



รายละเอียดของรายวิชา(Course Specification)

รหัสวิชา CFD4301 รายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในยุคดิจิทัล
สาขาวิชา ภาพยนตร์และสื่อดิจิทัล คณะ วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ภาคการศึกษา ๑ ปีการศึกษา ๑๕๖๕

หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา CFD4301
ชื่อรายวิชาภาษาไทย การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในยุคดิจิทัล
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ Integrated Digital Marketing Communication

๒. จำนวนหน่วยกิต

๓(๒-๒-๕)

๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต
๓.๒ ประเภทของรายวิชา วิชาเลือก

๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อ. อีสรี ไพเราะ
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน อ. อีสรี ไพเราะ
อ.อมร เจริญทุกชีณายัน

๕. สถานที่ติดต่อ

E – Mail isari.pa@ssru.ac.th

๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่ ๑/๒๕๖๕ ชั้นปีที่ ๓
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้ ประมาณ ๒๐๐ คน

๗. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน(Pre-requisite) (ถ้ามี).....

๘. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน(Co-requisites)(ถ้ามี)

๙. สถานที่เรียน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

๑๐. วันที่จัดทำหรือปรับปรุง

วันที่ ๓๐ เดือน มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๕

รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

พัฒนาให้ผู้เรียนสามารถอธิบายได้ถึงกระบวนการสื่อสารทางการตลาดและสามารถวิเคราะห์จิตวิทยาผู้บริโภคในยุคต่างๆ พื้นฐานทางจิตวิทยาสังคมรวมทั้งบูรณาการประโยชน์ของการสื่อสารทางการตลาด อีกทั้งประยุกต์ใช้หลักการ แนวคิด และทฤษฎีหรือกฎเกณฑ์ทางพฤติกรรมศาสตร์มาใช้ในการวางแผนการสื่อสารการตลาดภาพยนตร์ยุคดิจิทัลให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจหลักการ แนวคิดและทฤษฎีหรือกฎเกณฑ์ทางพฤติกรรมศาสตร์มาใช้ในการวางแผนการสื่อสารการตลาดภาพยนตร์ยุคดิจิทัล รู้จักการวิเคราะห์ในเชิงจิตวิทยาผู้บริโภคที่มีความแตกต่างต่างในพื้นฐานทางจิตวิทยาสังคม การตัดสินใจและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค การนำมาใช้ในการวางแผนการสื่อสารการตลาดภาพยนตร์ยุคดิจิทัลได้อย่างถูกต้อง

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

หลักการ แนวคิดการสื่อสารการตลาดสมัยใหม่ กรอบแนวคิดทางทฤษฎี เครื่องมือและเทคโนโลยี และรูปแบบธุรกิจที่เสริมสร้างกระบวนการสร้างมูลค่าทางธุรกิจภาพยนตร์และสื่อดิจิทัล หัวข้อของการศึกษา การพัฒนาเทคโนโลยีที่สนับสนุนการตลาดดิจิทัล สื่อสังคมออนไลน์ การตลาดโดยระบบสืบค้น อีเมล, การตลาดทางอินเทอร์เน็ต, การตลาดโมบาย การจัดการเนื้อหาสื่อที่เกิดขึ้นใหม่และตัวชีวิต การฝึกการเขียนแผนการตลาดเพื่องานภาพยนตร์และสื่อดิจิทัล เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ได้ อย่างเหมาะสม

๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน(ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
๕๒ (๔ คาบ x ๑๔ สัปดาห์)		๘ (๔ คาบ x ๒ สัปดาห์)	๓๐ (๒ คาบ x ๑๕ สัปดาห์)

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

(ผู้รับผิดชอบรายวิชาโปรดระบุข้อมูล ตัวอย่างเช่น ๑ ชั่วโมง / สัปดาห์)

๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน

๓.๒ ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / 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.ssu.ac.th/isari_ti/

หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

๑. คุณธรรม จริยธรรม

๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีวินัย ตรงต่อเวลา และมีความรับผิดชอบสูงทั้งต่อตนเอง วิชาชีพ และสังคม
- (๒) มีความซื่อสัตย์สุจริต
- (๓) ปฏิบัติหน้าที่ด้วยคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพ
- (๔) เคารพในระเบียบและกฎเกณฑ์ขององค์กรและสังคม
- (๕) เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

๑.๒ วิธีการสอน

- (๑) สอดแทรกประสบการณ์ รวมทั้งยกตัวอย่างกรณีศึกษาและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในสังคมเกี่ยวกับเรื่องคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพมาอธิบายประกอบการสอน
- (๒) มอบหมายงานให้นักศึกษาศึกษาเพิ่มเติมและนำมานำเสนออภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกัน โดยเน้นความตรงต่อเวลาในการส่งงานด้วย

๑.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากการตรงต่อเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน และการส่งงาน
- (๒) ประเมินจากการมีส่วนร่วมการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน การซักถาม และการตอบคำถาม
- (๓) ประเมินจากการอภิปรายแลกเปลี่ยนประสบการณ์
- (๔) ประเมินจากการสังเกตโดยพิจารณาจากการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับคุณธรรมและจริยธรรมที่ต้องการเสริมสร้าง

๒. ความรู้

๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีความรู้เกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีพื้นฐานด้านนิเทศศาสตร์และในสาขาวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง
- (๒) มีความรู้ที่เกิดจากบูรณาการความรู้ในศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมศักยภาพในการประกอบวิชาชีพ
- (๓) มีความรู้ภาคปฏิบัติอย่างลึกซึ้งและกว้างขวาง เป็นระบบ เป็นสากล และเท่าทันสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก
- (๔) มีความรู้และความสามารถในการแสวงหาความรู้และประสบการณ์เพิ่มเติมตลอดชีวิต
- (๕) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับพัฒนาการของสื่อดิจิทัลและเทคโนโลยีสมัยใหม่ ตลอดจนสามารถบูรณาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับการทำงานได้

๒.๒ วิธีการสอน

- (๑) ใช้การเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนมีความสามารถโดยมอบหมายงานให้หาความรู้เพิ่มเติมโดยทำรายงานเกี่ยวกับกฎหมาย จริยธรรมและจรรยาบรรณของสื่อมวลชน
- (๒) ใช้การบรรยายพร้อมยกตัวอย่าง กรณีศึกษาโดยมุ่งเน้นตามความสนใจของผู้เรียนเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความรู้ที่สามารถพัฒนาการทำงานในเชิงวิชาชีพนิเทศศาสตร์ได้อย่างยั่งยืนตลอดชีวิต

๒.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน การซักถาม และการตอบคำถาม
- (๒) ประเมินจากผลจากการศึกษาค้นคว้า ทำรายงาน และการอภิปราย
- (๓) ประเมินจากการทดสอบย่อย สอบกลางภาค และสอบปลายภาค

๓. ทักษะทางปัญญา

๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีความสามารถในการเข้าถึงฐานข้อมูลซึ่งเป็นฐานความรู้ที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานในวิชาชีพ

- (๒) มีศักยภาพทางความคิด อาทิ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การคิดเชิงสร้างสรรค์ การคิดหลายมุม เพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงและความรู้ที่ถูกต้อง ชัดเจน และเป็นประโยชน์
- (๓) มีความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์ การวางแผน การบริหารจัดการและการปฏิบัติงานตามแผน และการประเมินผลในแต่ละวิชาชีพ
- (๔) มีความสามารถในการเรียบเรียงความคิดอย่างเป็นระบบและนำเสนอได้อย่างสร้างสรรค์
- (๕) มีความสามารถในการเชื่อมโยงและประยุกต์สาระความรู้ไปสู่การปฏิบัติงานด้านวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง

๓.๒ วิธีการสอน

(๑) ใช้การเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนมีความสามารถโดยมอบหมายงานให้หาความรู้เพิ่มเติมโดยทำรายงานเกี่ยวกับกฎหมาย จริยธรรมและจรรยาบรรณของสื่อมวลชน

(๒) ใช้การบรรยายพร้อมยกตัวอย่าง กรณีศึกษาโดยมุ่งเน้นตามความสนใจของผู้เรียนเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความรู้ที่สามารถเชื่อมโยงและประยุกต์สาระความรู้ไปสู่การปฏิบัติงานด้านวิชาชีพที่เกี่ยวข้องได้

๓.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน การซักถาม และการตอบคำถาม

(๒) ประเมินจากผลจากการศึกษาค้นคว้า ทำรายงาน และการอภิปราย

(๓) ประเมินจากการทดสอบย่อย สอบกลางภาค และสอบปลายภาค

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- (๑) สามารถทำงานกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี
- (๒) มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย
- (๓) สามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมองค์กรที่ไปปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี
- (๔) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานในองค์กรและกับบุคคลทั่วไป
- (๕) สามารถแก้ปัญหาและพัฒนากระบวนการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น
- (๖) มีภาวะผู้นำและผู้ตามที่ดี

๔.๒ วิธีการสอน

(๑) สอดแทรกประสบการณ์ รวมทั้งยกตัวอย่างกรณีศึกษาและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในสังคมเกี่ยวกับเรื่องคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพมาอธิบายประกอบการสอน

(๒) มอบหมายงานให้นักศึกษาศึกษาเพิ่มเติมและนำมานำเสนออภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกัน โดยเน้นหน้าที่ความรับผิดชอบและความตรงต่อเวลาในการส่งงานด้วย

๔.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน การซักถามและการตอบคำถาม

(๒) ประเมินโดยการสังเกตและการทำงานเป็นกลุ่ม

(๓) ประเมินผลจากผลงานที่นำเสนอ

๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีทักษะการใช้ข้อมูลเชิงตัวเลขจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิในการวิเคราะห์สถานการณ์ การตัดสินใจ การวางแผน การบริหารแผนและปฏิบัติงานและการประเมินผลการทำงาน
- (๒) มีทักษะการสื่อสารซึ่งก่อให้เกิดประสิทธิผลในการปฏิบัติงานในแต่ละวิชาชีพ ได้แก่ ทักษะการฟัง การพูด การอ่าน และเขียนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นพื้นฐานในการสร้างสารและการนำเสนอ
- (๓) มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนการปฏิบัติงาน อาทิ

การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตด้วยรูปแบบต่าง ๆ โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์

๕.๒ วิธีการสอน

- (๑) มอบหมายงานให้นักศึกษาเพื่อศึกษาค้นคว้าข้อมูลและนำมานำเสนออภิปรายและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกัน
- (๒) สอดแทรกประสบการณ์และเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องและเกิดขึ้นจริงในสังคม โดยมีการแนะนำฐานข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายและสมาคมวิชาชีพที่น่าสนใจในปัจจุบัน

๕.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน การซักถาม และการตอบคำถาม
- (๒) การประเมินจากผลงานและการนำเสนอ

๖. ทักษะพิสัย

๖.๑ มีการฝึกปฏิบัติและมีการวัดผลการเรียนรู้ภาคปฏิบัติในแต่ละวิชาชีพ

- (๑) มีความรู้ที่บูรณาการจากการเรียนการสอนและสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับสถานการณ์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมศักยภาพในการประกอบวิชาชีพ

๖.๒ วิธีการสอน

- (๑) ฝึกปฏิบัติโดยใช้กิจกรรมและกรณีศึกษาเรื่องเกี่ยวกับกฎหมายและจริยธรรมสื่อสารมวลชน

๖.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินผลจากผลงานที่ได้จากกิจกรรมและการอภิปรายพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

หมายเหตุ

สัญลักษณ์ ● หมายถึง ความรับผิดชอบหลัก

สัญลักษณ์ ○ หมายถึง ความรับผิดชอบรอง

เว้นว่าง หมายถึง ไม่ได้รับผิดชอบ

ซึ่งจะปรากฏอยู่ในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

๑. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑	<ul style="list-style-type: none"> คำอธิบายรายวิชา วัตถุประสงค์ของรายวิชา วิธีสอน กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน วิธีการวัดผลและประเมินผล ความรับผิดชอบของผู้สอนและนักศึกษาที่มีต่อการเรียนการสอนทั้งในและนอกชั้นเรียน ข้อปฏิบัติเบื้องต้นสำหรับผู้สอนและผู้เรียน อธิบายและแจ้งนักศึกษาถึงอัตลักษณ์ของ คณะวิทยาการจัดการ มรภ.สวนสุนันทา 	๔	<ul style="list-style-type: none"> การแนะนำตัวผู้สอนและผู้เรียน การอธิบายคำอธิบายรายวิชา กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน การวัดผลและการประเมินผล ชักถามและตอบคำถาม สนทนากลุ่มตอบพร้อมรับฟังข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากนักศึกษาเกี่ยวกับวิชานี้ แบบทดสอบก่อนการเรียนรู้ 	อ. อิศรีไพเราะ อ.อมร เหรียญ ทักษิณายัน
๒	๑. การตลาด ๒. ทฤษฎีความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ มาสโลว์ ๓. การศึกษา ส่วนประสมทางการตลาด Marketing Mix (๔P's, ๔C's) ๓. การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด Marketing Mix (๔P's, ๔C's)	๔	<ul style="list-style-type: none"> บรรยายประกอบสื่อ PowerPoint การอภิปราย แสดงความคิดเห็น 	
๓-๔	การวิเคราะห์ Brand ๑. วิเคราะห์ SWOT Analysis (จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค) ๒. วิเคราะห์ Situation Analysis [๕C's] ๓. การรายงานบทสรุปการวิเคราะห์	๔	<ul style="list-style-type: none"> บรรยายประกอบสื่อ PowerPoint แบ่งกลุ่มและมอบหมายงาน 	
๕	การวิเคราะห์ Brand ๑. การวิเคราะห์วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life cycle) ๒. การตลาดแบบ IMC	๔	<ul style="list-style-type: none"> บรรยายประกอบสื่อ PowerPoint แบ่งกลุ่มและมอบหมายงาน 	
๖-๗	ทฤษฎีการสร้างตราสินค้า (Brand) ๑. การสร้าง Mood & Tone ๒. การสร้าง Slogan การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ Positioning ของตราสินค้า	๘	<ul style="list-style-type: none"> บรรยายประกอบสื่อ PowerPoint แบ่งกลุ่มและมอบหมายงาน จัดการเรียนการสอน แบบ online ผ่านระบบ Google Meet 	
๘	สอบกลางภาค			
๙-๑๐	๑. การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าเป้าหมาย (Consumer Behaviour) ๒. การวิเคราะห์สถานภาพทางสังคมของลูกค้า	๘	<ul style="list-style-type: none"> บรรยายประกอบสื่อ PowerPoint กรณีศึกษา และอภิปราย 	อ. อิศรีไพเราะ อ.อมร

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
	กลุ่มเป้าหมาย (SES – Social Economic Status) การวิเคราะห์การดำรงชีวิตของลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย (Life Style) ๓. เส้นทางของผู้บริโภค (Customer Journey)		<ul style="list-style-type: none"> แบ่งกลุ่มและมอบหมายงาน 	เตรียม ทักษิณายนัน
๑๑-๑๒	การสร้างแคมเปญการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	๘	<ul style="list-style-type: none"> 	
๑๓	จริยธรรมและจรรยาบรรณในการสื่อสารทางการตลาดเพื่องานภาพยนตร์ในยุคดิจิทัล	๔	<ul style="list-style-type: none"> บรรยายประกอบสื่อ PowerPoint แบ่งกลุ่มและมอบหมายงาน กรณีศึกษา และอภิปราย 	
๑๔	การวัดประสิทธิผลของโปรแกรมการส่งเสริมการตลาด		<ul style="list-style-type: none"> 	
๑๕-๑๖	นำเสนอานกลุ่ม	๘	<ul style="list-style-type: none"> บรรยายประกอบสื่อ PowerPoint แบ่งกลุ่มและมอบหมายงาน กรณีศึกษา และอภิปราย 	
สอบปลายภาค				

๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

(ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา (Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรลำดับที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน)

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	ลำดับที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
๒.๓.๒	<ul style="list-style-type: none"> การสอบกลางภาค การสอบปลายภาค 	ลำดับที่ ๑๐ ลำดับที่ ๑๖	ร้อยละ ๒๐ ร้อยละ ๓๐
๑.๓.๒, ๒.๓.๑, ๕.๓.๑	<ul style="list-style-type: none"> การทำงานกลุ่มค้นคว้า – นำเสนอ การนำเสนอโครงการ 	ตลอดภาคการศึกษา	ร้อยละ ๔๐
๑.๓.๑	<ul style="list-style-type: none"> การเข้าชั้นเรียน การมีส่วนร่วมกิจกรรมในชั้นเรียน 	ตลอดภาคการศึกษา	ร้อยละ ๑๐

หมวดที่ ๖ ทักษะการประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

- ๑) นชกฤต วันตะเมธ . ๒๕๕๕. การสื่อสารการตลาด . พิมพ์ครั้งที่ ๑ . กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

๒) ซีนจิตร แจ้งเจนกิจ IMC & Marketing Communication กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด พิมพ์ครั้งที่ ๖ กรุงเทพฯ, ๒๕๕๖. Brand Agebooks

๓) Kotler & Keller.2016. Marketing Management, Student Value Edition Plus MyLab Marketing with Pearson eText -5th Edition

๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

๑) ภิเชก ชัยนิรันดร์. ๒๕๕๓. การตลาดแนวใหม่ผ่าน Social Media. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

๒) Andrea Kamenca.2018. Smart Marketing Paperback

๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

-

หมวดที่ ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ที่จัดทำโดยนักศึกษา ได้จัดกิจกรรมในการนำแนวคิดและความเห็นจากนักศึกษาได้ ดังนี้

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอนโดยนักศึกษา

๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

(ระบุวิธีการประเมินที่จะได้ข้อมูลการสอน เช่น จากผู้สังเกตการณ์ หรือทีมผู้สอน หรือผลการเรียนของนักศึกษา เป็นต้น)

ในการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินการสอน ได้มีกลยุทธ์ ดังนี้

- การสังเกตการณ์การสอน
- ผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษา
- ผลงานของนักศึกษา
- ผลการทดสอบภาคทฤษฎี

๓. การปรับปรุงการสอน

(อธิบายกลไกและวิธีการปรับปรุงการสอน เช่น คณะ/ภาควิชามีการกำหนดกลไกและวิธีการปรับปรุงการสอนไว้อย่างไรบ้าง การวิจัยในชั้นเรียน การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน เป็นต้น)

หลังจากผลการประเมินการสอนในข้อ ๒ จึงมีการปรับปรุงการสอน ดังนี้

- พัฒนาสื่อการเรียนการสอน
- ปรับปรุงตัวอย่างและกรณีศึกษาให้ทันสมัยอยู่เสมอ

๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

(อธิบายกระบวนการที่ใช้ในการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ของรายวิชา เช่น ทวนสอบจากคะแนนข้อสอบ หรืองานที่มอบหมาย กระบวนการอาจจะต่างกันไปสำหรับรายวิชาที่แตกต่างกัน หรือสำหรับมาตรฐานผลการเรียนรู้แต่ละด้าน)

มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์โดยรวม โดยข้อสอบจากคณะกรรมการประจำหลักสูตร ดังนี้

- มีการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบจากข้อสอบซึ่งวัดประสิทธิภาพกระบวนการเรียนการสอน

- การสุ่มสัมภาษณ์นักศึกษาเพื่อหาข้อบกพร่องและข้อเสนอแนะในการเรียนการสอนเพื่อปรับปรุงการเรียนการสอน

๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

(อธิบายกระบวนการในการนำข้อมูลที่ได้จากการประเมินจากข้อ ๑ และ ๒ มาวางแผนเพื่อปรับปรุงคุณภาพ)

- พัฒนาเนื้อหา สื่อการสอน รูปแบบการมอบหมายงานให้ทันสมัยและตรงต่อความต้องการในการสร้างประสิทธิภาพของการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

ตามที่ปรากฏในรายละเอียดของหลักสูตร (Program Specification) มคอ. ๒

ความรับผิดชอบหลัก

ความรับผิดชอบรอง

คุณลักษณะบัณฑิต รายวิชา	1. คุณธรรมจริยธรรม					2. ความรู้					3. ทักษะทางปัญญา					4. ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบ						5. วิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร เทคโนโลยี สารสนเทศ		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	1	2	3
CFD4301 การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในยุคดิจิทัล	●	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	●	○	○	○	○	●	○	○

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ