

หลักสูตรระดับปริญญา ตรี โท เอก

รายละเอียดของรายวิชา(Course Specification)

รหัสวิชา AIM3304 รายวิชา ธุรกิจงานสื่อสารการตลาด

สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ภาคการศึกษา ๒ ปีการศึกษา ๒๕๖๔

หมวดที่๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา	AIM3304
ชื่อรายวิชาภาษาไทย	ธุรกิจงานสื่อสารการตลาด
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ	Marketing Communication Business

๒. จำนวนหน่วยกิต

๓ (๒-๒-๕)

๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร	นศ.บ.(การโฆษณาและสื่อสารการตลาด)
๓.๒ ประเภทของรายวิชา	วิชาชีพนิเทศศาสตร์

๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา	อ.อิสรี ไพเราะ
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน	อ.อิสรี ไพเราะ

๕. สถานที่ติดต่อ

๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่	๒ / ๒๕๖๔	ชั้นปีที่ ๒
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้	กลุ่มเรียนละประมาณ ๕๐ คน	

๗. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน(Pre-requisite) -

๘. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน(Co-requisites) -

๙. สถานที่เรียน

อาคาร ๕๖ คณะวิทยาการจัดการ

๑๐. วันที่จัดทำหรือปรับปรุง

วันที่ ๑๘ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๔

รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

หมวดที่๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

- ๑.๑ เพื่อให้เข้าใจความหมาย ความสำคัญของการพูดประเภทต่าง ๆ
- ๑.๒ เพื่อพัฒนาทักษะการพูด บุคลิกภาพ การใช้เสียงและลีลาในการพูด
- ๑.๓ เพื่อให้สามารถนำเอาเทคนิคต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในงานโฆษณา

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

- เพื่อให้ทันสมัยกับสถานการณ์ปัจจุบัน

หมวดที่๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

บทบาท หน้าที่และความสำคัญขององค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจงานสื่อสารการตลาด โครงสร้างการจัดการ บริษัทตัวแทนโฆษณา และองค์กรที่มีหน้าที่วางแผนสื่อสารการตลาด บทบาทของหน่วยงานในการแสวงหาและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงผู้มีส่วนร่วมทั้งหมด การสื่อสารตราผลิตภัณฑ์ด้วยเครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การวางแผนสื่อโฆษณาและสื่อสารตราผลิตภัณฑ์ การจัดการงบประมาณและบุคลากร การวิเคราะห์การวิเคราะห์และประเมินผลเพื่อปรับปรุงการดำเนินงานของหน่วยงาน รวมถึงกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง

๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน(ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
๓๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	-	๓๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	๗๕ ชั่วโมงต่อสัปดาห์

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

- ๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ห้องพักอาจารย์ ชั้น ๕ อาคาร ๕๖
- ๓.๒ ปรึกษามานโทรศัพทท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข ๐๘๖-๓๕๘-๓๕๐๘
- ๓.๓ ปรึกษาผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) isaritiaw@gmail.com
- ๓.๔ ปรึกษาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook/Twitter/Line) Isari Ait
- ๓.๕ ปรึกษาผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Internet/Webboard)

[http://www.teacher.ssrุ.ac.th/isari_pa/](http://www.teacher.ssrु.ac.th/isari_pa/)

หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

๑. คุณธรรม จริยธรรม

๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีวินัย ตรงต่อเวลา และมีความรับผิดชอบสูงทั้งต่อตนเองวิชาชีพและสังคม
- (๒) มีความซื่อสัตย์สุจริต
- (๓) ปฏิบัติหน้าที่ด้วยคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณในวิชาชีพ
- (๔) เคารพในระเบียบและกฎเกณฑ์ขององค์กรและสังคม
- (๕) เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น เคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

๑.๒ วิธีการสอน

- (๑) ให้นักศึกษาเข้าเรียนตามเวลาที่กำหนด และส่งรายงานตามกำหนดเวลา
- (๒) ไม่ลอกรายงานหรือผลงานของผู้อื่นโดยนำมาเป็นของตน, ไม่ลอกข้อสอบ, มีการอ้างอิงแหล่งข้อมูล
- (๓) สอดแทรกเรื่องคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพไปกับเนื้อหาการเรียน
- (๔) การตั้งกฎระเบียบของห้องเรียนให้ทุกคนปฏิบัติตาม

(๕) ให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็น คอยรับฟังการแสดงความคิดเห็นของนักศึกษาอย่างตั้งใจ ให้เกียรติ ไม่ล้อเลียน หรือ ถากถางผู้อื่น

๑.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินจากการเข้าเรียนตรงเวลาซึ่งจะไม่ถูกหักคะแนนจิตพิสัย และผู้ที่ส่งรายงานล่าช้าจะถูกหักคะแนนเรื่อยๆ นับจากวันที่เลยกำหนดเวลา

(๒) ประเมินจากรายงานและการอ้างอิง, สังเกตการสอบให้เป็นไปด้วยความสุจริต

(๓) ประเมินจากรายงานที่มอบหมายว่ามีการหมิ่นเหม่หรือส่งผลด้านลบในเรื่องคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณหรือไม่

(๔) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติตามกฎระเบียบของห้องเรียน

(๕) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นของผู้พูดและการรับฟังความคิดเห็นของผู้ฟัง

๒. ความรู้

๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา

● (๑) มีความรู้เกี่ยวกับหลักการ และแนวคิดในการนำเสนองานโฆษณา

● (๒) มีความรู้ที่เกิดจากบูรณาการความรู้ในศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริม

ศักยภาพในการประกอบวิชาชีพด้านการโฆษณา

○ (๓) มีความรู้ภาคปฏิบัติอย่างลึกซึ้งและกว้างขวาง เป็นระบบ เป็นสากล และ

เท่าทันสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก

○ (๔) มีความรู้และความสามารถในการแสวงหาความรู้และประสบการณ์เพิ่มเติมจากที่สอนในห้องเรียน

○ (๕) มีความรู้และความเข้าใจในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการนำเสนองานโฆษณา

๒.๒ วิธีการสอน

(๑) บรรยายและยกตัวอย่าง

(๒) ฝึกปฏิบัติการนำเสนอในรูปแบบต่างๆ หน้าชั้นเรียน โดยนำความรู้จากรายวิชาอื่นๆมาบูรณาการร่วมกัน เพื่อให้การนำเสนองานโฆษณามีประสิทธิภาพ เช่น ความรู้จากรายวิชา หลักการโฆษณา, การเขียนบทโฆษณา เป็นต้น

(๓) นักศึกษาฝึกปฏิบัติการพูดนำเสนองานโฆษณาโดยอาศัยหลักการ และแนวคิดมาประยุกต์

(๔) การค้นคว้าหาตัวอย่างการนำเสนอรูปแบบต่างๆของนักพูด เพื่อนำมาวิเคราะห์วิจารณ์ และปรับปรุงการนำเสนอของตนเองให้ดียิ่งขึ้น

(๕) ใช้เทคโนโลยีร่วมกับการนำเสนองานโฆษณา

๒.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินผลจากการสังเกตและการนำเสนองานโฆษณาหน้าชั้น

(๒) ประเมินผลจากการฝึกปฏิบัติการนำเสนอในรูปแบบต่างๆ

(๓) ประเมินผลจากการสอบ

(๔) ประเมินผลจากการค้นคว้าข้อมูลมาแลกเปลี่ยนและวิเคราะห์ วิจัยร่วมกัน

๓.ทักษะทางปัญญา

๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีความสามารถในการค้นคว้าหาตัวอย่างการนำเสนองานโฆษณา รวมถึงความรู้ที่เกี่ยวข้อง
- (๒) มีความสามารถในการวิเคราะห์ วิเคราะห์การนำเสนองานโฆษณาได้อย่างหลากหลายมุมมอง
- (๓) มีความสามารถในการวางแผน เตรียมการในการฝึกปฏิบัติการนำเสนองานโฆษณาได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- (๔) มีความสามารถในการเรียบเรียงความคิดอย่างเป็นระบบและนำเสนอได้อย่างสร้างสรรค์
- (๕) มีความสามารถในการเชื่อมโยงและประยุกต์สาระความรู้ไปสู่การปฏิบัติงานด้านการโฆษณา และนิเทศศาสตร์ได้

๓.๒ วิธีการสอน

- (๑) นักศึกษาค้นคว้าหาตัวอย่างการพูด การนำเสนอ รวมถึงความรู้อื่นที่เกี่ยวข้องมานำเสนอ
- (๒) นักศึกษาช่วยกันวิเคราะห์ วิเคราะห์การนำเสนองานโฆษณาตามหลักการที่ได้เรียนรู้อีก โดยมิมุมมองที่หลากหลาย
- (๓) นักศึกษามีการวางแผน และเตรียมตัวก่อนการนำเสนองานโฆษณา โดยมีการรายงานความคืบหน้าของการวางแผน และการเตรียมการ
- (๔) นักศึกษาฝึกปฏิบัติการนำเสนองานโฆษณาอย่างเป็นระบบ โดยมีการเรียบเรียงความคิดเป็นลำดับขั้น
- (๕) นักศึกษาต้องนำความรู้ในรายวิชาอื่นๆ มาประกอบในการนำเสนองานโฆษณา

๓.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินผลจากการค้นคว้าหาตัวอย่างการพูด การนำเสนอในรูปแบบต่างๆ
- (๒) ประเมินผลจากการวิเคราะห์ วิเคราะห์การนำเสนอทั้งของเพื่อนร่วมชั้นเรียน และนักพูด โดยชี้ให้เห็นมุมมองที่หลากหลาย
- (๓) ประเมินผลจากการวางแผน และการเตรียมการก่อนการนำเสนองานโฆษณา
- (๔) ประเมินผลจากการสังเกตการฝึกปฏิบัติ
- (๕) ประเมินผลจากการสอบ

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ**๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา**

- (๑) สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี
- (๒) มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย
- (๓) สามารถปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมขององค์กรต่างๆ เช่น ภาควิชาที่ศึกษาอยู่ได้
- (๔) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนและบุคคลอื่นๆที่ติดต่อ
- (๕) มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาการนำเสนองานโฆษณาให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
- (๖) มีความสามารถในการเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี

๔.๒ วิธีการสอน

- (๑) มอบหมายงานกลุ่มที่ทุกคนต้องมีส่วนร่วม
- (๒) กำหนดกรอบเวลาในการส่งรายงาน
- (๓) ฝึกการแสดงความคิดเห็นและการยอมรับประชมติของคนส่วนใหญ่
- (๔) การแลกเปลี่ยนความรู้ในห้องเรียนระหว่างผู้เรียนด้วยตัวเองและระหว่างผู้เรียนกับผู้สอน
- (๕) จำลองสถานการณ์เพื่อฝึกให้นักศึกษาได้แก้ไขปัญหาในการนำเสนองานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
- (๖) แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบกันในการทำรายงานกลุ่ม รวมทั้งการฝึกปฏิบัติแบบกลุ่ม

๔.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินผลจากการทำงานตามที่ได้รับมอบหมาย
- (๒) ประเมินผลจากการส่งรายงานตามระยะเวลาที่กำหนด
- (๓) ประเมินผลจากการแสดงความคิดเห็นและการแลกเปลี่ยนความรู้ในระหว่างเรียน
- (๔) ประเมินผลจากการสังเกต
- (๕) ประเมินผลจากการหาวิธีการแก้ไขปัญหาในการนำเสนองานโฆษณา

๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีทักษะการใช้ข้อมูลเชิงตัวเลขจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ ในการวิเคราะห์สถานการณ์การตัดสินใจ การวางแผน การบริหารแผนและปฏิบัติงาน และการประเมินผลการปฏิบัติงาน
- (๒) มีทักษะการสื่อสารที่ตีความเหมาะสมกับวิชาชีพ
- (๓) มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนการปฏิบัติงาน

๕.๒ วิธีการสอน

- (๑) การใช้ข้อมูลทางสถิติ งานวิจัย และตัวเลขอื่นๆ มาประกอบการนำเสนอ
- (๒) การใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้อง
- (๓) การทำรายงานโดยการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย

๕.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินผลจากรายงาน, การนำเสนอหน้าชั้นเรียน โดยการนำข้อมูลสถิติ งานวิจัย และตัวเลขมาประกอบ
- (๒) ประเมินผลจากการใช้ภาษาในการสื่อสารอย่างถูกต้อง
- (๓) ประเมินผลจากการใช้เทคโนโลยีมาประกอบการนำเสนองานโฆษณา

๖. ทักษะพิสัย

๖.๑ ทักษะพิสัยที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีความรู้ที่บูรณาการจากการเรียนการสอนและสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับสถานการณ์ต่างๆที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมศักยภาพในการประกอบวิชาชีพ

๖.๒ วิธีการสอน

- (๑) ฝึกปฏิบัติการด้วยการกำหนดกิจกรรมและสถานการณ์ให้ฝึกปฏิบัติ

๖.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินจากผลการศึกษาและการฝึกปฏิบัติการ

หมายเหตุ

สัญลักษณ์ ● หมายถึง ความรับผิดชอบหลัก

สัญลักษณ์ ○ หมายถึง ความรับผิดชอบรอง

เว้นว่าง หมายถึง ไม่ได้รับผิดชอบ

ซึ่งจะปรากฏอยู่ในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

๑.แผนการสอน				
สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชั่วโมง)	กิจกรรมการเรียนการสอนและสื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑	๑. คำอธิบายรายวิชา วัตถุประสงค์ของรายวิชา วิธีสอน กิจกรรมการเรียนการสอน วิธีการวัดผลและประเมินผล ๒. ความรับผิดชอบของผู้สอนและนักศึกษาที่มีต่อการเรียน การสอนทั้งในและนอกชั้นเรียน ๓. ข้อปฏิบัติเบื้องต้นสำหรับผู้สอนและผู้เรียน	๔	รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet บรรยาย โดยใช้ Power Point Presentation และ ยกตัวอย่างประกอบ	อ. อิศรี ไพเราะ
๒	ความรู้พื้นฐานทางการสื่อสารการตลาด	๔	รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet บรรยาย โดยใช้ Power Point Presentation , ถาม – ตอบ, แสดงความ คิดเห็น	อ. อิศรี ไพเราะ
๓-๔	โครงสร้างการจัดตั้งและการบริหารบริษัทธุรกิจการสื่อสาร การตลาดรูปแบบต่าง ๆ (Business Plan)	๔ (สัปดาห์ที่ ๓)	รูปแบบการสอน On demand ผ่าน VDO Clip ใช้ Power Point Presentation ,ถาม – ตอบ, แสดงความคิดเห็น	อ. อิศรี ไพเราะ

		๔ (สัปดาห์ที่ ๔)	รูปแบบการสอน On demand ผ่าน VDO Clip ใช้ Power Point Presentation ,ถาม – ตอบ, แสดงความคิดเห็น	
๕ – ๗	บทบาทหน้าที่ของ - บริษัทตัวแทนการโฆษณา - บริษัทตัวแทนการสื่อสารการตลาด - บริษัทตัวแทนการโฆษณาดิจิทัล	๔(สัปดาห์ที่ ๕)	รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet ใช้ Power Point Presentation ,ถาม – ตอบ, แสดงความคิดเห็น	อ. อีสรี ไพเราะ
		๔ (สัปดาห์ที่ ๖)	รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet ใช้ Power Point Presentation ,ถาม – ตอบ, แสดงความคิดเห็น	
		๔ (สัปดาห์ที่ ๗)	รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet บรรยาย โดยใช้ Power Point Presentation ,ถาม – ตอบ, แสดงความคิดเห็น	
๘	สัปดาห์การสอบกลางภาค			
๙	การเขียนแผนการการจัดตั้งธุรกิจการสื่อสารการตลาด	๔	รูปแบบการสอน	อ. อีสรี

หลักสูตรระดับปริญญา ตรี โท เอก

			Online/On site ผ่าน Google Meet - การศึกษาจากเอกสารการสอนและการนำเสนอด้วย PowerPoint - การนำเสนอของนักศึกษา	ไพเราะ
๑๐-๑๓	การเขียนแผนการเงินประกอบธุรกิจการสื่อสารการตลาด	๔	รูปแบบการสอน On demand ผ่าน VDO Clip - การศึกษาจากเอกสารคำสอนและการนำเสนอด้วย PowerPoint - การนำเสนอของนักศึกษา	อ. อีสรี ไพเราะ
		๔		
		๔		
		๔		
๑๔-๑๖	การนำเสนอการจัดตั้งธุรกิจจำลองธุรกิจการสื่อสารการตลาด รูปแบบต่าง ๆ (Business Plan) - บริษัทตัวแทนการโฆษณา - บริษัทตัวแทนการสื่อสารการตลาด - บริษัทตัวแทนการโฆษณาดิจิทัล	๔	รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet - ผู้สอนและผู้เรียนร่วมกัน วิพากษ์ เรียนรู้ และปรับปรุงจากงานที่นำเสนอ	
		๔	รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet - ผู้สอนและผู้เรียนร่วมกัน วิพากษ์ เรียนรู้ และ	อ. อีสรี ไพเราะ

หลักสูตรระดับปริญญา ตรี โท เอก

			ปรับปรุงจากงานที่นำเสนอ	
		๔	รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet - ผู้สอนและผู้เรียนร่วมกัน วิพากษ์ เรียนรู้ และ ปรับปรุงจากงานที่นำเสนอ	อ. อิศรี ไพเราะ
๑๗	สัปดาห์การสอบปลายภาค			

๒.แผนการประเมินผลการเรียนรู้				
ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมิน	
๑.๑, ๑.๒, ๑.๓, ๑.๔, ๔.๒, ๔.๓, ๔.๔	พฤติกรรมและการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	ทุกสัปดาห์	๑๐	
๒.๑, ๒.๒, ๒.๔, ๓.๑, ๓.๒, ๓.๓, ๓.๔, ๕.๑, ๕.๒, ๕.๓	การนำเสนอเนื้อหาที่มอบหมายจากงานค้นคว้าเบื้องต้น สัปดาห์ ๓ - ๔	สัปดาห์ ๑ - ๗	๑๐	
	การนำเสนองานบทบาทหน้าที่ของบริษัทตัวแทนการสื่อสารการตลาด จากงานที่มอบหมาย	สัปดาห์ ๔ - ๗	๒๐	
	การนำเสนองานบริษัทตัวแทนการสื่อสารการตลาด	สัปดาห์ ๑๒ - ๑๔	๒๐	
๒.๑, ๒.๒, ๒.๓, ๒.๔, ๓.๒, ๓.๓, ๓.๔, ๔.๑, ๔.๒, ๕.๑, ๕.๒, ๕.๓	ทดสอบย่อย	สัปดาห์ ๑๕	๑๐	
	การสอบประมวลความรู้	สัปดาห์ ๑๕	๓๐	
	รวม		๑๐๐	

หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

๑) ดุษฎี นิลดา. (2543). โครงสร้างองค์กรและการดำเนินงานของบริษัทตัวแทนการโฆษณาดิจิทัลในประเทศไทย.

วารสารวิทยาการจัดการ, ๕(๑).

๒) ภูวนาท คุณผลิน. (๒๕๔๓). รูปแบบโครงสร้างของบริษัทตัวแทนที่ดำเนินธุรกิจโดยใช้แนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต) กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

๓) สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม. (๒๕๕๑). การสื่อสารองค์กรบริษัทตัวแทนโฆษณาในประเทศไทย ภายใต้การบริหารงานของกลุ่มบริษัทโฮลดิ้ง: กรณีศึกษาการสื่อสารเพื่อการบริหารงานโฆษณาระหว่างประเทศ. (วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรดุษฎีบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

๔) สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). *Advertising Value: 50 years forward.* กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.

๒. เอกสาร ข้อมูลสำคัญ และข้อมูลแนะนำ

๑) Cappel, J. 2003. The Future of Advertising. Advertising Age. Mcgraw-Hill.

๒) Jones, J. P., 1999. The Advertising Business: Operations, creativity, media planning, integrated communications. CA: SAGE Publications.

หมวดที่ ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา รวมไปถึงข้อเสนอแนะต่าง ๆ จากนักศึกษา

๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

๒.๑ การประเมินโดยเน้นการมีส่วนร่วมของผู้เรียน พิจารณาจากการสังเกตพฤติกรรมการมีส่วนร่วม

๒.๒ การสอบถามผลประเมินการเรียนรู้ ของผู้เรียน หลังจากสอบปลายภาค

๒.๓ ประเมินจากผลการประเมินการสอนของผู้เรียนผ่านเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย

๓. การปรับปรุงการสอน

หลักสูตรระดับปริญญา ตรี โท เอก

๓.๑ ประมวลสรุปการประเมินการสอน เพื่อหาจุดเด่น จุดด้อย ปัญหาและอุปสรรค แล้วนำไปใช้พิจารณาปรับปรุงการสอนใน
เทอมต่อไป

๓.๒ แสวงหาเทคนิคการสอน และการกระตุ้นการเรียนรู้ของผู้เรียน

๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในวิชา ได้จากการ
สอบถามนักศึกษาหรือการสุ่มตรวจผลงานนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผลการทำแบบฝึกหัด และหลังการออกผลการเรียนรายวิชา
มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์โดยรวมในวิชาได้ ดังนี้

๔.๑ มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ รายงาน วิธีการ
ให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม

๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

จากผลการดำเนินงาน และทวนสอบสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชา ได้มีการวางแผนการปรับปรุงการสอนและรายละเอียดวิชาเพื่อ
เกิดคุณภาพมากขึ้น ดังนี้

๕.๑ การปรับปรุงรายวิชาทุก ๕ ปี หรือตามข้อเสนอแนะผลการสอบทวนมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ ๔

๕.๒ การปรับกรณีศึกษาและตัวอย่างในการเรียนการสอนเป็นประจำทุก ๑ ปี ให้ทันสมัยต่อสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อให้ศึกษามี
มุมมองในเรื่องการประยุกต์ความรู้ที่ได้กับวิชาชีพโฆษณาอย่างแท้จริง

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม					ความรู้					ทักษะทางปัญญา					ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบระหว่างบุคคล					ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสาร ฯ			ทักษะพิสัย		
	●ความรับผิดชอบหลัก ○ความรับผิดชอบรอง																									
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	๑	๒	๓	๔	๕	๑	๒	๓	๔	๕	๑	๒	๓	๔	๕	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๑	๒	๓	๑	
รหัสวิชา AIM3304 ชื่อรายวิชา ธุรกิจงานสื่อสารการตลาด Marketing Communication Business	●	○	○	○	○	●	●	○	○	●	●	●	●	○	●	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ