3(2-2-5)
IC 421	Strategic Planning and Management of Innovation Communication Projects	
	บูรพวิชา : มศว 144 นส 102 นว 202 นส 211 และ นส 253	
	ศึกษาหลักการและทฤษฎีเกี่ยวกับการวางแผนและการบริหารโครงการสื่อสารนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ ตลอดจนทำความเข้าใจขั้นตอนการวางแผนและกระบวนการในการกำหนดยุทธวิธีการสื่อสารนวัตกรรมอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ครอบคลุมตั้งแต่การวิเคราะห์ปัญหา สภาพแวดล้อมทางการสื่อสาร การวิเคราะห์	

กลุ่มเป้าหมายทางการสื่อสาร การกำหนดวัตถุประสงค์ การสร้างสารที่เหมาะสม การเลือกใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนการจัดการและการประเมินผลโครงการและกิจกรรมการสื่อสารนวัตกรรมที่มีประสิทธิผล ผ่านการฝึกปฏิบัติการวางแผนและบริหารโครงการสื่อสารนวัตกรรมที่ได้รับมอบหมายอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการวางแผนและการบริหารโครงการด้านการสื่อสารนวัตกรรม และเกิดทักษะในการวางแผน และการจัดการอย่างเป็นระบบต่อไป

นส 422 การจัดการทรัพยากรสินทางปัญญา 2(2-0-4)

IC 422 Intellectual Property Management

บรรพวิชา : นส 112 และ นส 221

ศึกษาความหมาย และประเภทของทรัพย์สินทางปัญญา ความสำคัญของทรัพย์สินทางปัญญาต่อระบบเศรษฐกิจ การวางแผนงานทรัพย์สินทางปัญญาสำหรับธุรกิจ วัฏจักรของระบบทรัพย์สินทางปัญญาและการจัดการระบบทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศไทย การใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์ เทคนิคการสร้างศักยภาพและความได้เปรียบทางการค้าด้วยการพัฒนานวัตกรรม การปกป้องสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาเมื่อมีการละเมิด เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความรู้ ความเข้าใจและเห็นความสำคัญของการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา

นส 463 การสื่อสารเพื่อบริหารการเปลี่ยนแปลง 2(1-2-3)

IC 463 Communication for Change Management

บูรพวิชา : นส 102

ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนา ตลอดจนฝึกการวิเคราะห์สภาวะการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคมวัฒนธรรมและเทคโนโลยีที่มีผลกระทบต่อการทำงานขององค์การ ภาครัฐ เอกชน และองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนเกิดความตระหนักว่า การกำหนดกลยุทธ์ทางการสื่อสารที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพจะเป็นกลไกในการจัดการกับการเปลี่ยนแปลงเพื่อความอยู่รอดและการบรรลุเป้าหมายของโครงการต่างๆ ได้อย่างเหมาะสมต่อไป

ผลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยได้นำมาจัดทำเป็นรูปแบบหลักสูตร ฉบับสมบูรณ์ และเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อประเมิน และปรับปรุงตามขั้นตอนต่อไป

2. ผลการประเมินผลและปรับปรุง (ร่าง) หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม

การประเมินผลและปรับปรุง (ร่าง) หลักสูตรในขั้นตอนที่ 3 มีเป้าหมายเพื่อประเมินและตรวจสอบคุณภาพหลักสูตร ใน 3 ประเด็นคือ (1) การประเมินความเหมาะสมในแต่ละองค์ประกอบของ (ร่าง) หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม (2) การประเมินความสอดคล้องของหลักสูตรในแต่ละองค์ประกอบ และ (3) การประเมินความเป็นไปได้ของรายวิชาในหมวดวิชาพื้นฐานเฉพาะและหมวดวิชาเอก ในการนำไปใช้กับภาคธุรกิจ โดยแบบประเมินทั้ง 3 ประเด็น เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าและแบบสอบถามปลายเปิด โดยผู้ประเมินความเหมาะสมและความสอดคล้องของ (ร่าง) หลักสูตรเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยและพัฒนาหลักสูตร และผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารนวัตกรรม จำนวน 5 คน และผู้ประเมินความเป็นไปได้ของรายวิชาเป็นผู้ปฏิบัติงานในกลุ่มงานทางการสื่อสารและ/หรือการจัดการนวัตกรรม จำนวน 11 คน

การนำเสนอผลการประเมินในส่วนที่เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นด้านความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของรายวิชา ผู้วิจัยนำเสนอในรูปตารางแสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระบุผลการประเมินตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในบทที่ 3 ด้านความสอดคล้องนำเสนอค่าดัชนีความสอดคล้องพร้อมอธิบายความหมาย ในส่วนของข้อมูลความคิดเห็นจากแบบสอบถามปลายเปิดผู้วิจัยนำมาจัดหมวดหมู่และนำเสนอเป็นประเด็นต่อท้ายตารางการประเมินในแต่ละประเด็น ผลการประเมินทั้ง 3 ประเด็นและการเปรียบเทียบผลการปรับปรุงรายละเอียด (ร่าง) หลักสูตร แสดงในตาราง 8-11

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านความเหมาะสมของ (ร่าง) หลักสูตรการสื่อสาร
นวัตกรรม

ประเด็นความเหมาะสมของหลักสูตร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ เหมาะสม
1.ความเหมาะสมของอาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา	2.60	0.55	มาก
2.ตอบสนองสถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ	2.80	0.45	มาก
3.ตอบสนองสถานการณ์หรือการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม	2.80	0.45	มาก
4.มีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาหลักสูตรวิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรม	2.60	0.55	มาก
5.ตรงกับสภาพความต้องการและความเป็นจริงในสังคม	2.80	0.45	มาก
6.ตอบสนองกับพันธกิจของมหาวิทยาลัย	2.80	0.45	มาก
7.ความสำคัญและปรัชญาของหลักสูตร			
7.1 มีความเป็นไปได้สมเหตุสมผล	2.60	0.55	มาก
7.2 สามารถนำไปใช้ได้จริง	2.60	0.55	มาก
7.3 ตอบสนองความต้องการในโลกการทำงานได้	2.60	0.55	มาก
8.วัตถุประสงค์ของหลักสูตร			
8.1 มีความชัดเจน	2.40	0.55	มาก
8.2 มีความเป็นไปได้	2.60	0.55	มาก
8.3 มีความเหมาะสมกับผู้เรียน	2.40	0.55	มาก
8.4 ครอบคลุมสมรรถนะทางการสื่อสารนวัตกรรมทั้งในด้านความรู้ ทักษะและคุณลักษณะพื้นฐานที่จำเป็น	2.40	0.55	มาก

ตาราง 8 (ต่อ)

ประเด็นความเหมาะสมของหลักสูตร	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ เหมาะสม
9.รายวิชา			
9.1 ตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของหลักสูตร	2.80	0.45	มาก
9.2 ครอบคลุมเนื้อหาสาระที่จำเป็น	2.60	0.55	มาก
9.3 การจัดเรียงเนื้อหาสอดคล้องกับสมรรถนะ	2.40	0.55	มาก
9.4 สาระมีความสอดคล้องกับความรู้ทางการสื่อสาร นวัตกรรม	2.80	0.45	มาก
9.5 สาระของหลักสูตรในการนำไปปฏิบัติจริง	2.60	0.55	มาก
9.6 รายวิชามีความเหมาะสมกับขอบข่ายของ หลักสูตร	2.60	0.55	มาก
9.7 การระบุคำอธิบายรายวิชาในแต่ละหัวข้อวิชา	2.40	0.55	มาก
10.ผลการเรียนรู้ในแต่ละด้านกับหลักสูตร			
10.1 ด้านคุณธรรม จริยธรรม	2.40	0.55	มาก
10.2 ด้านความรู้	2.60	0.55	มาก
10.3 ด้านทักษะทางปัญญา	2.80	0.45	มาก
10.4 ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบ	2.80	0.45	มาก
10.5 ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	2.60	0.55	มาก
10.6 ด้านทักษะการปฏิบัติทางวิชาชีพ	2.60	0.55	มาก
11.กลยุทธ์การพัฒนการเรียนรู้/การสอน			
11.1 ด้านคุณธรรม จริยธรรม	2.40	0.55	มาก
11.2 ด้านความรู้	2.80	0.45	มาก
11.3 ด้านทักษะทางปัญญา	2.60	0.55	มาก
11.4 ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบ	2.60	0.55	มาก

ตาราง 8 (ต่อ)

ประเด็นความเหมาะสมของหลักสูตร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความเหมาะสม
11.5 ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	2.40	0.55	มาก
11.6 ด้านทักษะการปฏิบัติทางวิชาชีพ	2.60	0.55	มาก
12.กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้			
12.1 ด้านคุณธรรม จริยธรรม	2.60	0.55	มาก
12.2 ด้านความรู้	2.80	0.45	มาก
12.3 ด้านทักษะทางปัญญา	2.80	0.45	มาก
12.4 ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	2.80	0.45	มาก
12.5 ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	2.80	0.45	มาก
12.6 ด้านทักษะการปฏิบัติทางวิชาชีพ	3	0.00	มาก

จากตาราง 8 ผลการประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบใน(ร่าง)หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรมทุกองค์ประกอบมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.34 – 3.00) ในส่วนของข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงมีดังนี้

1. ปรับการเขียนอธิบายผลการเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิให้มีความชัดเจน
2. กลยุทธ์การพัฒนการเรียนรู้/การสอนทางด้านทักษะทางปัญญานั้นควรให้ความสำคัญกับการสนับสนุนกิจกรรมในการใช้กระบวนการคิดเพื่อพัฒนการเรียนรู้ รวมทั้งให้มีการฝึกทักษะการคิดอย่างต่อเนื่อง
3. กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ ควรระบุหมายเหตุเพิ่มเติมแนวคิดในส่วนของ การประเมินตามสภาพจริง โดยครอบคลุมแนวทางการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ 3 ลักษณะคือ (1) การใช้ผู้ประเมินหลายคน (2) การใช้วิธีการหรือเครื่องมือในการประเมินหลายชนิด และ (3) การประเมินหลายๆครั้ง ตลอดระยะเวลาของการเรียนรู้
4. เพิ่มคำอธิบายรายวิชาอาชีพในสายงานสอนและฝึกอบรม

ตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญต่อโครงร่างหลักสูตรการสื่อสาร
นวัตกรรม

รายการประเมิน	ค่า IOC	ความหมาย
1.ความเหมาะสมของอาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษากับ วัตถุประสงค์ของหลักสูตร	1.00	สอดคล้อง
2.ความเหมาะสมของอาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษากับ สาระของหลักสูตร	0.80	สอดคล้อง
3.สถานการณ์ของเศรษฐกิจและสังคมกับความสำคัญของหลักสูตร	1.00	สอดคล้อง
4.ความสำคัญของหลักสูตรกับปรัชญาของหลักสูตร	0.80	สอดคล้อง
5.ความสำคัญของหลักสูตรกับวัตถุประสงค์ของหลักสูตร	0.80	สอดคล้อง
6.ปรัชญาของหลักสูตรกับวัตถุประสงค์ของหลักสูตร	0.80	สอดคล้อง
7.วัตถุประสงค์ของหลักสูตรกับผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน	0.80	สอดคล้อง
8.วัตถุประสงค์ของหลักสูตรกับโครงสร้างของหลักสูตร	1.00	สอดคล้อง
9.โครงสร้างของหลักสูตรกับผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน	0.80	สอดคล้อง
10.เนื้อหาสาระกับผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน	0.80	สอดคล้อง
11.ผลการเรียนรู้กับกลยุทธ์ในการพัฒนาการเรียนรู้/การสอนในแต่ละด้าน	0.60	สอดคล้อง
12.ผลการเรียนรู้กับกลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน	0.60	สอดคล้อง
13.รายละเอียดคำอธิบายรายวิชากับหัวข้อ	0.80	สอดคล้อง

จากตาราง 9 ผลการประเมินความสอดคล้องของ (ร่าง)หลักสูตร พบว่า ค่าดัชนีความ
สอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.60 – 1.00 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ แสดงว่า (ร่าง) หลักสูตรมี
ความสอดคล้องกันทุกประเด็น ส่วนข้อเสนอแนะเพิ่มเติม มีดังนี้

1. เพิ่มเติมเนื้อหา หรือใส่รายละเอียดเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการพัฒนาการเรียนรู้/การสอน
ที่จะช่วยฝึกบัณฑิตให้เป็นนักค้นคว้า/นักวิเคราะห์/สังเคราะห์ได้เป็นอย่างดี

2. ปรัชญาของหลักสูตรยังไม่ชัดเจนว่า ลักษณะของบัณฑิตสาขานวัตกรรมการสื่อสาร
วิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรมนั้นเป็นอย่างไร และควรให้มีความกระชับและตรงประเด็นมากกว่านี้

3. ควรเพิ่มเติมคำอธิบายรายวิชาในแต่ละวิชาให้สะท้อนถึงผลการเรียนรู้ตามกรอบ
มาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาในด้านใดด้านหนึ่งหรือหลายด้านก็ได้จะทำให้คำอธิบายรายวิชา
มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในส่วนของคำอธิบายรายวิชา “งานวิจัยและประยุกต์ใช้

ความรู้” ควรเติมรายละเอียดเกี่ยวกับระเบียบวิธีวิจัย (Methodology) ไว้ด้วย เพราะในวัตถุประสงค์ก็มุ่งหวังให้นักศึกษาสามารถทำวิจัยทางด้านการสื่อสารการตลาดและวิเคราะห์ข้อมูลได้

4. อาชีพในสายงานสอนและฝึกอบรม ที่ระบุว่า บัณฑิตที่จบการศึกษาจากหลักสูตรสามารถปฏิบัติงานในฐานะของนักฝึกอบรม หรือเจ้าหน้าที่บริหารโครงการในงานเชิงวิชาชีพทางการสื่อสาร นั้นพบว่า ในคำอธิบายรายวิชาต่าง ๆ ไม่ปรากฏเนื้อหาที่จะทำให้บัณฑิตจบแล้วสามารถสอน ฝึกอบรมในขั้นต้นได้

5. กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ควรเพิ่มเติมในประเด็นที่เกี่ยวกับเรื่องของการตัดสินใจเลือกใช้ข้อมูลที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้ฟังด้วย เพราะเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศน่าจะมุ่งหมายที่การใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจมากกว่าการวิเคราะห์ข้อมูลเพียงอย่างเดียว

6. กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะการปฏิบัติทางวิชาชีพของผู้เรียนควรเพิ่มเติมประเด็นการประเมินกระบวนการที่ได้มาซึ่งผลงานที่สะท้อนความคิดสร้างสรรค์ เพราะตามกรอบที่เขียนพบเฉพาะประเด็นการประเมินแผนงาน การประเมินผลงาน แต่ไม่พบการประเมินวิธีการ/กระบวนการ

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นผู้ประกอบการธุรกิจต่อความเป็นไปได้

ในการนำไปใช้จริงกับภาคธุรกิจปัจจุบันของรายวิชาในหมวดวิชาพื้นฐานเฉพาะและหมวดวิชาเอก

รายวิชา	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความเป็นไปได้
สังคมดิจิทัลและนิเวศวิทยาเชิงวัฒนธรรม	3.73	0.90	มาก
สุนทรียศาสตร์ร่วมสมัย	3.45	0.82	ปานกลาง
นวัตกรรมสื่อสาร	4.55	0.69	มากที่สุด
จริยธรรมและประเด็นทางกฎหมายสารสนเทศ	4.00	0.77	มาก
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา	4.36	0.81	มาก
สื่อคอมพิวเตอร์เพื่อการสื่อสาร	4.55	0.69	มากที่สุด

ตาราง 10 (ต่อ)

รายวิชา	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความเป็นไปได้
แนวความคิดเพื่อการออกแบบสื่อดิจิทัล	4.64	0.50	มากที่สุด
พฤติกรรมผู้ใช้สารสนเทศ	4.36	0.81	มาก
สื่อดิจิทัลกับสังคม	4.36	0.67	มาก
ความรู้เบื้องต้นด้านสื่อสารมวลชนและสื่อดิจิทัล	4.09	0.94	มาก
ทฤษฎีและพฤติกรรมการสื่อสาร	3.91	0.94	มาก
การคิดสร้างสรรค์เพื่อนวัตกรรมสื่อสาร	4.73	0.47	มากที่สุด
การผลิตสื่อเบื้องต้น	4.73	0.47	มากที่สุด
การบูรณาการสื่อเพื่องานสร้างสรรค์	4.45	0.52	มาก
การจัดการการสื่อสาร	4.45	0.69	มาก
การศึกษาเฉพาะรายบุคคล	4.18	0.75	มาก
งานวิจัยและการประยุกต์ใช้ความรู้	4.55	0.52	มากที่สุด
สหกิจศึกษา	4.73	0.47	มากที่สุด
แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับการแพร่กระจายนวัตกรรม	3.64	0.81	มาก
จิตวิทยาการสื่อสาร	4.27	0.65	มาก
การจัดการนวัตกรรม	3.73	1.01	มาก
การโน้มน้าวใจและการรณรงค์	4.09	0.83	มาก
ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ	3.82	1.08	มาก
กลยุทธ์ทางการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม	4.27	0.65	มาก
การสื่อสารการตลาดนวัตกรรมเชิงบูรณาการ	4.36	0.50	มาก
เทคนิคการสร้างสรรค์งานการสื่อสารนวัตกรรม	4.55	0.52	มากที่สุด
การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคม	4.09	0.83	มาก
การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม	3.64	0.92	มาก
การวางแผนและบริหารโครงการสื่อสารนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์	4.27	0.47	มาก
การจัดการทรัพยากรสารสนเทศ	4.00	1.00	มาก
การสื่อสารเพื่อการบริหารการเปลี่ยนแปลง	4.00	0.77	มาก

จากตาราง 10 ผู้ประกอบการธุรกิจมีความเห็นว่า รายวิชาส่วนใหญ่มีความเป็นไปได้ในการนำไปใช้จริงกับภาคธุรกิจในปัจจุบันอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด โดยรายวิชาที่มีระดับความเป็นไปได้ในการนำไปใช้จริงกับภาคธุรกิจในปัจจุบันอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด ได้แก่ รายวิชานวัตกรรมสื่อสาร รายวิชาสื่อคอมพิวเตอร์เพื่อการสื่อสาร รายวิชาแนวความคิดเพื่อการออกแบบสื่อดิจิทัล รายวิชาความคิดสร้างสรรค์เพื่อนวัตกรรมสื่อสาร รายวิชาการผลิตสื่อเบื้องต้น รายวิชางานวิจัยและการประยุกต์ใช้ความรู้ รายวิชาสหกิจศึกษา และรายวิชาเทคนิคการสร้างสรรค์งานการสื่อสาร นวัตกรรม ในขณะที่รายวิชาสุนทรียศาสตร์ร่วมสมัยนั้นเป็นเพียงรายวิชาเดียวที่ระดับความเป็นไปได้ในการนำไปใช้จริงกับภาคธุรกิจในปัจจุบันอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้วิจัย ได้นำข้อเสนอแนะจากการประเมินทั้ง 3 ประเด็นมาปรับปรุงแก้ไข (ร่าง) หลักสูตรฯ ซึ่งรายละเอียดการปรับแก้ชี้แจงแสดงในตาราง 11

ตาราง 11 เปรียบเทียบองค์ประกอบใน(ร่าง)หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม กับสิ่งปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

องค์ประกอบ (ร่าง) หลักสูตรเดิม	ข้อเสนอแนะ เพื่อการปรับปรุง	รายละเอียดการปรับปรุง
ด้านปรัชญาของหลักสูตร - “หลักสูตรวิชาเอกการสื่อสาร นวัตกรรมมุ่งมั่นพัฒนาผู้เรียน ให้เป็นผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์ ทางการสื่อสารที่มี ประสิทธิภาพและสามารถ บูรณาการความคิดและการ สร้างสรรค์การสื่อสารกับ ศาสตร์ด้านอื่นๆเพื่อให้เกิด ประสิทธิผลสูงสุดภายใต้การ ดำรงไว้ซึ่งคุณธรรมจริยธรรม อันดีงามของนักสื่อสารทั้งใน ระดับท้องถิ่นและในระดับ สากล”	ควรให้มีความกระชับ และตรงประเด็น สามารถสะท้อน ลักษณะของบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการ สื่อสาร วิชาเอกการ สื่อสาร นวัตกรรมได้ ชัดเจน	“มุ่งเน้นให้บัณฑิตมีความสามารถในการใช้วิธีการใหม่ๆ ทางการสื่อสารเพื่อนำเสนอเทคโนโลยี สิ่งประดิษฐ์ แนวคิด ตลอดจนแนวปฏิบัติใหม่ๆ อันเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิต และสังคม ภายใต้การดำรงไว้ซึ่งคุณธรรมจริยธรรมอันดีงาม ของนักสื่อสารทั้งในระดับท้องถิ่นและในระดับสากล”

ตาราง 11 (ต่อ)

องค์ประกอบ (ร่าง) หลักสูตรเดิม	ข้อเสนอแนะ เพื่อการปรับปรุง	รายละเอียดการปรับปรุง
อาชีพที่สามารถประกอบได้ หลังสำเร็จการศึกษา - สาย งานสอนและฝึกอบรม บัณฑิตที่จบการศึกษาจาก หลักสูตรสามารถปฏิบัติงาน ในฐานะของนักฝึกอบรม หรือ เจ้าหน้าที่บริหารโครงการใน งานเชิงวิชาชีพทางการ สื่อสาร	อาชีพในสายงานสอน และฝึกอบรม นั้นพบว่า ในคำอธิบายรายวิชา ต่าง ๆ ไม่ปรากฏ เนื้อหาที่จะทำให้นิสิต จบแล้ว สามารถสอน ฝึกอบรมในขั้นต้นได้	ดำเนินการตัดรายละเอียดอาชีพในสายงานสอนและ ฝึกอบรมออก
คำอธิบายรายวิชางานวิจัย และประยุกต์ใช้ความรู้ - ศึกษาค้นคว้า ทำความเข้าใจ ในเรื่องงานวิจัย และ ความสำคัญของการวิจัยต่อ โลกของการสื่อสารและ กระบวนการสื่อสารในสังคม โลกหลังทันสมัยที่มีความรู้ ความเท่าทัน ความเป็นจริง เป็นฐานในการพัฒนา มุ่ง ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ การสื่อสารและสื่อดิจิทัลใน ปัจจุบัน โดยเน้นในเรื่องของ ประโยชน์จากงานวิจัย ทั้งนี้ มุ่งให้ผู้เรียนสามารถอ่าน ผลงานวิจัยและรู้จักการนำ ประโยชน์จากงานวิจัยมา ใช้ได้ โดยให้ผู้เรียนฝึกอ่าน วิเคราะห์และสังเคราะห์ ความรู้จากผลงานวิจัยเป็น สำคัญ	คำอธิบายรายวิชา “งานวิจัยและ ประยุกต์ใช้ความรู้” ควร เติมรายละเอียดเกี่ยวกับ ระเบียบวิธีวิจัย (Methodology) ไปด้วย เพราะในวัตถุประสงค์ก็ มุ่งหวังให้นิสิตสามารถ ทำวิจัยทางด้านการ สื่อสารการตลาดและ วิเคราะห์ข้อมูลได้	“ศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารและสื่อ ดิจิทัลในปัจจุบัน โดยมุ่งให้ผู้เรียนฝึกอ่าน วิเคราะห์ สังเคราะห์ความรู้จากผลงานวิจัย และรู้จักการนำประโยชน์ จากงานวิจัยมาใช้ได้ นอกจากนั้นยังมุ่งเน้นการศึกษา วิธีการและเทคนิคต่าง ๆ ในการทำวิจัย แนวความคิดของ การทำวิจัยการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การ นำเสนอ โดยให้มีการฝึกปฏิบัติเพื่อสะท้อนความสามารถ ในการประยุกต์ใช้ทักษะทางการวิจัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่งใน การพัฒนางานการวิชาชีพด้านสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ”

ตาราง 11 (ต่อ)

องค์ประกอบ (ร่าง) หลักสูตรเดิม	ข้อเสนอแนะ เพื่อการปรับปรุง	รายละเอียดการปรับปรุง
การอธิบายผลการเรียนรู้ตามมาตรฐาน คุณวุฒิ	ปรับการเขียนอธิบายผล การเรียนรู้ตามมาตรฐาน คุณวุฒิให้มีความชัดเจน	ดำเนินการจัดทำแผนที่แสดงการกระจายผล การเรียนรู้กับมาตรฐานคุณวุฒิในแต่ละด้าน พร้อมเชื่อมโยงระหว่างมาตรฐานหลักสูตรกับ รายวิชา
1. กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ 2. การทดสอบการวิเคราะห์ข้อมูล โดย ใช้ข้อสอบ การทำรายงานกรณี และ การวิเคราะห์ข้อมูลผลการศึกษาวิจัย การศึกษอิสระ 3. กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ ด้านทักษะการปฏิบัติทางวิชาชีพของ ผู้เรียนเน้นการประเมินทักษะการปฏิบัติ การสังเกตการณ์ปฏิบัติการเชิงวิชาชีพ การประเมินจากข้อมูลสะท้อนกลับ (feedback) การประเมินแผนการ สื่อสารนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ / การ ประเมินโครงการพัฒนาการสื่อสาร นวัตกรรม และประเมินจากผลงานที่ เกิดจากการใช้กระบวนการคิด สร้างสรรค์ ออกแบบและผลิตใน รายวิชาต่างๆที่เกี่ยวข้อง	1. กลยุทธ์การประเมินผล การเรียนรู้ ควรครอบคลุม แนวทางการวัด และ ประเมินผลการเรียนรู้ตาม สภาพจริง 2. กลยุทธ์การประเมินผล การเรียนรู้ด้านการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ ควร สนใจในเรื่องของการ ตัดสินใจเลือกใช้ข้อมูล มากกว่าการวิเคราะห์ ข้อมูลเพียงอย่างเดียว 3. กลยุทธ์การประเมินผล การเรียนรู้ด้านทักษะการ ปฏิบัติทางวิชาชีพยังไม่ สะท้อนแนวคิดการประเมิน กระบวนการที่ได้มาซึ่ง ผลงานที่สะท้อนความคิด สร้างสรรค์	1. ระบุหมายเหตุเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวคิดใน ส่วนของการโดยมุ่งเน้นการใช้วิธีการประเมิน ตามสภาพจริง โดยครอบคลุมแนวทางการวัด และประเมินผลการเรียนรู้ 3 ลักษณะคือ (1) การใช้ผู้ประเมินหลายคน (2) การใช้วิธีการ หรือเครื่องมือในการประเมินหลายชนิด และ (3) การประเมินหลายๆครั้ง ตลอดระยะเวลา ของการเรียนรู้ 2. ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพิ่มเติม ในประเด็นของการตัดสินใจเลือกใช้ข้อมูลที่ เหมาะสมกับกลุ่มผู้รับสารด้วย 3. ด้านทักษะการปฏิบัติทางวิชาชีพของ ผู้เรียน เพิ่มเติมประเด็นการประเมิน กระบวนการที่ได้มาซึ่งผลงานที่สะท้อน ความคิดสร้างสรรค์

ผู้วิจัย ได้นำข้อเสนอดังกล่าวมาปรับปรุง จัดรูปแบบเป็นหลักสูตรฉบับสมบูรณ์เสนอต่อ
ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้บริหารวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม เพื่อดำเนินการวิพากษ์หลักสูตร

3. ผลการวิพากษ์หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม

การดำเนินการในขั้นตอนนี้มีเป้าหมายหลักเพื่อวิพากษ์หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรมให้มีความครบถ้วนสมบูรณ์ โดยผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านการสื่อสาร คณาจารย์ผู้รับผิดชอบและผู้บริหารวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน พ.ศ. 2552 เวลา 09.00 – 13.00 น. ณ อาคารหอประชุมใหญ่ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ผลจากการประชุมวิพากษ์หลักสูตร มีประเด็นเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงหลักสูตรดังนี้

1. หลักการและเหตุผลควรให้มีความโดดเด่นและชัดเจนมากกว่านี้ โดยอาจกล่าวถึงการตอบสนองของหลักสูตรต่อระบบสังคม

2. ควรพิจารณาควรรวมรายวิชาที่มีความซ้ำซ้อนกันเช่น รายวิชาแนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับการแพร่กระจายนวัตกรรมรายละเอียดของเนื้อหาวิชาควรเป็นส่วนหนึ่งในรายวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา และรายวิชาการจัดการนวัตกรรม

3. เนื่องจากหลักสูตรเน้นการสื่อสารเพื่อเผยแพร่งานนวัตกรรมซึ่งระบุว่า มีความแตกต่าง และต้องการเทคนิคที่เฉพาะทางมากกว่าการสื่อสารทั่วไป ดังนั้นจึงควรเพิ่มรายวิชาที่เกี่ยวกับเทคนิคการนำเสนองานการสื่อสารนวัตกรรม

4. รายวิชาการสื่อสารการตลาดนวัตกรรมเชิงบูรณาการควรปรับเป็นรายวิชาการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการเพื่องานนวัตกรรมมากกว่าเพราะเมื่อพิจารณาจากปรัชญาวัตถุประสงค์ของหลักสูตร และรายละเอียดคำอธิบายรายวิชาแล้ว หลักสูตรนี้มุ่งไปที่การบูรณาการเครื่องมือสื่อสารการตลาดมากกว่าการบูรณาการนวัตกรรม

5. เนื่องจากเป็นการบูรณาการในองค์ความรู้ด้านนวัตกรรม ดังนั้นจึงควรมีรายวิชาที่มุ่งเน้นการให้ความรู้เชิงลึกเพื่อทำความรู้จักนวัตกรรมประเภทต่างๆ

6. วิชาจิตวิทยาการสื่อสาร ควรปรับเป็นวิชาที่มุ่งเน้นการปฏิบัติมากกว่าเป็นวิชาบรรยาย โดยควรปรับเป็นรายวิชาที่บูรณาการองค์ความรู้ใน 3 ประเด็นคือ องค์ความรู้ทางจิตวิทยา องค์ความรู้ทางการวิจัย และองค์ความรู้ในการสร้างสรรค์หรือนำเสนอชิ้นงานทางการสื่อสาร เพื่อก่อให้เกิดการนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้มากขึ้น

7. ปรับคำอธิบายรายวิชา “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา” ให้สะท้อนถึงแนวทางการจัดการเรียนรู้ที่เห็นเป็นรูปธรรม

รายละเอียดการปรับแก้ไขดังแสดงในตาราง 12

ตาราง 12 เปรียบเทียบรายละเอียด (ร่าง) หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม กับสิ่งปรับปรุงตาม
ผลการวิพากษ์จากผู้เชี่ยวชาญ

รายละเอียด (ร่าง) หลักสูตรเดิม	ข้อเสนอแนะ เพื่อการปรับปรุง	รายละเอียดการปรับปรุง
ปัจจุบันการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทสำคัญยิ่งในทุกสาขาวิชาชีพเพื่อให้การดำเนินธุรกิจต่างๆ สมฤทธิ์ผล และนโยบายการพัฒนาประเทศได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาธุรกิจบนฐานนวัตกรรมซึ่งหมายความว่า การดำเนินธุรกิจในอนาคตจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับเรื่องของนวัตกรรมทั้งในรูปของเทคโนโลยี ผลิตภัณฑ์ ตลอดจนแนวคิดใหม่ๆ ดังนั้นในการจะสร้างการรับรู้ หรือกระตุ้นยอดขายให้กับนวัตกรรมนั้นๆ จึงจำเป็นต้องมีการใช้ผู้เชี่ยวชาญในด้านการสื่อสารนวัตกรรม นอกจากนี้ การสื่อสารนวัตกรรมยังเป็นปัจจัยสนับสนุนในการขับเคลื่อนนวัตกรรมหรือองค์ความรู้ แนวคิดใหม่ๆ ทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีให้มีความเป็นรูปธรรม พร้อมสร้างการรับรู้ต่อสาธารณชนในระบบสังคมได้ในวงกว้าง	หลักการและเหตุผลควรให้มีความโดดเด่นและชัดเจนมากกว่านี้ โดยอาจกล่าวถึงการตอบสนองของหลักสูตรต่อระบบสังคม	เพิ่มเติมประเด็นการตอบสนองต่อระบบสังคม ดังนี้ “เมื่อพิจารณาถึงนโยบายการพัฒนาประเทศที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาธุรกิจบนฐานนวัตกรรมเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจในอนาคตต้องให้ความสำคัญกับเรื่องของการสร้างหรือพัฒนานวัตกรรมทั้งในรูปของเทคโนโลยี ผลิตภัณฑ์ วิธีการ และกระบวนการในการแนะนำนวัตกรรมรูปแบบต่างๆ เข้าสู่ระบบสังคมได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ดังนั้นเมื่อพิจารณาในส่วนของบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารซึ่งเป็นเรื่องของความสามารถในการสร้างปฏิสัมพันธ์ทั้งในด้านการให้ข้อมูล ชูใจ กระตุ้นการมีส่วนร่วม สร้างการยอมรับและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เหมาะสม จึงแสดงให้เห็นว่า การสื่อสารได้กลายเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญและมีบทบาทอย่างมากในการสนับสนุนให้กลุ่มเป้าหมายหรือบุคคลทั่วไปเกิดการรับรู้ และสามารถยอมรับในนวัตกรรมรูปแบบต่างๆ ได้ ดังนั้นการสร้างการรับรู้หรือการยอมรับนวัตกรรมจึงจำเป็นต้องใช้บุคคลที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการสื่อสารที่มีความรอบรู้อย่างลึกซึ้งทั้งในด้านการสื่อสาร และความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมนั้นๆ รวมทั้งมีความเข้าใจแนวคิดเกี่ยวกับการแพร่กระจายนวัตกรรม บุคคลที่มีลักษณะดังกล่าวนี้เรียกว่า “นักสื่อสารนวัตกรรม” ซึ่งมี

ตาราง 12 (ต่อ)

รายละเอียด (ร่าง) หลักสูตรเดิม	ข้อเสนอแนะ เพื่อการปรับปรุง	รายละเอียดการปรับปรุง
		คุณลักษณะที่แตกต่างไปจาก นักโฆษณา นักประชาสัมพันธ์หรือนักสื่อสารองค์กร โดยทั่วไป และเป็นบุคคลสำคัญในการสื่อสาร และสร้างการยอมรับนวัตกรรมให้ประสบความสำเร็จ
รายวิชาแนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับการแพร่กระจายนวัตกรรมรายละเอียดของเนื้อหาวิชาควรเป็นส่วนหนึ่งในรายวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา และรายวิชาการจัดการนวัตกรรม	ควรพิจารณาควมรวมรายวิชาที่มีความซ้ำซ้อนกัน	ยกเลิกรายวิชา “แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับการแพร่กระจายนวัตกรรม”
(ร่าง)หลักสูตรเดิมมีรายวิชา “เทคนิคการสร้างสรรคงานการสื่อสารนวัตกรรม” คำอธิบายรายวิชาคือ ฝึกปฏิบัติงานสร้างสรรค์เพื่อการสื่อสารนวัตกรรมที่ได้รับมอบหมาย โดยครอบคลุมทุกองค์ประกอบทางการสร้างสรรค์ชิ้นงาน ตลอดจนเรียนรู้หลักการ แนวคิด กลยุทธ์ และเทคนิควิธีการสร้างสรรค์งานการสื่อสารนวัตกรรม	ควรเพิ่มรายวิชาที่เกี่ยวกับเทคนิคการนำเสนองานการสื่อสารนวัตกรรม	ปรับคำอธิบายรายวิชา “เทคนิคการสร้างสรรคงานการสื่อสารนวัตกรรม” โดยเพิ่มประเด็นเกี่ยวกับเทคนิคการนำเสนอดังนี้ “... และเทคนิควิธีการนำเสนองานทางการสื่อสารนวัตกรรมในแง่มุมต่าง ๆ ของการนำเสนอ พร้อมฝึกปฏิบัติตั้งแต่การเตรียมการนำเสนอผลงาน หลักการเลือกใช้สื่อเพื่อการนำเสนอแต่ละประเภท และนำเสนอทั้งด้วยวาจา ลายลักษณ์อักษร ตลอดจนบุคลิกภาพในการนำเสนอผลงานที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความรู้ ความเข้าใจที่ชัดเจนขึ้น และเกิดทักษะในการสร้างสรรค์ชิ้นงาน การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ตลอดจนทักษะในการถ่ายทอดและนำเสนออย่างมีประสิทธิภาพ”
รายวิชาการสื่อสารการตลาดนวัตกรรมเชิงบูรณาการ	ควรปรับรายวิชาการสื่อสารการตลาดนวัตกรรมเชิงบูรณาการ	เปลี่ยนชื่อรายวิชาใหม่เป็น “การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการเพื่องานนวัตกรรม”

ตาราง 12 (ต่อ)

รายละเอียด (ร่าง) หลักสูตรเดิม	ข้อเสนอแนะ เพื่อการปรับปรุง	รายละเอียดการปรับปรุง
ขาดรายวิชาที่ตอบสนองการสร้าง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่อง นวัตกรรม	ควรมีรายวิชาที่มุ่งเน้นการ ให้ความรู้เชิงลึกเพื่อทำ ความรู้จัก นวัตกรรม ประเภทต่างๆ	เพิ่มรายวิชา “นวัตกรรมเบื้องต้น” คำอธิบาย รายวิชาคือ ศึกษาแนวคิดทฤษฎีนวัตกรรม ประเภทและองค์ประกอบของนวัตกรรมในด้าน ต่างๆ วงจรชีวิตของนวัตกรรม อิทธิพลของ นวัตกรรมกับการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขัน ระบบนวัตกรรมและเครือข่ายวิสาหกิจทั้งใน ระดับท้องถิ่น ชาติและนานาชาติ รวมถึงการ จัดการองค์ความรู้และการเรียนรู้ในองค์กรเพื่อ การสร้างสรรค่นวัตกรรม
(ร่าง) หลักสูตรเดิมมีรายวิชา “จิตวิทยาการสื่อสาร” คำอธิบาย รายวิชาคือ ศึกษาแนวคิด และทฤษฎี จิตวิทยามนุษย์และสังคมเกี่ยวกับ บุคลิกภาพ แรงจูงใจ การรับรู้ การ เรียนรู้ การเปลี่ยนแปลง ทักษะคิด และพฤติกรรม กระบวนการสื่อสาร เพื่อการโน้มน้าวใจ ปัจจัยสนับสนุน และปัจจัยอุปสรรคทางจิตวิทยาใน ด้านต่างๆ เน้นการวิเคราะห์ปัจจัย ทางจิตวิทยา ระหว่างผู้ส่งสารกับ ผู้รับสารเพื่อพัฒนารูปแบบการ สื่อสารที่มีประสิทธิภาพ	ควรปรับรายวิชาจิตวิทยา การสื่อสารให้เป็นรายวิชาที่ บูรณาการองค์ความรู้ใน 3 ประเด็นคือ องค์ความรู้ทาง จิตวิทยา องค์ความรู้ ทางการวิจัย และองค์ ความรู้ในการสร้างสรรค์ หรือนำเสนอชิ้นงาน ทางการสื่อสาร เพื่อ ก่อให้เกิดการนำไป ประยุกต์ใช้ ในการ ปฏิบัติงานได้มากขึ้น	ยกเลิกรายวิชาเดิมและแก้ไขเป็นรายวิชาใหม่ชื่อ “เทคนิคการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายทางการ สื่อสารนวัตกรรม” คำอธิบายรายวิชาคือ ศึกษา แนวคิด ทฤษฎีจิตวิทยามนุษย์และสังคม วิเคราะห์ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมสื่อสารในรูปแบบที่แตกต่างกัน เพื่อทำความเข้าใจทั้งในบริบทของผู้ส่งสารและ ผู้รับสาร พร้อมฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ กลุ่มเป้าหมายทางการสื่อสารนวัตกรรมเพื่อ นำมาพัฒนางานทางการสื่อสารนวัตกรรมได้ อย่างมีประสิทธิภาพ
รายละเอียดคำอธิบายรายวิชาของ วิชา “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการ สื่อสารเพื่อการพัฒนา” คือ “ศึกษา ค้นคว้า และวิเคราะห์เกี่ยวกับความรู้ เบื้องต้นในศาสตร์ทางด้านการ สื่อสารเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการ พัฒนาด้านต่างๆ ทั้งสังคม เศรษฐกิจ การเมือง หรือวัฒนธรรม เป็นต้น”	ควรปรับให้สะท้อนถึงแนว ทางการจัดการเรียนรู้ที่เห็น เป็นรูปธรรมมากกว่านี้	ปรับคำอธิบายรายวิชาเป็น “ศึกษาค้นคว้า และ วิเคราะห์เกี่ยวกับความรู้เบื้องต้นในศาสตร์ ทางการสื่อสารเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการ พัฒนาด้านต่างๆ ทั้งสังคม เศรษฐกิจ การเมือง หรือวัฒนธรรม โดยการศึกษาค้นคว้าจาก งานวิจัย และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการ สื่อสารเพื่อการพัฒนา พร้อมทั้งการรายงาน และนำเสนอร่วมกัน”

ผู้วิจัยได้นำข้อเสนอของผู้ทรงคุณวุฒิมาปรับปรุงและจัดทำเป็นหลักสูตรฉบับสมบูรณ์ดังนี้

**หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการสื่อสาร
วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย: ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการสื่อสาร

ภาษาอังกฤษ: Bachelor of Arts Program Major in Communication Innovation

2. ชื่อปริญญาและสาขาวิชา

ชื่อเต็ม : ศิลปศาสตรบัณฑิต (นวัตกรรมการสื่อสาร)

Bachelor of Arts Program (Communication Innovation)

ชื่อย่อ : ศศ.บ (นวัตกรรมการสื่อสาร)

B. A. (Communication Innovation)

3. วิชาเอก

การสื่อสารนวัตกรรม

4. จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

131 หน่วยกิต

5. รูปแบบของหลักสูตร

5.1 รูปแบบ

หลักสูตรระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี

5.2 ภาษาที่ใช้

ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

เอกสารและตำราในวิชาพื้นฐานเฉพาะของหลักสูตรเป็นภาษาอังกฤษ

5.3 การรับเข้าศึกษา

รับนักศึกษาไทย และนักศึกษาต่างประเทศที่สามารถใช้ภาษาไทยได้เป็นอย่างดี

5.4 การให้ปริญญาแก่ผู้สำเร็จการศึกษา

ให้ปริญญาเพียงสาขาวิชาเดียว

6. อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา

6.1 สายงานในภาครัฐหรือราชการ บัณฑิตที่จบการศึกษาจากหลักสูตรสามารถปฏิบัติงานในตำแหน่งวิทยากร นักวิชาการสื่อสาร นักวิชาการเผยแพร่และส่งเสริม นักประชาสัมพันธ์ และนักวิเทศสัมพันธ์

6.2 สายงานในรัฐวิสาหกิจหรือหน่วยงานกึ่งรัฐกึ่งเอกชน บัณฑิตที่จบการศึกษาจากหลักสูตรสามารถปฏิบัติงานในส่วนงานประชาสัมพันธ์ งานสร้างภาพลักษณ์องค์กร งานสื่อสารองค์กร งานส่งเสริมและเผยแพร่ งานมวลชนสัมพันธ์ และงานสื่อสารการตลาด เป็นต้น

6.3 สายงานภาคธุรกิจเอกชนซึ่งครอบคลุมธุรกิจในแขนงอุตสาหกรรม แขนงพาณิชยกรรม แขนงธุรกิจบริการ หรือแขนงธุรกิจการเงิน โดยบัณฑิตที่จบการศึกษาจากหลักสูตรสามารถปฏิบัติงานทางด้านการตลาด การวิจัยตลาด งานส่งเสริมการขาย งานโฆษณา งานประชาสัมพันธ์ งานสื่อสารองค์กร และงานสื่อสารการตลาด ทั้งนี้ครอบคลุมความรับผิดชอบในการดำเนินงานได้ตั้งแต่ขั้นตอนของการวางแผนการสื่อสาร การผลิตชิ้นงาน การเผยแพร่/การสื่อสารและการประสานงานกับกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง

6.4 สายงานอาชีพอิสระ บัณฑิตที่จบการศึกษาจากหลักสูตรสามารถประกอบอาชีพอิสระด้วยตนเองได้ทั้งในส่วนของการงานด้านการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวิจัยทางธุรกิจ และ/หรืองานออกแบบเชิงสร้างสรรค์ เป็นต้น

7. สถานที่จัดการเรียนการสอน

วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

8. สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร

8.1 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

การพัฒนาหลักสูตรจะสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาประเทศที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาธุรกิจบนฐานนวัตกรรมซึ่งหมายถึง การดำเนินธุรกิจในอนาคตจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับเรื่องของนวัตกรรมทั้งในรูปของเทคโนโลยี ผลิตภัณฑ์ ตลอดจนแนวคิดใหม่ๆ ดังนั้นในการจะสร้างการรับรู้ หรือกระตุ้นการยอมรับให้กับนวัตกรรมนั้นๆ จึงจำเป็นต้องมีการใช้ผู้เชี่ยวชาญในด้านการสื่อสารนวัตกรรม ซึ่งเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางอีกทั้งการสื่อสารนวัตกรรมยังเป็นปัจจัยสนับสนุนการขับเคลื่อนนวัตกรรมหรือองค์ความรู้ แนวคิดใหม่ๆ ทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีให้มีความเป็นรูปธรรม พร้อมสร้างการรับรู้ต่อสาธารณชนในระบบสังคมได้ในวงกว้าง สามารถตอบสนองของกลยุทธ์หลักที่ 4 เรื่องของการสร้างความตระหนักด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ตามแผนกลยุทธ์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (พ.ศ.2547 – 2556) ที่มุ่งเน้นการกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความตระหนักกับรู้เห็นความ

สำคัญ ตลอดจนมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อให้เกิดแรงสนับสนุน ยอมรับและนำไปสู่การพัฒนาอย่างต่อเนื่องได้อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ

นอกจากนั้นในปัจจุบันนี้ ตลาดโลกกำลังเปลี่ยนแปลง ธรรมชาติของความสัมพันธ์ระหว่างการอุดมศึกษา รัฐบาล และภาคเอกชน ซึ่งแต่เดิมสถาบันอุดมศึกษาเป็นผู้ให้การศึกษ สร้างองค์ความรู้เพื่องานวิชาการ แต่ปัจจุบันสถาบันอุดมศึกษาต้องตระหนักถึงความต้องการของตลาดงาน รัฐบาลต้องการให้สถาบันอุดมศึกษาเป็นแหล่งผลิตกำลังคนที่มีคุณภาพ เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมที่ดีขึ้น มีส่วนช่วยแก้ปัญหาของประเทศ กล่าวคือในปัจจุบันภาคเอกชน ต้องการบริการอุดมศึกษาเพื่อเพิ่มพูนประสิทธิภาพในการผลิตและการบริหารจัดการ อันมีผลต่อผลปฏิบัติการทางธุรกิจ (Business Performance) ทั้งนี้การได้วุฒิปริญญาตรีหรือปริญญาบัตรโดยที่ทุนมนุษย์ (Human Capital) มิได้เพิ่มพูนขึ้นไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผลประโยชน์ของวิสาหกิจ เอกชน ดังนั้นความต้องการบริการอุดมศึกษาของภาคเอกชนในปัจจุบันจึงให้ความสำคัญกับเรื่องของคุณภาพเชิงวิชาการที่สามารถตอบสนองความต้องการในการเพิ่มมูลค่าการได้เปรียบทางการแข่งขันของภาคเอกชนได้อย่างชัดเจนซึ่งส่งผลกระทบต่อผลผลิตของสถาบันอุดมศึกษาที่จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนากำลังคนหรือทุนมนุษย์ที่มีศักยภาพและตอบสนองความต้องการของภาคเอกชนต่อไป

8.2 สถานการณ์หรือการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม

8.2.1 จากแนวทางการจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษาตามพระราชบัญญัติ การศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 (แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2545) ที่มีการระบุไว้อย่างชัดเจนว่าการจัดการศึกษาในระดับปริญญาตรีมุ่งส่งเสริมให้ผู้เรียนได้พัฒนาความรู้ ความสามารถในการสาขาวิชาต่างๆ ในระดับสูง โดยเฉพาะการประยุกต์ทฤษฎีไปสู่การปฏิบัติ การริเริ่มการพัฒนาทั้งทางวิชาการ และวิชาชีพ ยิ่งไปกว่านั้นในการจัดการศึกษาควรเป็นไปเพื่อพัฒนา “คน” โดยต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้มุ่งเน้นการช่วยเตรียมความพร้อมของคนให้เผชิญกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างรู้เท่าทัน

8.2.2 สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาได้มีการดำเนินการจัดทำกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาของประเทศไทยขึ้นเพื่อเป็นกลไกในการนำแนวนโยบายในการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาตามที่กำหนดไว้ไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม โดยมุ่งเน้นในเรื่องของผลผลิตและผลลัพธ์การเรียนรู้อันได้แก่ คุณภาพและมาตรฐานของผู้สำเร็จ การศึกษาเป็นสำคัญ ทั้งนี้กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาของประเทศไทยได้มีการจัดกลุ่ม ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังที่จะให้บัณฑิตเรียนรู้ และสามารถทำได้หลังจากสำเร็จการศึกษาแล้วโดยครอบคลุมมาตรฐานผลการเรียนรู้อย่างน้อย 5 ด้านได้แก่ 1. ด้านการพัฒนาคุณธรรมและจริยธรรม

2.ด้านความรู้ ความสามารถในการจำและนำเสนอข้อมูล 3.ด้านทักษะทางความคิดและเชาว์ปัญญา 4.ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และ 5.ด้านทักษะการวิเคราะห์และการสื่อสาร

8.2.3 คุณภาพการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเด็นของการตอบสนองต่อตลาดแรงงาน เศรษฐกิจ และการแข่งขันนั้นพบว่า การจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทยสามารถตอบสนองความสามารถในการแข่งขันในอันดับที่ 39 โดยได้คะแนน 4.46 คะแนนจากคะแนนเต็ม 10 คะแนน ยิ่งไปกว่านั้นเมื่อพิจารณาในช่วงระยะเวลา 4 ปีระหว่าง พ.ศ. 2547-2550 จะพบว่า จากคะแนนที่ได้รับส่งผลให้สมรรถนะในการตอบสนองความสามารถในการแข่งขันมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องยกเว้นในปีพ.ศ. 2548 อย่างไรก็ตามคะแนนที่ได้รับทุกปียังคงน้อยกว่าครึ่งหนึ่งของคะแนนเต็ม ส่งผลให้การจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษาของประเทศไทยจึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวอย่างเร่งด่วนส่วนหนึ่งเพื่อยกระดับคุณภาพฐานทรัพยากรมนุษย์ของประเทศให้สามารถแข่งขันในเวทีระดับสากลได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

9. ผลกระทบจากข้อ 8 ต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

9.1 การพัฒนาหลักสูตร

จากผลกระทบของสถานการณ์ภายนอกส่งผลให้แนวทางการพัฒนาการศึกษาในระดับอุดมศึกษาปัจจุบันมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาสมรรถนะ และการบูรณาการองค์ความรู้ทั้งในเชิงวิชาการและเชิงวิชาชีพ ตลอดจนให้ความสำคัญกับการพัฒนาสมรรถนะ/ทักษะ/คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของแรงงานบนฐานของความสอดคล้องและความต้องการของภาคอุตสาหกรรมเป็นสำคัญ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องพัฒนาหลักสูตรที่มีรูปแบบอยู่บนฐานของแนวคิดที่ยึดความสามารถเฉพาะของผู้เรียนเป็นสำคัญ หรือหลักสูตรเน้นสมรรถนะ (Competency-based curriculum) ซึ่งเป็นหลักสูตรที่จัดทำขึ้นเพื่อให้แน่ใจว่าผู้ที่จบการศึกษาในระดับหนึ่งๆ นั้นมีทักษะและความสามารถในการด้านต่างๆเป็นไปตามที่ต้องการ ดังนั้นในการพัฒนาหลักสูตรประเภทนี้จึงมีการกำหนดเกณฑ์ความสามารถที่ผู้เรียนพึงกระทำหรือเกณฑ์สมรรถภาพในด้านต่างๆที่ผู้เรียนต้องแสดงออกในแต่ละระดับการศึกษา หรือแต่ละชั้นเรียน ทั้งนี้ทักษะและความสามารถในการด้านนั้นจะถูกกำหนดให้มีความต่อเนื่องกัน โดยเริ่มจากทักษะและความสามารถเบื้องต้นก่อนเพื่อเป็นฐานสำหรับการเพิ่มพูนทักษะและความสามารถในระดับสูงต่อไป ซึ่งในเบื้องต้นของการพัฒนาหลักสูตรในครั้งนี้จะมีการกำหนดมาตรฐานผลการเรียนรู้เบื้องต้นของบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย

จากผลกระทบของสถานการณ์ภายนอกในการพัฒนาหลักสูตรจึงจำเป็นต้องพัฒนาหลักสูตรในเชิงรุกที่มีศักยภาพและสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามวิวัฒนาการของเทคโนโลยีสารสนเทศ และรองรับการแข่งขันทางธุรกิจคอมพิวเตอร์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยการผลิตบุคลากรทางเทคโนโลยีสารสนเทศจำเป็นต้องมีความพร้อมที่จะปฏิบัติงานได้ทันที และมีศักยภาพสูงในการพัฒนาตนเองให้เข้ากับลักษณะงานทั้งด้านวิชาการและวิชาชีพ รวมถึงความเข้าใจในผลกระทบของเทคโนโลยีสารสนเทศต่อสังคม โดยต้องปฏิบัติตนอย่างมีอาชีพ มีคุณธรรม จริยธรรม ซึ่งเป็นไปตามนโยบายและวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยด้านมุ่งสู่ความเป็นเลิศในเทคโนโลยีและการวิจัย และการผลิตบัณฑิตที่ดีและเก่ง

9.2 ความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน

จากสถานการณ์หรือการพัฒนาทางการศึกษาในปัจจุบันที่ให้ความสำคัญกับความสามารถในการจัดการศึกษาให้ตอบสนองต่อตลาดแรงงาน เศรษฐกิจ และการแข่งขันนั้นจะเห็นได้ว่าเป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัยที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมกับสังคมในการสืบสานและสร้างเสริมภูมิปัญญาให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยยึดหลักจริยธรรมทางวิชาการและหลักการให้การศึกษาก่อประชาชน ดังนั้นการพัฒนาหลักสูตรในครั้งนี้จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาหลักสูตรบนฐานสมรรถนะเพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาคนให้มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานทั้งในเชิงวิชาการและวิชาชีพในศาสตร์ของตนเองได้อย่างเหมาะสมบนฐานคุณธรรมจริยธรรมต่อไป

หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

1. ความสำคัญ ปรัชญา และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.1 ความสำคัญ

จากความสำคัญของการสื่อสารที่เป็นพื้นฐานสำคัญที่มนุษย์ใช้ติดต่อแลกเปลี่ยนข่าวสาร และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันมาในทุกยุคทุกสมัย ส่งผลให้ในปัจจุบันการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในทุกสาขาวิชาชีพ เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมต่างๆ สมฤทธิ์ผล โดยใช้การสื่อสารหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่มใหญ่ การสื่อสารภายในองค์กรหรือการสื่อสารมวลชน ดังนั้นการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องของ "ศาสตร์แห่งการสื่อสาร" ซึ่งหมายถึง การสื่อสารทุกรูปแบบของมนุษย์ จึงเป็นศาสตร์ที่สำคัญอย่างยิ่งที่ต้องเรียนรู้ เพื่อที่จะสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี นอกจากนี้การสื่อสารในยุคข้อมูลข่าวสารในปัจจุบัน ที่ให้ความสำคัญกับข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยีที่ทันสมัยต่างๆ ส่งผลให้เกิดการพัฒนาแนวทางให้กับผู้ประกอบการวิชาชีพด้านการสื่อสารมวลชน ให้เกิดความรู้เท่าทันด้านข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยีสมัยใหม่ รวมถึงการบูรณาการด้านการสื่อสารกับศาสตร์ในสาขาอื่น

เพื่อให้สามารถมีกระบวนการคิด ผิดตงงาน ตลอดจนดำเนินการด้านการสื่อสารที่เหมาะสมกับ กระแสการเปลี่ยนแปลงของสังคมในปัจจุบัน และเป็นการขยายวงของศาสตร์ทางด้านการสื่อสาร ออกสู่พื้นที่ทางการศึกษาอื่นๆ ในอันที่จะส่งเสริมศักยภาพทางการสื่อสารได้อย่างเต็มประสิทธิภาพต่อไป

เมื่อพิจารณาถึงนโยบายการพัฒนาประเทศที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนารัฐกิจบนฐาน นวัตกรรมเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจในอนาคต ต้องให้ความสำคัญกับเรื่องของการสร้างหรือพัฒนานวัตกรรมทั้งในรูปของเทคโนโลยี ผลิตภัณฑ์ วิธีการ และกระบวนการในการแนะนำนวัตกรรมรูปแบบต่างๆ เข้าสู่ระบบสังคมได้อย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพ ดังนั้นเมื่อพิจารณาในส่วนของบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารซึ่งเป็นเรื่องของ ความสามารถในการสร้างปฏิสัมพันธ์ทั้งในด้านการให้ข้อมูล จูงใจ กระตุ้นการมีส่วนร่วม สร้างการ ยอมรับและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เหมาะสม จึงแสดงให้เห็นว่า การสื่อสารได้กลายเป็น กระบวนการที่มีความสำคัญและมีบทบาทอย่างมากในการสนับสนุนให้กลุ่มเป้าหมายหรือบุคคล ทั่วไปเกิดการรับรู้ และสามารถยอมรับในนวัตกรรมรูปแบบต่างๆ ได้ ดังนั้นการสร้างการรับรู้หรือการ ยอมรับนวัตกรรมจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องใช้บุคคลที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการสื่อสารที่มีความ รอบรู้อย่างลึกซึ้งทั้งในด้านการสื่อสาร และความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมนั้นๆ รวมทั้งมีความเข้าใจ แนวคิดเกี่ยวกับการแพร่กระจายนวัตกรรม บุคคลที่มีลักษณะดังกล่าวนี้เรียกว่า “นักสื่อสาร นวัตกรรม” ซึ่งมีคุณลักษณะที่แตกต่างไปจาก นักโฆษณา นักประชาสัมพันธ์หรือนักสื่อสารองค์กร โดยทั่วไป และเป็นบุคคลสำคัญในการสื่อสารและสร้างการยอมรับนวัตกรรมให้ประสบความสำเร็จ

ดังนั้นในฐานะของสถาบันการศึกษาที่มีการจัดการเรียนการสอนในด้านการสื่อสาร จึงให้ ความสำคัญต่อการจัดการศึกษาด้านการสื่อสารในลักษณะของการบูรณาการศาสตร์ทางด้านการ สื่อสาร ให้เกิดขึ้นในการจัดการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษากับศาสตร์แขนงอื่นโดยเฉพาะ ศาสตร์ทางการบริหารจัดการนวัตกรรม ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในระดับสูงที่มีต่อการพัฒนารูปแบบ/ วิธีการสื่อสารในระบบสังคมไทยให้มีความสอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลงในประเด็นสำคัญ ดังกล่าวที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบัน

1.2 ปรัชญา

“มุ่งเน้นให้บัณฑิตมีความสามารถในการใช้วิธีการใหม่ๆทางการสื่อสารเพื่อนำเสนอเทคโนโลยี สิ่งประดิษฐ์ แนวคิด ตลอดจนแนวปฏิบัติใหม่ๆ อันเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตและสังคม ภายใต้ การดำรงไว้ซึ่งคุณธรรมจริยธรรมอันดีงามของนักสื่อสารทั้งในระดับท้องถิ่นและในระดับสากล”

1.3 วัตถุประสงค์

1.3.1 เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ความสามารถด้านการสื่อสารครอบคลุมทุกทักษะ ทั้งฟัง พูด อ่าน เขียน และการสื่อสารในทุกรูปแบบ มีทักษะการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม สามารถเลือกใช้เทคนิควิธีการในการนำเสนอหรือถ่ายทอดเรื่องราวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตอบสนองต่อเป้าหมายทางการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และสามารถวางแผน ออกแบบ วิจัยและพัฒนารูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมเพื่อการเผยแพร่นวัตกรรมทั้งที่เป็นแนวคิด สินค้า ตลอดจนเทคโนโลยีต่างๆได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3.2 เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีความรู้เกี่ยวกับพัฒนาการการสื่อสาร กระบวนการสื่อสาร การบริหารจัดการการสื่อสารโดยครอบคลุมตั้งแต่การมีความรู้เกี่ยวกับผู้ส่งสาร ผู้รับสาร สาร และสื่อ/ช่องทางการสื่อสาร อิทธิพลของการสื่อสารต่อการพัฒนา ตลอดจนปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ และมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางในการนำเทคโนโลยีทางการสื่อสารมาใช้ประโยชน์เพื่อการเผยแพร่นวัตกรรม (ครอบคลุมทั้งที่เป็นเทคโนโลยี แนวคิด หรือรูปแบบ/วิธีการใหม่)

1.3.3 เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความเข้าใจที่ลึกซึ้งเกี่ยวกับนวัตกรรมประเภทต่างๆทั้งที่เป็นนวัตกรรมเชิงผลิตภัณฑ์ (product innovation) นวัตกรรมเชิงกระบวนการ (process innovation) นวัตกรรมเชิงคุณค่า/การรับรู้ตำแหน่ง (position innovation) หรือนวัตกรรมเชิงแนวคิด/นโยบาย (paradigm innovation) เพื่อให้สามารถออกแบบและเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารในลักษณะต่างๆได้อย่างเหมาะสมกับคุณลักษณะและองค์ประกอบของนวัตกรรมในแต่ละประเภทได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3.4 เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีความสามารถในการเรียนรู้ศาสตร์ใหม่ได้ด้วยตนเอง โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการเรียนรู้อย่างรู้เท่าทัน และมีการปรับใช้แนวความคิดที่มาจากแหล่งความรู้ที่หลากหลาย หรือจากศาสตร์ที่แตกต่างกันได้อย่างเหมาะสมและสร้างสรรค์บนฐานของการมีคุณธรรมและจริยธรรม

1.3.5 เพื่อผลิตบัณฑิตให้สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีภาวะผู้นำ รับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนอย่างชัดเจน มีทักษะการแก้ปัญหาและการตัดสินใจที่เหมาะสม ตลอดจนมีระเบียบวินัยและรับผิดชอบทั้งต่อตนเองและส่วนรวม และเป็นผู้ที่มีความเข้าใจด้านสังคม องค์กร และคุณธรรม จริยธรรมในวิชาชีพด้านการสื่อสาร

2. คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตสาขานวัตกรรมการสื่อสาร (วิชาเอกการสื่อสาร นวัตกรรม)

การดำเนินการพัฒนาหลักสูตรในครั้งนี้ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาหลักสูตรแบบเน้นสมรรถนะ ซึ่งมีกระบวนการวิจัยและพัฒนาอย่างเป็นระบบตั้งแต่การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในการทำงาน การวิเคราะห์เนื้อหาในส่วนของปรัชญาการทำงาน/วัตถุประสงค์ขององค์กรทางวิชาชีพการสื่อสาร ตลอดจนคุณลักษณะงานที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพทางการสื่อสาร ตลอดจนประชุมสนทนากลุ่มกับผู้ปฏิบัติงานในเชิงวิชาชีพซึ่งได้คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตสาขานวัตกรรมการสื่อสาร (วิชาเอกการสื่อสาร นวัตกรรม) ของวิทยาลัย นวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ดังนี้

1.4.1 มีคุณธรรมจริยธรรม และมีจรรยาบรรณในเชิงวิชาชีพที่เหมาะสม

1.4.2 มีความรู้ความเชี่ยวชาญในศาสตร์ทางการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ นวัตกรรมอย่างเป็นระบบทั้งในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ

1.4.3 มีทักษะทางปัญญาที่ครอบคลุมทักษะการรู้สารสนเทศ ทักษะการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ ตลอดจนทักษะการคิดแก้ปัญหา

1.4.4 มีทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

1.4.5 มีทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างรู้เท่าทันและมีประสิทธิภาพ

1.4.6 มีทักษะการปฏิบัติในเชิงวิชาชีพทางการสื่อสาร นวัตกรรมได้อย่างเหมาะสม

ทั้งนี้รายละเอียดผลการเรียนรู้ในแต่ละด้านแสดงอยู่ในหมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล

หมวดที่ 3. ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร

1. ระบบการจัดการศึกษา

1.1. ระบบการจัดการศึกษา

เป็นแบบทวิภาค ข้อกำหนดต่าง ๆ ให้เป็นไปตามระเบียบมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

1.2. การจัดการศึกษาภาคฤดูร้อน

มีการจัดการเรียนการสอนภาคฤดูร้อน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพิจารณาของคณะกรรมการประจำหลักสูตร

2. การดำเนินการหลักสูตร

2.1. วัน-เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

ภาคต้น เดือนมิถุนายน – กันยายน

ภาคปลาย เดือนตุลาคม – กุมภาพันธ์

ภาคฤดูร้อน เดือนมีนาคม – พฤษภาคม

2.2. คุณสมบัติของผู้เข้าศึกษา

(1) เป็นผู้สำเร็จการศึกษาไม่ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายตามหลักสูตรกระทรวงศึกษาธิการหรือเทียบเท่า และ

(2) ผ่านการคัดเลือกตามเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษาและ/หรือ เป็นไปตามระเบียบข้อบังคับการคัดเลือกของวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ การคัดเลือกผู้เข้าศึกษา

(1) ผู้เรียนที่เข้าศึกษาโดยระบบคัดเลือกของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

(2) ผู้เรียนที่วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒเป็นผู้ดำเนินการคัดเลือกเอง

(3) การคัดเลือกโดยคณาจารย์ประจำวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคมด้วยวิธีการสอบข้อเขียน และ/หรือการสอบสัมภาษณ์

2.3. ปัญหาของนักศึกษาแรกเข้า

ทักษะและความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษของนักศึกษา เนื่องจากตำรา เอกสาร และข้อสอบโดยเฉพาะในส่วนของวิชาพื้นฐานเฉพาะจะเป็นภาษาอังกฤษทั้งหมด

2.4. กลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา / ข้อจำกัดของนักศึกษาในข้อ 2.3

นักศึกษาที่จะเข้ารับการศึกษาคควรมีผลการเรียนในกลุ่มวิชาภาษาอังกฤษ อยู่ในเกณฑ์ดี หรือมีผลสอบมาตรฐานด้านดังกล่าวไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคมกำหนดในระเบียบการคัดเลือกนักศึกษาเข้าเรียน กรณีที่นักศึกษาจำเป็นต้องปรับพื้นฐานทางภาษาอังกฤษ ให้จัดอบรมก่อนเริ่มภาคการศึกษาแรก

2.5. ระบบการศึกษา

ระบบการศึกษาเป็นแบบชั้นเรียน และเป็นไปตามระเบียบมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

3. หลักสูตร

3.1. หลักสูตร

3.1.1. จำนวนหน่วยกิต

รวมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า 131 หน่วยกิต

3.1.2. โครงสร้างหลักสูตร

โครงสร้างหลักสูตร แบ่งเป็นหมวดวิชาที่สอดคล้องกับที่กำหนดไว้ในเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ ดังนี้

ก .หมวดวิชาศึกษาทั่วไป		30	หน่วยกิต
ก 1. กลุ่มวิชาภาษา		9	หน่วยกิต
ก 1.1 ภาษาไทย กำหนดให้เลือกเรียน ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยกิต			
มศว 111	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร		3(2-2-5)
SWU 111	Thai for Communication		
มศว 112	วรรณกรรมไทยปริทรรศน์		3(2-2-5)
SWU 112	Thai Literary Review		
ก 1.2 ภาษาต่างประเทศ กำหนดให้เลือกเรียนไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต จากรายวิชาต่อไปนี้			
มศว 121	ภาษาอังกฤษเพื่อประสิทธิภาพการสื่อสาร 1		3(2-2-5)
SWU 121	English for Effective Communication I		
มศว 122	ภาษาอังกฤษเพื่อประสิทธิภาพการสื่อสาร 2		3(2-2-5)
SWU 122	English for Effective Communication II		
มศว 123	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารนานาชาติ 1		3(2-2-5)
SWU 123	English for International Communication I		
มศว 124	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารนานาชาติ 2		3(2-2-5)
SWU 124	English for International Communication II		
มศว 131	ภาษาฝรั่งเศสเพื่อการสื่อสาร 1		3(2-2-5)
SWU 131	French for Communication I		
มศว 132	ภาษาฝรั่งเศสเพื่อการสื่อสาร 2		3(2-2-5)
SWU 132	French for Communication II		
มศว 133	ภาษาเยอรมันเพื่อการสื่อสาร 1		3(2-2-5)
SWU 133	German for Communication I		
มศว 134	ภาษาเยอรมันเพื่อการสื่อสาร 2		3(2-2-5)
SWU 134	German for Communication II		
มศว 135	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร 1		3(2-2-5)
SWU 135	Chinese for Communication I		

มศว 136	ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร 2	3(2-2-5)
SWU 136	Chinese for Communication II	
มศว 137	ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสาร 1	3(2-2-5)
SWU 137	Japanese for Communication I	
มศว 138	ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสาร 2	3(2-2-5)
SWU 138	Japanese for Communication II	

ก 2. กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ และเทคโนโลยี 6 หน่วยกิต
กำหนดให้เลือกเรียน ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต จากรายวิชาต่อไปนี้

มศว 141	ทักษะการรู้สารสนเทศ	3(2-2-5)
SWU 141	Information Literacy Skills	
มศว 142	วิทยาศาสตร์เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม	3(2-2-5)
SWU 142	Science for Life Quality Development and Environment	
มศว 143	พลังงานทางเลือก	3(2-2-5)
SWU 143	Alternative Energy	
มศว 144	คณิตศาสตร์ในชีวิตประจำวัน	3(2-2-5)
SWU 144	Mathematics in Daily Life	
มศว 145	สุขภาวะและวิถีชีวิตเชิงสร้างสรรค์	3(2-2-5)
SWU 145	Wellness and Healthy Lifestyle	
มศว 341	วิทยาศาสตร์ฟิสิกส์ กฎของธรรมชาติ พลังงาน และจิต	3(2-2-5)
SWU 341	Physical Science, Laws of Nature, Energy and Spirit	

ก 3. กลุ่มวิชาศิลปศาสตร์ 15 หน่วยกิต

ก 3.1 วิชาบังคับ กำหนดให้เรียน 9 หน่วยกิต ดังนี้

มศว 151	การศึกษาทั่วไปเพื่อพัฒนามนุษย์	3(2-2-5)
SWU 151	General Education for Human Development	
มศว 251	มนุษย์กับสังคม	3(2-2-5)
SWU 251	Man and Society	
มศว 252	สุนทรียศาสตร์เพื่อชีวิต	3(2-2-5)
SWU 252	Aesthetics for Life	

ก 3.2 วิชาเลือก กำหนดให้เลือกรเรียน ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต จากรายวิชาต่อไปนี้

มศว 351	การพัฒนาบุคลิกภาพ	3(2-2-5)
SWU 351	Personality Development	
มศว 352	ปรัชญาและกระบวนการคิด	3(2-2-5)
SWU 352	Philosophy and Thinking Process	
มศว 353	มนุษย์กับการใช้เหตุผลและจริยธรรม	3(2-2-5)
SWU 353	Man, Reasoning and Ethics	
มศว 354	มนุษย์กับสันติภาพ	3(2-2-5)
SWU 354	Man and Peace	
มศว 355	พุทธธรรม	3(2-2-5)
SWU 355	Buddhism	
มศว 356	วรรณกรรมและพลังทางปัญญา	3(2-2-5)
SWU 356	Literature for Intellectual Powers	
มศว 357	ศิลปะและความคิดสร้างสรรค์	3(2-2-5)
SWU 357	Art and Creativity	
มศว 358	ดนตรีและจิตวิญญาณมนุษย์	3(2-2-5)
SWU 358	Music and Human Spirit	
มศว 361	ประวัติศาสตร์และพลังขับเคลื่อนสังคม	3(2-2-5)
SWU 361	History and Effects on Society	
มศว 362	มนุษย์กับอารยธรรม	3(2-2-5)
SWU 362	Man and civilization	
มศว 363	มนุษย์กับการเมือง การปกครอง และกฎหมาย	3(2-2-5)
SWU 363	Man and Politics, Government and Law	
มศว 364	เศรษฐกิจในกระแสโลกาภิวัตน์	3(2-2-5)
SWU 364	Economy in Globalization	
มศว 365	หลักการจัดการสมัยใหม่	3(2-2-5)
SWU 365	Principles of Modern Management	
มศว 366	จิตวิทยาสังคม	3(2-2-5)
SWU 366	Social Psychology	
มศว 367	กฎหมายทั่วไป	3(2-2-5)

SWU 367	Legal Studies	
มศว 371	ความคิดสร้างสรรค์กับนวัตกรรม และเทคโนโลยี	3(2-2-5)
SWU 371	Creativity, Innovation and Technology	
มศว 372	ภูมิปัญญาท้องถิ่น	3(2-2-5)
SWU 372	Local Wisdom	
มศว 373	ภูมิลักษณะชุมชน	3(2-2-5)
SWU 373	Man and Community	
มศว 374	สัมมาชีพเพื่อชุมชน	3(2-2-5)
SWU 374	Ethical Careers for Community	
มศว 375	ธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการชุมชน	3(2-2-5)
SWU 375	Good Governance in Community Management	

ข. วิชาพื้นฐานเฉพาะ เรียนไม่น้อยกว่า		30	หน่วยกิต
(จัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษ)			
นว 101	สังคมดิจิทัลและนิเวศวิทยาเชิงวัฒนธรรม	3(2-2-5)	
CS 101	Digital Society and Cultural Ecology		
นว 102	สุนทรียศาสตร์ร่วมสมัย	3(2-2-5)	
CS 102	Contemporary Aesthetics		
นว 103	จริยธรรมและประเด็นทางกฎหมายสารสนเทศ	3(2-2-5)	
CS 103	Ethic and Law Issue Information Technology		
นส 101	นวัตกรรมสื่อสาร	3(3-0-6)	
CI 101	Communication Innovation		
นส 102	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา	3(3-0-6)	
IC 102	Introduction to Development Communication		
คส 101	สื่อคอมพิวเตอร์เพื่อการสื่อสาร	3(2-2-5)	
CC 101	Computer-mediated Communication		
อส 201	แนวความคิดเพื่อการออกแบบสื่อดิจิทัล	3(2-2-5)	
ID 201	Digital Media Design Concept		
กร 201	พฤติกรรมผู้ใช้สารสนเทศ	3(2-2-5)	

CB 201	End user Behavior	
ภส 201	สื่อดิจิทัลกับสังคม	3(2-2-5)
CD 201	Digital Media and Society	
นส 201	ความรู้เบื้องต้นด้านสื่อสารมวลชนและสื่อดิจิทัล	3(3-0-6)
IC 201	Introduction to Mass Communication and Digital Media	

ค. หมวดวิชาเอก เรียนไม่น้อยกว่า		50	หน่วยกิต
ค 1 วิชาเอกบังคับ ให้เรียนไม่น้อยกว่า		25	หน่วยกิต
นส 111	ทฤษฎีและพฤติกรรมการสื่อสาร		3(2-2-5)
IC 111	Theory and Communication Behavior		
นส 251	การคิดสร้างสรรค์เพื่อนวัตกรรมสื่อสาร		3(2-2-5)
IC 251	Creative thinking for Communication Innovation		
นส 252	การผลิตสื่อเบื้องต้น		3(2-2-5)
IC 252	Introduction to Media Production		
นส 253	การบูรณาการสื่อเพื่องานสร้างสรรค์		2(1-2-3)
IC 253	Integrated Media for Creative Works		
นส 261	การจัดการการสื่อสาร		2(1-2-3)
IC 261	Communication Management		
นว 202	งานวิจัยและการประยุกต์ใช้ความรู้		3(2-2-5)
CS 202	Research and Knowledge Application		
นว 372	สหกิจศึกษา		6 หน่วยกิต
CS 372	Cooperate study		
นส 481	การศึกษาเฉพาะรายบุคคล		3(2-2-5)
IC 481	Independent study		
ค 2 กลุ่มวิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรม เรียนไม่น้อยกว่า		25	หน่วยกิต
นส 112	นวัตกรรมเบื้องต้น		3(3-0-6)
IC 112	Principles of Innovation		
นส 211	เทคนิคการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายทางการสื่อสารนวัตกรรม		3(2-2-5)
IC 211	Audience Analysis Techniques for Innovative Communication		
นส 221	การจัดการนวัตกรรม		3(2-2-5)

IC 221	Innovation Management	
กฐ 226	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ	3(3-0-6)
IS 226	Management Information System	
นส 262	กลยุทธ์ทางการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม	3(2-2-5)
IC 262	Strategic of Technological and Innovative Management	
นส 311	การโน้มน้าวใจและการรณรงค์	2(1-2-3)
IC 311	Persuasion and Campaign	
นส 321	การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการเพื่องานนวัตกรรม	3(2-2-5)
IC 321	Integrated Marketing Communication for Innovation Market	
นส 356	เทคนิคการสร้างสรรคงานการสื่อสารนวัตกรรม	3(2-2-5)
IC 356	Creativity Techniques for Innovative Communication	
นส 361	การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคม	3(2-2-5)
IC 361	Social Marketing Communication	
นส 411	การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม	3(2-2-5)
IC 411	Intercultural Communication	
นส 421	การวางแผนและบริหารโครงการสื่อสารนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์	3(2-2-5)
IC 421	Strategic Planning and Management of Innovation Communication Project	
นส 422	การจัดการทรัพย์สินทางปัญญา	2(2-0-4)
IC 422	Intellectual Property Management	
นส 463	การสื่อสารเพื่อบริหารการเปลี่ยนแปลง	2(1-2-3)
IC 463	Communication for Change Management	

ค. หมวดวิชาโท เรียนไม่น้อยกว่า	15	หน่วยกิต
ง. หมวดวิชาเลือกเสรี เรียนไม่น้อยกว่า	6	หน่วยกิต

3.1.3 แสดงแผนการศึกษา

ปีที่ 1 ภาคเรียนที่ 1

มศว	151	การศึกษาทั่วไปเพื่อพัฒนามนุษย์	3(2-2-5)
มศว	121	ภาษาอังกฤษเพื่อประสิทธิภาพการสื่อสาร 1	3(2-2-5)
มศว	144	คณิตศาสตร์ในชีวิตประจำวัน	3(2-2-5)
นส	101	นวัตกรรมสื่อสาร	3(3-3-0)
นส	102	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา	3(3-0-5)
นว	102	สุนทรียศาสตร์ร่วมสมัย	3(2-2-5)
รวม			18 หน่วยกิต

ปีที่ 1 ภาคเรียนที่ 2

มศว	122	ภาษาอังกฤษเพื่อประสิทธิภาพการสื่อสาร 2	3(2-2-5)
มศว	111	ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร	3(2-2-5)
คส	101	สื่อคอมพิวเตอร์เพื่อการสื่อสาร	3(2-2-5)
นส	111	ทฤษฎีและพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร	3(2-2-5)
นว	101	สังคมดิจิทัลและนิเวศวิทยาเชิงวัฒนธรรม	3(3-3-0)
นว	103	จริยธรรมและประเด็นทางกฎหมายสารสนเทศ	3(3-3-0)
รวม			18 หน่วยกิต

ปีที่ 2 ภาคเรียนที่ 1

มศว	141	ทักษะการรู้สารสนเทศ	3(2-2-5)
มศว	252	สุนทรียศาสตร์เพื่อชีวิต	3(2-2-5)
ภส	201	สื่อดิจิทัลกับสังคม	3(3-0-5)
ภธ	201	พฤติกรรมผู้ใช้สารสนเทศ	3(2-2-2)
นส	251	การคิดสร้างสรรค์เพื่อนวัตกรรมสื่อสาร	3(2-2-6)
นส	201	ความรู้เบื้องต้นด้านสื่อสารมวลชนและสื่อดิจิทัล	3(3-0-6)
นส	261	การจัดการการสื่อสาร	2(1-2-5)
รวม			20 หน่วยกิต

ปีที่ 2 ภาคเรียนที่ 2

มศว	251	มนุษย์กับสังคม	3(2-2-5)
อส	201	แนวความคิดเพื่อการออกแบบสื่อดิจิทัล	3(3-3-0)
นส	252	การผลิตสื่อเบื้องต้น	3(2-2-6)
นส	253	การบูรณาการสื่อเพื่องานสร้างสรรค์	2(1-2-6)
นว	202	งานวิจัยและการประยุกต์ใช้ความรู้	3(2-1-5)
เลือกรายวิชาจากหมวดวิชาเอกเลือกในกลุ่มวิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรม			3 หน่วยกิต
รวม			17 หน่วยกิต

ปีที่ 3 ภาคเรียนที่ 1

เลือก 1 รายวิชาจากกลุ่มวิชาศิลปศาสตร์ในหมวดศึกษาทั่วไป (วิชาเศรษฐกิจในกระแสโลกาภิวัตน์หรือวิชาหลักการจัดการสมัยใหม่)			3 หน่วยกิต
เลือกรายวิชาจากหมวดวิชาเอกเลือกในกลุ่มวิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรม			9 หน่วยกิต
เลือกรายวิชาจากวิชาโท			3 หน่วยกิต
เลือกรายวิชาจากหมวดวิชาเลือกเสรี			3 หน่วยกิต
รวม			18 หน่วยกิต

ปีที่ 3 ภาคเรียนที่ 2

เลือก 1 รายวิชาจากกลุ่มวิชาศิลปศาสตร์ในหมวดศึกษาทั่วไป (วิชาภูมิทัศน์ชุมชนหรือสัมมนาชีพเพื่อชุมชน)			3 หน่วยกิต
เลือกรายวิชาจากหมวดวิชาเอกเลือกในกลุ่มวิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรม			5 หน่วยกิต
เลือกรายวิชาจากวิชาโท			5 หน่วยกิต
รวม			13 หน่วยกิต

ปีที่ 3 ภาคเรียนที่ 3

นว	372	สหกิจศึกษา	6 หน่วยกิต
รวม			6 หน่วยกิต

ปีที่ 4 ภาคเรียนที่ 1

เลือกรายวิชาจากหมวดวิชาเอกเลือกในกลุ่มวิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรม	3 หน่วยกิต
เลือกรายวิชาจากวิชาโท	3 หน่วยกิต
เลือกรายวิชาจากหมวดวิชาเอกเลือกในกลุ่มวิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรม	5 หน่วยกิต
รวม	11 หน่วยกิต

ปีที่ 4 ภาคเรียนที่ 2

นส 481 การศึกษาเฉพาะรายบุคคล	3(2-1-5)
เลือกรายวิชาจากวิชาโท	4 หน่วยกิต
เลือกรายวิชาจากหมวดวิชาเอกเลือกเสรี	3 หน่วยกิต
รวม	10 หน่วยกิต

****รวมทั้งหมดไม่น้อยกว่า 131 หน่วยกิต****

4. องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม (การฝึกงาน หรือสหกิจศึกษา)

จากความต้องการที่บัณฑิตควรมีประสบการณ์ในวิชาชีพก่อนเข้าสู่การทำงานจริง ดังนั้นหลักสูตรได้กำหนดรายวิชาสหกิจศึกษา ซึ่งจะจัดอยู่ในกลุ่มวิชาเอกบังคับ

4.1. มาตรฐานผลการเรียนรู้ของประสบการณ์ภาคสนาม

ความคาดหวังในผลการเรียนรู้ประสบการณ์ภาคสนามของนักศึกษา มีดังนี้

- (1) ทักษะในการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ ตลอดจนมีความเข้าใจในหลักการทำงานจริง
- (2) บุคลากรความรู้ที่เรียนมาเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการทำงานได้
- (3) มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี
- (4) มีระเบียบวินัย ตรงเวลา มีความรับผิดชอบและเข้าใจวัฒนธรรม ตลอดจนสามารถปรับตัวเข้ากับสถานประกอบการได้
- (5) มีความกล้าในการแสดงออก และนำความคิดสร้างสรรค์ไปใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติงานได้

4.2. ช่วงเวลา ภาคการศึกษาที่ 3 ของปีการศึกษาที่ 3**4.3. การจัดเวลาและตารางสอน จัดเต็มเวลาใน 1 ภาคการศึกษา**

5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการหรือการศึกษาเฉพาะรายบุคคล

ข้อกำหนดในการทำโครงการหรือการศึกษาเฉพาะรายบุคคลต้องเป็นหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้การสื่อสารเพื่อพัฒนางานนวัตกรรมทั้งที่เป็นนวัตกรรมเชิงเทคโนโลยี นวัตกรรมเชิงกระบวนการหรือนวัตกรรมเชิงคุณค่า แนวคิด โดยต้องมีหน่วยงานภาครัฐกิจหรือภาครัฐที่อ้างอิงและคาดว่าจะนำไปใช้งานหากโครงการสำเร็จ และมีรายงานที่ต้องนำเสนอตามรูปแบบและระยะเวลาที่หลักสูตรกำหนดอย่างเคร่งครัด หรือเป็นโครงการที่มุ่งเน้นการสร้างผลงานวิจัยเพื่อพัฒนางานด้านการสื่อสารนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพ

5.1. คำอธิบายโดยย่อ

โครงการการสื่อสารนวัตกรรมที่นิสิตสนใจ สามารถอธิบายทฤษฎีที่นำมาใช้ในการทำโครงการ ประโยชน์ที่จะได้จากการทำโครงการ และมีขอบเขตโครงการที่สามารถทำเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนดได้

5.2. มาตรฐานผลการเรียนรู้

- (1) สามารถบูรณาการความรู้ในเรื่องของการสื่อสารและการจัดการนวัตกรรมได้อย่างเหมาะสม
- (2) ทักษะในการสื่อสารและทักษะในการนำเสนองานที่มีประสิทธิภาพ
- (3) ทักษะการคิดสร้างสรรค์เชิงกลยุทธ์
- (4) มีความเชี่ยวชาญในการใช้เครื่องมือทางการสื่อสารเพื่อการพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- (5) มีระเบียบวินัย ตรงเวลา และมีความรับผิดชอบ

- (6) มีทักษะการแก้ปัญหาและทักษะการตัดสินใจที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

5.3. ช่วงเวลา ภาคการศึกษาที่ 1-2 ของปีการศึกษาที่ 4

5.4. จำนวนหน่วยกิต 3 หน่วยกิต

5.5. การเตรียมการ

มีการกำหนดชั่วโมงการให้คำปรึกษา จัดทำบันทึกการให้คำปรึกษา ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการผ่านทางเว็บไซต์ของทางวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม และปรับปรุงให้มีความทันสมัยเสมอ อีกทั้งมีตัวอย่างโครงการให้ศึกษา

5.6. กระบวนการประเมินผล

ประเมินผลจากความก้าวหน้าในการทำโครงการ ที่บันทึกในสมุดให้คำปรึกษาโดยอาจารย์ที่ปรึกษาและตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งประเมินผลจากความสำเร็จของโครงการ ครอบคลุมทั้งในส่วนของการวางแผนงาน การกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม ตลอดจนรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจและตอบสนองตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้จะมีการประเมินผลโดยกลุ่มผู้เกี่ยวข้องตามเป้าหมายของโครงการหรือกิจกรรมการสื่อสาร และให้คะแนนโดยอาจารย์ในวิทยาลัยจำนวนอย่างน้อย 3 คน

หมวดที่ 4. ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล

1. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา

คุณลักษณะพิเศษ	กลยุทธ์หรือกิจกรรมของนักศึกษา
ด้านบุคลิกภาพ	มีการสอดแทรกเรื่อง บุคลิกภาพ การแต่งกาย การเข้าสังคม ทักษะในการสื่อสาร การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และการวางตัวในการทำงานในบางรายวิชาที่เกี่ยวข้อง และในกิจกรรม ปัจจุบันนี้เทศ ก่อนที่นักศึกษาจะสำเร็จการศึกษา
ด้านภาวะผู้นำ และความรับผิดชอบ ตลอดจนการมีวินัยในตนเอง	-กำหนดให้มีรายวิชาซึ่งนักศึกษาต้องทำงานเป็นกลุ่ม และมีการกำหนดหัวหน้ากลุ่มในการทำรายงานตลอดจนกำหนดให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการนำเสนอรายงาน เพื่อเป็นการฝึกให้นักศึกษาได้สร้างภาวะผู้นำและการเป็นสมาชิกกลุ่มที่ดี -มีกิจกรรมนักศึกษาที่มอบหมายให้นักศึกษาหมุนเวียนกันเป็นหัวหน้าในการดำเนินกิจกรรม เพื่อฝึกให้นักศึกษามีความรับผิดชอบ -มีกติกาที่จะสร้างวินัยในตนเอง เช่น การเข้าเรียนตรงเวลา เข้าเรียนอย่างสม่ำเสมอ การให้คะแนนการมีส่วนร่วมในชั้นเรียนเพื่อเสริมความกล้าในการแสดงความคิดเห็น
ด้านคุณธรรม จริยธรรม และ จรรยาบรรณวิชาชีพ	มีการให้ความรู้ในประเด็นปัญหาทางจริยธรรมและกฎหมายในธุรกิจสื่อสารและธุรกิจสารสนเทศที่มีผลกระทบต่อโลก สังคม ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ซึ่งเกี่ยวข้องกับนวัตกรรมสื่อสารสังคม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี คอมพิวเตอร์ รวมทั้งเกี่ยวข้องกับบทบาท ภารกิจ ความรับผิดชอบและบทลงโทษของผู้สร้างสรรค์

2. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน

2.1. คุณธรรม จริยธรรม

2.1.1. ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

นักศึกษาต้องมีคุณธรรม จริยธรรมเพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างราบรื่น และเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม ยิ่งไปกว่านั้นการเป็นนักการสื่อสารยังเป็นเรื่องของการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลในหลายระดับ ซึ่งส่งผลให้การมีวินัยและความรับผิดชอบ ตลอดจนความซื่อสัตย์ การมีภาวะผู้นำและการมีจรรยาบรรณเชิงวิชาชีพได้กลายมาเป็นหลักคุณธรรมที่สำคัญ อาจารย์ที่สอนในแต่ละวิชาจึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องพยายามสอดแทรกเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆต่อไปนี้ทั้ง 5 ข้อ เพื่อให้บัณฑิตสามารถพัฒนาคุณธรรม จริยธรรมไปพร้อมกับวิทยาการที่ศึกษาได้อย่างเหมาะสมต่อไป อีกทั้งอาจารย์ผู้สอนจำเป็นต้องมีคุณสมบัติด้านคุณธรรม จริยธรรมอย่างน้อย 5 ข้อตามที่ระบุไว้

- (1) ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต
- (2) มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเอง วิชาชีพและสังคม
- (3) มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขข้อขัดแย้งและลำดับความสำคัญ พร้อมบริหารเวลาได้อย่างเหมาะสม

ขัดแย้งและจัดลำดับความสำคัญ พร้อมบริหารเวลาได้อย่างเหมาะสม

- (4) เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ ตลอดจนเคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม
- (5) มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ

2.1.2. กลยุทธ์การพัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

กำหนดให้มีวัฒนธรรมองค์กร เพื่อเป็นการปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลา ตลอดจนการแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย นักศึกษาต้องมีความรับผิดชอบ โดยในการทำงานกลุ่มนั้นต้องฝึกให้รู้หน้าที่ของการเป็นผู้นำกลุ่มและการเป็นสมาชิกกลุ่ม มีความซื่อสัตย์โดยต้องไม่กระทำการทุจริตในการสอบหรือลอกการบ้านของผู้อื่น เป็นต้น นอกจากนี้อาจารย์ผู้สอนทุกคนต้องสอดแทรกเรื่องคุณธรรม จริยธรรมในการสอนทุกรายวิชา รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม เช่น การยกย่องนักศึกษาที่ทำดี ทำประโยชน์แก่ส่วนรวม อย่างไรก็ตามในการพัฒนาคุณลักษณะด้านคุณธรรมจริยธรรมนั้นจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง

2.1.3. กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย และการเข้าร่วมกิจกรรม
- ประเมินจากการมีวินัยและพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตร
- ปริมาณการกระทำทุจริตในการสอบ
- ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย
- ประเมินจากการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน

2.2. ความรู้

2.2.1. ผลการเรียนรู้ด้านความรู้

นิสิตต้องมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในศาสตร์ของตนทั้งในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ กล่าวคือ นิสิตต้องมีความรู้ในสาขาวิชาอย่างเป็นระบบ ตระหนักในองค์ความรู้ของสาขาวิชาอื่นที่เกี่ยวข้อง มีความคุ้นเคยกับพัฒนาการล่าสุดของความรู้เฉพาะด้านในสาขาวิชาที่ศึกษา และตระหนักถึงธรรมเนียมปฏิบัติ กฎระเบียบ เทคนิคข้อบังคับ รวมถึงวิธีการปรับปรุงเทคนิคต่างๆในงานวิชาชีพ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นสิ่งจำเป็นที่นักศึกษาต้องรู้เพื่อประกอบอาชีพและช่วยพัฒนาสังคม ดังนั้นมาตรฐานความรู้ต้องครอบคลุมสิ่งต่อไปนี้

(1) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ ทฤษฎี ตลอดจนแนวคิด เทคนิค/วิธีการที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชาการสื่อสารนวัตกรรม โดยครอบคลุมในเรื่องของ

- การสื่อสาร องค์ประกอบของการสื่อสาร และกระบวนการจัดการการสื่อสารทั้งระบบ
- แนวคิดเกี่ยวกับระบบนวัตกรรม ประเภท องค์ประกอบและการจัดการนวัตกรรม ตลอดจนรูปแบบการแพร่กระจายนวัตกรรมที่เหมาะสมทั้งในบริบทท้องถิ่น ภูมิภาค ชาติ และนานาชาติ
- พัฒนาการสื่อ และระบบโครงสร้างสถาบันสื่อ และองค์กรธุรกิจที่เกี่ยวข้อง
- แนวทางปฏิบัติงานทางการสื่อสารที่ครอบคลุมตั้งแต่ขั้นการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น วางแผน ไปจนถึงขั้นของการนำเสนอผลงานเชิงนวัตกรรมที่เป็นรูปธรรม พร้อมประเมินผล
- เทคนิคการออกแบบและสร้างสรรค์ชิ้นงาน และเทคนิคการนำเสนอ
- เทคนิคการวิเคราะห์ผู้รับสาร/ผู้ส่งสาร
- กระบวนการวิจัย และเทคโนโลยีสารสนเทศ

(2) มีความตระหนักถึงบทบาท/อิทธิพลของสื่อและการสื่อสารที่มีต่อระบบเศรษฐกิจ สังคมและชุมชน

(3) มีความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหา เข้าใจและอธิบายความต้องการทางการสื่อสารเพื่อพัฒนานวัตกรรม รวมทั้งประยุกต์ความรู้ ทักษะ และการใช้เครื่องมือทางการสื่อสารต่างๆที่เหมาะสมกับการแก้ไขปัญหาและนวัตกรรมในแต่ละประเภท

(4) มีความสามารถในการประยุกต์ใช้หลักการ ความรู้ เทคนิค/วิธีการต่างๆทางการวิจัยเพื่อการพัฒนาและต่อยอดแนวคิดเพื่อการออกแบบ สร้างสรรค์ชิ้นงานและ/หรือโครงการทางการสื่อสารนวัตกรรมได้อย่างเป็นรูปธรรมสอดคล้องกับลักษณะนวัตกรรมและระบบอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

(5) มีความสามารถในการวิเคราะห์หรือออกแบบ ปรับปรุงและหรือประเมินรูปแบบการสื่อสารได้อย่างเหมาะสมตรงตามเป้าหมายของการเผยแพร่นวัตกรรม

(6) มีความรู้ในแนวทางของสาขาวิชาการสื่อสารนวัตกรรมโดยเฉพาะงานวิจัยและวิทยาการที่ทันสมัยต่อการเปลี่ยนแปลงของประเทศและสังคมโลก สามารถเล็งเห็นการเปลี่ยนแปลง และเข้าใจผลกระทบของเทคโนโลยีใหม่ๆที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการเผยแพร่/สื่อสารนวัตกรรม รวมทั้งไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม

(7) มีประสบการณ์ในการออกแบบ สร้างสรรค์ชิ้นงานหรือโครงการที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารนวัตกรรมที่สามารถใช้งานได้จริง

(8) สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาการสื่อสารนวัตกรรมกับความรู้ในศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสมและสะท้อนผลการศึกษากลายเป็นรูปธรรม

2.2.2. กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

เน้นให้ผู้เรียนมีการเรียนรู้ด้วยตนเอง และการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม โดยการใช้ปัญหาเป็นพื้นฐาน เรียนรู้ผ่านโครงงาน รวมทั้งเรียนรู้จากสถานการณ์จริง ทั้งการเรียนรู้ในชั้นเรียน แหล่งฝึก และชุมชน โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่หลากหลายทั้งการบรรยายร่วมกับการอภิปราย การค้นคว้า การวิเคราะห์ และทำกรณีศึกษา ตลอดจนการนำเสนอประเด็นที่ผู้เรียนสนใจเพื่อการเรียนรู้ร่วมกันของกลุ่ม ทั้งนี้ให้เป็นไปตามลักษณะของรายวิชา ตลอดจนเนื้อหาสาระของรายวิชานั้น ๆ

2.2.3. กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้

ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและการปฏิบัติของนักศึกษา ในด้านต่าง ๆ คือ

- (1) การทดสอบย่อย การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน
- (2) ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาจัดทำ
- (3) ประเมินจากแผนธุรกิจหรือโครงการที่นำเสนอ

(4) ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน

(5) ประเมินจากรายวิชาสหกิจศึกษา

2.3. ทักษะทางปัญญา

2.3.1. ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

(1) สามารถสืบค้น ตีความ และประเมินสารสนเทศ เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาและพัฒนางานได้อย่างสร้างสรรค์

(2) สามารถสาธิตทักษะในการแก้ปัญหาที่ใช้เหตุผลเชิงวิเคราะห์ให้ผู้อื่นเข้าใจได้

(3) สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ภาคทฤษฎี ภาคปฏิบัติ ไปสู่การฝึกประสบการณ์ภาคสนาม และการปฏิบัติงานจริงตามสถานการณ์ต่างๆได้อย่างเหมาะสม

(4) สามารถประยุกต์ใช้นวัตกรรมทางการสื่อสารจากภาคธุรกิจ และจากศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องมาพัฒนาทักษะการทำงานเพื่อการเผยแพร่นวัตกรรมของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(5) สามารถนำเสนอชิ้นงานที่สะท้อนทักษะการสร้างสรรค์ที่เห็นได้อย่างเป็นรูปธรรม และมีประสิทธิภาพ

2.3.2. กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

(1) กรณีศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจสื่อ การสื่อสาร โครงการแผนผังทางการสื่อสารนวัตกรรม และการวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง

(2) การอภิปรายเป็นกลุ่ม

(3) การทำงานที่ได้รับมอบหมายให้ค้นคว้าหรืองานเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

(4) การบรรยายโดยผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ประกอบการที่มีความสำเร็จในอาชีพ

(5) กำหนดให้มีรายวิชาที่ต้องใช้ทักษะการคำนวณ เช่น กลยุทธ์การจัดการ วิชาการวางแผนและบริหารโครงการ

(6) กำหนดให้มีรายวิชาที่มุ่งเน้นการใช้ทักษะกระบวนการคิดในการเรียนรู้เช่น วิชาการ นวัตกรรมสื่อเพื่องานสร้างสรรค์ หรือวิชาการคิดสร้างสรรค์เพื่อนวัตกรรมสื่อสาร เป็นต้น

2.3.3. กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

การประเมินหลายวิธี/กิจกรรม เป็นการวัดและการประเมินทักษะการคิด การแก้ไขปัญหาและทักษะการคำนวณ เช่น

(1) การสอบวัดความสามารถในการคิดและแก้ไขปัญหาโดยใช้กรณีศึกษา

(2) การประเมินจากผลงานที่เกิดจากการใช้กระบวนการแก้ปัญหา การศึกษาค้นคว้าอย่างเป็นระบบ การวิเคราะห์วิจารณ์ เช่น รายงานการวิเคราะห์วิจารณ์กรณีศึกษา การศึกษาอิสระ รายงานผลการอภิปรายกลุ่ม และการสัมมนาประเมินตามสภาพจริงจากผลงาน

และการปฏิบัติของนักศึกษา เช่น ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน การทดสอบโดยใช้แบบทดสอบหรือสัมภาษณ์ เป็นต้น

2.4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

2.4.1. ผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- (1) สามารถปฏิบัติและรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายตามหน้าที่และบทบาทของตนในกลุ่มงานได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือผู้ร่วมงานและแก้ไขปัญหากลุ่ม
- (2) สามารถพัฒนาตนเอง และพัฒนาวิชาชีพให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง และตรงตามมาตรฐานสากล
- (3) สามารถจัดการกับทรัพยากรเพื่อการทำงานและการบริหาร
- (4) สามารถสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศกับกลุ่มคนหลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- (5) มีความเคารพและยอมรับในความแตกต่างระหว่างบุคคลและวัฒนธรรม มีความคิดริเริ่มในการคิดวิเคราะห์ปัญหาที่ต้องการความสนใจ และแสดงออกได้อย่างอิสระ
- (6) สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานในองค์กรและกับบุคคลทั่วไป และสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมองค์กรที่ไปปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม

2.4.2. กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- (1) กลยุทธ์การสอนที่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน ผู้เรียนกับผู้สอน ผู้เรียนกับหน่วยงานภาครัฐ/เอกชนที่เกี่ยวข้อง (ลูกค้า)
- (2) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่มีการทำงานเป็นทีมเพื่อส่งเสริมการแสดงบทบาทของการเป็นผู้นำและผู้ตาม
- (3) จัดประสบการณ์การเรียนรู้ในภาคปฏิบัติที่ส่งเสริมให้ทำงานเป็นทีมและการแสดงออกของภาวะผู้นำหลากหลายสถานการณ์
- (4) การใช้รูปแบบของกิจกรรมกลุ่มเพื่อผลักดันให้เกิดการอภิปราย แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้เรียนและผู้สอนอันจะนำไปสู่การฝึกที่จะสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ตลอดจนกล้าแสดงความคิดเห็นของตน และพร้อมที่จะยอมรับฟังความคิดเห็นของบุคคลอื่น

2.4.3. กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ประเมินจากพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในการนำเสนอรายงานกลุ่มในชั้นเรียน และสังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ และความครบถ้วนชัดเจนตรงประเด็นของข้อมูล ตลอดจนความตรงต่อเวลาในการส่งงาน เข้าชั้นเรียนและมีส่วนร่วมในกิจกรรม

2.5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

2.5.1. ผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

(1) มีทักษะในการใช้เครื่องมือทางการสื่อสารที่จำเป็นที่มีอยู่ในปัจจุบันต่อการดำเนินงานโครงการทางการสื่อสารนวัตกรรม

(2) สามารถนำเสนอข้อค้นพบเพื่องานการออกแบบ สร้างสรรค์โดยใช้สารสนเทศทางคณิตศาสตร์หรือการแสดงสถิติประยุกต์ต่อประเด็นที่เกี่ยวข้องอย่างสร้างสรรค์

(3) สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งที่เป็นวัจนภาษาและอวัจนภาษา พร้อมทั้งเลือกใช้รูปแบบเพื่อการนำเสนอได้อย่างเหมาะสม

(4) สามารถประยุกต์ใช้สารสนเทศและเทคโนโลยีสื่อสาร ตลอดจนเครื่องมือต่างๆ ทางการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

(5) สามารถใช้เทคนิคพื้นฐานทางคณิตศาสตร์และสถิติในการประมวล การแปลความหมาย และการวิเคราะห์ข้อมูล

(6) สามารถใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษในการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียนอย่างมีประสิทธิภาพ

2.5.2. กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

(1) การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะการสื่อสารระหว่างบุคคลทั้งการพูด การฟัง และการเขียนในกลุ่มผู้เรียน ระหว่างผู้เรียนและผู้สอน และบุคคลที่เกี่ยวข้องในสถานการณ์ที่หลากหลาย

(2) การจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้เลือกและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่หลากหลายรูปแบบและวิธีการ

(3) การจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ใช้ความสามารถในการเลือกสารสนเทศและฝึกทักษะการนำเสนอข้อสนเทศด้วยวิธีการที่หลากหลายเหมาะสมกับผู้ฟัง และเนื้อหาที่นำเสนอ

2.5.3. กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

(1) การประเมินผลงานตามกิจกรรมการเรียนรู้การสอนโดยใช้แบบสังเกต และแบบประเมินทักษะการฟัง พูด อ่านและเขียนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

(2) การทดสอบการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ข้อสอบ การทำรายงานกรณี และการวิเคราะห์ข้อมูลผลการศึกษาวิจัย การศึกษาอิสระ

(3) ประเมินจากความสามารถในการอธิบาย ถึงข้อจำกัด เหตุผลในการเลือกใช้เครื่องมือต่างๆ การอภิปราย กรณีศึกษาต่างๆ ที่มีการนำเสนอต่อชั้นเรียน

2.6 ทักษะการปฏิบัติทางวิชาชีพ

2.6.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะปฏิบัติทางวิชาชีพ

สามารถปฏิบัติทักษะเชิงวิชาชีพการสื่อสารโดยใช้ศาสตร์และศิลป์ทางการสื่อสาร ศาสตร์และศิลป์ทางการออกแบบและสร้างสรรค์ ศาสตร์การจัดการนวัตกรรม รวมทั้งศาสตร์ทางการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ โดยครอบคลุมทั้งด้านการบริหารจัดการการสื่อสาร การจัดการนวัตกรรม รูปแบบการสื่อสารเผยแพร่ข่าวสารที่เหมาะสม การผลิตสื่อ/เครื่องมือทางการสื่อสารรูปแบบต่างๆ เพื่อการพัฒนา โดยให้อยู่บนฐานจรรยาบรรณวิชาชีพ กฎหมาย คุณธรรม/จริยธรรมที่เกี่ยวข้อง

(1) สามารถผลิตชิ้นงานที่สะท้อนถึงประสิทธิภาพของการเลือกใช้เสียง ภาพ และ/หรือ การเขียนข้อความต่างๆ เพื่อการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม

(2) สามารถผลิตชิ้นงานที่แสดงถึงศักยภาพในการจัดการที่ครอบคลุมทั้งในมิติของ เทคโนโลยีการผลิตสื่อ ระบบ เทคนิค และแนวทางการปฏิบัติอย่างมืออาชีพ

(3) สาธิตแนวทางการออกแบบและพัฒนาแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ และมุมมองทางการสื่อสารในด้านต่างๆ ที่เป็นผลมาจากการใช้กลยุทธ์ทางการวิจัย

(4) ผลิตชิ้นงานซึ่งสะท้อนถึงความเข้าใจในรูปแบบการนำเสนอและโครงสร้างของสื่อ กลุ่มผู้รับสารและรูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมบนฐานทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

(5) วิเคราะห์ พัฒนา และเข้าใจในเรื่องของความแตกต่าง ตลอดจนสามารถสร้างสรรค์งานในรูปแบบ/วิธีการที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นงานเขียน งานนำเสนอด้านการพูด งานนำเสนอผ่าน ภาพ ภาพและเสียง งานนำเสนอด้านเสียงหรืองานนำเสนอผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ

(6) สามารถปรับเปลี่ยน/ดัดแปลง สร้างสรรค์ และให้ความสำคัญต่อผลการผลิตที่ตอบสนองกับกลุ่มผู้รับสารและรูปแบบการสื่อสาร/สื่อที่มีความหลากหลาย

2.6.2 กลยุทธ์การสอนที่จะใช้ในการพัฒนาทักษะการปฏิบัติทางวิชาชีพ

กลยุทธ์การสอนในการพัฒนาทักษะปฏิบัติมีหลากหลายกลยุทธ์ โดยเน้นที่ขั้นตอนการพัฒนาทักษะของผู้เรียนตั้งแต่การให้ฝึกเก็บรวบรวมข้อมูล วางแผน วิเคราะห์ตลาด ออกแบบ และสร้างสรรค์งาน ตลอดจนฝึกปฏิบัติการนำเสนอและถ่ายทอดงานในบริบทของผู้รับสารที่แตกต่างกันทั้งนี้การฝึกหัดและการปฏิบัติจะอยู่ภายใต้การแนะนำของผู้สอน จนถึงการปฏิบัติอย่างเป็นอิสระ ทั้งนี้จะเน้นการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน การเรียนรู้จากกรณีศึกษา การเรียนรู้ผ่านโครงงานตามความต้องการของภาครัฐ/เอกชนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการเรียนรู้ในรายวิชาการศึกษาเฉพาะบุคคล และสหกิจศึกษา

2.6.3 กลยุทธ์การประเมินทักษะการปฏิบัติทางวิชาชีพของผู้เรียน

เป็นกลยุทธ์การประเมินทักษะทางวิชาชีพอย่างเป็นองค์รวม นั่นคือ การประเมินทักษะที่บูรณาการทั้งความรู้ ทักษะ ทักษะ คุณธรรม จริยธรรม ตลอดจนการสร้างสัมพันธภาพกับผู้ให้บริการ เช่น

(1) การประเมินทักษะการปฏิบัติในสถานการณ์ที่หลากหลายและในสถานการณ์จริง ภายใต้รายวิชาสหกิจศึกษา

(2) การสังเกตการณ์ปฏิบัติการเชิงวิชาชีพในหน่วยงาน

(3) การประเมินจากข้อมูลสะท้อนกลับ (feedback) จากตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ/เอกชนที่รับนิสิตเข้าไปปฏิบัติงาน

(4) การประเมินแผนการสื่อสารนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ / การประเมินโครงการพัฒนาการสื่อสารนวัตกรรม

(5) การประเมินจากผลงานที่เกิดจากการใช้กระบวนการคิดสร้างสรรค์ ออกแบบและผลิตในรายวิชาต่างๆที่เกี่ยวข้อง

(6) ผลจากการดำเนินโครงการสื่อสารนวัตกรรมในรายวิชาการศึกษาเฉพาะรายบุคคล

หมายเหตุ: สำหรับกลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ในแต่ละด้านนั้นเพื่อให้เกิดการประเมินที่จะสามารถนำไปใช้เพื่อการพัฒนาศักยภาพผู้เรียนได้เต็มตามศักยภาพนั้น ในส่วนของการประเมินผลการเรียนรู้จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับแนวคิดในส่วนของประเมินตามสภาพจริง โดยครอบคลุมแนวทางการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ใน 3 ลักษณะคือ

(1) การใช้ผู้ประเมินหลายคน

(2) การใช้วิธีการหรือเครื่องมือในการประเมินหลายชนิด และ

(3) การประเมินหลายๆครั้ง ตลอดระยะเวลาของการเรียนรู้

คำอธิบายรายวิชา

คำอธิบายรายวิชาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป

1. กลุ่มวิชาภาษา

มศว 111 ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร 3(2-2-5)

SWU 111 Thai for Communication

ศึกษาองค์ประกอบการสื่อสารและกลวิธีการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร การเขียนพรรณนาความ สรุปความ ย่อความ ขยายความ และการสังเคราะห์ความคิดเพื่อการสื่อสาร ฝึกปฏิบัติการใช้ภาษาเพื่อสื่อสารในสถานการณ์ต่าง ๆ ด้วยกระบวนการเรียนรู้ที่หลากหลาย

มศว 112 วรรณกรรมไทยปริทรรศน์ 3(2-2-5)

SWU 112 Thai Literary Review

ศึกษากระบวนการคิด การถ่ายทอดความรู้ ภูมิปัญญา คุณค่าของภาษาและความเป็นไทยในงานวรรณกรรม ทั้งนี้โดยเลือกศึกษาจากวรรณกรรมในอดีต ร่วมสมัย ร้อยแก้ว หรือร้อยกรอง ด้วยกระบวนการเรียนรู้ที่หลากหลาย

มศว 121 ภาษาอังกฤษเพื่อประสิทธิภาพการสื่อสาร 1 3(2-2-5)

SWU 121 English for Effective Communication I

พัฒนาทักษะทางด้านภาษาเพื่อการสื่อสารในยุคโลกาภิวัตน์ โดยเรียนรู้ เข้าใจ และฝึกทักษะภาษาด้านการฟัง พูด อ่าน เขียน และคำศัพท์ในชีวิตประจำวัน ด้วยกระบวนการเรียนรู้ที่หลากหลายทั้งในและนอกห้องเรียน ส่งเสริมการเรียนรู้แบบพึ่งพาตน นำภาษาอังกฤษไปใช้ในการสื่อสารในสถานการณ์ต่างๆ และเป็นพื้นฐานในการพัฒนาการเรียนรู้ภาษาต่อไป

มศว 122 ภาษาอังกฤษเพื่อประสิทธิภาพการสื่อสาร 2 3(2-2-5)

SWU 122 English for Effective Communication II

พัฒนาทักษะด้านภาษาและกระบวนการเรียนรู้เพื่อการสื่อสารในยุคโลกาภิวัตน์ โดยฝึกทักษะภาษาด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียน ด้วยสื่อกระบวนการเรียนรู้ และเทคโนโลยีสารสนเทศที่หลากหลาย ส่งเสริมการเรียนรู้แบบพึ่งพาตน สนับสนุนให้นำภาษาอังกฤษไปใช้ในการสร้างความร่วมมือในการเรียนรู้และเป็นประโยชน์ต่อตนเองและสังคม

- มศว 123 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารนานาชาติ 1 3(2-2-5)
- SWU 123 English for International Communication I
- พัฒนาทักษะภาษาอังกฤษด้านการฟัง พูด อ่าน เขียน และด้านการคิดอย่างมี
 วิจารณญาณ เรียนรู้ภาษาอังกฤษในฐานะที่เป็นภาษานานาชาติ เพื่อพัฒนาความสามารถทางด้าน
 ภาษาผ่านสื่อและกระบวนการเรียนรู้ที่หลากหลายทั้งในและนอกห้องเรียน เรียนรู้วิธีการนำความรู้
 และกระบวนการเรียนรู้ภาษาไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันและในการศึกษา เพื่อการเรียนรู้ตลอด
 ชีวิต และเพื่อพัฒนาตนให้เป็นส่วนหนึ่งของสังคมไทยและสังคมโลก
- มศว 124 ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารนานาชาติ 2 3(2-2-5)
- SWU 124 English for International Communication II
- พัฒนาทักษะภาษาอังกฤษด้านการฟัง พูด อ่าน เขียน และด้านการคิดอย่างมี
 วิจารณญาณ เพิ่มพูนทักษะและประสบการณ์การสื่อสารภาษาอังกฤษในฐานะที่เป็นภาษา
 นานาชาติ พัฒนาการนำเสนอข้อมูลและความคิด ส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษผ่านสื่อและ
 กระบวนการเรียนรู้ที่หลากหลายทั้งในและนอกห้องเรียน นำความสามารถทางภาษาและการ
 จัดการกระบวนการเรียนรู้มาประยุกต์ใช้สำหรับการพัฒนาตนให้เป็นผู้เรียนภาษาแบบยั่งยืน
- มศว 131 ภาษาฝรั่งเศสเพื่อการสื่อสาร 1 3(2-2-5)
- SWU 131 French for Communication I
- ศึกษาภาษาฝรั่งเศสเพื่อการสื่อสารเบื้องต้น โดยเรียนรู้และฝึกฝนทักษะด้านการ
 ฟัง พูด อ่าน และเขียน เพื่อสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน ด้วยสื่อและกระบวนการเรียนรู้ที่
 หลากหลายทั้งในและนอกห้องเรียน เพื่อเป็นพื้นฐานในการเรียนภาษาฝรั่งเศสอย่างมีประสิทธิภาพ
 ต่อไป
- มศว 132 ภาษาฝรั่งเศสเพื่อการสื่อสาร 2 3(2-2-5)
- SWU 132 French for Communication II
- บูรณาการ : มศว 131
- ศึกษาภาษาฝรั่งเศสเพื่อการสื่อสารเบื้องต้น ต่อจากวิชาภาษาฝรั่งเศสเพื่อการ
 สื่อสาร 1 เพื่อเพิ่มพูนความรู้และทักษะด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียน ในชีวิตประจำวัน ใน
 สถานการณ์ที่หลากหลายยิ่งขึ้น ด้วยสื่อและกระบวนการเรียนรู้ที่หลากหลาย เพื่อเป็นพื้นฐานใน
 การเรียนภาษาฝรั่งเศสในระดับที่สูงขึ้น

- มศว 133 ภาษาเยอรมันเพื่อการสื่อสาร 1 3(2-2-5)
 SWU 133 German for Communication I
 ศึกษาภาษาเยอรมันเบื้องต้นเพื่อการสื่อสาร โดยเรียนรู้และฝึกฝนทักษะด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียน เพื่อสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน ด้วยสื่อและกระบวนการเรียนรู้ที่หลากหลายทั้งในและนอกห้องเรียน เพื่อเป็นพื้นฐานในการเรียนภาษาเยอรมันอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป
- มศว 134 ภาษาเยอรมันเพื่อการสื่อสาร 2 3(2-2-5)
 SWU 134 German for Communication II
 บุรพวิชา : มศว 133
 ศึกษาภาษาเยอรมันเบื้องต้นเพื่อการสื่อสาร ต่อจากวิชาภาษาเยอรมันเพื่อการสื่อสาร 1 เพื่อเพิ่มพูนความรู้และทักษะด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียน ในชีวิตประจำวัน ในสถานการณ์ที่หลากหลายยิ่งขึ้น ด้วยสื่อและกระบวนการเรียนรู้ที่หลากหลาย เพื่อเป็นพื้นฐานในการเรียนภาษาเยอรมันในระดับที่สูงขึ้น
- มศว 135 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร 1 3(2-2-5)
 SWU 135 Chinese for Communication I
 ศึกษาภาษาจีนเบื้องต้นเพื่อการสื่อสาร โดยเรียนรู้และฝึกฝนทักษะด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียน เพื่อสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน ด้วยสื่อและกระบวนการเรียนรู้ที่หลากหลายทั้งในและนอกห้องเรียน เพื่อเป็นพื้นฐานในการเรียนภาษาจีนอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป
- มศว 136 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร 2 3(2-2-5)
 SWU 136 Chinese for Communication II
 ศึกษาภาษาจีนเบื้องต้นเพื่อการสื่อสาร ต่อจากวิชาภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร 1 เพื่อเพิ่มพูนความรู้และทักษะด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียน ในชีวิตประจำวัน ในสถานการณ์ที่หลากหลายยิ่งขึ้น ด้วยสื่อและกระบวนการเรียนรู้ที่หลากหลาย เพื่อเป็นพื้นฐานในการเรียนภาษาจีนในระดับที่สูงขึ้น

มศว 137 ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสาร 1 3(2-2-5)
 SWU 137 Japanese for Communication I
 ศึกษาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้นเพื่อการสื่อสาร โดยเรียนรู้และฝึกฝนทักษะด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียน เพื่อสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน ด้วยสื่อและกระบวนการเรียนรู้ที่หลากหลายทั้งในและนอกห้องเรียน เพื่อเป็นพื้นฐานในการเรียนภาษาญี่ปุ่นอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

มศว 138 ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสาร 2 3(2-2-5)
 SWU 138 Japanese for Communication II
 ศึกษาภาษาญี่ปุ่นเบื้องต้นเพื่อการสื่อสาร ต่อจากวิชาภาษาญี่ปุ่นเพื่อการสื่อสาร 1 เพื่อเพิ่มพูนความรู้และทักษะด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียน ในชีวิตประจำวัน ในสถานการณ์ที่หลากหลายยิ่งขึ้น ด้วยสื่อและกระบวนการเรียนรู้ที่หลากหลาย เพื่อเป็นพื้นฐานในการเรียนภาษาญี่ปุ่นในระดับที่สูงขึ้น

2. กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ และเทคโนโลยี

มศว 141 ทักษะการรู้สารสนเทศ 3(2-2-5)
 SWU 141 Information Literacy Skills
 ศึกษาความสำคัญของระบบและกระบวนการสื่อสาร พัฒนาทักษะในการสืบค้นและอ้างอิงข้อมูล การใช้ซอฟต์แวร์ต่าง ๆ และการจัดการความรู้จากเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต ตลอดจนฝึกทักษะการนำเสนอข้อมูลสารสนเทศ โดยตระหนักในจรรยาบรรณ ผลกระทบที่มีต่อบุคคลและสังคม รวมทั้งกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

มศว 142 วิทยาศาสตร์เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม 3(2-2-5)
 SWU 142 Science for Life Quality Development and Environment
 ศึกษากระบวนการคิดทางวิทยาศาสตร์ วิทยาศาสตร์ประยุกต์ และเทคโนโลยี ศึกษากระบวนการนิเวศวิทยาเพื่อให้เข้าใจถึงความสำคัญของการอยู่ร่วมกันอย่างสมดุล รวมทั้งศึกษาผลกระทบของความเจริญทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ เพื่อปลูกฝังให้ตระหนักถึงความสำคัญของธรรมชาติสิ่งแวดล้อม เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและสันติสุขอย่างยั่งยืน

- มศว 143 พลังงานทางเลือก 3(2-2-5)
- SWU 143 Alternative Energy
- ศึกษาผลกระทบจากการใช้พลังงานกระแสหลักที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์โลกร้อน ภาวะเรือนกระจก และความไม่ยั่งยืนทางเศรษฐกิจ ความหมายและความสำคัญของการใช้พลังงานทางเลือก การปรับระบบคิดหรือกระบวนทัศน์ที่มีต่อการจัดการพลังงานให้มีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีความยั่งยืนของชุมชนมากกว่าเป้าหมายทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว การสร้างภูมิคุ้มกันให้เกิดขึ้นในระบบพลังงาน การสร้างภูมิปัญญาและเทคโนโลยีในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น เพื่อส่งผลต่อการดำเนินชีวิตที่สันติสุขและยั่งยืน
- มศว 144 คณิตศาสตร์ในชีวิตประจำวัน 3(2-2-5)
- SWU 144 Mathematics in Daily Life
- ศึกษาคณิตศาสตร์กับการใช้เหตุผล ความรู้ทางสถิติ คณิตศาสตร์สำหรับผู้บริโภค คณิตศาสตร์กับศิลปะ คณิตศาสตร์กับการแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน และเป็นฐานความคิดในเชิงตรรกะและเหตุผล การเรียนรู้และการดำรงชีวิตในสังคม
- มศว 145 สุขภาวะและวิถีชีวิตเชิงสร้างสรรค์ 3(2-2-5)
- SWU 145 Wellness and Healthy Lifestyle
- ศึกษาหลักการและแนวคิดของสุขภาวะแบบองค์รวม การบูรณาการแนวคิดดังกล่าวเข้ากับวิถีชีวิต โดยเน้นการสร้างเสริมศักยภาพส่วนบุคคลของนิสิต ให้สามารถพัฒนาสมรรถภาพทางกายและคุณภาพชีวิตของตนเอง ตลอดจนเลือกใช้ชีวิตในเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างเหมาะสมกับบริบททางสังคม
- มศว 341 วิทยาศาสตร์ฟิสิกส์ กฎของธรรมชาติ พลังงาน และจิต 3(2-2-5)
- SWU 341 Physical Science, Laws of Nature, Energy and Spirit
- ศึกษาความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ฟิสิกส์ที่เป็นความจริงของธรรมชาติ เช่น ทฤษฎีของกาลิเลโอ กฎของนิวตัน ทฤษฎีของไอน์สไตน์ ทฤษฎีสนาม-พลังงาน ทฤษฎีสัมพัทธภาพ ทฤษฎีฟิสิกส์ควอนตัม ทฤษฎีเทอร์โมไดนามิกส์ นำไปสู่ความเข้าใจเรื่องของกฎของธรรมชาติ พลังงาน และความจริงแท้ของจิต

3. กลุ่มวิชาศิลปศาสตร์

มศว 151 การศึกษาทั่วไปเพื่อพัฒนามนุษย์ 3(2-2-5)

SWU 151 General Education for Human Development

ศึกษาความหมาย ความสำคัญ และคุณค่าของวิชาศึกษาทั่วไป ทั้งทางด้านมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ศาสตร์และศิลป์ โดยเน้นการพัฒนาศักยภาพการรับรู้ และการสื่อสาร การแสวงหาความรู้ การพัฒนาจิตใจ การพัฒนาเชาวน์ปัญญา ให้สามารถคิด วิเคราะห์ สังเคราะห์ และแสวงหาแนวทางในการแก้ปัญหา เพื่อให้ผู้เรียนเป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพ

มศว 251 มนุษย์กับสังคม 3(2-2-5)

SWU 251 Man and Society

ศึกษาความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับมนุษย์และสังคม ทั้งสังคมไทยและสังคมโลก โดยมุ่งให้ผู้เรียนมีความเข้าใจในพฤติกรรมของมนุษย์ และนำความรู้มาพัฒนาตนเองให้รู้เท่าทันสังคม มีความรับผิดชอบ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีคุณธรรมจริยธรรม ชำนาญในวัฒนธรรม ศิลปะ และอารยธรรมของมนุษย์ มีจิตสำนึกในการอยู่ร่วมกันในสังคมและธรรมชาติสิ่งแวดล้อมอย่างสันติ ตระหนักในหน้าที่รับผิดชอบและบทบาทที่พึงมีในฐานะพลเมืองและสมาชิกของสังคม

มศว 252 สุนทรียศาสตร์เพื่อชีวิต 3(2-2-5)

SWU 252 Aesthetics for Life

ศึกษาแนวคิดทางด้านสุนทรียศาสตร์ แสวงหาประสบการณ์และคุณค่าของสุนทรียะที่มีต่อการดำรงชีวิต ศึกษาสุนทรียศาสตร์ในเชิงบูรณาการ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ ศิลปะ การแสดง ดนตรี วรรณกรรม สุนทรียะที่ผสมผสานสัมพันธ์กับบริบทสังคม วัฒนธรรม ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นกระบวนการเรียนรู้ สื่อและประสบการณ์ที่หลากหลาย

มศว 351 การพัฒนาบุคลิกภาพ 3(2-2-5)

SWU 351 Personality Development

ศึกษาและพัฒนาบุคลิกภาพทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม เพื่อการดำเนินชีวิตที่ดีงาม มีวินัย รู้กาลเทศะ ทั้งในโลกส่วนตัว ครอบครัว ชุมชนและสังคม ท่ามกลางขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมความเป็นไทยท่ามกลางกระแสสังคมโลก ด้วยสื่อและกระบวนการเรียนรู้และประสบการณ์ที่หลากหลาย

- มศว 352 ปรัชญาและกระบวนการคิด 3(2-2-5)
- SWU 352 Philosophy and Thinking Process
- ศึกษาแนวคิดและปรัชญา ปรัชญาในเชิงบูรณาการ ทั้งกระแสตะวันออกและตะวันตก พัฒนาการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ ปรัชญาที่เป็นกระบวนการคิดที่สัมพันธ์กับชีวิต สังคม ธรรมชาติสิ่งแวดล้อม เพื่อการดำเนินชีวิตที่ดีงาม มีเหตุผล มีอุดมการณ์ มีคุณธรรมจริยธรรม
- มศว 353 มนุษย์กับการใช้เหตุผลและจริยธรรม 3(2-2-5)
- SWU 353 Man, Reasoning and Ethics
- ศึกษาการใช้เหตุผลและจริยธรรม สร้างเสริมให้เป็นผู้ใฝ่รู้ความจริงและคิดอย่างมีเหตุผล ตลอดจนเป็นผู้มีคุณธรรมจริยธรรม เหตุผลจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับตนเอง ผู้อื่น และบริบทที่เกี่ยวข้อง ด้วยสื่อและกระบวนการเรียนรู้ที่หลากหลาย
- มศว 354 มนุษย์กับสันติภาพ 3(2-2-5)
- SWU 354 Man and Peace
- ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับสันติภาพและการจัดการความขัดแย้งในชีวิตครอบครัว ชุมชน สังคม ศึกษาหลักสันติธรรมจากศาสนา ปรัชญา ความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม รวมถึงแนวคิดและการปฏิบัติของผู้ที่มีอุดมการณ์ ที่เกี่ยวกับสันติภาพ และสันติสุขของมวลมนุษยชาติ
- มศว 355 พุทธธรรม 3(2-2-5)
- SWU 355 Buddhism
- ศึกษาภูมิปัญญาและกระบวนการคิดจากพุทธธรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิต การพัฒนาคุณภาพชีวิตบนฐานพุทธธรรม ทั้งในเชิงวิทยาศาสตร์ ปรัชญา และศาสนา เพื่อเป็นแนวทางไปสู่การดำเนินชีวิตที่มีศีลธรรมจรรยา มีระเบียบวินัยและสันติสุข
- มศว 356 วรรณกรรมและพลังทางปัญญา 3(2-2-5)
- SWU 356 Literature for Intellectual Powers
- ศึกษาแนวคิด คุณค่า และสุนทรียะจากวรรณกรรมหลากหลายรูปแบบโดยเน้นการศึกษาในเชิงคิด วิเคราะห์ที่ก่อให้เกิดพลังปัญญา พลังจินตนาการ และพลังในการดำเนินชีวิต อันจะช่วยพัฒนาการดำเนินชีวิตที่ดีงาม มีระเบียบวินัยและอุดมการณ์

- มศว 357 ศิลปะและความคิดสร้างสรรค์ 3(2-2-5)
 SWU 357 Art and Creativity
 ศึกษา ค้นคว้าเกี่ยวกับพลังความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการที่ก่อให้เกิดความ
 งามและสุนทรีย์ในงานศิลปะนานาประเภท ในบริบทวัฒนธรรมที่หลากหลาย อันจะนำไปสู่การ
 สร้างสรรค์ในชีวิตประจำวัน ทั้งนี้โดยใช้กระบวนการเรียนรู้และสื่อที่หลากหลาย
- มศว 358 ดนตรีและจิตวิญญาณมนุษย์ 3(2-2-5)
 SWU 358 Music and Human Spirit
 ศึกษาและแสวงหาประสบการณ์ทางด้านดนตรีที่กว้างและหลากหลาย ดนตรี
 จากอดีตและร่วมสมัยดนตรีตะวันตกและตะวันออก ดนตรีไทย ดนตรีพื้นบ้าน ดนตรีที่พัฒนาจาก
 อดีตกาล ดนตรีในบริบทของวัฒนธรรม ด้วยสื่อและกระบวนการเรียนรู้ที่หลากหลาย
- มศว 361 ประวัติศาสตร์และพลังขับเคลื่อนสังคม 3(2-2-5)
 SWU 361 History and Effect on Society
 ศึกษาค้นคว้าข้อมูลทางประวัติศาสตร์ ประวัติศาสตร์ไทยและประวัติศาสตร์
 สากล ที่พัฒนาจากกระบวนการคิดของมนุษย์ ประวัติศาสตร์ที่เป็นพลังขับเคลื่อนสังคม
 ประวัติศาสตร์การเมือง สังคม เศรษฐกิจ ศิลปวัฒนธรรม
- มศว 362 มนุษย์กับอารยธรรม 3(2-2-5)
 SWU 362 Man and Civilization
 ศึกษาและเปรียบเทียบวิวัฒนาการอารยธรรมตะวันตกและตะวันออก ตั้งแต่ยุค
 โบราณถึงปัจจุบัน ตลอดจนการแพร่ขยายและการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนอารยธรรมในดินแดนต่างๆ
 ซึ่งมีผลต่อสภาพการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของโลกปัจจุบัน รวมทั้งการศึกษาใน
 ส่วนที่เกี่ยวกับอารยธรรมไทย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของอารยธรรมโลก

- มศว 363 มนุษย์กับการเมือง 3(2-2-5)
 SWU 363 Man and Politics
 ศึกษาธรรมชาติของสังคมมนุษย์และสังคมการเมือง การจัดระเบียบทางการเมือง องค์การที่ใช้อำนาจการปกครอง การรวมกลุ่มทางการเมือง กระบวนการทางการเมือง พฤติกรรม และพลวัตทางการเมือง การบริหารงานของรัฐ โดยเน้นระบบการเมือง การปกครอง และกฎหมาย ที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ มนุษย์ที่มีคุณธรรมจริยธรรม
- มศว 364 เศรษฐกิจในกระแสโลกาภิวัตน์ 3(2-2-5)
 SWU 364 Economy in Globalization
 ศึกษาพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สภาพ เศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกในปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคตที่มีผลกระทบต่อการดำเนินชีวิต ตลอดจนบทบาทและความสัมพันธ์ขององค์กรธุรกิจที่มีผลต่อการดำรงชีวิตประจำวัน
- มศว 365 หลักการจัดการสมัยใหม่ 3(2-2-5)
 SWU 365 Principles of Modern Management
 ศึกษาแนวคิดและหลักการจัดการ ทฤษฎีการจัดการสมัยใหม่ แนวคิดเกี่ยวกับการ จัดการองค์กร การจัดการทรัพยากรขององค์กร ประเด็นต่างๆที่น่าสนใจเกี่ยวกับแนวโน้มในการ จัดการสมัยใหม่ การจัดการที่เกี่ยวข้องกับคน ภาวะผู้นำ การพัฒนาองค์กร และการพัฒนาสังคมที่ ก้าวหน้าและสันติสุข
- มศว 366 จิตวิทยาสังคม 3(2-2-5)
 SWU 366 Social Psychology
 ศึกษาจิตวิทยาพื้นฐานทางชีววิทยาของพฤติกรรมของมนุษย์ พฤติกรรมสังคม ตัว แปรต่างๆทางสังคมที่ทำให้เกิดพฤติกรรมและสภาวะทางจิตของมนุษย์ โครงสร้างทางสังคม กระบวนการต่างๆทางสังคมเจตคติ การรับรู้ทางสังคม ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ความก้าวร้าว พฤติกรรมและบทบาททางเพศ และการสื่อสาร การโฆษณาชวนเชื่อ และแนวทางการแก้ไขปัญหา ความขัดแย้งทางสังคม

- มศว 367 กฎหมายทั่วไป 3(2-2-5)
 SWU 367 Legal Studies
 ศึกษาวิวัฒนาการของกฎหมาย ลักษณะของกฎหมาย ความสัมพันธ์ระหว่างกฎหมายกับศีลธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณี ประเภท ลำดับชั้น และหมวดหมู่ของกฎหมาย กฎหมายสำคัญที่จำเป็นต้องรู้ในการดำเนินชีวิต โดยเน้นกระบวนการเรียนรู้ และสื่อที่หลากหลาย
- มศว 371 ความคิดสร้างสรรค์กับนวัตกรรมและเทคโนโลยี 3(2-2-5)
 SWU 371 Creativity, Innovation and Technology
 ศึกษาค้นคว้าและฝึกปฏิบัติกระบวนการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ด้วยกระบวนการต่าง ๆ การจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อนำไปสู่การพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี ชุมชนซึ่งเกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม วิศวกรรม ศิลปหัตถกรรม ธุรกิจชุมชน ความสัมพันธ์กับชุมชน และสิ่งแวดล้อม โดยเน้นกระบวนการเรียนรู้และ สื่อที่หลากหลาย
- มศว 372 ภูมิปัญญาท้องถิ่น 3(2-2-5)
 SWU 372 Local Wisdom
 ศึกษาและค้นคว้าภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาชุมชน ภูมิปัญญาที่เกิดจากกระบวนการคิด การเรียนรู้ การพัฒนาด้วยการกระทำและปฏิสัมพันธ์ในชุมชน ภูมิปัญญาในการดำรงชีวิตร่วมกับผู้อื่น ภูมิปัญญาในการอยู่ร่วมกับธรรมชาติสิ่งแวดล้อม ภูมิปัญญาในการแสวงหาคุณค่าและตัวตนในความเป็นมนุษย์ โดยเน้นกระบวนการเรียนรู้และสื่อที่หลากหลาย
- มศว 373 ภูมิลักษณะชุมชน 3(2-2-5)
 SWU 373 Man and Community
 ศึกษาค้นคว้าเพื่อพัฒนาภูมิลักษณะชุมชน ภูมิลักษณะที่แสดงความเป็นท้องถิ่น ลักษณะเฉพาะ และความผาสุกสัมพันธ์ในชุมชนในบริบทของพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ พื้นที่ทางวัฒนธรรม และพื้นที่ทางชาติพันธุ์ บนฐานของคุณธรรม จริยธรรม และความดีงาม โดยเน้นกระบวนการเรียนรู้และสื่อที่หลากหลาย

มศว 374 สัมมาชีพชุมชน 3(2-2-5)

SWU 374 Ethical Careers for Community

ศึกษาค้นคว้าและพัฒนาสัมมาชีพในชุมชน เพื่อสร้างสัมมาชีพที่เข้มแข็ง ปลูกฝังสร้างสำนึก และสร้างความตระหนักในศักดิ์ศรีชุมชน สัมมาชีพที่ผูกพันและเคารพในธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม สันติสุข คุณความดี ศิลปวัฒนธรรม และปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยเน้นกระบวนการเรียนรู้และสื่อที่หลากหลาย

มศว 375 ธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการชุมชน 3(2-2-5)

SWU 375 Good Governance in Community Management

ศึกษาค้นคว้า ปลูกฝังแนวคิด และการปฏิบัติธรรมาภิบาลการบริหารจัดการชุมชน บริหารจัดการบนความถูกต้องและนิติธรรม ความโปร่งใสเชื่อถือได้ การอธิบายตรวจสอบได้ การมีส่วนร่วม การรับผิดชอบต่อบทบาทและหน้าที่เพื่อกานพัฒนาตนเอง ครอบคลุม และชุมชนให้เข้มแข็งและยั่งยืน โดยเน้นกระบวนการเรียนรู้และสื่อที่หลากหลาย

คำอธิบายรายวิชาหมวดวิชาพื้นฐานเฉพาะ

นว 101 สังคมดิจิทัลและนิเวศวิทยาเชิงวัฒนธรรม 3(2-2-5)

CS 101 Digital SolCety and Cultural Ecology

ศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์ หลักการแนวคิด ประสบการณ์และประเด็นต่างๆ ทางด้านสังคมดิจิทัลและนิเวศวิทยาเชิงวัฒนธรรม ประเด็นสังคมดิจิทัลในกระแสโลกาภิวัตน์ ที่กระทบต่อนิเวศวิทยาเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเกี่ยวข้องกับธรรมชาติ สภาพแวดล้อม วัฒนธรรม ความดีงาม อัตลักษณ์ ศึกษาค้นคว้าและสัมมนา พร้อมทั้งการรายงานและนำเสนอร่วมกัน

นว 102 สุนทรียศาสตร์ร่วมสมัย 3(2-2-5)

CS 102 Contemporary Aesthetics

ศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์ หลักการหลักการแนวคิด ประสบการณ์และประเด็นต่างๆ ทางด้านสุนทรียศาสตร์ร่วมสมัย ทั้งสุนทรียศาสตร์ตะวันตก ตะวันออก และไทย วิเคราะห์ในเชิงสหวิทยาการที่สัมพันธ์กับ ความงามร่วมสมัยทั้งกระแสมัยใหม่ และหลังสมัยใหม่ ที่มีผลกระทบต่อวัฒนธรรมสื่อสารสังคม ศึกษาค้นคว้าและสัมมนา พร้อมทั้งการรายงานและนำเสนอร่วมกัน

นว 103	จริยธรรมและประเด็นทางกฎหมายสารสนเทศ	3(2-2-5)
CS 103	Ethic and Law Issue Information Technology	
	ศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์ประเด็นปัญหาทางจริยธรรมและกฎหมายในธุรกิจสารสนเทศ ที่มีผลกระทบต่อโลก สังคม ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ซึ่งเกี่ยวข้องกับนวัตกรรมสื่อสารสังคม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี คอมพิวเตอร์ เกี่ยวข้องกับบทบาท ภารกิจ ความรับผิดชอบและบทบาทของผู้สร้างสรรค์ จิตสำนึกสาธารณะ ศึกษาค้นคว้าและสัมมนา พร้อมทั้งการรายงานและนำเสนอร่วมกัน	
นส 101	นวัตกรรมสื่อสาร	3(3-0-6)
IC 101	Communication Innovation	
	ศึกษาทฤษฎีหลักการการนำนวัตกรรมสื่อสารมาใช้ในการองค์กรประเภทต่างๆ โดยเน้นในเรื่องกระบวนการพัฒนานวัตกรรมสื่อสาร การนำไปใช้ประโยชน์ การปรับตัวเพื่อรองรับนวัตกรรมสื่อสารขององค์กรและผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยวิเคราะห์นวัตกรรมสื่อสารควบคู่กับจริยธรรมในสังคม	
นส 102	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา	3(3-0-6)
IC 102	Introduction to Development Communication	
	ศึกษาค้นคว้า และวิเคราะห์เกี่ยวกับความรู้เบื้องต้นในศาสตร์ทางด้านการสื่อสารเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาด้านต่างๆ ทั้งสังคม เศรษฐกิจ การเมือง หรือวัฒนธรรม โดยการศึกษาค้นคว้าจากงานวิจัย และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา พร้อมทั้งการรายงานและนำเสนอร่วมกัน	
คส 101	สื่อคอมพิวเตอร์เพื่อการสื่อสาร	3(2-2-5)
CC 101	Computer Mediated Communication	
	ศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์หลักการใช้สื่อคอมพิวเตอร์เพื่อการสื่อสาร องค์ประกอบการสื่อสารด้วยสื่อคอมพิวเตอร์ พฤติกรรมการติดต่อสื่อสาร สื่อกลางในการติดต่อสื่อสาร สังคมเชิงปฏิสัมพันธ์ จริยธรรมการสื่อสาร ศึกษาและวิเคราะห์ด้วยกระบวนการศึกษาค้นคว้าและสัมมนา พร้อมทั้งรายงานและนำเสนอร่วมกัน รวมทั้งมีกิจกรรมการเรียนการสอนที่กระตุ้นให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาชิ้นงานโดยการใช้สื่อคอมพิวเตอร์เพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ	

อส 201	แนวคิดเพื่อการออกแบบสื่อดิจิทัล	3(2-2-5)
ID 201	Digital Media Design Concept	
	ศึกษาและพัฒนาแนวความคิดและกระบวนการสำหรับนวัตกรรมสื่อสารสังคมในระบบดิจิทัลเพื่อสร้างสรรค์งานออกแบบให้ทันต่อการพัฒนาสื่อในระดับสากล โดยมีกิจกรรมการเรียนรู้การสอนที่ช่วยกระตุ้นให้ผู้เรียนสะท้อนทักษะการสร้างสรรค์ที่เห็นได้ว่าเป็นรูปธรรมและมีประสิทธิภาพ	
กธ 201	พฤติกรรมผู้ใช้สารสนเทศ	3(2-2-5)
CB201	End User Behavior	
	ศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์หลักการ แนวคิด ประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้ใช้สารสนเทศ โดยพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้ใช้สารสนเทศ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวบุคคล สิ่งจูงใจ ทฤษฎีของการเรียนรู้ ทศนคติค่านิยม รวมถึงอิทธิพลทางสังคมและวัฒนธรรมประเพณีต่างๆ ศึกษาและวิเคราะห์ด้วยกระบวนการศึกษาค้นคว้าและสัมมนา พร้อมทั้งรายงานและนำเสนอร่วมกัน	
ภส 201	สื่อดิจิทัลกับสังคม	3(3-0-6)
CD 201	Digital Media and SolCety	
	ศึกษา ค้นคว้า วิเคราะห์เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสื่อและภาพยนตร์กับสังคมและวัฒนธรรมในยุคปัจจุบัน ตลอดจนอิทธิพลของสื่อดิจิทัล และภาพยนตร์ที่มีต่อสังคม วัฒนธรรม และผู้เสพในยุคหลังทันสมัย รวมทั้งข้อจำกัดและอิทธิพลของวัฒนธรรม การเมือง และสังคม ต่อการผลิตงานสื่อดิจิทัล และภาพยนตร์ ทั้งนี้โดยมุ่งศึกษาและวิเคราะห์ด้วยกระบวนการศึกษาค้นคว้าและสัมมนา พร้อมทั้งรายงานและนำเสนอร่วมกัน	
นส 201	ความรู้เบื้องต้นด้านสื่อสารมวลชนและสื่อดิจิทัล	3(3-0-6)
IC 201	Introduction to Mass Communication and Digital Media	
	ศึกษาค้นคว้า วิเคราะห์ และวิพากษ์องค์ความรู้ด้านสื่อสารมวลชนและสื่อดิจิทัล และทำความเข้าใจองค์ประกอบและกระบวนการทำงานของสื่อแต่ละประเภท เพื่อสร้างสรรค์และยกระดับระบบสื่อสารมวลชนและสื่อดิจิทัลไทยให้ก้าวหน้าในระดับสากล	

คำอธิบายรายวิชาหมวดวิชาเอก

คำอธิบายวิชาเอกบังคับ

- นส 111 ทฤษฎีและพฤติกรรมการสื่อสาร 3(2-2-5)
 IC 111 Theory and Communication Behavior
 ศึกษาแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารตามแบบจำลองการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร (Transmission Model) และแบบจำลองเชิงวัฒนธรรม (Cultural Model) โดยเน้นอิทธิพลของสื่ออย่างเชื่อมโยงกับการพัฒนาในสังคมทันสมัยและหลังทันสมัยนิยม การนำทฤษฎีการสื่อสารมาอธิบายพฤติกรรมการสื่อสารทางด้านสังคมวัฒนธรรม สังคมวิทยาและจิตวิทยา และการศึกษาหลักการและแนวทางการพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมการสื่อสารที่เหมาะสมกับกระบวนการพัฒนา ทั้งนี้มุ่งศึกษาและวิเคราะห์ด้วยกระบวนการศึกษาค้นคว้าและสัมมนา พร้อมทั้งรายงานและนำเสนอร่วมกัน
- นส 251 การคิดสร้างสรรค์เพื่อนวัตกรรมสื่อสาร 3(2-2-5)
 IC 251 Creative thinking for Communication Innovation
 ศึกษาแนวคิดในสาระต่าง ๆ ของสังคม ที่มีความเกี่ยวข้อง และเอื้อต่อการเกิดแนวทางในการสร้างสรรค์ความคิดที่มีความแปลกใหม่ ทันสมัยต่อภาวะการณปัจจุบัน โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎีสมัยใหม่ และหลังสมัยใหม่เป็นแนวทางการสร้างสรรค์ ทั้งนี้มุ่งเน้นให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจและได้ฝึกปฏิบัติการคิดสร้างสรรค์เพื่อนวัตกรรมการสื่อสารที่เหมาะสมในบริบทสังคมไทย
- นส 252 การผลิตสื่อเบื้องต้น 3(2-2-5)
 IC 252 Introduction to Media Production
 ศึกษานวัตกรรมและเทคโนโลยีการผลิตรายการโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง การใช้เครื่องมือเพื่อการผลิตทั้งในส่วนของการผลิตนอกห้องผลิตรายการและในห้องผลิตรายการ โดยสามารถบูรณาการเทคโนโลยีต่างๆ ได้อย่างเหมาะสมกับรูปแบบของสื่อและการนำเสนอ ฝึกปฏิบัติเพื่อให้เกิดทักษะการใช้เครื่องมือและการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวข้อง

นส 361 การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคม 3(2-2-5)

IC 361 Social Marketing Communication

บูรพาวิชา : นส 102

ศึกษามิติต่างๆของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม การเปลี่ยนแปลงทางนิเวศวิทยา และสิ่งแวดล้อม การขาดแคลนพลังงาน ค่านิยมของสังคม ตลอดจนความรับผิดชอบทางสังคมและจริยธรรม บทบาทของผู้หญิงในสังคม มิติทางสุขภาพและโภชนาการ เพื่อนำไปสู่การประยุกต์หลักการ แนวคิด และกระบวนการทางการตลาดมาใช้ในการวางแผน การตัดสินใจ และการดำเนินกิจกรรมต่างๆเพื่อการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาทางสังคม ทั้งนี้มุ่งเน้นให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจและได้ฝึกปฏิบัติวางแผนการจัดการสื่อสารนวัตกรรมในลักษณะของการทำกิจกรรมการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

นส 411 การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม 3(2-2-5)

IC 411 Intercultural Communication

ศึกษาและวิเคราะห์ภูมิหลังทางสังคม วัฒนธรรมและอัตลักษณ์ในสังคมระดับต่างๆ ตลอดจนเรียนรู้เกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมที่มีผลต่อการรับรู้ มโนทัศน์ ทศนคติ ค่านิยมของบุคคลและสังคมที่มีพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน รวมทั้งร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้/วิพากษ์เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงอันเป็นผลกระทบทางวัฒนธรรมและ/หรือการปรับตัวทางวัฒนธรรมที่เกิดจากสื่อมวลชน ตลอดจนศึกษาคิดค้นกระบวนการสื่อสารที่เหมาะสมเพื่อสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างบุคคลและสังคมต่างวัฒนธรรม ทั้งนี้ให้ผู้เรียนเกิดความรู้ความเข้าใจและรู้จักการจัดการการสื่อสารเพื่องานนวัตกรรมในบริบททางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันได้อย่างเหมาะสมต่อไป

นส 421 การวางแผนและบริหารโครงการสื่อสารนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ 3(2-2-5)

IC 421 Strategic Planning and Management of Innovation Communication Projects

บูรพาวิชา : มศว 144 นส 102 นว 202 นส 211 และ นส 253

ศึกษาหลักการและทฤษฎีเกี่ยวกับการวางแผนและการบริหารโครงการสื่อสารนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ ตลอดจนทำความเข้าใจขั้นตอนการวางแผนและกระบวนการในการกำหนดยุทธวิธีสื่อสารนวัตกรรมอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ครอบคลุมตั้งแต่การวิเคราะห์ปัญหา สภาพแวดล้อมทางการสื่อสาร การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายทางการสื่อสาร การกำหนดวัตถุประสงค์

(2) มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเอง วิชาชีพและสังคม

(3) มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขข้อขัดแย้ง และจัดลำดับความสำคัญ พร้อมบริหารเวลาได้อย่างเหมาะสม

(4) เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ ตลอดจนเคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม

(5) มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ

ความรู้

(1) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ ทฤษฎี ตลอดจนแนวคิด เทคนิค/วิธีการที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชาการสื่อสารนวัตกรรม โดยครอบคลุมในเรื่องของ

- การสื่อสาร องค์ประกอบของการสื่อสาร และกระบวนการจัดการการสื่อสารทั้งระบบ

- แนวคิดเกี่ยวกับระบบนวัตกรรม ประเภท องค์ประกอบและการจัดการนวัตกรรม ตลอดจนรูปแบบการแพร่กระจายนวัตกรรมที่เหมาะสมทั้งในบริบทท้องถิ่น ภูมิภาค ชาติและนานาชาติ

- พัฒนาการสื่อ และระบบโครงสร้างสถาบันสื่อ และองค์กรธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

- แนวทางปฏิบัติงานทางการสื่อสารที่ครอบคลุมตั้งแต่ขั้นการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น วางแผน ไปจนถึงขั้นของการนำเสนอผลงานเชิงนวัตกรรมที่เป็นรูปธรรม พร้อมประเมินผล

- เทคนิคการออกแบบและสร้างสรรค์ชิ้นงาน และเทคนิคการนำเสนอ

- เทคนิคการวิเคราะห์ผู้รับสาร/ผู้ส่งสาร

- กระบวนการวิจัย และเทคโนโลยีสารสนเทศ

(2) มีความตระหนักถึงบทบาท/อิทธิพลของสื่อและการสื่อสารที่มีต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม และชุมชน

(3) มีความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหา เข้าใจและอธิบายความต้องการทางการสื่อสาร เพื่อพัฒนานวัตกรรม รวมทั้งประยุกต์ความรู้ ทักษะ และการใช้เครื่องมือทางการสื่อสารต่างๆ ที่เหมาะสมกับการแก้ไขปัญหาและนวัตกรรมในแต่ละประเภท

(4) มีความสามารถในการประยุกต์ใช้หลักการ ความรู้ เทคนิค/วิธีการต่างๆทางการวิจัย เพื่อการพัฒนาและต่อยอดแนวคิดเพื่อการออกแบบ สร้างสรรค์ชิ้นงานและ/หรือโครงการทางการสื่อสารนวัตกรรมได้อย่างเป็นรูปธรรมสอดคล้องกับลักษณะนวัตกรรมและระบบอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

(5) มีความสามารถในการวิเคราะห์ออกแบบ ปรับปรุงและหรือประเมินรูปแบบการสื่อสารได้อย่างเหมาะสมตรงตามเป้าหมายของการเผยแพร่ นวัตกรรม

(6) มีความรู้ในแนวกว้างของสาขาวิชาการสื่อสารนวัตกรรมโดยเฉพาะงานวิจัยและวิทยาการที่ทันสมัยต่อการเปลี่ยนแปลงของประเทศและสังคมโลก สามารถเล็งเห็นการเปลี่ยนแปลง และเข้าใจผลกระทบของเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการเผยแพร่/สื่อสารนวัตกรรม รวมทั้งไปประยุกต์ใช้ได้เหมาะสม

(7) มีประสบการณ์ในการออกแบบ สร้างสรรค์ชิ้นงานหรือโครงการที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารนวัตกรรมที่สามารถใช้งานได้จริง

(8) สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาการสื่อสารนวัตกรรมกับความรู้ในศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสมและสะท้อนผลการศึกษารูปแบบ

ทักษะทางปัญญา

(1) สามารถสืบค้น ตีความ และประเมินสารสนเทศ เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาและพัฒนางานได้อย่างสร้างสรรค์

(2) สามารถสาคิตทักษะในการแก้ปัญหาที่ใช้เหตุผลเชิงวิเคราะห์ให้ผู้อื่นเข้าใจได้

(3) สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ภาคทฤษฎี ภาคปฏิบัติ ไปสู่การฝึกประสบการณ์ภาคสนาม และการปฏิบัติงานจริงตามสถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม

(4) สามารถประยุกต์ใช้นวัตกรรมทางการสื่อสารเพื่อพัฒนาทักษะการทำงานเพื่อการเผยแพร่/นวัตกรรมของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(5) สามารถนำเสนอชิ้นงานที่สะท้อนทักษะการสร้างสรรค์ที่เห็นได้อย่างเป็นรูปธรรมและมีประสิทธิภาพ

ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

(1) สามารถปฏิบัติและรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายตามหน้าที่และบทบาทของตนในกลุ่มงานได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือผู้ร่วมงานและแก้ไขปัญหาในกลุ่ม

(2) สามารถพัฒนาตนเอง และพัฒนาวิชาชีพให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง และตรงตามมาตรฐานสากล

(3) สามารถจัดการกับทรัพยากรเพื่อการทำงานและการบริหาร

(4) สามารถสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศกับกลุ่มคนหลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(5) มีความเคารพและยอมรับในความแตกต่างระหว่างบุคคลและวัฒนธรรม มีความคิดริเริ่มในการคิดวิเคราะห์ปัญหาที่ต้องการความสนใจ และแสดงออกได้อย่างอิสระ

(6) สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานในองค์กร และกับบุคคลทั่วไป และสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมองค์กรที่ไปปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม

ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

(1) มีทักษะในการใช้เครื่องมือทางการสื่อสารที่จำเป็นที่มีอยู่ในปัจจุบันต่อการดำเนินงานโครงการทางการสื่อสารนวัตกรรม

(2) สามารถนำเสนอข้อค้นพบเพื่องานการออกแบบ สร้างสรรค์โดยใช้สารสนเทศทางคณิตศาสตร์หรือการแสดงสถิติประยุกต์ต่อประเด็นที่เกี่ยวข้องอย่างสร้างสรรค์

(3) สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งที่เป็นวัจนภาษาและอวัจนภาษา พร้อมทั้งเลือกใช้รูปแบบเพื่อการนำเสนอได้อย่างเหมาะสม

(4) สามารถประยุกต์ใช้สารสนเทศและเทคโนโลยีสื่อสาร ตลอดจนเครื่องมือต่างๆทางการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

(5) สามารถใช้เทคนิคพื้นฐานทางคณิตศาสตร์และสถิติในการประมวล การแปล ความหมาย และการวิเคราะห์ข้อมูล

(6) สามารถใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษในการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียนอย่างมีประสิทธิภาพ

ทักษะการปฏิบัติทางวิชาชีพ

(1) สามารถผลิตชิ้นงานที่สะท้อนถึงประสิทธิผลของการเลือกใช้เสียง ภาพ และ/หรือการเขียนข้อความต่างๆเพื่อการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม

(2) สามารถผลิตชิ้นงานที่แสดงถึงศักยภาพในการจัดการที่ครอบคลุมทั้งในมิติของเทคโนโลยีการผลิตสื่อ ระบบ เทคนิค และแนวทางการปฏิบัติอย่างมืออาชีพ

(3) สาธิตแนวทางการออกแบบและพัฒนาแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ และมุมมองทางการสื่อสารในด้านต่างๆ ที่เป็นผลมาจากการใช้กลยุทธ์ทางการวิจัย

(4) ผลิตชิ้นงานซึ่งสะท้อนถึงความเข้าใจในรูปแบบการนำเสนอและโครงสร้างของสื่อ กลุ่มผู้รับสารและรูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมบนฐานทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

(5) วิเคราะห์ พัฒนา และเข้าใจในเรื่องของความแตกต่าง ตลอดจนสามารถสร้างสรรค์งานในรูปแบบ/วิธีการที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นงานเขียน งานนำเสนอด้านการพูด งานนำเสนอผ่านภาพ ภาพและเสียง งานนำเสนอด้านเสียงหรืองานนำเสนอผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ

(6) สามารถปรับเปลี่ยน/ดัดแปลง สร้างสรรค์ และให้ความสำคัญต่อผลการผลิตที่ตอบสนองกับกลุ่มผู้รับสารและรูปแบบการสื่อสาร/สื่อที่มีความหลากหลาย

ตาราง 13 แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้(สมรรถนะ)จากหลักสูตรสู่รายวิชา

รายวิชา	มีคุณธรรมจริยธรรม และมีจรรยาบรรณในเชิงวิชาชีพที่เหมาะสม					มีความรู้ความเชี่ยวชาญในศาสตร์ทางการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่นวัตกรรมอย่างเป็นระบบทั้งในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ								มีทักษะทางปัญญา					มีทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ						มีทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ						มีทักษะการปฏิบัติในเชิงวิชาชีพทางการสื่อสาร นวัตกรรม						
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	
	หมวดวิชาพื้นฐานเฉพาะ																																				
สังคมดิจิทัลและนิเวศวิทยาเชิงวัฒนธรรม	○	●	●	●	○	X	●	X	X	X	X	X	X	●	●	X	X	○	●	●	○	●	●	●	X	○	●	○	○	●	○	X	X	X	X	X	X
สุนทรียศาสตร์ร่วมสมัย	●	●	●	●	○	X	●	X	X	X	X	X	X	●	●	X	X	○	●	●	○	●	●	●	X	○	●	○	○	●	○	X	X	X	X	X	X
จริยธรรมและประเด็นทางกฎหมายสารสนเทศและการสื่อสาร	●	●	●	●	●	○	●	X	X	X	X	X	X	●	●	X	X	○	●	●	○	●	●	●	X	○	●	○	○	●	○	X	X	X	X	X	X
นวัตกรรมสื่อสาร	○	●	●	●	●	●	X	●	X	○	●	●	○	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●	○	○	○	●	●	○	●	○	X	X	X	X	X	X
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา	●	●	●	●	●	X	●	○	X	X	○	X	○	●	○	X	○	○	●	●	○	●	●	●	X	X	●	○	X	●	○	X	X	X	X	X	X
สื่อคอมพิวเตอร์เพื่อการสื่อสาร	○	●	●	●	●	X	○	X	○	○	○	X	○	●	○	X	○	○	●	●	○	●	●	●	○	X	●	●	X	●	○	X	X	X	X	X	X
แนวความคิดเพื่อการออกแบบสื่อดิจิทัล	○	●	●	●	○	X	X	X	○	●	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	X	●	●	X	●	●	●	○	●	○	●	●	●
พฤติกรรมผู้ใช้สารสนเทศ	○	●	○	●	○	○	●	●	○	○	●	○	●	●	●	○	○	○	●	●	○	○	●	○	○	x	○	○	x	○	○	x	x	●	○	●	
สื่อดิจิทัลกับสังคม	○	●	●	●	○	X	●	X	X	X	X	X	X	●	●	X	X	○	●	●	○	●	●	●	X	○	●	○	○	●	○	X	X	X	X	X	X
ความรู้เบื้องต้นด้านสื่อสารมวลชนและสื่อดิจิทัล	●	●	●	●	●	X	●	○	X	○	○	X	○	●	○	X	X	○	●	●	○	●	●	●	X	X	●	○	X	●	○	X	X	X	X	X	X
หมายเหตุ:	● หมายถึง ความรับผิดชอบหลัก ○ หมายถึง ความรับผิดชอบรอง X หมายถึง ไม่สะท้อนคุณลักษณะ																																				

ตาราง 13 (ต่อ)

รายวิชา	มีคุณธรรมจริยธรรม และมีจรรยาบรรณในเชิงวิชาชีพที่เหมาะสม					มีความรู้ความเชี่ยวชาญในศาสตร์ทางการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่นวัตกรรมอย่างเป็นระบบทั้งในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ								มีทักษะทางปัญญา					มีทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ						มีทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ						มีทักษะการปฏิบัติในเชิงวิชาชีพทางการสื่อสาร นวัตกรรม						
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	
หมวดวิชาเอกบังคับ																																					
ทฤษฎีและพฤติกรรมสื่อสาร	○	●	○	●	○	●	●	●	○	○	●	○	●	●	●	○	○	○	●	●	○	○	●	○	○	x	○	○	x	○	○	x	x	●	○	●	
การคิดสร้างสรรค์เพื่อนวัตกรรมสื่อสาร	○	●	○	●	●	○	○	○	●	●	x	●	●	●	○	○	x	●	●	●	○	○	●	○	○	x	●	●	x	●	●	○	x	○	●	●	
การผลิตสื่อเบื้องต้น	○	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○	●		●	○	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	x	●	●	x	●	●	●	x	●	●	○	
การบูรณาการสื่อเพื่องานสร้างสรรค์	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	
การจัดการการสื่อสาร	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	●	●	●	●	●	●	○	○	○	○	○	
งานวิจัยและการประยุกต์ใช้ความรู้	●	●	●	●	●	○	○	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	○	●	●	●	●	●	○	○	○	○	○	
สหกิจศึกษา	○	●	●	●	●	○	○	○	○	○	●	●	○	●	●	●	○	○	●	●	●	●	●	●	○	○	○	●	○	●	○	○	○	○	○	○	
การศึกษาเฉพาะรายบุคคล	○	●	x	○	●	○	○	●	●	●	●	●	●	●	○	○	x	●	●	●	○	○	●	○	○	x	●	●	x	●	●	○	x	○	○	○	
หมายเหตุ:	● หมายถึง ความรับผิดชอบหลัก ○ หมายถึง ความรับผิดชอบรอง x หมายถึง ไม่สะท้อนคุณลักษณะ																																				

ตาราง 13 (ต่อ)

รายวิชา	มีคุณธรรมจริยธรรม และมีจรรยาบรรณในเชิงวิชาชีพที่เหมาะสม					มีความรู้ความเชี่ยวชาญในศาสตร์ทางการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่นวัตกรรมอย่างเป็นระบบทั้งในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ								มีทักษะทางปัญญา					มีทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ						มีทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ						มีทักษะการปฏิบัติในเชิงวิชาชีพทางการสื่อสาร นวัตกรรม							
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	
	หมวดวิชาเอกเลือก																																					
นวัตกรรมเบื้องต้น	○	●	●	●	○	●	X	●	X	●	●	●	●	●	●	○	○	X	●	●	○	●	●	●	X	X	○	○	X	○	○	X	X	○	X	○	○	
เทคนิคการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายทางการสื่อสาร นวัตกรรม	●	●	●	●	●	X	X	●	●	X	X	X	●	●	●	X	X	●	●	○	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	○	X	●	●	○	●	●	
การจัดการนวัตกรรม	○	●	●	●	○	●	○	●	○	●	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	●	●	○	●	○	○	●	●	X	●	●	●	
ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ	○	●	●	●	●	○	○	X	●	X	●	X	●	●	●	○	●	○	●	●	○	●	●	●	●	●	○	○	●	○	●	○	●	●	X	X	X	X
กลยุทธ์ทางการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม	○	●	●	●	○	●	○	●	○	●	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	
การโน้มน้าวใจและการรณรงค์	○	●	●	●	○	○	●	●	○	●	○	●	●	●	●	○	○	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○	●	○	○	○	○	○	○	●	●	●
การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการเพื่องานนวัตกรรม	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
เทคนิคการสร้างสรรคงานการสื่อสารนวัตกรรม	●	●	●	●	●	○	○	○	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคม	●	●	●	●	●	○	○	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม	●	●	●	●	●	○	○	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

หมายเหตุ: ● หมายถึง ความรับผิดชอบหลัก ○ หมายถึง ความรับผิดชอบรอง X หมายถึง ไม่สะท้อนคุณลักษณะ

ตาราง 13 (ต่อ)

รายวิชา	มีคุณธรรมจริยธรรม และมีจรรยาบรรณในเชิงวิชาชีพที่เหมาะสม					มีความรู้ความเชี่ยวชาญในศาสตร์ทางการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่นวัตกรรมอย่างเป็นระบบทั้งในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ								มีทักษะทางปัญญา					มีทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ						มีทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ						มีทักษะการปฏิบัติในเชิงวิชาชีพทางการสื่อสาร นวัตกรรม						
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	
หมวดวิชาเอกเลือก																																					
การวางแผนและการบริหารโครงการสื่อสารนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
การจัดการทรัพยากรสินทางปัญญา	○	●	●	●	○	●	x	x	x	x	○	x	●	●	●	○	○	x	●	●	○	●	●	●	x	x	○	○	x	○	○	x	x	x	x	x	x
การสื่อสารเพื่อบริหารการเปลี่ยนแปลง	○	●	●	●	●	○	○	●	○	●	○	○	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	○	x	○	○	○	○	○	

หมายเหตุ: ● หมายถึง ความรับผิดชอบหลัก ○ หมายถึง ความรับผิดชอบรอง X หมายถึง ไม่สะท้อนคุณลักษณะ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้ เป็นการนำเสนอรายงานสรุปกระบวนการ พัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในประเด็นหลัก 5 ประเด็นคือ วัตถุประสงค์การวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลการวิจัย และ ข้อเสนอแนะดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะดังนี้

1. เพื่อศึกษาสมรรถนะของนักสื่อสารนวัตกรรม
2. เพื่อพัฒนาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวัตกรรมการสื่อสาร วิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรม สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

วิธีดำเนินการวิจัย

การพัฒนาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวัตกรรมการสื่อสาร วิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรม สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในครั้งนี้ เป็นการพัฒนาลักษณะเด่นสมรรถนะ โดยมีกระบวนการวิจัยและพัฒนาหลักสูตร 4 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานและกำหนดจุดมุ่งหมายหลักสูตร มีเป้าหมายหลักเพื่อศึกษาสมรรถนะของนักสื่อสารนวัตกรรม จากการวิเคราะห์เอกสาร และตรวจสอบคุณภาพของสมรรถนะโดยผู้ปฏิบัติงานในกลุ่มงานการสื่อสารนวัตกรรมและคณาจารย์ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม และนำผลการวิจัยที่ได้ไปกำหนดเป็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์ และมาตรฐานผลการเรียนรู้ ซึ่งถือเป็นการกำหนดเป้าหมายและจุดเน้นในการพัฒนาลักษณะเด่น ขั้นตอนที่ 2 เป็นการพัฒนา (ร่าง) หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม โดยนำสมรรถนะที่กำหนดใน ขั้นตอนที่ 1 มาเป็นกรอบการพัฒนาลักษณะเด่น โดยมีหัวข้อตามที่กำหนดในมาตรฐานคุณภาพหลักสูตรระดับปริญญาตรี ได้แก่ การกำหนดเนื้อหาสาระ การกำหนดแนวทาง/กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้ และการกำหนดแนวทาง/กลยุทธ์การวัดและประเมินผล กระบวนการร่างหลักสูตร ผู้วิจัยได้

ประยุกต์หลักการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม มาใช้โดยปรับเป็นการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยผู้วิจัยดำเนินการร่วมกับผู้บริหาร และคณาจารย์วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม ผลการดำเนินงานทำให้ได้ (ร่าง) หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรมการเรียนการสอน ชั้นตอนที่ 3 เป็นการประเมินเพื่อตรวจสอบคุณภาพของหลักสูตรในด้านความเหมาะสม ความสอดคล้อง และความเป็นไปได้ของรายวิชาในการนำไปใช้ในเชิงธุรกิจ โดยผู้เชี่ยวชาญ และแก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ ชั้นตอนที่ 4 เป็นการวิพากษ์หลักสูตร โดยผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับหลักสูตรมาร่วมกันพิจารณาความถูกต้องเหมาะสมในด้านผลผลิตการเรียนรู้ สาระการเรียนรู้ กระบวนการจัดการเรียนรู้ และแนวทางการประเมินผลการเรียนรู้ จากนั้นผู้วิจัยปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ และดำเนินการจัดทำเป็นหลักสูตรฉบับสมบูรณ์

สรุปผลการวิจัย

1. สมรรถนะของนักสื่อสารนวัตกรรม

ผลการศึกษาสมรรถนะของนักสื่อสารนวัตกรรม พบว่า บัณฑิตผู้จบการศึกษหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขานวัตกรรมการสื่อสาร วิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรมการเรียนการสอน ต้องมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ดังนี้

- 1.1 มีคุณธรรมจริยธรรม และมีจรรยาบรรณในเชิงวิชาชีพที่เหมาะสม
- 1.2 มีความรู้ความเชี่ยวชาญในศาสตร์ทางการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่นวัตกรรมอย่างเป็นระบบทั้งในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ
- 1.3 มีทักษะทางปัญญาที่ครอบคลุมทักษะการรู้สารสนเทศ ทักษะการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ ตลอดจนทักษะการคิดแก้ปัญหา
- 1.4 มีทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ
- 1.5 มีทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างรู้เท่าทันและมีประสิทธิภาพ
- 1.6 มีทักษะการปฏิบัติในเชิงวิชาชีพทางการสื่อสารนวัตกรรมการเรียนการสอนได้อย่างเหมาะสม

2. หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรมการเรียนการสอน

2.1 การจัดทำ (ร่าง) หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขานวัตกรรมการสื่อสาร วิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรมการเรียนการสอน

ผลจากการศึกษาสมรรถนะของนักสื่อสารนวัตกรรมการเรียนการสอน ผู้วิจัย ได้นำมากำหนดเป็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของหลักสูตร และดำเนินการพัฒนาหลักสูตรโดยใช้วิธีการประชุมเชิง

ปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ผลการประชุมได้ (ร่าง)หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวัตกรรมการสื่อสาร วิชาเอกการสื่อสารนวัตกรม ซึ่งมีองค์ประกอบ 4 หมวดตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา คือ หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ซึ่งประกอบด้วย ชื่อหลักสูตร ชื่อปริญญาและสาขาวิชา วิชาเอก จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร รูปแบบหลักสูตร อาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา สถานที่จัดการเรียนการสอน สถานการณ์ภายนอกหรือการพัฒนาที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนหลักสูตร และผลกระทบของสถานการณ์ภายนอกต่อการพัฒนาหลักสูตรและความเกี่ยวข้องกับพันธกิจของสถาบัน หมวดที่ 2 ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร ซึ่งประกอบด้วย ความสำคัญ ปรัชญา และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตสาขาวัตกรรมการสื่อสาร วิชาเอกการสื่อสารนวัตกรม หมวดที่ 3 ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการ และโครงสร้างของหลักสูตร ซึ่งประกอบด้วย ระบบการจัดการศึกษา การดำเนินการหลักสูตร หลักสูตร (โครงสร้างหลักสูตร แผนการศึกษา) องค์ประกอบเกี่ยวกับประสบการณ์ภาคสนาม และข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำโครงการหรือการศึกษาเฉพาะรายบุคคล หมวดที่ 4 ผลการเรียนรู้ กลยุทธ์การสอนและการประเมินผล ซึ่งประกอบด้วย การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน คำอธิบายรายวิชา และแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา

2.2 ผลการประเมินและปรับปรุง (ร่าง) หลักสูตร

ผู้วิจัย ได้นำ (ร่าง) หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวัตกรรมการสื่อสาร วิชาเอกการสื่อสารนวัตกรม ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินความเหมาะสมของหลักสูตร ความสอดคล้องในแต่ละองค์ประกอบของหลักสูตร และความเป็นไปได้ของรายวิชาในการนำไปใช้กับภาคธุรกิจในปัจจุบัน

ผลการประเมินความเหมาะสมของหลักสูตรพบว่า องค์ประกอบของหลักสูตรทุกองค์ประกอบมีความเหมาะสมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.34 – 3.00) และมีข้อเสนอแนะให้เขียนคำอธิบายผลการเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิให้ชัดเจน เน้นกระบวนการคิดในกลยุทธ์การพัฒนาการเรียนรู้/การสอนทางด้านทักษะทางปัญญา เพิ่มแนวคิดการประเมินตามสภาพจริงในกลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ เพิ่มคำอธิบายรายวิชาอาชีพในสายงานสอนและฝึกอบรม

ผลการประเมินความสอดคล้องขององค์ประกอบหลักสูตร พบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ในระหว่าง 0.60 – 1.00 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด แสดงว่าองค์ประกอบหลักสูตรมีความสอดคล้องกันทุกองค์ประกอบ ข้อเสนอแนะด้านการเขียนปรัชญาของหลักสูตรให้สอดคล้องกับลักษณะของบัณฑิต ปรับปรุงเนื้อหาในรายวิชาให้สอดคล้องกับกับกลยุทธ์ในการพัฒนาการเรียนรู้/การสอนที่จะช่วยฝึกบัณฑิตให้เป็นนักค้นคว้า/นักวิเคราะห์/สังเคราะห์ และผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา ปรับปรุงความสอดคล้องของเนื้อหาวิชาเกี่ยวกับอาชีพใน

สายงานสอนและฝึกอบรม ความสอดคล้องระหว่างกระบวนการประเมินกับกลยุทธ์การประเมินผล การเรียนรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านทักษะการปฏิบัติทางวิชาชีพควรเพิ่มเติมในประเด็นที่เกี่ยวกับเรื่องของการตัดสินใจเลือกใช้ข้อมูลที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้ฟังด้วย เพราะเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศน่าจะมุ่งหมายที่การใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจมากกว่าการวิเคราะห์ข้อมูลเพียงอย่างเดียว

ผลการประเมินความเป็นไปได้ของรายวิชาในการนำไปใช้กับภาคธุรกิจในปัจจุบันพบว่ารายวิชาส่วนใหญ่มีความเป็นไปได้ในการนำไปใช้จริงกับภาคธุรกิจในปัจจุบันอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.64 – 4.73) โดยรายวิชาที่มีระดับความเป็นไปได้ในการนำไปใช้จริงกับภาคธุรกิจในปัจจุบันอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ วิชานวัตกรรมสื่อสาร สื่อคอมพิวเตอร์เพื่อการสื่อสาร แนวความคิดเพื่อการออกแบบสื่อดิจิทัล การคิดสร้างสรรค์เพื่อนวัตกรรมสื่อสาร การผลิตสื่อเบื้องต้น งานวิจัยและการประยุกต์ใช้ความรู้ สหกิจศึกษา และเทคนิคการสร้างสรรคงาน การสื่อสารนวัตกรรม ส่วนวิชาที่มีระดับความเป็นไปได้ในการนำไปใช้จริงกับภาคธุรกิจในปัจจุบันอยู่ในระดับปานกลางมี 1 รายวิชาคือสุนทรียศาสตร์ร่วมสมัย

ผู้วิจัยนำข้อเสนอแนะจากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 3 ด้าน มาปรับปรุงและดำเนินการประเมินในรอบสุดท้าย โดยการจัดประชุมเพื่อวิพากษ์ (ร่าง) หลักสูตรก่อนจัดทำเป็นหลักสูตรฉบับสมบูรณ์

2.3 ผลการวิพากษ์หลักสูตร ผู้เชี่ยวชาญมีข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง ดังนี้คือ

2.3.1 ปรับวิธีการเขียนหลักการและเหตุผล โดยเชื่อมโยงการตอบสนองความต้องการของสังคม

2.3.2 ควรรวมรายวิชาที่มีเนื้อหาซ้ำซ้อนกัน และเพิ่มรายวิชาที่เกี่ยวกับเทคนิคการนำเสนองานการสื่อสารนวัตกรรม และรายวิชาที่มุ่งเน้นการให้ความรู้เชิงลึกเพื่อทำความรู้จักนวัตกรรมประเภทต่างๆ การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ

2.3.3 วิชาจิตวิทยาการสื่อสาร ควรเน้นการปฏิบัติมากกว่าเป็นวิชาบรรยาย โดยอาจปรับเปลี่ยนเป็นวิชานุกรณาการองค์ความรู้ในการทำความเข้าใจพฤติกรรมทางจิตวิทยา องค์ความรู้ทางการวิจัย และองค์ความรู้ในการสร้างสรรค์หรือนำเสนอชิ้นงานทางการสื่อสาร

ผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญจากการประชุมวิพากษ์หลักสูตรมาปรับปรุงแก้ไข และดำเนินการจัดทำหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการสื่อสาร วิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรม วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ฉบับสมบูรณ์ โดยมีองค์ประกอบครบถ้วนตามรายละเอียดเอกสารแนบท้ายประกาศคณะกรรมการการอุดมศึกษาเรื่อง

แนวทางการปฏิบัติตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 (โปรดดูรายละเอียดของหลักสูตรฉบับสมบูรณ์ในท้ายบทที่ 4)

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการดำเนินการพัฒนาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวัตกรรมการสื่อสาร วิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรมการสื่อสาร สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า มีประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

1. กระบวนการพัฒนาหลักสูตร

การดำเนินการพัฒนาหลักสูตรในครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการบนฐานคิดที่ยึดความสามารถเฉพาะของผู้เรียนเป็นสำคัญ ที่เรียกว่าหลักสูตรแบบเน้นสมรรถนะ (Competency-based curriculum) ซึ่งมีกระบวนการพัฒนาหลักสูตรที่ไม่แตกต่างจากกระบวนการพัฒนาหลักสูตรโดยทั่วไปนั่นคือเริ่มต้นจากการศึกษาข้อมูลพื้นฐาน แต่จุดเน้นสำคัญของการศึกษาข้อมูลพื้นฐานคือการศึกษสมรรถนะของบัณฑิตในวิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรมการสื่อสาร และมีกระบวนการตรวจสอบสมรรถนะโดยผู้เชี่ยวชาญในสาขาดังกล่าว แล้วจึงนำสมรรถนะที่ผ่านกระบวนการตรวจสอบแล้วมา กำหนดเป็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของหลักสูตร หรือมาตรฐานผลการเรียนรู้ที่ต้องการให้บัณฑิตของหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรมการสื่อสารมีความสามารถด้านความรู้ความเข้าใจ ทักษะ/การปฏิบัติ และคุณลักษณะอื่นๆ ที่สอดคล้องกับธรรมชาติของสาขาวิชาตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการในสาขาวิชาชีพได้อย่างเหมาะสม หลักสูตรที่เกิดขึ้นจึงมีลักษณะเป็นการบูรณาการระหว่างโลกการทำงานและโลกการศึกษา สามารถพัฒนาและเตรียมความพร้อมผู้เรียนเพื่อนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพในการทำงานในโลกธุรกิจได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ดังนั้นคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของหลักสูตรที่เน้นสมรรถนะจึงมีความหมายมากกว่าจุดประสงค์การเรียนรู้หรือจุดประสงค์เชิงพฤติกรรมเท่านั้น (Accreditation Criteria for Schools of Public Health, June 2005)

นอกจากนี้ แนวคิดในการพัฒนาหลักสูตรแบบเน้นสมรรถนะนี้ ยังสอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย (National Qualifications Framework for Higher Education in Thailand: NQF) ซึ่งให้ความสำคัญกับผลผลิตและผลลัพธ์ในการเรียนรู้ที่สามารถสะท้อนคุณภาพและมาตรฐานของผู้สำเร็จการศึกษาเป็นสำคัญ และเป็นแนวทางให้สถาบันการศึกษาสามารถจัดการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถเปรียบเทียบมาตรฐานทางวิชาการของสถาบันอุดมศึกษาในกระบวนการวางแผนและการประกันคุณภาพภายใน และเป็นแนวทางในการติดตาม ตรวจสอบสำหรับผู้ประเมินจากหน่วยงานภายนอก และเป็นสื่อสำหรับ

ผู้ประกอบการในภาคธุรกิจ ทำให้ทราบความสามารถของบัณฑิต ในด้านความรู้ ทักษะ และ คุณลักษณะของบัณฑิตของสาขาวิชาที่ประสงค์จะรับเข้าทำงาน (The Quality Assurance Agency for Higher Education. 2008: 1) กล่าวได้ว่า แนวคิดการพัฒนาหลักสูตรแบบเน้น สมรรถนะ เป็นรูปแบบการพัฒนาหลักสูตรที่มีการเชื่อมโยงองค์ความรู้จากโลกวิชาการ (Academic world) เข้าสู่โลกของการทำงาน (Real world) ซึ่งเป็นแนวโน้มการพัฒนาหลักสูตรในปัจจุบัน ที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาหลักสูตรได้ทุกสาขาและทุกระดับ

2. แนวทางการศึกษาสมรรถนะของนักสื่อสารนวัตกรรม

แนวทางการศึกษาสมรรถนะ ที่แพร่หลายและใช้อยู่ในปัจจุบัน มี 3 แนวทางคือ การศึกษา จากเอกสาร หรือสิ่งที่มีอยู่แล้ว การวิเคราะห์งาน การกำหนดสมรรถนะจากกลุ่มวิชาชีพ/ผู้เชี่ยวชาญ ในสาขานั้นๆ ซึ่งแต่ละแนวทางเกิดขึ้นจากบริบทที่แตกต่างกัน ดังนี้

2.1 การกำหนดสมรรถนะจากเอกสาร หรือรายละเอียดที่เคยผู้ศึกษาไว้แล้ว (Existing Lists) วิธีการสามารถใช้ได้กับสาขาวิชาที่มีการส่งสมรรถนะความรู้มาเป็นระยะเวลานาน (Hall and Jones. 1976: 43) การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาสมรรถนะของนักสื่อสาร ซึ่งเป็นศาสตร์ ที่มี พัฒนาการมาอย่างต่อเนื่องและยาวนาน โดยในต่างประเทศเริ่มต้นตั้งแต่ช่วงต้นศตวรรษที่ 20 ใน ส่วนของประเทศไทย ได้มีการเปิดสอนหลักสูตรทางการสื่อสารมวลชนคือ สาขาวิชาการ หนังสือพิมพ์เป็นหลักสูตรแรก โดยทำการเปิดสอนในปี พ.ศ. 2482 (กิตติมา สุรสนธิ. 2545: 32) จึง นับได้ว่า ศาสตร์ทางการสื่อสาร เป็นศาสตร์ที่มีการพัฒนาองค์ความรู้มายาวนานและต่อเนื่อง

2.2 การกำหนดสมรรถนะจากการวิเคราะห์งาน วิธีการนี้ให้ความสำคัญกับพันธกิจ ขององค์กร หรือลักษณะความรับผิดชอบตามสายงาน ซึ่งการศึกษสมรรถนะของนักสื่อสาร นวัตกรรมในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ลักษณะงานศึกษาเป้าหมาย วิสัยทัศน์ และพันธกิจ หลักของบริษัททางการสื่อสารที่ให้บริการครอบคลุมเครื่องมือทางการสื่อสารแบบครบวงจร (Full service agency) และคำบรรยายลักษณะงานในตำแหน่งงาน (Job description) เจ้าหน้าที่ บริหารงานลูกค้า เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ นักวางแผนเชิงกลยุทธ์ ซึ่งเป็นตำแหน่งงานที่เป็น พื้นฐานและมีความใกล้เคียงกับการปฏิบัติงานในสายงานการสื่อสารนวัตกรรม ผลการวิเคราะห์ เอกสารต่างๆ ดังกล่าว ทำให้ได้สมรรถนะของนักสื่อสารนวัตกรรม ที่นำมาเป็นกรอบกำหนด คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของหลักสูตร และการจัดทำรายวิชาที่สอดคล้องกับคุณลักษณะที่พึง ประสงค์ ซึ่ง ผลจากการประเมินความเป็นไปได้ของรายวิชาในการนำไปใช้จริงกับภาคธุรกิจพบว่า รายวิชาเกือบทุกรายวิชา มีระดับความเป็นไปได้ในการใช้จริงกับภาคธุรกิจในปัจจุบัน อยู่ใน ระดับมาก

3) การกำหนดสมรรถนะโดยกลุ่มวิชาชีพ/ผู้เชี่ยวชาญในสาขา (Input from the professionals) การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เชิญผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาชีพทางด้านสื่อสาร และด้านนวัตกรรมการสื่อสาร มาร่วมกำหนดสมรรถนะโดยใช้เทคนิคการสนทนากลุ่ม ซึ่งผลจากการสนทนากลุ่ม ทำให้ได้สมรรถนะของวิชาชีพทางการสื่อสารนวัตกรรม และเทคนิควิธีนี้ยังสามารถสะท้อนความเที่ยงตรงตามที่ปรากฏ (Face validity) ของข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัย ได้ใช้วิธีการกำหนดสมรรถนะของนักสื่อสารนวัตกรรมทั้ง 3 วิธี ประกอบกัน ทำให้ได้สมรรถนะที่ครอบคลุมทั้งในด้านของศาสตร์และองค์ความรู้พื้นฐาน และสามารถตอบสนองต่อการปฏิบัติงานในวิชาชีพของภาคธุรกิจได้จริงสอดคล้องกับลักษณะงานในวิชาชีพ และในบริบทของการทำงานในโลกปัจจุบัน

3. ความแตกต่างระหว่างนักนิเทศศาสตร์กับนักสื่อสารนวัตกรรม

การสื่อสารนวัตกรรม เป็นองค์ความรู้ที่เน้นการบูรณาการแนวคิดในเรื่องของการสื่อสารนวัตกรรม และการแพร่กระจายนวัตกรรม ส่วนนิเทศศาสตร์ เป็นสาขาที่ว่าด้วยการสื่อสารไปยังมวลชนโดยทางใดก็ตาม ไม่จำเพาะทางหนังสือพิมพ์ เช่น การสื่อสารทางการละครก็เข้าอยู่ในนิเทศศาสตร์ ทางวิทยุและโทรทัศน์ก็เป็นนิเทศศาสตร์ (พลตรีพระเจ้าวรวงศ์เธอ กรมหมื่นนคราธิปพงศ์ประพันธ์, 2511, อ้างอิงจาก ธิตีพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์, 2549: 8) นิเทศศาสตร์จึงให้ความสำคัญกับแนวคิดในเรื่องการสื่อสารในแง่ของกระบวนการถ่ายทอดสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารโดยผ่านสื่อ เพื่อให้เกิดความเข้าใจ วัตถุประสงค์ และแสดงพฤติกรรมได้ตามต้องการ เป็นสำคัญ แต่หลักสูตรด้านนิเทศศาสตร์ของประเทศไทย เน้นการพัฒนาความเชี่ยวชาญวิชาชีพสื่อสารมวลชนเชิงลึกที่ให้ความสำคัญกับเทคนิคการปฏิบัติการ มากกว่าการบูรณาการองค์ความรู้ทางการสื่อสารเข้ากับศาสตร์ในด้านอื่น

ส่วนหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม ที่พัฒนาขึ้นในครั้งนี้เปรียบเสมือนหลักสูตรที่ต่อยอดขยายองค์ความรู้ทางการสื่อสารให้มีความทันสมัย สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในโลกธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เนื่องจากในศตวรรษที่ 21 บทบาทของภาคอุตสาหกรรมจะเข้ามามีอิทธิพลทดแทนภาคการเกษตรกรรมมากขึ้นโดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value creation industry) การมุ่งเน้นงานวิจัย และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มเป็นสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงเป็นสิ่งแรก (Kenichi, 1990. อ้างอิงจาก วัชริน มีรอด, 2549: 71) และหากองค์กรใดละเลยที่จะทำนวัตกรรมอาจนำไปสู่การล่มสลายได้ “Not to innovate is to die” ส่งผลให้บริษัทชั้นนำของประเทศไทยได้มีการปรับเอาแนวคิดเกี่ยวกับการใช้นวัตกรรมมาเป็นยุทธศาสตร์หลักในการขับเคลื่อนองค์กร ดังนั้นหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม จึงมีจุดเน้นที่แตกต่างจากหลักสูตรนิเทศศาสตร์ และมีความจำเป็นสำหรับภาคธุรกิจปัจจุบัน การผลิตนักสื่อสารที่มีความสามารถใน

การแพร่กระจายนวัตกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะนำไปสู่การสร้างความตระหนักและยอมรับ นวัตกรรมประเภทต่างๆ เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาตนเอง ชุมชน สังคมและประเทศ

กล่าวได้ว่า หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม สำหรับนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัย นวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่ได้พัฒนาขึ้นในครั้งนี้นี้ สามารถก้าวทันการ เปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจและสังคมได้อย่างชัดเจน ในส่วนของโครงสร้างหลักสูตร ตอบสนอง คุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านการสื่อสารนวัตกรรมของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถ เป็นหลักประกันคุณภาพของบัณฑิตได้ แต่ก่อนที่จะเริ่มนำหลักสูตรนี้ไปใช้ ผู้เกี่ยวข้องควรต้อง ประชุมร่วมกันเพื่อกำหนดแนวทางการบริหารหลักสูตร การกำหนดแผนการศึกษา กลยุทธ์การ พัฒนาผลการเรียนรู้ และกลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ เพื่อให้สามารถผลิตบัณฑิตได้ตรงตาม วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ข้อจำกัดในการวิจัย

การพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรมที่ดำเนินการในครั้งนี้นี้ ผู้วิจัย กำหนดขอบเขต การดำเนินการพัฒนาเฉพาะหมวดวิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรม หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขา นวัตกรรมการสื่อสาร วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒนั้น ซึ่งมี ข้อกำหนดเกี่ยวกับโครงสร้างหลักสูตร หมวดวิชาศึกษาทั่วไป หมวดวิชาพื้นฐานเฉพาะ ของ วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม ที่ทุกหลักสูตรจะต้องใช้เป็นระบบเดียวกัน ทำให้เกิดข้อจำกัดใน การจัดรายวิชาที่เป็นพื้นฐานเฉพาะของวิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรม ที่ผู้วิจัย ไม่สามารถ ปรับเปลี่ยนได้ แม้ว่าจะมีข้อสังเกตของผู้เชี่ยวชาญในประเด็นความซ้ำซ้อนของเนื้อหาในบาง รายวิชาในหมวดวิชาพื้นฐานเฉพาะ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ข้อสังเกตของผู้เชี่ยวชาญ เป็นประเด็นที่ควรรับฟัง และหากวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม จะมีการปรับปรุงหลักสูตรใน ระยะต่อไป ควรนำข้อเสนอดังกล่าวประกอบการพิจารณาด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 การพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรมแบบเน้นสมรรถนะที่ได้รับการวิจัยและ พัฒนาขึ้นในครั้งนี้นี้สามารถสอดคล้องกับความต้องการของภาคธุรกิจ และบริบทของสังคมปัจจุบัน และสอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 หากมหาวิทยาลัย จะดำเนินการปรับปรุงหลักสูตร ควรกำหนดนโยบายการปรับปรุงหลักสูตรโดยให้ความสำคัญกับ แนวคิดการพัฒนาหลักสูตรแบบเน้นสมรรถนะ ซึ่งสามารถประกันคุณภาพหลักสูตรได้อย่างมี ประสิทธิภาพ

1.2 ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการแสวงหาความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน หรือรัฐวิสาหกิจ เพื่อให้บัณฑิตได้มีโอกาสในการเรียนรู้จากโลกของการทำงานจริง ตลอดจนได้มีส่วนร่วมในการดำเนินงานโครงการทางการสื่อสารต่างๆ เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในโลกของการทำงานในอนาคต

2. ข้อเสนอแนะในการนำหลักสูตรวิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรมไปใช้

2.1 ในการนำหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรมแบบเน้นสมรรถนะไปใช้ ผู้ใช้ต้อง ศึกษาหลักการและแนวคิดของหลักสูตรให้ชัดเจน เนื่องจากในการจัดการจัดการเรียนรู้ใน หลักสูตรที่เน้นสมรรถนะนั้นจะให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลการเรียนรู้หรือสมรรถนะของ ผู้เรียนเป็นสำคัญ อาจารย์ผู้สอนแต่ละรายวิชาควรศึกษาคำอธิบายรายวิชา ตลอดจนแผนที่ กระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชาอย่างละเอียดเพื่อ จะได้ทราบว่า เมื่อสอนเสร็จสิ้นในแต่ละภาคการศึกษา แต่ละรายวิชาผู้เรียนจะต้องมี คุณลักษณะอย่างไร เพื่อที่จะได้กำหนดกลยุทธ์การพัฒนาผลการเรียนรู้ และกลยุทธ์ในการ ประเมินผลการเรียนรู้ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

2.2 ผู้บริหารควรให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการเรียนการสอน โดยเฉพาะในรายวิชาที่เกี่ยวกับเทคนิคการปฏิบัติ หรือการให้บัณฑิตได้มีโอกาสฝึกงานใน สถานประกอบการจริง

3. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

3.1 ควรมีการศึกษาแนวทางการกำหนดสมรรถนะ ในการพัฒนาหลักสูตรแบบเน้น สมรรถนะที่มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับบริบทของแต่ละสาขา วิชาเอก เพื่อเป็นแนวทางการ พัฒนาหลักสูตร หรือปรับปรุงหลักสูตรที่ใช้แนวคิดสมรรถนะเป็นฐาน

3.2 เมื่อมีการนำหลักสูตรนี้ไปใช้จริง ควรมีการวิจัยเพื่อประเมินผลการใช้หลักสูตร แบบเน้นสมรรถนะกับการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

“6 เรื่องเด่น” การศึกษาไทยปี’51. (2551, 29 ธันวาคม – 4 มกราคม). ผู้จัดการรายสัปดาห์ 360°.

หน้า EDUCATION D3.

กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน. (2548). รายงานผลการศึกษาวิจัยเรื่อง สาเหตุของการว่างงานในเชิงโครงสร้างของผู้มีการศึกษาระดับอุดมศึกษา. กรุงเทพฯ: ฝ่ายวิชาการ กองแผนงานและสารสนเทศ.

กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. แผนยุทธศาสตร์กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ระยะ 5 ปีพ.ศ. 2547 – 2551.

กระทรวงวิทยาศาสตร์ และสถาบันทรัพยากรพลังงานปัญญาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2546).

โครงการวิจัยนโยบายวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของประเทศไทย(รายงานฉบับสมบูรณ์).

กระทรวงศึกษาธิการ. (2545). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542. แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2). กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.

_____. (2548, 21 กุมภาพันธ์). ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2548.

_____. (2549, 7 สิงหาคม). ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง มาตรฐานการอุดมศึกษา.

_____. (2552, 2 กรกฎาคม). ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552.

กิติมา สุรสนธิ. (ม.ป.ป.). *ความรู้ทางการสื่อสาร*. เอกสารประกอบการเรียนวิชาความรู้เบื้องต้นทางการสื่อสาร. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

_____. (2545). *การวิจัยเพื่อพัฒนาหลักสูตร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน*. กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กีรติ ยศยิ่งยง. (2550). *ชี้ความสามารถ: Competency Based Approach*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: มิสเตอร์ก๊อปปี้.

เกศินี จุฑาวิจิตร. (2542). *การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น*. นครปฐม: สถาบันราชภัฏนครปฐม. คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, สำนักงาน. 2546. *วิธีการเรียนรู้:คุณลักษณะที่คาดหวังในช่วงวัย*. กรุงเทพฯ: สำนักพัฒนาการเรียนรู้และมาตรฐานการศึกษา.

คณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2552, 16 กรกฎาคม). ประกาศคณะกรรมการการอุดมศึกษา เรื่อง แนวทางการปฏิบัติตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552.

- คณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2547). *แผนกลยุทธ์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (พ.ศ.2547-2556)*. กรุงเทพฯ: วีระวัฒนาการพิมพ์.
- จรัส สุวรรณเวลา. (2551). *ความเป็นอิสระของมหาวิทยาลัยไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2551, จาก <http://www.chula.ac.th>
- จิตพิชญ์ เชื้อรัตนพงษ์. (2539). *การพัฒนาหลักสูตร: หลักการและแนวปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: อลินเพรส.
- ชมพันธ์ ญูธร ณ อยุธยา. (2530). *การพัฒนาหลักสูตร*. กรุงเทพฯ : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- _____. (2540). *การพัฒนาหลักสูตร*. กรุงเทพฯ : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- ไชยยศ เรืองสุวรรณ. (2522). *การประชาสัมพันธ์: หลักการและแนวปฏิบัติ*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เรือนแก้วการพิมพ์.
- ผามรา พลัดธุระ. (2543). *การพัฒนาหลักสูตร*. (เอกสารประกอบการสอนวิชา หลักสูตรและการสอน). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. อัดสำเนา.
- ณรงควิทย์ แสนทอง. (2547). *มาตรฐาน Competency กันเถอะ*. กรุงเทพฯ: เอช อาร์ เซ็นเตอร์
- ดร.ณิ หิรัญรักษ์. (2543). *การเรียนการสอนทางนิเทศศาสตร์ของไทย*. สืบค้นเมื่อ 5 เมษายน 2551, จาก <http://www.utcc.ac.th/amsar/about/document10.html>
- ถิรพัฒน์ วิลัยทอง ชัยอนันต์ สมุทวณิช และคณะ. (2546). *อนาคตที่ใกล้ประเทศไทย : แนวโน้มของโลก สังคม เศรษฐกิจ การเมือง กับอนาคตของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*. กรุงเทพฯ: สถาบันนโยบายศึกษา.
- เทพนคร ทาคง. (2546). *การพัฒนาหลักสูตรตามแนวคิดที่อิงมาตรฐานในรายวิชาเสริมสมรรถภาพในการสอนภาษาอังกฤษสำหรับนักศึกษาครู*. วิทยานิพนธ์ ค.ด. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- จิตติพัฒน์ เขียมนิรันดร์. (2549). *แนวคิดนิเทศศาสตร์ศึกษา*. ในชุดวิชานิเทศศาสตร์ศึกษา: ประมวลสาระและแนวการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. หน้า 2-43.
- ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. (2541). *งานวิจัยเรื่อง รูปแบบการให้บริการและความต้องการคุณสมบัติบัณฑิตของบริษัทโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในยุคสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- อัมร บัวศรี. (2542). *ทฤษฎีหลักสูตร: การออกแบบและการพัฒนา*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ธนัการพิมพ์.

- นตพร จันทร์วราสุทธิ. (2549). ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบนวัตกรรมแห่งชาติ. ใน *15 พลวัตนวัตกรรม*. ปรีดา ยังสุขสถาพร. กรุงเทพฯ: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ.
- นิสดารัก เวชยานนท์. (2549). *Competency-Based Approach*. กรุงเทพฯ: บริษัท กราฟิโก ซิสเต็มส์ จำกัด.
- บุญรักษ์ บุญยะเขตมาลา. (2537). สื่อมวลชนศึกษาขนานจากอดีตทิศทางสู่ออนาคต. ใน *ฐานันดรที่สี่จากโลกถึงรัฐไทย*. กรุงเทพฯ: โครงการจัดพิมพ์คบไฟ.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2540). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์.
- ปรีดา ยังสุขสถาพร. (2548). *นวัตกรรมประเทศไทย: กรณีศึกษาประสบการณ์จากสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และยุทธศาสตร์การสร้างนวัตกรรมสำหรับประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- ปิยะชัย จันทรวงศ์ไพศาล. (2549). *การค้นหาและวิเคราะห์เจาะลึก competency ภาคปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: เอช อาร์ เซ็นเตอร์.
- ไพฑูรย์ สีนลาร์ตน์. (2546). *กระบวนการทัศน์ใหม่ในการบริหารจัดการอุดมศึกษาไทย*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ไพฑูรย์ สีนลาร์ตน์ สมสุข ธีระพิจิตร และวัชณีย์ เชาว์นดำรงค์. (2548). *งานวิจัยเรื่อง กรอบมาตรฐาน คุณวุฒิระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไพฑูรย์ สีนลาร์ตน์ และคณะ. (2550). *คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้เรียนในสังคมเศรษฐกิจฐานความรู้*. กรุงเทพฯ: โครงการวิจัยบูรณาการ การเปลี่ยนผ่านการศึกษาเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ภัทริรา ธีรสวัสดิ์. (2546). *การเปิดรับข่าวสารด้านพลังงานและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แก๊สโซฮอล์เพื่อทดแทนน้ำมันเชื้อเพลิงของประชาชนในเขตกรุงเทพและปริมณฑล*. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (การประชาสัมพันธ์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ภาณุ ลิ้มมานนท์. (2549). *กลยุทธ์การจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจ*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: บริษัทภาวนาส จำกัด.
- ภูมิพลอดุลยเดช, พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหา. (2543). *คำพ่อสอน ประมวลพระบรมราโชวาท และพระราชดำรัสเกี่ยวกับเด็กและเยาวชน*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิโตโยต้าและมูลนิธิ สดศรี-สฤษดิ์วงศ์.

- มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2551, จาก <http://www.bu.ac.th>
- มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2551, จาก <http://www.ku.ac.th>
- มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2551, จาก <http://www.cmu.ac.th>
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2551, จาก <http://www.mut.ac.th>
- มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2551, จาก <http://www.tu.ac.th>
- มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2551, จาก <http://www.dpu.ac.th>
- มหาวิทยาลัยนเรศวร. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2551, จาก <http://www.nu.ac.th>
- มหาวิทยาลัยบูรพา. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2551, จาก <http://www.buu.ac.th>
- มหาวิทยาลัยรังสิต. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2551, จาก <http://www.rsu.ac.th>
- มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2551, จาก <http://www.dusit.ac.th>
- มหาวิทยาลัยศรีปทุม. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2551, จาก <http://www.spu.ac.th>
- มหาวิทยาลัยศิลปากร. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2551, จาก <http://www.su.ac.th>
- มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2551, จาก <http://comm-sci.pn.psu.ac.th/commsci/index.php>
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2529). *การสื่อสารเพื่อการพัฒนา หน่วยที่ 1 – 7*. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2531). *การสื่อสารเพื่อการพัฒนา หน่วยที่ 1 – 8*. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2548). *ประมวลสาระชุดวิชาปรัชญานิติศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 1 – 7*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2551, จาก <http://www.utcc.ac.th>
- มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2551, จาก <http://www.au.ac.th>
- มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2551, จาก <http://www.eau.ac.th>
- รัชนีวรรณ วณิชยณอม. (2548, มีนาคม- เมษายน). การปรับใช้สมรรถนะในการบริหารทรัพยากรมนุษย์. *วารสารข้าราชการ*. 50(2): 10-24.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2551). *พจนานุกรมศัพท์ศึกษาศาสตร์ อักษร A-L ฉบับราชบัณฑิตยสถาน*. กรุงเทพฯ: อรุณการพิมพ์.
- รุจิร ภู่อาระ. (2545). *การพัฒนาหลักสูตร: ตามแนวปฏิรูปการศึกษา*. กรุงเทพฯ: ไม้ค พ้อย.
- วรภัทร ภูเจริญ. (2550). *การบริหารนวัตกรรมอย่างยั่งยืนและพอเพียง*. กรุงเทพฯ: อริยชน.

วัชริน มีรอด. (2549). การสร้างเครือข่ายนวัตกรรม. ใน *15 พลวัตนวัตกรรม*. ปรีดา ยังสุขสถาพร.

กรุงเทพฯ: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ.

วัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา. (2544). *การพัฒนาการเรียนการสอนทางการอุดมศึกษา*.

กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิจิตร อาวะกุล. (2522). *การประชาสัมพันธ์: หลักและวิธีปฏิบัติ*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

วิชัย วงษ์ใหญ่. (2537). *กระบวนการพัฒนาหลักสูตรและการเรียนการสอน: ภาคปฏิบัติ*.

กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

_____. (2538). *กระบวนการทัศน์ใหม่การพัฒนาหลักสูตร*. ในชุดวิชาการพัฒนาระบบการสอนมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. หน้า 47.

_____. (2543). *การพัฒนาหลักสูตรระดับอุดมศึกษา*. กรุงเทพฯ: ทบวงมหาวิทยาลัย.

สงัด อุทรานันท์. (2532). *พื้นฐานและหลักการพัฒนาหลักสูตร*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มิตรสยาม.

สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย. (2552). *รายนาม Full service agency*. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2552, จาก <http://www.adasso thai.com/fullservice.php>

สมาคมวิทยาศาสตร์แห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ที่ประชุมคณบดีวิทยาศาสตร์แห่งประเทศไทยและมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (มปพ.). *รายงานฉบับสมบูรณ์เรื่อง กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรีสาขาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์*. ถ่ายเอกสาร.

สิทธิชัย เทวธีระรัตน์. (2543). *รูปแบบหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการการสื่อสารในสถาบันอุดมศึกษา*. ปริญญาโท กศ.ด. (การอุดมศึกษา).

กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

สุธาสนี บุญญาพิทักษ์. (2545). *การพัฒนาหลักสูตรครุศึกษาระดับปริญญาตรีในชั้นเรียนสำหรับนักศึกษาวิชาชีพครู*. ปริญญาโท กศ.ด. (การวิจัยและพัฒนาหลักสูตร). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

สุนีย์ ภูพันธ์. (2546). *แนวคิดพื้นฐานการสร้างและพัฒนาหลักสูตร*. เชียงใหม่: โรงพิมพ์แสงศิลป์.

สุนน อมรวิวัฒน์. (2546). *วิธีการเรียนรู้ : คุณลักษณะที่คาดหวังในช่วงวัย*. กรุงเทพฯ : บริษัทพริกหวานกราฟฟิค.

- สุรัชย์ ทิพย์สุมนธนา. (2539). *การศึกษานโยบายและทิศทางการเรียนการสอน สาขาวิชาการสื่อสารมวลชนในทศวรรษหน้า: ตามความคิดเห็นของนักวิชาการสาขาวิชาการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสถียร เขยประทับ. (มปป.). *การสื่อสารงานนวัตกรรม*. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (มปป.). *(ร่าง)คู่มือกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาของประเทศไทยและการนำไปสู่การปฏิบัติ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2552, จาก http://www.mua.go.th/users/bhes/bhes3/Che_NQF/no.8/rang_kodkrasuang.pdf
- _____. (2551). *กรอบแผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2551 – 2565)*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2552). *กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (Thai Qualifications Framework for Higher Education, TQF: HEEd)*. (เอกสารประกอบการประชุมหารือคณะกรรมการการอุดมศึกษาและคณะอนุกรรมการด้านมาตรฐานการอุดมศึกษาในวันเสาร์ที่ 18 เมษายน 2552) สืบค้นเมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2552, จาก http://www.mua.go.th/users/bhes/bhes3/Che_NQF/no.8/rang_kodkrasuang.pdf
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2548). *การปรับใช้สมรรถนะในการบริหารทรัพยากรมนุษย์*. สืบค้นเมื่อ 14 ธันวาคม 2551, จาก <http://ocsc.go.th/veform/PDF/competency.pdf>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2544). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พ.ศ. 2545 – 2549 (ฉบับที่ 9)*.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2550). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พ.ศ. 2550 – 2554 (ฉบับที่ 10)*.
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2543). *วิสัยทัศน์วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีไทย 2020*. เอกสารสรุปผลสัมมนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนา (S&T 2020).
- _____. (2543). *วิสัยทัศน์วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีไทย 2020: สถานภาพและยุทธศาสตร์*. เอกสารประกอบการประชุมสัมมนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนา ครั้งที่ 2.
- _____. (2550). *แผนกลยุทธ์ สวทช. ฉบับที่ 4 ปีงบประมาณ 2550 – 2554*. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.).

- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2546). รายงานการวิจัยเรื่อง รูปแบบการบริหารจัดการ
สถาบันอุดมศึกษาแนวใหม่. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2552, จาก
http://www.onec.go.th/publication/46077/sara_46077.html
- _____. (2546). ข้อเสนอยุทธศาสตร์และแนวทางการปฏิรูปอุดมศึกษาไทย. สืบค้นเมื่อวันที่
15 มกราคม 2552, จาก <http://www.onec.go.th/publication/47003/47003.pdf>
- _____. (2551). สมรรถนะการศึกษาไทยในเวทีสากลประจำปีพ.ศ. 2550. กรุงเทพฯ.
- ไสว ศิริทองถาวร. (2547, มีนาคม – เมษายน). การศึกษาไทยกับเทคโนโลยี E-learning ในยุค
เศรษฐกิจเชิงองค์ความรู้. สาร NECTEC (ศูนย์เทคโนโลยี อิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์
แห่งชาติ). 11(57): 38-48.
- หนึ่งหทัย ขอมกลาง. (2541). พัฒนาการของการศึกษาและฝึกอบรมด้านนิเทศศาสตร์ใน
ประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (การสื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- หลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต คณะศิลปกรรมศาสตร์. (2546, ตุลาคม-พฤศจิกายน).
มศว โลกทัศน์. 1(1). สืบค้นเมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2553, จาก
<http://www.swu.ac.th/journal/swuvision/v1n1/article10.html>
- อมรวิทย์ นาคธรรมพ. (2544). ความคิดในการพัฒนาอุดมศึกษาไทยในรอบทศวรรษ. สืบค้นเมื่อ
วันที่ 15 มิถุนายน 2552, จาก <http://www.onec.go.th/publication/thai/thai.pdf>
- อัจริยา วัชรวิวัฒน์. (2544). การพัฒนาหลักสูตรเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะทางการวิจัยสำหรับ
นักศึกษาพยาบาลศาสตร์. วิทยานิพนธ์ กศ.ด. (การวิจัยและพัฒนาหลักสูตร).
กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- อาภรณ์ ภูวพิพันธุ์. (2550). *Competency Based HRM/HRD Case Study*. กรุงเทพฯ: เอช อาร์
เซ็นเตอร์
- เอกรินทร์ สีมหาศาล. (2545). กระบวนการจัดทำหลักสูตรสถานศึกษา แนวคิดสู่การปฏิบัติ.
กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย.
- เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ. (2549). การจัดการนวัตกรรม. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2552, จาก
<http://msitresearch.edublogs.org/>.
- The Quality Assurance Agency for Higher Education. (2008). *Communication, media,
film and cultural studies*. Retrieved November 25, 2008, from
<http://www.qaa.ac.uk>

- Barnett, H.G. (1953). *Innovation: The Basis of Cultural Change*. New York: McGraw-Hill Co.,
- Barnett, Ronald. (1994). *The limits of competence: knowledge, higher education, and society*. Great Britain: St Edmundsbury Press.
- C.H.. Harry.2002. *The Competitiveness of Nations in a Global Knowledge-Based Economy*. Retrieved February 20, 2009, from <http://member.shaw.ca/competitivenessognations/Anno %20OECD.html>.
- Claudia Mast, Simone Huck, and Ansgar Zerfass. (2005). *Innovation Communication: Outline of the Concept and Empirical Findings from Germany*. Retrieved November 25, 2008, from <http://www.innovationjournalism.org>.
- David Nordfors, Ph.D. (2003). *The Concept of Innovation Journalism and a Programme for Developing it*. Retrieved November 25, 2008, from <http://www.innovationjournalism.org>.
- _____. (2006). *PR and the Innovation Communication System*. Retrieved November 25, 2008, from <http://www.innovationjournalism.org>.
- Erkki Kauhanen, Elina Noppari. (2007). *Innovation, Journalism and Future Final report of the research project Innovation Journalism in Finland*. Retrieved November 25, 2008, from <http://www.innovationjournalism.org>.
- Fagerberg,Jan. (2004). *Innovation: A guide to the Literature*. Retrieved November 25, 2008, from http://folk.uio.no/janf/downloadable_papers.html
- Hall, Gene E. and Jones, Haward I. (1976). *Competency-based education*. New Jersey: Prentice-Hall,Inc.
- Klapper, J.T. (1960). *The effects of Mass Communication*. New York: The Free Press.
- Lasswell, Harold D. (1948). "The Structure and Function of Communication, In Society", in *The Communication of Ideals*, Lyman ed. New York: Harper and Row publishers.
- Magnus Hoij. (2004). *Components of Innovation Journalism*. Retrieved November 25, 2008, from <http://www.innovationjournalism.org>.
- Partnership for 21st century skills. (2008). *21st Century Skills, Education & Competitiveness: A Resource and Policy Guide*. Retrieved November 25, 2008, from <http://www.21stcenturyskills.org>.

- Rogers, Everett M. with Shoemaker F.Floyd. (1971). *Communication of Innovation: A Cross-Cultural Approach*. New York: the Free Press.
- Rogers, Everett M. (1973). *Communication strategies for family planning*. New York: the Free Press.
- Rogers, Everett M. (1983). *Diffusion of Innovations*. New York: the Free Press.
- Sajogyo and William L. Collier. (1973). *Technical Change in Asian Agriculture*. Canberra: Australian National University Press.
- Shirley Fletcher. (1997). *Analysing Competence: Tools and Techniques for Analysing Jobs, Roles and Functions*. Great Britain: Biddles Ltd, Guildford and King's Lynn.
- _____. (1997). *Competence-Based Assessment Techniques*. 2nd Edition. Great Britain: Biddles Ltd, Guildford and King's Lynn.
- Simone Huck. (2006). New Perspectives on Innovation Communication: Findings from Germany's Survey INNOVATE 2006. Retrieved November 25, 2008, from <http://www.innovationjournalism.org>.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

รายชื่อผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มเพื่อสำรวจคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตวิทยาลัย
นวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

รายชื่อคณะผู้บริหารและคณาจารย์ของวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒจำนวน 10 คน ได้แก่

- (1) รองศาสตราจารย์พฤทธิ์ ศุภเศรษฐศิริ
- (2) รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐกฤต ดิษฐวิรุฬห์
- (3) อาจารย์สิรินันท์ เสนาขันธ
- (4) อาจารย์สามมิติ สุขบรรจง
- (5) ดร.ประมา ศาสตระรุจิ
- (6) อาจารย์ฉัตรเมือง เผ่ามานะเจริญ
- (7) อาจารย์วรรณวรุณ ตั้งเจริญ
- (8) อาจารย์ปรวิน แพทยานนท์
- (9) อาจารย์นพดล อินทร์จันทร์
- (10) อาจารย์ศุทธิธินันท์ จันทร์ทอง

ภาคผนวก ข

รายชื่อกลุ่มบริษัทที่ให้บริการครอบคลุมเครื่องมือทางการสื่อสารแบบครบวงจร

รายชื่อกลุ่มบริษัทที่ให้บริการครอบคลุมเครื่องมือทางการสื่อสารแบบครบวงจร (สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย. 2552: ออนไลน์) ดังนี้

- (1) บริษัท ฟาร์อีสท์ ดีดีบี จำกัด (มหาชน)
- (2) บริษัท วันเดอร์แมน
- (3) บริษัท ซูโอ เซ็นโก (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
- (4) บริษัท ศรีเอทีพี จูช จีวัน จำกัด
- (5) บริษัท ดราฟท์เอฟซีบี (ประเทศไทย) จำกัด
- (6) NUDE Communication Co., Ltd.
- (7) บริษัท เบริกซ์ แอดเวอร์ไทซิง จำกัด
- (8) บริษัท ซาทซี แอนด์ ซาทซี จำกัด
- (9) บริษัท แอมเมกซ์ ทิม แอดเวอร์ไทซิง จำกัด
- (10) บริษัท สปา - ฮาคุโฮโด จำกัด
- (11) บริษัท ริงค แฟคทอรี จำกัด
- (12) บริษัท ยังก์ แอนด์ รูบิคแคม จำกัด
- (13) บริษัท สตาร์วีซเซอร์ส กรุ๊ป จำกัด
- (14) บริษัท โลว์ จำกัด
- (15) บริษัท แมคแคน เวลด์กรุ๊ป (ประเทศไทย) จำกัด
- (16) เจ. วอลเตอร์ ธอมสัน
- (17) โอกิลลี่ แอนด์ เมเธอร์ แอดเวอร์ไทซิง
- (18) บริษัท แมสซีฟ แอดเวอร์ไทซิง จำกัด
- (19) บริษัท เมเจอร์ แอดเวอร์ไทซิง จำกัด
- (20) บริษัท เดนทัส (ประเทศไทย) จำกัด
- (21) บริษัท แอกเซส แอนด์ แอสโซซิเอตส์ จำกัด
- (22) บริษัท ได-อีจี คีคาคุ (ประเทศไทย) จำกัด
- (23) บริษัท บีบีดีโอ กรุงเทพ จำกัด
- (24) บริษัท เอเซีย 21 (ไทยแลนด์) จำกัด
- (25) บริษัท แม็คคอม จำกัด
- (26) บริษัท เฟมไลน์ จำกัด
- (27) บริษัท เกรย์ (ประเทศไทย) จำกัด
- (28) บริษัท ฮาคุโฮโด (กรุงเทพ) จำกัด

- (29) บริษัท เอส อาร์ พี แอดเวอร์ไทซิง จำกัด
- (30) บริษัท ฮิวจ์ แอ็ดเวอร์ไทซิง จำกัด
- (31) บริษัท ทีบีดับบลิวเอ (ประเทศไทย) จำกัด
- (32) บริษัท แมทซ์บ็อกซ์ จำกัด
- (33) บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน)
- (34) บริษัท ภูมิแอ็ด คอร์ปอเรชั่น จำกัด
- (35) บริษัท ยูโร อาร์ เอส ซี จี แฟลกชิพ จำกัด
- (36) บริษัท ไทวอยน์ จำกัด
- (37) บริษัท อาชาตฐ (ประเทศไทย) จำกัด
- (38) บริษัท คอร์ แอนด์ พีค จำกัด
- (39) บริษัท เดลฟิส ฮาคูไฮโด (ประเทศไทย) จำกัด
- (40) บริษัท มอซซ์ จำกัด
- (41) บริษัท คูดี จำกัด
- (42) บริษัท บัปลิชีส (ประเทศไทย) จำกัด
- (43) บริษัท ไอเดีย เอเวนู จำกัด
- (44) บริษัท ยูไฟฟ์ ออฟฟอรวินิตี นีออส (ไทยแลนด์) จำกัด
- (45) บริษัท บางกอก ไชวเคส จำกัด
- (46) บริษัท ออนโกอิง เวอร์ค จำกัด
- (47) บริษัท คอนแท็คท์ แอดเวอร์ไทซิง (ประเทศไทย) จำกัด
- (48) บริษัท เจ้ ยูไนเต็ด จำกัด

ภาคผนวก ค

รายชื่อผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มในโครงการศึกษาสมรรถนะเชิงวิชาชีพเพื่อพัฒนา
หลักสูตรและการเรียนการสอน ในวันที่ 17 กันยายน พ.ศ. 2552

กลุ่มผู้ปฏิบัติงานในองค์กรทางด้านการสื่อสารเฉพาะทาง

- (1) คุณวรรณิ ลีลาเวชบุตร ประธานเจ้าหน้าที่บริหารบริษัท นีโอ ทาร์เก็ต จำกัด ที่ปรึกษาและผู้ก่อตั้งแผนกประชาสัมพันธ์ของบริษัท เจ. วอลเตอร์ ธอมสัน และที่ปรึกษาคณะกรรมการสายงานประชาสัมพันธ์เศรษฐกิจและสารสนเทศ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
- (2) คุณรัชพงศ์ งามพิสัย Client Service Director บริษัท เฟมไลน์ จำกัด
- (3) คุณพรเดช บุญพร้อม ผู้อำนวยการฝ่ายกิจกรรมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ บริษัท ธู เดอะไลน์ คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด
- (4) คุณพงศ์สุข หิรัญพฤกษ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท โชว์ไร้ขีด จำกัด (SHOW NO LIMIT)

กลุ่มผู้ปฏิบัติงานในองค์กรที่เป็นเจ้าของธุรกิจโดยเฉพาะในธุรกิจที่เป็นนวัตกรรมใหม่

- (1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ ที่ปรึกษากิจกรรมผู้จัดการบริษัท โรงงานผลิตภัณฑ์อาหารไทย จำกัด บริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าตรา “ไวไว” และ “คิก”
- (2) คุณชลวิทย์ สุขอุดม Marketing Manager Singha Cooperation (บริษัท สิงห์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด มหาชน)
- (3) คุณกรรณิการ์ กรวยกิตานนท์ Marketing Specialist: Prepaid Brand & Communication Management บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)

กลุ่มคณาจารย์จากวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม

- (1) รองศาสตราจารย์พฤทธิ ศุภเศรษฐศิริ
- (2) อาจารย์สามมิติ สุขบรรจง
- (3) อาจารย์ฉัตรเมือง เฟ้ามานะเจริญ
- (4) อาจารย์วรรณวรุณ ตั้งเจริญ
- (5) อาจารย์ปรวิน แพทยานนท์
- (6) อาจารย์นพดล อินทร์จันทร์
- (7) อาจารย์ศุทธิธินันท์ จันทร์ทอง
- (8) ดร.ภริดา โกเชก
- (9) มล.อุสุมา สุขสวัสดิ์
- (10) อาจารย์ธนพงษ์ ไชยลาโก

ภาคผนวก ง

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญผู้ทำการประเมินโครงร่างหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญผู้ทำการประเมินความเหมาะสมและความสอดคล้องของโครงร่าง
หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม

(1) รองศาสตราจารย์ ดร.วิชัย วงษ์ใหญ่

(2) ดร.มารุต พัฒนาผล

(3) ดร.วรรณรัตน์ ใจเชื้อกุล

(4) ผู้ช่วยศาสตราจารย์สินีนารถ เลิศไพรวัง

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(5) อาจารย์สามมิติ สุขบรรจง

ผู้อำนวยการศูนย์สารสนเทศและการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

รายชื่อตัวแทนภาคธุรกิจผู้ทำการประเมินความเป็นไปได้ของรายวิชาในการนำไปใช้กับ
ภาคธุรกิจในปัจจุบัน

(1) คุณอรวิภา จินตนาวัน

(2) คุณไพฑูรย์ วราเดชสถิตวงศ์

(3) คุณมณีรัตน์ พงษ์สีชมพู

(4) คุณสุรเชษฐ พิทยาพิบูลพงศ์

(5) คุณวสุพล ตริโสภาคกุล

(6) คุณกาญจนา ครรภาฉาย

(7) คุณพันทิพย์ ฟูเดช

(8) คุณอุมาพร รัชยามาตย์

(9) คุณสาวิตรี กล้าเกิดผล

(10) คุณทยิดา สิริธีรอำรง

(11) คุณนิสรียา ทองกลีบ

ภาคผนวก จ

- แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับ (ร่าง) หลักสูตรหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวัฒนธรรมการสื่อสาร (วิชาเอกการสื่อสารวัฒนธรรม) วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- แบบสอบถามความคิดเห็นด้านความเป็นไปได้ของรายวิชาในหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารวัฒนธรรมวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

**แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับ (ร่าง) หลักสูตรหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต
สาขานวัตกรรมการสื่อสาร (วิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรม)
วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับ (ร่าง) หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขานวัตกรรมการสื่อสาร (วิชาเอกการสื่อสารนวัตกรรม) มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญได้กรุณาพิจารณาความเหมาะสมและความสอดคล้องระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ของหลักสูตร โดยขอให้ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านและขอความกรุณาเขียนข้อเสนอแนะอื่นๆเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงหลักสูตรต่อไป

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สอบถามความคิดเห็นด้านความเหมาะสมของ (ร่าง) หลักสูตร ในองค์ประกอบต่าง ๆ ว่ามีความเหมาะสมเพียงใด

ตอนที่ 2 สอบถามความคิดเห็นด้านความสอดคล้องของ (ร่าง) หลักสูตร ในองค์ประกอบต่าง ๆ ว่ามีความสอดคล้องกันเพียงใด

หมายเหตุ:

นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง สิ่งใหม่หรือวิธีการใหม่ที่น่าไปสู่การสร้างคุณค่า/ความเชื่อ /ค่านิยม ตลอดจนพฤติกรรมใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นทั้งในระบบเศรษฐกิจและ/หรือสังคม ทั้งนี้ครอบคลุมทั้งนวัตกรรมทั้งที่เป็นเทคโนโลยี/สิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรมเชิงกระบวนการ และนวัตกรรมเชิงคุณค่า

นวัตกรรมการสื่อสาร (Communication Innovation) หมายถึง รูปแบบ/วิธีการ/เทคนิค/แนวคิด ตลอดจนเทคโนโลยีใหม่ๆ ทาง การสื่อสาร

การสื่อสารนวัตกรรม (Innovation Communication) หมายถึง ความสามารถในการใช้แนวคิด เทคนิค/วิธีการใหม่ๆทาง การสื่อสารเพื่อนำเสนอเทคโนโลยี สิ่งประดิษฐ์ ผลงาน แนวคิด วิธีการ ตลอดจนแนวปฏิบัติใหม่ๆ ให้กับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในสังคมตามวัตถุประสงค์ทางการสื่อสารที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตอนที่ 1 ความเหมาะสมของโครงร่างหลักสูตร

รายการประเมิน	ระดับความเหมาะสม			ข้อเสนอแนะ
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)	
1.ความเหมาะสมของอาชีพที่สามารถประกอบได้หลังสำเร็จการศึกษา				
2.ตอบสนองสถานการณ์หรือการพัฒนาทางเศรษฐกิจ				
3.ตอบสนองสถานการณ์หรือการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม				
4.มีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม				
5.ตรงกับสภาพความต้องการและความเป็นจริงในสังคม				
6.ตอบสนองกับพันธกิจของมหาวิทยาลัย				
7.ความสำคัญและปรัชญาของหลักสูตร				
7.1 มีความเป็นไปได้สมเหตุผล				
7.2 สามารถนำไปใช้ได้จริง				
7.3 ตอบสนองความต้องการในโลกการทำงานได้				
8.วัตถุประสงค์ของหลักสูตร				
8.1 มีความชัดเจน				
8.2 มีความเป็นไปได้				
8.3 มีความเหมาะสมกับผู้เรียน				
8.4 ครอบคลุมสมรรถนะทางการสื่อสารนวัตกรรมทั้งในด้านความรู้ ทักษะและคุณลักษณะพื้นฐานที่จำเป็น				
9.รายวิชา				
9.1 ตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของหลักสูตร				
9.2 ครอบคลุมเนื้อหาสาระที่จำเป็น				
9.3 การจัดเรียงเนื้อหาสอดคล้องกับสมรรถนะ				
9.4 สาระมีความสอดคล้องกับความรู้ทางการสื่อสารนวัตกรรม				
9.5 สาระของหลักสูตรในการนำไปปฏิบัติจริง				
9.6 รายวิชามีความเหมาะสมกับขอบข่ายของหลักสูตร				
9.7 การระบุคำอธิบายรายวิชาในแต่ละหัวข้อวิชา				

รายการประเมิน	ระดับความเหมาะสม			ข้อเสนอแนะ
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)	
10.ผลการเรียนรู้ในแต่ละด้านกับหลักสูตร 10.1.1 ด้านคุณธรรม จริยธรรม 10.1.2 ด้านความรู้ 10.1.3 ด้านทักษะทางปัญญา 10.1.4 ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ 10.1.5 ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ 10.1.6 ด้านทักษะการปฏิบัติทางวิชาชีพ				
11.กลยุทธ์การพัฒนาการเรียนรู้/การสอน 11.1 ด้านคุณธรรม จริยธรรม 11.2 ด้านความรู้ 11.3 ด้านทักษะทางปัญญา 11.4 ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ 11.5 ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ 11.6 ด้านทักษะการปฏิบัติทางวิชาชีพ				
12.กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ 12.1 ด้านคุณธรรม จริยธรรม 12.2 ด้านความรู้ 12.3 ด้านทักษะทางปัญญา 12.4 ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ 12.5 ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ 12.6 ด้านทักษะการปฏิบัติทางวิชาชีพ				

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

ตอนที่ 2 ความสอดคล้องของโครงสร้างหลักสูตร

รายการประเมิน	สอดคล้อง	ไม่ แน่ใจ	ไม่ สอดคล้อง	ข้อเสนอแนะ
1.ความเหมาะสมของอาชีพที่สามารถประกอบ ได้หลังสำเร็จการศึกษากับวัตถุประสงค์ของ หลักสูตร				
2.ความเหมาะสมของอาชีพที่สามารถประกอบ ได้หลังสำเร็จการศึกษากับสาระของหลักสูตร				
3.สถานการณ์ของเศรษฐกิจและสังคมกับ ความสำคัญของหลักสูตร				
4.ความสำคัญของหลักสูตรกับปรัชญาของ หลักสูตร				
5.ความสำคัญของหลักสูตรกับวัตถุประสงค์ของ หลักสูตร				
6.ปรัชญาของหลักสูตรกับวัตถุประสงค์ของ หลักสูตร				
7.วัตถุประสงค์ของหลักสูตรกับผลการเรียนรู้ใน แต่ละด้าน				
8.วัตถุประสงค์ของหลักสูตรกับโครงสร้างของ หลักสูตร				
9.โครงสร้างของหลักสูตรกับผลการเรียนรู้ในแต่ ละด้าน				
10.เนื้อหาสาระกับผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน				
11.ผลการเรียนรู้กับกลยุทธ์ในการพัฒนาการ เรียนรู้/การสอนในแต่ละด้าน				
12.ผลการเรียนรู้กับกลยุทธ์การประเมินผลการ เรียนรู้ในแต่ละด้าน				
13.รายละเอียดคำอธิบายรายวิชากับหัวข้อ				

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

**แบบสอบถามความคิดเห็นด้านความเป็นไปได้ของรายวิชาใน
หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารนวัตกรรม
วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**

แบบสอบถามฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญในเชิงวิชาชีพได้กรุณาพิจารณาความเหมาะสมของรายวิชาในการนำไปใช้ในเชิงธุรกิจ ทั้งนี้ขอให้ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านและขอความกรุณาเขียนข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงหลักสูตรต่อไป

หมายเหตุ:

นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง สิ่งใหม่หรือวิธีการใหม่ที่น่าไปสู่การสร้างคุณค่า/ความเชื่อ /ค่านิยม ตลอดจนพฤติกรรมใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นทั้งในระบบเศรษฐกิจและ/หรือสังคม ทั้งนี้ครอบคลุมทั้งนวัตกรรมทั้งที่เป็นเทคโนโลยี/สิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรมเชิงกระบวนการ และนวัตกรรมเชิงคุณค่า

นวัตกรรมการสื่อสาร (Communication Innovation) หมายถึง รูปแบบ/วิธีการ/เทคนิค/แนวคิด ตลอดจนเทคโนโลยีใหม่ๆ ทาง การสื่อสาร

การสื่อสารนวัตกรรม (Innovation Communication) หมายถึง ความสามารถในการใช้แนวคิด เทคนิค/วิธีการใหม่ๆ ทาง การสื่อสารเพื่อนำเสนอเทคโนโลยี สิ่งประดิษฐ์ ผลงาน แนวคิด วิธีการ ตลอดจนแนวปฏิบัติใหม่ๆ ให้กับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในสังคมตามวัตถุประสงค์ทางการสื่อสารที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

แบบประเมินความเป็นไปได้ของรายวิชาในการนำไปใช้ในเชิงธุรกิจ

รายละเอียดรายวิชา	ระดับความเป็นไปได้ในการนำไปใช้				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
สังคมดิจิทัลและนิเวศวิทยาเชิงวัฒนธรรม 3(2-2-5) Digital Society and Cultural Ecology ศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์ หลักการแนวคิด ประสพการณ์และประเด็นต่างๆ ทางด้านสังคมดิจิทัลและนิเวศวิทยาเชิงวัฒนธรรม ประเด็นสังคมดิจิทัลในกระแสโลกาภิวัตน์ ที่กระทบต่อนิเวศวิทยาเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเกี่ยวข้องกับ ธรรมชาติ สภาพแวดล้อม วัฒนธรรม ความดีงาม อัตลักษณ์ ศึกษาค้นคว้าและสัมมนา พร้อมทั้งการรายงานและนำเสนอ ร่วมกัน					
สุนทรียศาสตร์ร่วมสมัย 3(2-2-5) Contemporary Aesthetics ศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์ หลักการหลักการแนวคิด ประสพการณ์และประเด็นต่างๆ ทางด้านสุนทรียศาสตร์ร่วมสมัย ทั้งสุนทรียศาสตร์ตะวันตก ตะวันออกและไทย วิเคราะห์ในเชิงสหวิทยาการที่สัมพันธ์กับความงามร่วมสมัยทั้งกระแสสมัยใหม่ และหลังสมัยใหม่ ที่มีผลกระทบต่อนวัตกรรมสื่อสารสังคม ศึกษาค้นคว้าและสัมมนา พร้อมทั้งการรายงานและนำเสนอ ร่วมกัน					
นวัตกรรมสื่อสาร 3(3-0-5) Communication Innovation ศึกษาทฤษฎีหลักการการนำนวัตกรรมสื่อสารมาใช้องค์กรประเภทต่างๆ โดยเน้นในเรื่องกระบวนการพัฒนานวัตกรรมสื่อสาร การนำไปใช้ประโยชน์ การปรับตัวเพื่อรองรับนวัตกรรมสื่อสารขององค์กรและผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยวิเคราะห์ นวัตกรรมสื่อสารควบคู่กับจริยธรรมในสังคม					

รายละเอียดรายวิชา	ระดับความเป็นไปได้ในการนำไปใช้				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
จริยธรรมและประเด็นทางกฎหมายสารสนเทศ 3(2-2-5) Ethic and Law Issue Information Technology ศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์ประเด็นปัญหาทางจริยธรรมและกฎหมายในธุรกิจสารสนเทศ ที่มีผลกระทบต่อโลก สังคม ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ซึ่งเกี่ยวข้องกับนวัตกรรมสื่อสารสังคม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี คอมพิวเตอร์ เกี่ยวข้องกับบทบาท ภารกิจ ความรับผิดชอบและบทลงโทษของผู้สร้างสรรค์ จิตสำนึกสาธารณะ ศึกษาค้นคว้าและสัมมนา พร้อมทั้งการรายงานและนำเสนอร่วมกัน					
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา 3(3-0-5) Introduction to Development Communication ศึกษาค้นคว้า และวิเคราะห์เกี่ยวกับความรู้เบื้องต้นในศาสตร์ทางด้านการสื่อสารเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาด้านต่างๆ ทั้งสังคม เศรษฐกิจ การเมือง หรือวัฒนธรรม เป็นต้น					
สื่อคอมพิวเตอร์เพื่อการสื่อสาร 3(2-2-5) Computer Mediated Communication ศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์ หลักการใช้สื่อคอมพิวเตอร์เพื่อการสื่อสาร องค์ประกอบการสื่อสารด้วยสื่อคอมพิวเตอร์ พฤติกรรมการติดต่อสื่อสาร สื่อกลางในการติดต่อสื่อสาร สังคมเชิงปฏิสัมพันธ์ จริยธรรมการสื่อสาร ศึกษาและวิเคราะห์ด้วยกระบวนการศึกษาค้นคว้าและสัมมนา พร้อมทั้งรายงานและนำเสนอร่วมกัน					
แนวคิดเพื่อการออกแบบสื่อดิจิทัล 3(2-2-5) Digital Media Design Concept ศึกษาและพัฒนาแนวความคิดและกระบวนการทัศน์สำหรับนวัตกรรมสื่อสารสังคมในระบบดิจิทัลเพื่อสร้างสรรค์งานออกแบบให้ทันต่อการพัฒนาสื่อในระดับสากล					

รายละเอียดรายวิชา	ระดับความเป็นไปได้ในการนำไปใช้				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
พฤติกรรมผู้ใช้สารสนเทศ 3(2-2-5) End User Behavior ศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์หลักการ แนวคิด ประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้ใช้สารสนเทศ โดยพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้ใช้สารสนเทศ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวบุคคล สิ่งจูงใจ ทฤษฎีของการเรียนรู้ ทัศนคติ ค่านิยม รวมถึงอิทธิพลทางสังคมและวัฒนธรรมประเพณีต่างๆ ศึกษาและวิเคราะห์ด้วยกระบวนการศึกษาค้นคว้าและสัมมนา พร้อมทั้งรายงานและนำเสนอร่วมกัน					
สื่อดิจิทัลกับสังคม 3(3-0-5) Digital Media and Society ศึกษา ค้นคว้า วิเคราะห์เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับสังคม และวัฒนธรรมในยุคปัจจุบัน ตลอดจนอิทธิพลของสื่อที่มีต่อสังคม วัฒนธรรม และผู้เสพในยุคหลังทันสมัย รวมทั้งข้อจำกัดและอิทธิพลของวัฒนธรรม การเมือง และสังคม ต่อการผลิตงานสื่อ ทั้งนี้โดยมุ่งศึกษาและวิเคราะห์ด้วยกระบวนการศึกษาค้นคว้าและสัมมนา พร้อมทั้งรายงานและนำเสนอร่วมกัน					
ความรู้เบื้องต้นด้านสื่อสารมวลชนและสื่อดิจิทัล 3(3-0-6) Introduction to Mass Communication and Digital Media ศึกษาและพัฒนาแนวความคิดและกระบวนการทัศน์สำหรับนวัตกรรมสื่อสารเพื่อสังคมในระบบดิจิทัลเพื่อสร้างสรรค์การสื่อสารมวลชนให้ทันต่อการพัฒนาสื่อในระดับสากล					

รายละเอียดรายวิชา	ระดับความเป็นไปได้ในการนำไปใช้				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ทฤษฎีและพฤติกรรมการสื่อสาร 3(2-2-5) Theory and Communication Behavior ศึกษาแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารตามแบบจำลองการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร (Transmission Model) และแบบจำลองเชิงวัฒนธรรม (Cultural Model) โดยเน้นอิทธิพลของสื่ออย่างเชื่อมโยงกับการพัฒนาในสังคมทันสมัยและหลังทันสมัยนิยม การนำทฤษฎีการสื่อสารมาอธิบายพฤติกรรมการสื่อสารทางด้านสังคมวัฒนธรรม สังคมวิทยาและจิตวิทยา และการศึกษาหลักการและแนวทางการพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมสื่อสารที่เหมาะสมกับกระบวนการพัฒนา					
การคิดสร้างสรรค์เพื่อนวัตกรรมสื่อสาร 3(2-2-6) Creative thinking for Communication Innovation ศึกษาแนวคิดในสื่อสาระด้านต่างๆของสังคม ที่มีความเกี่ยวข้อง และเอื้อต่อการเกิดแนวทางในการสร้างสรรค์ความคิดที่มีความแปลกใหม่ ทันสมัยต่อภาวะการณ์ปัจจุบัน โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎีสมัยใหม่ และหลังสมัยใหม่เป็นแนวทางการสร้างสรรค์					
การผลิตสื่อเบื้องต้น 3(2-2-6) Introduction to Media Production ศึกษานวัตกรรมและเทคโนโลยีการผลิตรายการโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง การใช้เครื่องมือเพื่อการผลิตทั้งในส่วนของการผลิตนอกห้องผลิตรายการและในห้องผลิตรายการ โดยสามารถบูรณาการเทคโนโลยีต่างๆ ได้อย่างเหมาะสมกับรูปแบบของสื่อและการนำเสนอ ฝึกปฏิบัติเพื่อให้เกิดทักษะการใช้เครื่องมือและการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวข้อง					

รายละเอียดรายวิชา	ระดับความเป็นไปได้ในการนำไปใช้				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การบูรณาการสื่อเพื่องานสร้างสรรค์ 2(1-2-6) Integrated Media for Creativity Works การผสมผสานแนวความคิด การเลือกใช้สื่อในรูปแบบต่างๆ เชิงบูรณาการ โดยการศึกษาข้อดี ข้อด้อยของสื่อในรูปแบบต่างๆ เพื่อนำสื่อที่มีอยู่มาบูรณาการใช้ในการสร้างสรรค์ การนำเสนอแนวคิดได้อย่างเหมาะสม					
การจัดการการสื่อสาร 2(1-2-5) Communication Management ศึกษาหลักและเทคนิคการบริหารจัดการการสื่อสาร ระบบการสื่อสาร รวมทั้งศึกษาแนวคิด ความหมาย ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายการสื่อสารตั้งแต่ระดับชุมชนไปจนถึงระดับประเทศ กระบวนการในการวางแผน การจัดการ และประเมินผลรูปแบบการจัดการสื่อสารเพื่อการพัฒนาในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และการศึกษา เป็นต้น โดยเรียนรู้ผ่านกรณีศึกษาและฝึกปฏิบัติการวางแผนการจัดการการสื่อสารที่เหมาะสมกับบริบทการเรียนรู้ของผู้เรียนแต่ละคน เพื่อให้เกิดความเข้าใจและประยุกต์ใช้ในแต่ละกลุ่มสาขาวิชาได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น					
การศึกษาเฉพาะรายบุคคล 3(2-2-6) Independent study ผู้เรียนนำประสบการณ์ที่ได้เรียนรู้ในวิชาต่างๆ หรือจากการฝึกปฏิบัติในสถานประกอบการในระดับอาชีพที่นักศึกษาสนใจ มากำหนดหัวข้อเพื่อการศึกษา วิเคราะห์เกี่ยวกับรูปแบบของการจัดการการสื่อสารตามกลุ่มวิชาของตนเอง โดยนำเสนอรายงานตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ หรือศึกษาและผลิตโครงงานเฉพาะเรื่องตามความเหมาะสม					

รายละเอียดรายวิชา	ระดับความเป็นไปได้ในการนำไปใช้				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
งานวิจัยและการประยุกต์ใช้ความรู้ 3(3-0) Research and Knowledge Application ศึกษาค้นคว้า ทำความเข้าใจในเรื่องงานวิจัยและความสำคัญของการวิจัยต่อโลกของการสื่อสารและกระบวนการสื่อสารในสังคมโลกหลังทันสมัยที่มีความรู้ ความเท่าทัน ความเป็นจริงเป็นฐานในการพัฒนา มุ่งศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารและสื่อดิจิทัลในปัจจุบัน โดยเน้นในเรื่องของประโยชน์จากงานวิจัย ทั้งนี้มุ่งให้ผู้เรียนสามารถอ่านผลงานวิจัยและรู้จักการนำประโยชน์จากงานวิจัยมาใช้ได้ โดยให้ผู้เรียนฝึกอ่าน วิเคราะห์และสังเคราะห์ความรู้จากผลงานวิจัยเป็นสำคัญ					
สหกิจศึกษา 6 หน่วยกิต Cooperative Education การศึกษาที่จัดให้ผู้เรียนได้รับการเรียนการสอนในสถานศึกษาสลับกับการไปหาประสบการณ์ตรงจากการปฏิบัติงานจริง ณ สถานประกอบการอย่างมีระบบ ด้วยความร่วมมือจากสถานประกอบการและทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นระบบการศึกษาที่ผสมการเรียนกับการปฏิบัติงานเพื่อเตรียมความพร้อมของผู้เรียน พร้อมเสริมทักษะและประสบการณ์ให้พร้อมที่จะเข้าสู่ระบบการทำงาน					
แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับการแพร่กระจายนวัตกรรม 3(3-0-6) Principles of Diffusion of Innovation ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการแพร่กระจายนวัตกรรม โดยเฉพาะปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออัตราการยอมรับนวัตกรรมในปัจจุบัน เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความรู้ ความเข้าใจและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนการสื่อสารนวัตกรรมได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพต่อไป					

รายละเอียดรายวิชา	ระดับความเป็นไปได้ในการนำไปใช้				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
จิตวิทยาการสื่อสาร 3(3-0-6) Communication Psychology ศึกษาแนวคิด และทฤษฎีจิตวิทยาบุคคลและสังคมเกี่ยวกับบุคลิกภาพ แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ การเปลี่ยนแปลง ทักษะคิด และพฤติกรรม กระบวนการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ ปัจจัยสนับสนุนและปัจจัยอุปสรรคทางจิตวิทยาในด้านต่างๆ เน้นการวิเคราะห์ปัจจัยทางจิตวิทยา ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารเพื่อพัฒนารูปแบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ					
การจัดการนวัตกรรม 3(2-2-4) Innovation Management ศึกษาแนวคิดทฤษฎีนวัตกรรม และการจัดการนวัตกรรม เน้นในเรื่องความสำคัญและองค์ประกอบของการจัดการนวัตกรรมในองค์กรนวัตกรรมกับผู้ประกอบการ วงจรชีวิตของนวัตกรรม นวัตกรรมกับศักยภาพในการแข่งขัน ระบบนวัตกรรมและเครือข่ายวิสาหกิจ รวมถึงการจัดการองค์ความรู้ และการเรียนรู้ในองค์กร เพื่อการสร้างนวัตกรรม ตลอดจนความสำคัญของการสื่อสารเพื่อการจัดการนวัตกรรม เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจและเห็นความสัมพันธ์ของระบบการสื่อสารกับการจัดการนวัตกรรม					
การโน้มน้าวใจ และการรณรงค์ 2(1-2-4) Persuasion and Campaigns ศึกษาแนวคิด หลักการ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการโน้มน้าวใจ จิตวิทยาและการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำหลักการมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์สาระ และรูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสมเพื่อนำไปสู่การมีอิทธิพลให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านความรู้หรือทัศนคติ หรือพฤติกรรม					

รายละเอียดรายวิชา	ระดับความเป็นไปได้ในการนำไปใช้				
	มากที่สุด(5)	มาก(4)	ปานกลาง(3)	น้อย(2)	น้อยที่สุด(1)
ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ 3(3-0-6) Management Information System ศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์หลักการ เครื่องมือ ประเด็นการบริหารระบบสารสนเทศภายในองค์กร ประเภทของระบบของข้อมูลข่าวสารในธุรกิจ ขั้นตอนการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ บทบาทของผู้บริหารในการพัฒนาระบบ การยอมรับนวัตกรรม การบริหารความเปลี่ยนแปลงในมุมมองของบุคคลในองค์กรที่มีต่อระบบสารสนเทศ จริยธรรมทางระบบสารสนเทศ ศึกษาและวิเคราะห์ด้วยกระบวนการศึกษาค้นคว้าและสัมมนา พร้อมทั้งรายงานและนำเสนอร่วมกัน					
กลยุทธ์ทางการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม 3(2-2-5) Strategic of Technological and Innovative Management อธิบายความสำคัญของการจัดการเทคโนโลยี/นวัตกรรมและการใช้กลยุทธ์ทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อการจัดการเทคโนโลยี/นวัตกรรม และเครื่องมือในการวิเคราะห์เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เหมาะสม ทั้งนี้จะมุ่งเน้นการทำความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรมทางเทคโนโลยีในระดับ ที่แตกต่างกัน ทั้งในระดับบริษัท ระดับอุตสาหกรรม และระดับประเทศ รวมทั้งให้ความสำคัญในประเด็นที่เกี่ยวกับการค้นพบ การพัฒนา และการเผยแพร่ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมของธุรกิจ ตลอดจนการสร้างแนวคิดในการประเมินเทคโนโลยีใหม่และโอกาสทางธุรกิจ เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจกระบวนการในการค้นพบ พัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ โดยเฉพาะในกลุ่มนวัตกรรมเชิงเทคโนโลยี และเรียนรู้ผ่านกรณีศึกษาเกี่ยวกับการประเมินคุณค่าของนวัตกรรมในแต่ละบริษัท					

รายละเอียดรายวิชา	ระดับความเป็นไปได้ในการนำไปใช้				
	มากที่สุด(5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การสื่อสารการตลาดนวัตกรรมเชิงบูรณาการ 3(2-2-5) Integrated Marketing Communication for Innovation Market ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการตลาดนวัตกรรม ตลอดจนแนวคิดด้านการสื่อสารการตลาด การดำเนินการและการจัดการเครื่องมือทางการสื่อสารการตลาด การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานสื่อสารการตลาด โดยเน้นกรณีศึกษาที่สะท้อนภาพชัดเจนเกี่ยวกับการนำเครื่องมือทางการสื่อสารการตลาดประเภทต่างๆมาใช้ในการสื่อสารนวัตกรรมในยุคปัจจุบัน พร้อมฝึกปฏิบัติการทางความคิดเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับนวัตกรรมที่กำหนด เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความรู้ ความเข้าใจและสามารถสร้างสรรค์งานการสื่อสารการตลาดนวัตกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
เทคนิคการสร้างสรรค์งานการสื่อสารนวัตกรรม 3(2-2-5) Creativity Techniques for Innovation Communication ฝึกปฏิบัติงานสร้างสรรค์เพื่อการสื่อสารนวัตกรรมที่ได้รับมอบหมาย โดยครอบคลุมทุกองค์ประกอบทางการสร้างสรรค์ชิ้นงาน ตลอดจนเรียนรู้หลักการ แนวคิด กลยุทธ์ และเทคนิควิธีการนำเสนองานทางการสื่อสารนวัตกรรมในแง่มุมต่างๆ ของการนำเสนอ พร้อมฝึกปฏิบัติตั้งแต่การเตรียมการนำเสนอผลงาน หลักการเลือกใช้สื่อเพื่อการนำเสนอแต่ละประเภท และนำเสนอทั้งด้วยวาจา ลายลักษณ์อักษร ตลอดจนบุคลิกภาพในการนำเสนอผลงานที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความรู้ ความเข้าใจที่ชัดเจนขึ้น และเกิดทักษะในการสร้างสรรค์ชิ้นงาน การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ตลอดจนทักษะในการถ่ายทอดและนำเสนออย่างมีประสิทธิภาพ					

รายละเอียดรายวิชา	ระดับความเป็นไปได้ในการนำไปใช้				
	มากที่สุด(5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคม 3(2-2-4) Social Marketing Communication ศึกษามิติต่างๆของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม การเปลี่ยนแปลงทางนิเวศวิทยาและสิ่งแวดล้อม การขาดแคลนพลังงาน ค่านิยมของสังคม ตลอดจนความรับผิดชอบทางสังคมและจริยธรรม บทบาทของผู้หญิงในสังคม มิติทางสุขภาพและโภชนาการ เพื่อนำไปสู่การประยุกต์หลักการ แนวคิด และกระบวนการทางการตลาดมาใช้ในการวางแผน การตัดสินใจ และการดำเนินกิจกรรมต่างๆเพื่อการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาทางสังคม ทั้งนี้มุ่งเน้นให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจและได้ฝึกปฏิบัติวางแผนการจัดการสื่อสารนวัตกรรมในลักษณะของการทำกิจกรรมการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป					
การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม 3(2-2-4) Intercultural Communication ศึกษาและวิเคราะห์ภูมิหลังทางสังคม วัฒนธรรม และอัตลักษณ์ในสังคมระดับต่าง ๆ ตลอดจนเรียนรู้เกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมที่มีผลต่อการรับรู้ มโนทัศน์ ทัศนคติ ค่านิยมของบุคคลและสังคมที่มีพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน รวมทั้งร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้/วิพากษ์เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงอันเป็นผลกระทบทางวัฒนธรรมและ/หรือการปรับตัวทางวัฒนธรรมที่เกิดจากสื่อมวลชน ตลอดจนศึกษาคิดค้นกระบวนการสื่อสารที่เหมาะสมเพื่อสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างบุคคลและสังคมต่างวัฒนธรรม ทั้งนี้ให้ผู้เรียนเกิดความรู้ความเข้าใจและรู้จักการจัดการการสื่อสารเพื่องานนวัตกรรมในบริบททางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันได้อย่างเหมาะสมต่อไป					

รายละเอียดรายวิชา	ระดับความเป็นไปได้ในการนำไปใช้				
	มากที่สุด(5)	มาก(4)	ปานกลาง(3)	น้อย(2)	น้อยที่สุด(1)
การวางแผนและบริหารโครงการสื่อสารนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ 3(2-2-5) Strategic Planning and Management of Innovation Communication Projects ศึกษาหลักการและทฤษฎีเกี่ยวกับการวางแผนและการบริหารโครงการสื่อสารนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ ตลอดจนทำความเข้าใจขั้นตอนการวางแผนและกระบวนการในการกำหนดยุทธวิธีการสื่อสารนวัตกรรมอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ครอบคลุมตั้งแต่การวิเคราะห์ปัญหา สภาพแวดล้อมทางการสื่อสาร การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายทางการสื่อสาร การกำหนดวัตถุประสงค์ การสร้างสารที่เหมาะสม การเลือกใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนการจัดการและการประเมินผลโครงการและกิจกรรมการสื่อสารนวัตกรรมที่มีประสิทธิผล ผ่านการฝึกปฏิบัติการวางแผนและบริหารโครงการสื่อสารนวัตกรรมที่ได้รับมอบหมายอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการวางแผนและการบริหารโครงการด้านการสื่อสารนวัตกรรม และเกิดทักษะในการวางแผน และการจัดการอย่างเป็นระบบต่อไป					
การจัดการทรัพย์สินทางปัญญา 2(2-0-4) Intellectual Property Management ศึกษาความหมาย และประเภทของทรัพย์สินทางปัญญา ความสำคัญของทรัพย์สินทางปัญญาต่อระบบเศรษฐกิจ การวางแผนงานทรัพย์สินทางปัญญาสำหรับธุรกิจ วัฏจักรของระบบทรัพย์สินทางปัญญาและการจัดการระบบทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศไทย การใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์ เทคนิคการสร้างศักยภาพและความได้เปรียบทางการค้าด้วยการพัฒนานวัตกรรม การปกป้องสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาเมื่อมีการละเมิด เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความรู้ ความเข้าใจ และเห็นความสำคัญของการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา					

รายละเอียดรายวิชา	ระดับความเป็นไปได้ในการนำไปใช้				
	มากที่สุด(5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การสื่อสารเพื่อบริหารการเปลี่ยนแปลง 2(1-2-4) Communication for Change Management ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนา ตลอดจนฝึกการวิเคราะห์สภาวะการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคมวัฒนธรรมและเทคโนโลยีที่มีผลกระทบต่อการ ดำเนินงานขององค์การภาครัฐ เอกชน และองค์กรที่ไม่แสวงหา กำไร โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนเกิดความตระหนักว่า การกำหนดกล ยุทธ์ทางการสื่อสารที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพจะเป็นกลไกใน การจัดการกับการเปลี่ยนแปลงเพื่อความอยู่รอดและการบรรลุ เป้าหมายของโครงการต่างๆ ได้อย่างเหมาะสมต่อไป					

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก จ

รายชื่อเข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อวิพากษ์หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรม
ในวันที่ 12 พฤศจิกายน พ.ศ. 2552 เวลา 09.00 – 13.00 น.

รายชื่อผู้เข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อวิพากษ์หลักสูตรการสื่อสารนวัตกรรมมีดังนี้

- (1) รองศาสตราจารย์พฤทธิ ศุภเศรษฐศิริ
- (2) รองศาสตราจารย์กิติมา สุรสนธิ
- (3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ
- (4) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงพล ต่อนี่
- (5) อาจารย์นพดล อินทร์จันทร์
- (6) ดร.ภริดา โกเชก
- (7) อาจารย์ปรวัน แพทยานนท์
- (8) อาจารย์ภัทธิรา ชีรสวัสดิ์

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	ภัทริรา ธีรสวัสดิ์
วัน เดือน ปีเกิด	5 ธันวาคม 2521
สถานที่เกิด	จังหวัดนนทบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	55/100 ม.บุญโต ถ.เลียบคลองประปา ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	อาจารย์ประจำ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2538	(ศิลป-คำนวณ) จาก โรงเรียนสาธิต มศว ปทุมวัน
พ.ศ. 2542	นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาการโฆษณา (เกียรตินิยมอันดับ 1 เหรียญทอง) จาก มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
พ.ศ. 2546	ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังแวดล้อมศึกษา จาก มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2547	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จาก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
พ.ศ. 2553	การศึกษาดุษฎีบัณฑิต การวิจัยและพัฒนาหลักสูตร จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ