



มคอ.3 รายละเอียดรายวิชา

Course Specification

0105251 การประชาสัมพันธ์เบื้องต้น

Introduction to Public Relations

รายวิชานี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชานิเทศศาสตร์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2562

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยทักษิณ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัส ชื่อรายวิชา จำนวนหน่วยกิต รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน รายวิชาที่เรียนพร้อมกัน และคำอธิบายรายวิชา

0105251 การประชาสัมพันธ์เบื้องต้น

3(3-0-6)

Introduction to Public Relations

บูรพาวิชา : ไม่มี

ความหมาย แนวคิด และวิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ วัตถุประสงค์ กระบวนการ กลยุทธ์ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย เครื่องมือเพื่อการประชาสัมพันธ์ บทบาทของการประชาสัมพันธ์ในระดับท้องถิ่นและประเทศ และจรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์

Meaning, concept, and evolution of public relations; objectives, processes, strategies, targeting, tools for public relations; role of public relations at local and national level and ethics of public relations officer.

2. ประเภทของรายวิชา

- ☐ ศึกษาทั่วไป
- ☐ วิชาพื้นฐานเฉพาะด้าน
- ☐ วิชาเอกบังคับ
- ☐ วิชาเอกเลือก
- ☒ วิชาโท
- ☐ วิชาเลือกเสรี

3. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อาจารย์จิณัษฎ์ดา วิทยาพันธ์ประชา

อาจารย์ผู้สอน อาจารย์จิณัษฎ์ดา วิทยาพันธ์ประชา

4. ปีการศึกษา/ ภาคการศึกษา/ กลุ่มผู้เรียน

2568 / ภาคเรียนที่ 2 / นิสิตหลักสูตรนิเทศศาสตร์ ชั้นปีที่ 3 , ภาษามลายู ชั้นปีที่ 3 , ศศ.บ. การบริหาร และพัฒนาชุมชน

5. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา

6. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

30 ตุลาคม 2568

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้ผู้เรียนทราบถึงความหมาย แนวคิด และวิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ วัตถุประสงค์ กระบวนการ กลยุทธ์ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย เครื่องมือเพื่อการประชาสัมพันธ์ บทบาทของการประชาสัมพันธ์ในระดับท้องถิ่นและประเทศ และจรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์

2. วัตถุประสงค์รายวิชา

- 2.1 นิสิตมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับความหมาย แนวคิด และวิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์
- 2.2 นิสิตสามารถวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ กระบวนการและกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ และการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนเครื่องมือต่างๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์ได้
- 2.3 นิสิตมีแรงจูงใจและมีทัศนคติที่ดีในการเป็นนักประชาสัมพันธ์

หมวดที่ 3 ลักษณะการดำเนินการ

1. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

ภาคบรรยาย	ภาคปฏิบัติ	การศึกษาด้วยตนเอง
จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ 3x 15 สัปดาห์	จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ 3x 15 สัปดาห์	จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ 6 x 15 สัปดาห์

คำชี้แจง : ภาคการศึกษาคิดเป็นไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์

2. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์และช่องทางที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่ผู้เรียนเป็นรายบุคคล

1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ โดยนิสิตสามารถปรึกษาด้วยตนเอง ณ ห้องพักอาจารย์ หรือสามารถขอคำปรึกษาได้ทาง e-mail line และ Facebook ของอาจารย์ผู้สอน ด้วยการติดต่อนัดหมายได้ตามวันและเวลาที่เหมาะสม

หมวดที่ 4 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชั่วโมง) บรรยาย	จำนวน (ชั่วโมง) ปฏิบัติ	กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อที่ใช้	ผู้สอน
1	1. แนะนำรายวิชาและชี้แจง วัตถุประสงค์การเรียนรู้ การประเมิน และช่องทางการติดต่ออาจารย์ประจำ รายวิชา 2. ความหมายและแนวคิดของการ ประชาสัมพันธ์	3	0	<u>กิจกรรม</u> - อธิบายรายละเอียด รายวิชาใน มคอ.3 - การทำความเข้าใจร่วมกัน เกี่ยวกับการจัดการเรียนการ สอนและการประเมินผล รายวิชา - การบรรยาย <u>สื่อการสอน</u> - มคอ.3 - PowerPoint - เอกสารประกอบการสอน - แบบฝึกหัดท้ายบทเรียน	อาจารย์จิณชัญดา วิทยาพันธ์ประชา
2-3	วิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ 1.การแบ่งยุคของการประชาสัมพันธ์ 2.ประวัติและวิวัฒนาการของการ ประชาสัมพันธ์ -การประชาสัมพันธ์ของประเทศ สหรัฐอเมริกา -การประชาสัมพันธ์ของประเทศอังกฤษ -การประชาสัมพันธ์ในประเทศแถบ เอเชีย-แปซิฟิก -การประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย	6	0	<u>กิจกรรม</u> - การบรรยาย - การอภิปรายกลุ่ม - รายงานกลุ่ม - การร่วมเสนอความคิดเห็น <u>สื่อการสอน</u> - PowerPoint - เอกสารประกอบการสอน - แบบฝึกหัดท้ายบทเรียน	อาจารย์จิณชัญดา วิทยาพันธ์ประชา

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชั่วโมง) บรรยาย	จำนวน (ชั่วโมง) ปฏิบัติ	กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อที่ใช้	ผู้สอน
4-5	ความสำคัญและวัตถุประสงค์ของการ ประชาสัมพันธ์ 1.ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ 2.วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ 3.การวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของการ ประชาสัมพันธ์	6	0	<u>กิจกรรม</u> - การบรรยาย - การอภิปรายกลุ่ม - รายงานกลุ่ม - การร่วมเสนอความคิดเห็น <u>สื่อการสอน</u> - PowerPoint - เอกสารประกอบการสอน - แบบฝึกหัดท้ายบทเรียน	อาจารย์จิณชัญดา วิทยาพันธ์ประชา
6-7	กระบวนการและหลักปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์	6	0	<u>กิจกรรม</u> - การบรรยาย - การอภิปรายกลุ่ม - รายงานกลุ่ม - การร่วมเสนอความคิดเห็น <u>สื่อการสอน</u> - PowerPoint - เอกสารประกอบการสอน - แบบฝึกหัดท้ายบทเรียน	อาจารย์จิณชัญดา วิทยาพันธ์ประชา
8	การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ประชาสัมพันธ์ 1.การแบ่งกลุ่มเป้าหมายตามลักษณะ ต่างๆ 2.การกำหนดกลุ่มเป้าหมายและตัวอย่าง	3	0	<u>กิจกรรม</u> - การบรรยาย - รายงานกลุ่ม <u>สื่อการสอน</u> - PowerPoint - เอกสารประกอบการสอน - แบบฝึกหัดท้ายบทเรียน	อาจารย์จิณชัญดา วิทยาพันธ์ประชา
9	สอบกลางภาค				

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชั่วโมง) บรรยาย	จำนวน (ชั่วโมง) ปฏิบัติ	กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อที่ใช้	ผู้สอน
10	การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ประชาสัมพันธ์ (ต่อ) 3.ความสำคัญของการกำหนด กลุ่มเป้าหมาย 4.ขั้นตอนการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย 5.วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย	3	-	<u>กิจกรรม</u> - การบรรยาย - การร่วมเสนอความคิดเห็น <u>สื่อการสอน</u> - PowerPoint - เอกสารประกอบการสอน - แบบฝึกหัดท้ายบทเรียน	อาจารย์จิณชัญดา วิทยพันธ์ประชา
11-12	เครื่องมือเพื่อการประชาสัมพันธ์ 1. สื่อประเภทคำพูด (Spoken words) และสื่อส่วนบุคคล (Personal media) 2. วิทยุกระจายเสียง (Radio Broadcasting) 3. วิทยุโทรทัศน์ (Broadcasting and Television) 4. สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media) 5. สื่อใหม่ (New Media) และสื่อสังคม ออนไลน์ (Social Media) 6. สื่อกิจกรรม (Event Media)	6	-	<u>กิจกรรม</u> - การบรรยาย - การอภิปรายกลุ่ม - รายงานกลุ่ม - การร่วมเสนอความคิดเห็น <u>สื่อการสอน</u> - PowerPoint - เอกสารประกอบการสอน - แบบฝึกหัดท้ายบทเรียน	อาจารย์จิณชัญดา วิทยพันธ์ประชา
13-14	บทบาทของการประชาสัมพันธ์ 1.บทบาทของการประชาสัมพันธ์ต่อ ระบบสังคม 2.การประชาสัมพันธ์ตราสินค้า (Brand Public Relations: BPR) 3.บทบาทของการประชาสัมพันธ์ต่อ ระบบการเมือง 4.บทบาทของการประชาสัมพันธ์ในงาน ด้านการศึกษา	6	-	<u>กิจกรรม</u> - การบรรยาย - การอภิปรายกลุ่ม - รายงานกลุ่ม - การร่วมเสนอความคิดเห็น <u>สื่อการสอน</u> - PowerPoint - เอกสารประกอบการสอน - แบบฝึกหัดท้ายบทเรียน	อาจารย์จิณชัญดา วิทยพันธ์ประชา

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชั่วโมง) บรรยาย	จำนวน (ชั่วโมง) ปฏิบัติ	กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อที่ใช้	ผู้สอน
15-16	จริยธรรมและจรรยาบรรณของนัก ประชาสัมพันธ์ 1.จริยธรรมของนักประชาสัมพันธ์ 2.จรรยาบรรณวิชาชีพของนัก ประชาสัมพันธ์ 3.คุณสมบัติที่พึงประสงค์ของนัก ประชาสัมพันธ์ที่ดีควรมีคุณสมบัติ 4.คุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ยุค ใหม่	6	-	<u>กิจกรรม</u> - การบรรยาย - การอภิปรายกลุ่ม - การร่วมเสนอความคิดเห็น <u>สื่อการสอน</u> - PowerPoint - เอกสารประกอบการสอน - แบบฝึกหัดท้ายบทเรียน	อาจารย์จิณัษฎ์ดา วิทยพันธ์ประชา
17	สอบปลายภาค				
18					
รวม		30	30		

2. แผนพัฒนาประสิทธิภาพรายวิชา (ระบุได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1. จัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐานไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของระยะเวลาทั้งหมดของรายวิชา
- ☒ 2. จัดการเรียนรู้ร่วมกับสถานประกอบการ องค์กร หรือหน่วยงาน
- ☐ 3. จัดการเรียนรู้เชิงรุก
- ☐ 4. รายวิชาส่งเสริมทักษะผู้ประกอบการของผู้เรียน
- ☒ 5. รายวิชาก่อให้เกิดนวัตกรรมของผู้เรียน โดยมีหนังสือรับรองการใช้ประโยชน์จากหน่วยงาน
- ☐ 6. จัดการเรียนรู้ผ่านช่องทางออนไลน์ (online) ร่วมกับ ในที่ตั้ง (on-site)
- ☐ 7. มีการพัฒนาสื่อการสอนแบบออนไลน์โดยผ่าน TSU MOOC
- ☒ 8. เปิดเผยคะแนนเก็บก่อนการสอบปลายภาค
- ☒ 9. ส่งระดับขึ้นตามเวลาที่กำหนด โดยไม่มีข้อผิดพลาด
- ☐ 10. มีการทวนสอบรายวิชาในระบบของคณะฯ
- ☐ 11. อื่น ๆ ระบุ

3. แผนการวัดและประเมินผลการเรียนรู้

ลำดับ	หัวเรื่อง/ประเด็น/รายละเอียด	วิธีการประเมิน/ลักษณะการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	คะแนน
1	ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์	แบบฝึกหัด แบบทดสอบย่อย และรายงาน	ทุกสัปดาห์	20
2	โครงการและกิจกรรมประชาสัมพันธ์	กิจกรรมกลุ่ม และโครงการ	8-12	20
3	การมีส่วนร่วมใน-นอกชั้นเรียน การอภิปรายกลุ่ม และประเมินข้อเสนอโครงการ	กิจกรรมนอกชั้นห้องเรียน และการนำเสนองาน	10-16	20
4	ประมวลความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์	สอบปลายภาค	17 -18	30
5	ระเบียบวินัยและความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน	การสังเกตการณ์และประเมินจากพฤติกรรมภายในห้องเรียน	ทุกสัปดาห์	10
คะแนนรวม				100

วิธีการตัดเกรด ☒ อิงเกณฑ์ (FIX-Rate)
☐ อิงกลุ่ม (T-Score)

การกำหนดช่วงคะแนนของเกรด

เกรด	A	B+	B	C+	C	D+	D	E/F
ช่วงคะแนน	≥80	≥75	≥70	≥65	≥60	≥55	≥50	≥0

หมวดที่ 5 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2546). *การประชาสัมพันธ์ ฉบับสมบูรณ์ (ปรับปรุงเพิ่มเติมใหม่)*. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รุ่งนภา พิตรปรีชา. (2560). *พลังแห่งการประชาสัมพันธ์*. โครงการตำรา คณะนิเทศศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี: 21 เซ็นจูรี.
- จิณห์ญ์ดา วิทยพันธ์ประชา. (2566). *การประชาสัมพันธ์เบื้องต้น*. เอกสารประกอบการสอน รายวิชา 0105251 การประชาสัมพันธ์เบื้องต้น. สงขลา : มหาวิทยาลัยทักษิณ (อัสสัมชัญ).
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การประชาสัมพันธ์ : ทฤษฎีและปฏิบัติ Public Relations : Theories and Practices*. กรุงเทพฯ : ไคมอน บิสซิเนส เวิร์ล.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

ภาษาไทย

- กัญญา ศิริกุล. (2540). *หลักการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ : ภาควิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- กิตติมา สุรสนธิ. (2533). *ความรู้ทางการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชัยนันท์ นันทพันธ์. (2549). *การประชาสัมพันธ์ยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์. พิมพ์ครั้งที่ 4. โอเดียนสโตร์.
- ชัยนันท์ นันทพันธ์. (2548). *ประชาสัมพันธ์ให้ได้ผล*. กรุงเทพฯ : สถาบันพัฒนาสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 4. ห้างหุ้นส่วนจำกัด พี.เอ.เจริญผล.
- นงลักษณ์ สุทธิวัฒนพันธ์. (2545). *กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ : อัลฟ่า พับลิชชิง.
- นภวรรณ ตันติเวชกุล. (2565). *การประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย (พ.ศ. 2394-2475)*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ : ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. พิมพ์ครั้งที่ 10. ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- ประทุม ฤกษ์กลาง. (2556). *การประชาสัมพันธ์ Public Relations*. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปัญจพร เกื้อนุ้ย. (2561). *การบูรณาการสื่อในงานประชาสัมพันธ์*. เอกสารประกอบการสอน รายวิชา 3033701 การบูรณาการสื่อในงานประชาสัมพันธ์. นครศรีธรรมราช : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช (อัสสัมชัญ).

- พจน์ ใจชาญสุขกิจ. (2556). กลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์ การสร้างและรักษาชื่อเสียงองค์กร สำหรับการแข่งขันใน
เวทีโลก และประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. พิมพ์ครั้งที่ . กรุงเทพฯ : สมาคมประชาสัมพันธ์ไทย.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร.(2533). ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. (2545). การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์ .พิมพ์ครั้งที่ 5.กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์. (2551). การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิศิษฐ์ ชวาลาธวัช. (2544). กฎหมายและจริยธรรมสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : ดับเบิลยู พรินติ้ง.
- ภาทิพย์ ตรีกุล. (2554). การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- รุ่งนภา พิตรปรีชา. (2560). พลัแห่งการประชาสัมพันธ์. โครงการตำรา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี: 21 เซ็นจูรี
- วิจิตร อวาทกุล. (2534). เทคนิคการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ โอ.เอส.พรินติ้งเฮาส์
จำกัด.
- วิมลพรรณ อาภาเวท. (2557). หลักการโฆษณาและประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- วิรัช ลภรัตน์กุล. (2544). นิเทศศาสตร์กับการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด.กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- วีระ อรัญมงคล. (2538). หลักการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2548).เอกสารการสอนชุดวิชา กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 1-7.นนทบุรี:
โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2531). เอกสารการสอนชุดวิชากฎหมายและจริยธรรม สื่อสารมวลชนหน่วยที่
1-7. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช .
- ยุบล เบญจรงค์กิจ. (2534). การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัตนาวดี ศิริทองถาวร. (2546). การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- สุกัญญา สุดบรรพต. (2547). หมอบรัดเลย์กับการหนังสือพิมพ์แห่งกรุงสยาม. กรุงเทพฯ: มติชน.
- สะอาด ตันสุภผล. (2527). คู่มือการประชาสัมพันธ์.กรุงเทพฯ : พัฒนาตำราและเอกสารวิชาการโรงเรียน
การประชาสัมพันธ์.
- อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโมชิต. (2543), วิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย (รายงานการวิจัย).
กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรุณรัตน์ ชินวรรณ. (2553). สื่อประชาสัมพันธ์= PUBLIC RELATIONS MEDIA. กรุงเทพฯ :วี.พรินท์.

ภาษาอังกฤษ

- Ahmad, Z. (2014). Malaysia. In T. Watson (Ed.), *Asian Perspectives on the Development of Public Relations: Other Voices* (pp. 78-90). UK: Palgrave Macmillan.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., and Broom, G. M. (2000) . *Effective Public Relations*. (8th ed). New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Cutlip, S.M., Center, A. W.& Broom, G. M. (1994). *EffectivePublic Relations*. (7th ed). New Jersey: PrenticeHall Inc.
- Ding, S. (2007-2008). Digital Diaspora and National Image Building: A New Perspective on Chinese Diaspora Study in the Age of China's Rise. *Pacific Affairs*, 80 (4), 627-648.
- Edward L. Bernays (1952). *Public Relations*. Norman, OK.: University of Oklahoma Press.
- Jefkins, F. 1993. *Planned Press and Public Relations*. 3rd ed. London: Blackie Academic & Professional.
- Lull, J. (1982). *Inside Family Viewing: Ethnographic Research on Television's Audience*. London : Routledge.
- Lwin, M. & Pang, A. (2014). Singapore. In T. Watson (Ed.), *Asian Perspectives on the Development of Public Relations: Other Voices* (pp. 105-113). UK: Palgrave Macmillan.
- Marston E. John. (1979). *Modern Public Relations*. New York : McGraw-Hill Book Company.
- McCombs, M.E. and Decher, L. (1979). *Using Mass Communication Theory*. New Jersey: Princ-Hall.
- Nessman, K. (2000), The origins and development of public relations in Germany and Austria. In D. Moss, D. Vercic, D. and G. Wamaby (Eds.), *Perspectives on Public Relations Research* (pp. 211-225). London: Routledge.
- Newsom, D., Turk, J. V. & Kruckeberg, D. (2004). *This Is PR: The Realities of Public Relations*. Australian : Wadsworth Thomson Learning, Inc.
- Scott M. Cutlip, Allen H. Center, Glen M. Broom. (1994). *EffectivePublic Relations* (7th.ed).New Jersey: Prentice Hall Inc..
- Seitel, F. P. 2007. *The Practice of Public Relations*. 10th ed. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.

- Sheehan, M. & Galloway, C. (2014). Australasia: Australia and New Zealand. In T. Watson (Ed.), Asian Perspectives on the Development of Public Relations: Other Voices (pp.4-19). UK: Palgrave Macmillan.
- Sison, M. & Sarabia-Panol, Z. (2014). The Philippines. In T. Watson (Ed.), Asian Perspectives on the Development of Public Relations: Other Voices (pp.91-104). UK: Palgrave Macmillan.
- Tantivejakul, N. (2014b). The utilization of public relations to avoid imperialism during the beginning of Thailand's transition to modernization (1851-68). In B. St. John III, M.O. Lamme, and J. L'Etang (Eds.), Pathways to Public Relations Histories of Practice and Profession (pp.160-174). New York: Routledge.
- Tantivejakul, N., & Manmin, P. (2011). The practice of public relations in building national unity: A historical view of the kingdom of Thailand. In The proceedings of the international history of public relations conference 2011. UK: Bournemouth University.
- Van, L. (2014). Vietnam. In T. Watson (Ed.), Asian Perspectives on the Development of Public Relations: Other Voices (pp.144-157). UK: Palgrave Macmillan.
- Vi' Anilam, J. (2014). India. In T. Watson (Ed.), Asian Perspectives on The Development of Public Relations: Other Voices (pp.34-47). UK: Palgrave Macmillan.
- Wilcox, D.L., & Cameron, G.T. (2006). Public Relations. (8* ed.). Boston: Pearson Education.
- Wu, Y. & Lai, Y. (2014). Taiwan. In T. Watson (Ed.), Asian Perspectives on the Development of Public Relations: Other Voices (pp.114-127). UK: Palgrave Macmillan.
- Yamamura, K. Ikari, S. & Kenmochi, T. (2014). Japan. In T. Watson (Ed.), Asian Perspectives on the Development of Public Relations: Other Voices (pp. 63-77). UK: Palgrave Macmillan.
- Yudarwati. (2014). Indonesia. In T. Watson (Ed.), Asian Perspectives on the Development of Public Relations: Other Voices (pp. 48-62). UK: Palgrave Macmillan.

การสืบค้นออนไลน์

ภาษาไทย

จรรยาลักษณ์ สิริกุลนฤมิตรและภิญญา เมธารมณ. มกราคม - มีนาคม 2561 . องค์ประกอบของการสื่อสาร เพื่อการสร้างกระแสมโนมเพลงเกาหลีในประเทศไทย. วารสารบริหารธุรกิจ : คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปีที่ 41 (ฉบับที่ 157). 1-20. <http://www.jba.tbs.tu.ac.th/files/Jba157/Article/JBA157JanPin.pdf>

ชวสร ดีไชยา. (2554). *บทบาทงานประชาสัมพันธ์ในยุคสังคมความรู้*. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2558. เข้าถึงได้จาก <https://www.l3nr.org/posts/368392>

ประภาศรี สวัสดิ์อำไพรักษ์. (2562). *ความหมายและความสำคัญของการประชาสัมพันธ์*. ออนไลน์. สืบค้นวันที่ 20 เมษายน 2567. <https://www.stou.ac.th/stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/Unit8/Subm1/U811-1.htm?fbclid=IwAR2v-DlbfSJjwsTVJGfo7KAVS0tzvyPhtF6bWMO6RD2yxAQxN3WGnwNZhw>.

มหาวิทยาลัยมหิดล. 30 มกราคม 2560. *โครงการ "Giving to Mahidol Libraries"* [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <http://www.limahidol.ac.th/donate/>.

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. 30 มกราคม 2560. *สื่อส่วนกลาง-ท้องถิ่น เยี่ยมชมภาระกิจ ม.อ.ภูเก็ต* [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://www.psu.ac.th/th/node/7391>.

ภาษาอังกฤษ

Alyldirim Chief Communicatiion Officer. (2557). Ivy Lee: o pai das Relações Públicas. Retrieved 29 October, 2015. from <http://www.alyldrm.com/sadece-prcilarin-anlayabilecegi-22-terim/>

BBC News Thai. *โควิด-19 : ศบค. เผยยอดผู้ติดเชื้อหน้าใหม่ 198 ราย ส่วนผลตรวจ นพ.ทวีศิลป์-2 ผู้ประกาศเอ็นบีที ไม่ติดโควิด*. (2021). ค้นหา เมื่อวันที 20 เมษายน 2567 จาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-55775941>

Campus-star. 30 มกราคม 2560. *ศธ. จัดระบบสอบรับตรงใหม่ ย้าย GAT/PAT ไปสอบหลังจบม.6 ในปีการศึกษา 2561* [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://campus.campus-star.com/education/19171.html>.

James Clear. *The Ivy Lee Method: The Daily Routine Experts Recommend for Peak Productivity*. Retrieved 20 April, 2024. from <https://jamesclear.com/ivy-lee/>

John B. Charnay. (9 กุมภาพันธ์ 2015). *Performance + Recognition=PR*. Linkedin.com. <https://www.linkedin.com/pulse/performance-recognitionpr-dr-john-b-charnay/>

Mindphp. *การใช้ Social media ให้เป็นเพราะอาจส่งผลต่อความปลอดภัยและการทำงานในอนาคต*. (2565). ค้นหา เมื่อวันที 20 เมษายน 2567 จาก <https://www.mindphp.com/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1/it-news/>

Post Today. 30 มกราคม 2560. *"คนเรามันต้องจับกันทั้งชีวิต" เจ้าของหลักสูตรสุดแนว "อนิช สุนทรธกุล"* [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://www.posttoday.com/analysis/interview/422545>.

เอกสารและข้อมูลแนะนำ

กลุ่มสถิติเพื่อการบริหารงานภาครัฐ 2 กองสถิติสาธารณสมบัติ สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2566). การสำรวจการรับฟัง/รับชมรายการ ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย และสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย พ.ศ. 2566. กรุงเทพฯ : สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (อัดสำเนา).

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.). (2564). รายงานการศึกษา ผลกระทบของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ต่อสังคมและเศรษฐกิจไทยภายหลังการเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบดิจิทัล. นนทบุรี : ลักเองสตูดิโอ.