

การใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา  
ระบอบปริญญา พุทธศักราช 2528 ในวิทยาลัยครู



นางสาว อรอนงค์ อิงคะสูวณีย์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคำหลักสูตรปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาบริหารการศึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2530

ISBN 974-567-699-3

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

012770

10299907

THE IMPLEMENTATION OF COMMUNICATION AND ADVERTISING

CURRICULUM B.E. 2528 FOR ASSOCIATE DEGREE

IN TEACHERS COLLEGES

Miss Onanong Ingkasuwanich

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Education

Department of Educational Administration

Graduate School

Chulalongkorn University

1987

ISBN 974-567-699-3

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา  
ระดับอนุปริญญา พุทธศักราช 2528 ในวิทยาลัยครู

โดย

นางสาวอรอนงค์ อิงคะสูวณีย์

ภาควิชา

บริหารการศึกษา

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.สังข์ อุทรานันท์



บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาคำหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

.....  
(ศาสตราจารย์ ดร.ถาวร วัชรากัญ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ  
(อาจารย์ ดร.นิพนธ์ ไทยพานิช)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา  
(รองศาสตราจารย์ ดร.สังข์ อุทรานันท์)

..... กรรมการ  
(อาจารย์สวัสดิ์ จงกล)

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ระดับอนุปริญญา พุทธศักราช 2528 ในวิทยาลัยครู
ชื่อนิติศ	นางสาวอรอนงค์ อิงคะสูวณีย์
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.สงัด อุทรานันท์
ภาควิชา	บริหารการศึกษา
ปีการศึกษา	2529

บทคัดย่อ



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ระดับอนุปริญญา พุทธศักราช 2528 ในวิทยาลัยครู
2. เพื่อศึกษาปัญหาการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ระดับอนุปริญญา พุทธศักราช 2528 ในวิทยาลัยครู

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบสำรวจ ประชากร ที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริหาร อาจารย์ และนักศึกษาที่กำลังเรียนวิชาเอกการสื่อสารและการโฆษณา ระดับอนุปริญญา ปีที่ 2 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2529 ในวิทยาลัยครูที่เปิดสอนวิชาเอกการสื่อสารและการโฆษณา ระดับอนุปริญญา 5 แห่ง โดยแบ่งเป็นผู้บริหาร 15 คน อาจารย์ 40 คน และนักศึกษา 132 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี 2 ชนิด คือ แบบสำรวจ และแบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ และแบบปลายเปิด การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการโดยทำการหาค่าเฉลี่ย และการแจกแจงความถี่

สรุปผลการวิจัย

1. สภาพการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ระดับอนุปริญญา พุทธศักราช 2528 ในวิทยาลัยครู สรุปได้ว่า วิทยาลัยครูส่วนใหญ่ ใ้มีการปฏิบัติในด้านต่าง ๆ คือ

1.1 การแปลงหลักสูตรไปสู่การสอน มีการจัดทำแผนการสอน และเอกสารประกอบการสอน

1.2 การจัดปัจจัยและสภาพต่าง ๆ เพื่อการใช้หลักสูตร วิทยาลัยครูได้มีการเตรียมบุคลากร สํารวจสื่อการเรียนการสอน สํารวจหนังสือเรียนและหนังสืออ่านเพิ่มเติมในห้องสมุด ด้านการจัดผู้สอน หัวหน้าภาควิชา เป็นผู้พิจารณาตามความเหมาะสมและใช้หลักเกณฑ์การเลือกแหล่งวิทยากรและสถานประกอบการสำหรับส่งนักศึกษาไปฝึกปฏิบัติงานเพื่อให้มีลักษณะงานตรงกับวิชาที่สอน สำหรับกล้องถ่ายรูป ฟิล์ม และวัสดุเกี่ยวกับการพิมพ์นั้น นักศึกษาเป็นผู้จัดซื้อ

1.3 การจัดกิจกรรมการเรียนการสอน อาจารย์ทำการเตรียมการสอนทุกครั้ง มีการจัดกิจกรรมเสริมการเรียนการสอน วิธีสอนที่ใช้มากที่สุด คือ การบรรยาย ในด้านการวัดผลและการประเมินผล มีการชี้แจงหลักเกณฑ์และกำหนดวิธีการวัดผลให้ทราบล่วงหน้าทุกครั้งและวิธีการวัดผลที่อาจารย์ใช้มากที่สุด คือ แบบทดสอบ

2. ปัญหาในการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ระดับอนุปริญญา พุทธศักราช 2528 ในวิทยาลัยครู พบว่ามีปัญหาทุกด้าน แต่ที่เป็นปัญหามาก ได้แก่ ขาดงบประมาณในการจัดทำเอกสารประกอบการสอน สื่อการเรียนการสอนไม่เพียงพอ ห้องฝึกปฏิบัติงานไม่เพียงพอ ห้องสมุดมีหนังสืออ่านเพิ่มเติมน้อย ยานพาหนะไม่เพียงพอ กิจกรรมการเรียนการสอนมีช่วงเวลาในการฝึกปฏิบัติงานของนักศึกษาน้อย และปัญหาในการจัดกิจกรรมเสริมการเรียนการสอน

Thesis Title            The Implementation of Communication and  
Advertising Curriculum B.E. 2528 for  
Associate Degree in Teachers Colleges

Name                     Miss Onanong Ingkasuwanich

Thesis Advisor        Associate Professor Sangad Utranand Ed.D.

Department            Educational Administration

Academic Year        1986

ABSTRACT



Research Purposes

1. To study the implementation of Communication and Advertising Curriculum B.E. 2528 for Associate Degree in Teachers Colleges.
2. To study problems related to the implementation of Communication and Advertising Curriculum B.E. 2528 for Associate Degree in Teachers Colleges.

Procedures of The Study

The survey research was employed in the study by using questionnaires comprising check-list and open-ended type. The population of the research was composed of 15 college administrators, 40 instructors and 132 second year students studying in the second semester. The data were analysed by means of percentage and frequency.

### Finding

1. The utilization of the Communication and Advertising Curriculum B.E.2528 into actual teaching, most colleges conducted the teaching - learning activities as follows:-

1.1 The instructors in all colleges had prepared and produced the teaching plans and the curriculum supplements.

1.2 The teachers' colleges had supported the programs by preparing of instructors, surveying of teaching materials, text - books and external reading books. The head of the department had the authorities to make decisions and set up the criteria in selecting of the academic centres and vocational centres where students should practice. Students had to support themselves the instruments and materials such as cameras, films and materials for printing.

1.3 The instructors always prepared the lesson plans and teaching activities. Lecture was popularly used in the instructional activities. Students were informed about the evaluation criteria in advanced. The tests were popularly used in the evaluation.

2. The problems concerned in the implementation of the Communication and advertising Curriculum B.E. 2528 were as follows:-

The lack of curriculum supplements; shortages of instructional medias; the shortage of budget for making curriculum supplements; the shortage of instructional medias; lack of suitable laboratories; lack of teaching - learning resources; inconvenient in transportation; the insufficient time for students, experimentation; and to many problems in forming of learning and teaching activities.



## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างค้ำจุนของ รองศาสตราจารย์ ดร.สงัด อุทรานันท์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้ให้คำแนะนำ และให้ข้อคิดเห็นต่าง ๆ ของการวิจัยมาด้วยดี จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มา ณ ที่นี้ และผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ สวัสดิ์ จงกล อาจารย์ ดร.นิพนธ์ ไทพานิช ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เอกชัย กี่สุธาพันธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญมี เฉยยอด และคณาจารย์ภาควิชาบริหารการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ที่ให้การแนะนำให้คำแนะนำ ให้กำลังใจ และให้ข้อคิดเห็นอันเป็นประโยชน์ในการวิจัย เนื่องจากทุนการวิจัยครั้งนี้บางส่วนได้ มาจากทุนอุดหนุนการวิจัยของบัณฑิตวิทยาลัย จึงขอขอบพระคุณบัณฑิตวิทยาลัย มา ณ ที่นี้ด้วย

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ให้การตรวจ แก้ไขแบบสอบถาม และให้ ข้อคิดเห็น อันทรงคุณค่า ขอขอบพระคุณ ผู้บริหาร อาจารย์ และนักศึกษาทุกท่านที่ให้การช่วยเหลือ คอบแบบสอบถาม นอกจากนั้น ขอขอบคุณพี่ เพื่อน ภูมทอง และคณาจารย์สังกัดกรมการฝึกหัดครู ที่ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้วิจัยในการศึกษาข้อมูล รวบรวมแบบสอบถามส่งคืน และจัดพิมพ์

ท้ายสุดนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ที่ และขอบคุณน้องและญาติ ที่ให้ ความช่วยเหลือ และให้กำลังใจเป็นอย่างค้ำจุน

ศูนย์วิทยพัชร์พยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อรอนงค์ อิงคะสุวรรณิชย์





สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	จ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ .....	ช
รายการตารางประกอบ .....	ฎ
<b>บทที่</b>	
1    บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	6
ขอบเขตของการวิจัย .....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	8
คำนิยามที่ใช้ในการวิจัย .....	8
วิธีดำเนินการวิจัย .....	9
ลำดับขั้นในการเสนอผลการวิจัย .....	11
2    เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	12
ความหมายและความสำคัญของหลักสูตร .....	12
องค์ประกอบของหลักสูตร .....	17
การนำหลักสูตรไปใช้ .....	18
ความหมายและความสำคัญของการสื่อสารและการโฆษณา .....	23
ความสำคัญของการสอนการสื่อสารและการโฆษณาและความสัมพันธ์ ระหว่างการสอนการสื่อสารและการโฆษณากับการสอนวิชาต่าง ๆ ในสาขานิเทศศาสตร์ .....	27
กิจกรรมการเรียนการสอน .....	30
สื่อการเรียนการสอน .....	32

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5	
สรุปผลการวิจัย อภิปราย และเสนอแนะ .....	223
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	223
วิธีดำเนินการวิจัย .....	223
สรุปผลการวิจัย .....	225
อภิปรายผลการวิจัย .....	234
ขอเสนอแนะ .....	249
ขอเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป .....	250
บรรณานุกรม .....	251
ภาคผนวก .....	262
รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ .....	263
วิทยาลัยครูที่เป็นประชากร .....	265
หนังสือ .....	266
แบบสำรวจ .....	271
แบบสอบถาม .....	274
ประวัติผู้เขียน .....	236

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การประเมินผล .....	35
เอกสารที่เกี่ยวข้อง .....	37
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	39
3 วิธีดำเนินการวิจัย .....	60
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	60
วิธีดำเนินการวิจัย .....	60
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	60
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	64
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	64
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	65
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	67
ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ระดับอนุปริญญา พุทธศักราช 2528 ในวิทยาลัยครู .....	70
ตอนที่ 2 สภาพภูมิหลังของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรการสื่อสาร และการโฆษณา .....	83
ตอนที่ 3 สภาพการใชหลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณาในทัศนะ ของผู้บริหารและอาจารย์ .....	106
ตอนที่ 4 สภาพการใชหลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณาในทัศนะ ของนักศึกษา .....	152
ตอนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใชหลักสูตรการสื่อสารและการ โฆษณาของผู้บริหาร อาจารย์ และนักศึกษา .....	179
ตอนที่ 6 ปัญหาและอุปสรรคในการใชหลักสูตรการสื่อสารและการ โฆษณาของผู้บริหาร อาจารย์ และนักศึกษา .....	187

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1	แสดงจำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปและได้รับคืน .....	65
ตารางที่ 2	ข้อมูลทั่วไปของวิทยาลัยครูเกี่ยวกับการเปิดสอนหลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา .....	71
ตารางที่ 3	ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับแหล่งวิทยากรและสถานประกอบการที่ไปปฏิบัติงานและส่งนักศึกษาไปฝึกปฏิบัติงาน .....	75
ตารางที่ 4	จำนวนผู้บริหารจำแนกตามเพศและอายุ .....	84
ตารางที่ 5	จำนวนผู้บริหารจำแนกตามวุฒิทางการศึกษา วิชาเอก และวุฒิอื่น ๆ นอกจากการศึกษา .....	85
ตารางที่ 6	จำนวนผู้บริหาร จำแนกตามประสบการณ์ และสถานภาพในการทำงาน .....	87
ตารางที่ 7	จำนวนอาจารย์ จำแนกตามเพศและอายุ .....	88
ตารางที่ 8	จำนวนอาจารย์ จำแนกตามวุฒิทางการศึกษาสูงสุด วิชาเอก และวุฒิอื่น ๆ นอกจากการศึกษา .....	89
ตารางที่ 9	จำนวนอาจารย์ จำแนกตามประสบการณ์ในการสอนนักศึกษาวิชาเอก การสื่อสารและการโฆษณา .....	91
ตารางที่ 10	ข้อมูลทั่วไปของอาจารย์ จำแนกตามการได้รับการอบรมวิชาชีพในสาขาที่กำลังทำการสอน .....	92

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 11	จำนวนอาจารย์จำแนกตามวิชาที่สอน ..... 99
ตารางที่ 12	จำนวนนักศึกษา จำแนกตามเพศและอายุ ..... 101
ตารางที่ 13	จำนวนนักศึกษา จำแนกตามความรุดอกมาเรียน และเหตุผลที่เลือก เรียนวิชาเอกการสื่อสารและการโฆษณา ..... 102
ตารางที่ 14	จำนวนนักศึกษา จำแนกตามความชอบด้านการเรียน พร้อมทั้งเหตุผล ที่ชอบเรียนหรือไม่ชอบเรียน ..... 104
ตารางที่ 15	การปฏิบัติในการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในด้านการ กำหนดให้จัดทำ การจัดทำ และวิธีการจัดทำแผนการสอน ..... 107
ตารางที่ 16	การปฏิบัติในการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในด้านผู้มี ส่วนรวมในการจัดทำและยอมรับแผนการสอน .... 109
ตารางที่ 17	การปฏิบัติในการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในด้านการ กำหนดให้จัดทำ การจัดทำ วิธีการจัดทำ และความสัมบูรณ์ ใน การจัดทำเอกสารประกอบการสอน ..... 111
ตารางที่ 18	การปฏิบัติในการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในด้านการ กำหนดให้จัดทำ การจัดทำ วิธีการจัดทำ ผู้มีส่วนร่วมในการจัดทำ และวิธีการสัมบูรณ์ให้อาจารย์ จัดทำคู่มืออาจารย์ ..... 114
ตารางที่ 19	การปฏิบัติในการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในด้านการ เตรียมอาจารย์ ..... 117
ตารางที่ 20	การปฏิบัติในการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในด้านสื่อ การเรียนการสอน ..... 119

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 21 การปฏิบัติในการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณาในค้ำ อุปกรณ์การสอนที่อาจารย์ใช้ในการสอน .....	123
ตารางที่ 22 การปฏิบัติในการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในค้ำ โรงเรียนของฝึกปฏิบัติงาน .....	125
ตารางที่ 23 การปฏิบัติในการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในค้ำ ห้องสมุด ยานพาหนะ งบประมาณ และ การจัดอาจารย์เข้าสอน .....	127
ตารางที่ 24 การปฏิบัติในการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในค้ำ โรงเรียนแห่งวิद्याการและสถานประกอบการ .....	133
ตารางที่ 25 การปฏิบัติในการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในค้ำ กิจกรรมการเรียนการสอน .....	138
ตารางที่ 26 การปฏิบัติในการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในค้ำ จัดกิจกรรมเสริมการเรียนการสอน .....	141
ตารางที่ 27 การปฏิบัติในการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในค้ำ เทคนิคและวิธีสอน .....	144
ตารางที่ 28 การปฏิบัติในการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในค้ำ การวัดผล และการประเมินผลการเรียน .....	148
ตารางที่ 29 การปฏิบัติในการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณาในค้ำ เตรียมตัวนักศึกษา .....	153
ตารางที่ 30 การปฏิบัติในการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในค้ำ สื่อการเรียนการสอน .....	155

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 31 การปฏิบัติในการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในค้ำ การให้ห้องปฏิบัติการ หองสมุด ยานพาหนะ และงบประมาณ	161
ตารางที่ 32 การปฏิบัติในการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณาในค้ำ การให้แหล่งวิทยาการและสถานประกอบการ .....	165
ตารางที่ 33 การปฏิบัติในการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในค้ำ กิจกรรมการเรียนการสอน .....	168
ตารางที่ 34 การปฏิบัติในการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในค้ำ กิจกรรมเสริมการเรียนการสอน .....	170
ตารางที่ 35 การปฏิบัติในการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในค้ำ เทคนิคและวิธีสอนที่อาจารย์ใช้ .....	174
ตารางที่ 36 การปฏิบัติในการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในค้ำ การวัดผลและการประเมินผล .....	176
ตารางที่ 37 ความคิดเห็นในการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในค้ำ สื่อการเรียนการสอน .....	179
ตารางที่ 38 ความคิดเห็นในการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในค้ำ สถานที่ให้สอน หองปฏิบัติการ หองสมุด ยานพาหนะ และ งบประมาณ .....	181
ตารางที่ 39 ความคิดเห็นในการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ใน ค้ำการให้แหล่งวิทยาการและสถานประกอบการ .....	183
ตารางที่ 40 ความคิดเห็นในการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในค้ำ สื่อการเรียนการสอน .....	185

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 41	ความคิดเห็นในการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในค้ำ สถานทีที่ไ้เรียน และห้องฝึกปฏิบัติงาน ..... 186
ตารางที่ 42	ปัญหาการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในค้ำการจั้ทำ แผนการสอน ..... 188
ตารางที่ 43	ปัญหาการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในค้ำการจั้ทำ เอกสารประกอบการสอน ..... 189
ตารางที่ 44	ปัญหาการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในค้ำการจั้ทำ คู่มืออาจารย์ ..... 191
ตารางที่ 45	ปัญหาการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในค้ำการเตรียม อาจารย์ ..... 192
ตารางที่ 46	ปัญหาการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในค้ำสื่อการเรียน การสอน ..... 194
ตารางที่ 47	ปัญหาการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในค้ำสถานทีที่ไ้ สอน ห้องฝึกปฏิบัติงาน ห้องสมุด ยานพาหนะ งบประมาณ และการ จั้ค้ออาจารย์เข้าสอน ..... 196
ตารางที่ 48	ปัญหาการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในค้ำการใช้ แหล่งวิทยากรและสถานประกอบการ ..... 202
ตารางที่ 49	ปัญหาการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในค้ำกิจกรรม การเรียนการสอน ..... 204
ตารางที่ 50	ปัญหาการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในค้ำกิจกรรม เสริมการเรียนการสอน ..... 206



## สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 51	ปัญหาการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในด้านเทคนิค และวิธีสอน .....	208
ตารางที่ 52	ปัญหาการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในด้านการ วัดผล และการประเมินผลการเรียน .....	210
ตารางที่ 53	ปัญหาการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในด้านการเตรียมตัว นักศึกษา .....	213
ตารางที่ 54	ปัญหาการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในด้านสื่อการเรียน การสอน .....	214
ตารางที่ 55	ปัญหาการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในด้านสถานที่ที่ใช้ สอน ห้องฝึกปฏิบัติงาน ห้องสมุด งบประมาณ และการจัดอาจารย์ เขาสอน .....	215
ตารางที่ 56	ปัญหาการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในด้านการใช้ แหล่งวิทยาการและสถานประกอบการ .....	218
ตารางที่ 57	ปัญหาการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในด้านกิจกรรม การเรียนการสอน .....	219
ตารางที่ 58	ปัญหาการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในด้านกิจกรรม เสริมการเรียนการสอน .....	220
ตารางที่ 59	ปัญหาการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในด้านเทคนิค และวิธีสอน .....	221
ตารางที่ 60	ปัญหาการใช้หลักสูตรการสื่อสารและการโฆษณา ในด้านการวัดผล และการประเมินผลการเรียน .....	222