



## รายงานผลการดำเนินการของรายวิชา

รหัสวิชา AIM 1202 รายวิชา หลักการสื่อสารการตลาด

สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด วิทยาลัยนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ภาคการศึกษา ๑ ปีการศึกษา ๒๕๖๔

### หมวดที่๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา	AIM 1202
ชื่อรายวิชาภาษาไทย	หลักการสื่อสารการตลาด
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ	Marketing Communication

๒. รายวิชาที่ต้องเรียนก่อนรายวิชานี้ (ถ้ามี)

-

๓. อาจารย์ผู้รับผิดชอบ อาจารย์ผู้สอนและกลุ่มเรียน (section)

ให้รายงานเป็นรายกลุ่ม

อ.อิสรี ไพเราะ กลุ่มเรียน ๐๐๑ จำนวน ๔๕ คน (ภาคปกติ)

๔.ภาคการศึกษา/ปีการศึกษาที่เปิดสอนรายวิชา ๑/ ๒๕๖๔

๕. สถานที่เรียน วิทยาลัยนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

## หมวดที่ ๒ การจัดการเรียนการสอนที่เปรียบเทียบกับแผนการสอน

### ๑. รายงานชั่วโมงการสอนจริงเทียบกับแผนการสอน

หัวข้อ	จำนวนชั่วโมงตามแผนการสอน	จำนวนชั่วโมงที่สอนจริง	ระบุเหตุผลที่การสอนจริงต่างจากแผนการสอนหากมีความแตกต่างเกิน ๒๕%
แนวการเรียนการสอน วิสัยทัศน์	๓	๓	-
บทที่ ๑ บทนำ ความหมายของการสื่อสารการตลาด -ความสำคัญของการสื่อสารการตลาด -วัตถุประสงค์ของการสื่อสารการตลาด -แนวความคิดแบบจำลองกระบวนการสื่อสารการตลาด -องค์ประกอบ และกระบวนการสื่อสารการตลาด -องค์ประกอบของการสื่อสารการตลาดที่ควบคุมได้ -องค์ประกอบของการสื่อสารการตลาดที่ควบคุมไม่ได้ ปัจจัยที่ต้องตระหนักในการสื่อสารการตลาด	๖	๖	-
บทที่ ๒ แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารการตลาด -ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ -ทฤษฎีการวิเคราะห์สถานการณ์ในตลาด  -ทฤษฎีการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม -แนวคิดและทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ -ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	๖	๖	-

หัวข้อ	จำนวนชั่วโมงตามแผนการสอน	จำนวนชั่วโมงที่สอนจริง	ระบุเหตุผลที่การสอนจริงต่างจากแผนการสอนหากมีความแตกต่างเกิน ๒๕%
<b>บทที่ ๓ ส่วนประสมการตลาด และส่งเสริมการตลาด</b> -ความหมายของส่วนประสมการตลาด -ความสำคัญของการส่งเสริมการตลาด -ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด -การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการส่งเสริมการตลาด -องค์ประกอบของการส่งเสริมการตลาด -การกำหนดงบประมาณการส่งเสริมการตลาด -ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด -ปัญหาพื้นฐานของการเลือกใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด	๓	๓	-
<b>บทที่ ๔ การวางแผนการสื่อสารการตลาด และกลยุทธ์การใช้สื่อ</b> -ความหมายของการวางแผนการสื่อสารการตลาด และกลยุทธ์การใช้สื่อ -ความสำคัญของการวางแผนการสื่อสารการตลาด และกลยุทธ์การใช้สื่อ -วัตถุประสงค์ของการวางแผนการสื่อสารการตลาด และกลยุทธ์การใช้สื่อ -กระบวนการวางแผนการสื่อสารการตลาด และกลยุทธ์การใช้สื่อ -ประเภทของสื่อที่ใช้ในการสื่อสารการตลาด -การติดตามและการประเมินผลการวางแผน	๓	๓	-

หัวข้อ	จำนวนชั่วโมงตามแผนการสอน	จำนวนชั่วโมงที่สอนจริง	ระบุเหตุผลที่การสอนจริงต่างจากแผนการสอนหากมีความแตกต่างเกิน ๒๕%
แผนการสื่อสารการตลาด			
<b>บทที่ ๕ กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย</b> -ความหมายของการส่งเสริมการขาย -ความสำคัญของการส่งเสริมการขาย -วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการขาย -กลยุทธ์ของการส่งเสริมการขาย -การส่งเสริมการขายจากผู้ผลิตมุ่งสู่คนกลาง -การส่งเสริมการขายจากร้านค้ามุ่งสู่ผู้บริโภค -การส่งเสริมการขายจากผู้ผลิตมุ่งสู่ผู้บริโภค -การส่งเสริมการขายจากมุ่งสู่พนักงานขาย -ประเภทของเครื่องมือการส่งเสริมการขาย -การประเมินผลกลยุทธ์การส่งเสริมการขาย	๓	๓	-
<b>บทที่ ๖ กลยุทธ์การโฆษณา</b> -ความหมายของการโฆษณา -ความสำคัญของการโฆษณา -วัตถุประสงค์ของการโฆษณา -กลยุทธ์ของการโฆษณา -ประเภทของเครื่องมือการโฆษณา -การประเมินผลกลยุทธ์การโฆษณา	๓	๓	-
<b>บทที่ ๗ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์</b> -ความหมายของการประชาสัมพันธ์ -ความสำคัญของกาประชาสัมพันธ์ -วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ -กลยุทธ์ของการประชาสัมพันธ์ -ประเภทของเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ -การประเมินผลกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์	๓	๓	-

หัวข้อ	จำนวนชั่วโมงตามแผนการสอน	จำนวนชั่วโมงที่สอนจริง	ระบุเหตุผลที่การสอนจริงต่างจากแผนการสอนหากมีความแตกต่างเกิน ๒๕%
<b>บทที่ ๘ กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย</b> -ความหมายของการขายโดยใช้พนักงานขาย -ความสำคัญของการขายโดยใช้พนักงานขาย -วัตถุประสงค์ของการขายโดยใช้พนักงานขาย -กลยุทธ์ของการขายโดยใช้พนักงานขาย -ประเภทของเครื่องมือการขายโดยใช้พนักงานขาย -การประเมินผลกลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย	๓	๓	-
<b>บทที่ ๙ กลยุทธ์การตลาดทางตรง</b> -ความหมายของการตลาดทางตรง -ความสำคัญของการตลาดทางตรง -วัตถุประสงค์ของการตลาดทางตรง - กลยุทธ์ของการตลาดทางตรง -ประเภทของเครื่องมือการตลาดทางตรง -การประเมินผลกลยุทธ์การตลาดทางตรง	๓	๓	-
<b>บทที่ ๑๐ กลยุทธ์การตลาดผ่านสื่อดิจิทัล</b> -ความหมายของการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล -ความสำคัญของการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล- วัตถุประสงค์ของการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล -กลยุทธ์ของการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล -ประเภทของเครื่องมือการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล	๖	๖	

หัวข้อ	จำนวนชั่วโมงตามแผนการสอน	จำนวนชั่วโมงที่สอนจริง	ระบุเหตุผลที่การสอนจริงต่างจากแผนการสอนหากมีความแตกต่างเกิน ๒๕%
-การประเมินผลกลยุทธ์การตลาดผ่านสื่อดิจิทัล			
นำเสนองานกลุ่ม และสรุปรูปแบบการเรียนรู้ที่ผ่านมาทั้งภาคการศึกษา	๓	๓	

## ๒. หัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน

ระบุหัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน และพิจารณานัยสำคัญของหัวข้อต่อผลการเรียนรู้ของรายวิชาและหลักสูตร ในกรณีที่มีนัยสำคัญให้เสนอแนวทางชดเชย

หัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน (ถ้ามี)	นัยสำคัญของหัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน	แนวทางชดเชย
ไม่มี	-	-

## ๓. ประสิทธิภาพของวิธีสอนที่ทำให้เกิดผลการเรียนรู้ตามที่ระบุในรายละเอียดของรายวิชา

ผลการเรียนรู้	วิธีสอนที่ระบุในรายละเอียดรายวิชา	ประสิทธิภาพ		ปัญหาของการใช้วิธีสอน (ถ้ามี) พร้อมข้อเสนอแนะในการแก้ไข
		มี	ไม่มี	
คุณธรรม จริยธรรม	- สอดแทรกประสบการณ์ รวมทั้งเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องและเกิดขึ้นจริงในสังคมมาอธิบายประกอบการเรียนรู้การสอน - ใช้อาจารย์ผู้สอนเป็นตัวอย่างที่ดีในการเสริมสร้างคุณธรรมและจริยธรรม	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-

ผลการเรียนรู้	วิธีสอนที่ระบุในรายละเอียดรายวิชา	ประสิทธิผล		ปัญหาของการใช้วิธีสอน (ถ้ามี) พร้อมข้อเสนอแนะในการแก้ไข
		มี	ไม่มี	
ความรู้	- เน้นให้ผู้เรียนมีความสามารถในการเรียนรู้ในชั้นเรียนและแสวงหาความรู้เพิ่มเติมภายนอกชั้นเรียนได้ - มุ่งเน้นความสนใจของผู้เรียนควบคู่ไปด้วย โดยให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมในประเด็นที่สนใจด้วยการทำรายงาน การกำหนดประเด็นการอภิปรายกลุ่ม และกรณีศึกษา	✓		-
ทักษะทางปัญญา	- เน้นให้ผู้เรียนมีความสามารถในการเรียนรู้ในชั้นเรียนและแสวงหาความรู้เพิ่มเติมภายนอกชั้นเรียนได้	✓		-
ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	- สอดแทรกประสบการณ์รวมทั้งเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องและเกิดขึ้นจริงในสังคมเพื่ออธิบายประกอบการเรียนการสอน	✓		-
ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	- มอบหมายให้นักศึกษาศึกษาเพิ่มเติมนอกห้องเรียนในประเด็นที่สนใจและเกี่ยวข้องกับทักษะที่ต้องการเสริมสร้าง เพื่อนำผล การศึกษามาอภิปรายและแลกเปลี่ยนประสบการณ์	✓		-

#### ๔. ข้อเสนอการดำเนินการเพื่อปรับปรุงวิธีสอน

ระบุข้อเสนอเพื่อการปรับปรุงวิธีสอน ซึ่งได้จากปัญหาที่พบในข้อ ๓  
 .....ไม่มี.....

หมวดที่ ๓ สรุปผลการจัดการเรียนการสอนของรายวิชา

๑. จำนวนนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียน      กลุ่มเรียน ๐๐๑ จำนวน ๔๕ คน (ภาคปกติ)
๒. จำนวนนักศึกษาที่คงอยู่เมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษา ๔๕ คน
๓. จำนวนนักศึกษาที่ถอน (W)      คน
๔. การกระจายของระดับคะแนน (เกรด)

ระดับคะแนน (เกรด)	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
A	๕	๑๑.๑๑
A <sup>-</sup>	๑๓	๒๘.๘๙
B <sup>+</sup>	๑๘	๔๐.๐๐
B	๔	๘.๘๙
B <sup>-</sup>	๓	๖.๖๗
C <sup>+</sup>	๒	๔.๔๔
C	-	-
C <sup>-</sup>	-	-
D <sup>+</sup>	-	-
D	-	-
D <sup>-</sup>	-	-
F	-	-
I	-	-

๕. ปัจจัยที่ทำให้ระดับคะแนนผิดปกติ (ถ้ามี)

ไม่มี

๖. ความคลาดเคลื่อนจากแผนการประเมินที่กำหนดไว้ในรายละเอียดรายวิชา

ระบุความคลาดเคลื่อนจากแผนการประเมินผลการเรียนรู้ที่กำหนดไว้ใน มคอ.๓ หมวด ๕ ข้อ ๒

๖.๑ ความคลาดเคลื่อนด้านกำหนดเวลาการประเมิน

ความคลาดเคลื่อน	เหตุผล
ไม่มี	-

๖.๒ ความคลาดเคลื่อนด้านวิธีการประเมินผลการเรียนรู้ (ถ้ามี)

ความคลาดเคลื่อน	เหตุผล
-----------------	--------



ความคลาดเคลื่อน	เหตุผล
ไม่มี	-

## ๗. การทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

วิธีการทวนสอบ	สรุปผล
ให้นักศึกษาทำข้อสอบชุดเดิมอีกครั้ง	ผลการสอบใกล้เคียงกับครั้งแรก

## หมวดที่ ๔ ปัญหาและผลกระทบต่อการดำเนินการ

## ๑. ประเด็นด้านทรัพยากรประกอบการเรียนและสิ่งอำนวยความสะดวก

ปัญหาในการใช้แหล่งทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน (ถ้ามี)	ผลกระทบ
ไม่มี	-

## ๒. ประเด็นด้านการบริหารและองค์กร

ปัญหาด้านการบริหารและองค์กร(ถ้ามี)	ผลกระทบต่อผลการเรียนรู้ของนักศึกษา
ไม่มี	-

## หมวดที่ ๕ การประเมินรายวิชา

## ๑. ผลการประเมินรายวิชาโดยนักศึกษา (แบบเอกสาร)

## ๑.๑ ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยนักศึกษา

ระบุข้อวิพากษ์ทั้งที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อน

ไม่มี

## ๑.๒ ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อข้อวิพากษ์ตามข้อ ๑.๑

ไม่มี

## ๒. ผลการประเมินรายวิชาโดยวิธีอื่น

## ๒.๑ ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยวิธีอื่น

ระบุข้อวิพากษ์ทั้งที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อน

ไม่มี

## ๒.๒ ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อข้อวิพากษ์ตามข้อ ๒.๑

ไม่มี

## หมวดที่๒แผนการปรับปรุง

### ๑. ความก้าวหน้าของการปรับปรุงการเรียนการสอนตามที่เสนอในรายงาน/รายวิชาครั้งที่ผ่านมา

แผนการปรับปรุงที่เสนอในภาคการศึกษา/ ปีการศึกษาที่ผ่านมา	ผลการดำเนินการ
-	อธิบายผลการดำเนินการตามแผน ถ้าไม่ได้ดำเนินการหรือไม่ เสร็จสมบูรณ์ ให้ระบุเหตุผล

### ๒. การดำเนินการอื่น ๆ ในการปรับปรุงรายวิชา

อธิบายการปรับปรุงโดยย่อ เช่น ปรับเปลี่ยนวิธีการสอนสำหรับภาคการศึกษา/ปีการศึกษานี้ การใช้อุปกรณ์การสอน  
แบบใหม่ เป็นต้น

.....ปรับปรุงเนื้อหาให้ทันสมัยอยู่เสมอ.....

### ๓. ข้อเสนอแผนการปรับปรุงสำหรับภาคการศึกษา/ปีการศึกษาต่อไป

ข้อเสนอ	กำหนดเวลาที่แล้วเสร็จ	ผู้รับผิดชอบ
-	-	-

### ๔. ข้อเสนอแนะของอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาต่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ไม่มี

ลงชื่อ .....

(อาจารย์อสิริ ไพเราะ)

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. ....

ลงชื่อ .....

( )

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. ....