



รายละเอียดของรายวิชา (Course Specification)

รหัสวิชา **AIM4802** รายวิชา โครงการปฏิบัติการสร้างสรรค์งานโฆษณาและสื่อสารการตลาด
สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ภาคการศึกษา ๒ ปีการศึกษา ๒๕๖๕

หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา

AIM4802

ชื่อรายวิชาภาษาไทย

โครงการปฏิบัติการสร้างสรรค์งานโฆษณาและสื่อสารการตลาด

ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ

Advertising and Marketing Communication Practicum

Project

๒. จำนวนหน่วยกิต

๖ (๒-๘-๘)

๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร

นิเทศศาสตรบัณฑิต (การโฆษณาและสื่อสารการตลาด)

๓.๒ ประเภทของรายวิชา

วิชาเอกบังคับเรียน

๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชัย โนรส ถิ่นวิไลสกุล (ผู้ประสานรายวิชา)

๔.๒ อาจารย์ผู้สอน

กลุ่มเรียน ๐๐๑ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธนิต พฤกษธา และอ.อิสรี ไพเราะ

กลุ่มเรียน ๐๐๒ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชัย โนรส ถิ่นวิไลสกุล และดร.ศุภฤดี นิลคำ

๕. สถานที่ติดต่อ

ห้องพักอาจารย์ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

E – Mail tanit.pu@ssru.ac.th, isari.pa@ssru.ac.th

chinoros.th@ssru.ac.th, dusadee.ni@ssru.ac.th

๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่

๒/๒๕๖๕ ชั้นปีที่ ๓

๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้ ประมาณ ๑๐๐ คน

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

๘. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

๕. สถานที่เรียน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

๑๐. วันที่จัดทำหรือปรับปรุง วันที่ ๑๘ เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๕
รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

จัดขึ้นเพื่อให้นักศึกษาได้บูรณาการวางแผนงานการสื่อสารการตลาดที่สนใจ ด้วยกรณีศึกษาจริงจากองค์กรธุรกิจประเภทต่างๆ โดยการประมวลความรู้จากวิชาต่าง ๆ ที่ได้ศึกษามาประยุกต์ใช้และวางแผนภายใต้การควบคุมของอาจารย์ที่ปรึกษา และนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญ ตลอดจนนักวิชาชีพผู้บริหารขององค์กรธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถปฏิบัติการสร้างสรรค์ในลักษณะโครงการพิเศษ จากความรู้ที่ศึกษานำมาฝึกปฏิบัติและประยุกต์ใช้ในวิชาชีพด้านการโฆษณาและสื่อสารการตลาดต่อไปได้

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ ในการเตรียมความพร้อมด้านปัญญาในการนำความรู้ ความเข้าใจ ที่ศึกษาไปใช้ฝึกปฏิบัติ และเป็นพื้นฐานในการทำงานในด้านการจัดทำโครงการพิเศษ การบูรณาการเครื่องมือสื่อสารการตลาดเชิงปฏิบัติการ ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ในแวดวงโฆษณาและสื่อสารการตลาดที่มีความเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้นักศึกษาสามารถประยุกต์ใช้ในวิชาชีพในระดับสูงต่อไปได้

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

การวางแผนงาน โฆษณาและสื่อสารการตลาดในลักษณะโครงการพิเศษ การบูรณาการเครื่องมือสื่อสารการตลาดเชิงปฏิบัติการ ทั้งการสื่อสารการตลาดผ่านบุคคล การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อมวลชน และการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล การบริหารและการวางแผนงานด้านการสื่อสารการตลาด รวมถึงการวิจัยและประเมินผลการสื่อสารการตลาด โดยอยู่ในความดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ และจัดให้มีการนำเสนอและวิพากษ์ผลงานจากนักวิชาชีพและสาธารณชน

๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน(ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
๖๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา (ไม่รวมสัปดาห์สอบกลาง ภาคและสอบปลายภาค)	-	๑๒๘ ชั่วโมง ต่อภาคการศึกษา	๑๒๘ ชั่วโมง ต่อภาคการศึกษา

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

(ผู้รับผิดชอบรายวิชาโปรดระบุข้อมูล ตัวอย่างเช่น ๑ ชั่วโมง / สัปดาห์)

๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ห้องชั้น ๒ อาคาร ๕๖ คณะวิทยาการจัดการ

๓.๒ ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข ๐๕-๖๕๕๑-๕๐๕๒ (ผศ.ธนิต), ๐๘-๖๓๕๘-๓๕๐๘ (อ.อิสรี),

๐๘-๐๒๕๓-๓๐๐๕ (ผศ.ชินอรส), ๐๘-๑๕๑๒-๕๓๑๒ (ดร.คุณฤณี)

๓.๓ ปรึกษาผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) tanit.pu@ssru.ac.th (ผศ.ธนิต), isari.pa@ssru.ac.th(อ.อิสรี), chinoros.th@ssru.ac.th (ผศ.ชินอรส), dusadee.ni@ssru.ac.th (ดร.คุณฤณี)

๓.๔ ปรึกษาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook) Tanit Puxtaran (ผศ.ธนิต), Isari AIT(อ.อิสรี), Chinoros Thinwilaisakul (ผศ.ชินอรส), **adandimc.ssru** (ดร.คุณฤณี)

๓.๕ ปรึกษาผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Internet/Webboard) https://elcca.ssru.ac.th/tanit_pu/ (ผศ.ธนิต), https://elcca.ssru.ac.th/isari_pa/(อ.อิสรี), https://elcca.ssru.ac.th/chinoros_th/(ผศ.ชินอรส), https://elcca.ssru.ac.th/dusadee_ni/ (ดร.คุณฤณี)

หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

๑.คุณธรรม จริยธรรม

๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

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

๑.๒ วิธีการสอน

(๑) สอดแทรกประสบการณ์ รวมทั้งเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องและเกิดขึ้นจริงในสังคมมาอธิบายประกอบการเรียนการสอน

(๒) ใช้การวิเคราะห์กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับคุณธรรมและจริยธรรมที่ต้องการเสริมสร้างให้แก่นักศึกษา

(๓) ใช้วิธีการสอนแบบบทบาทสมมติเพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดประสบการณ์เสมือนจริง

(๔) มอบหมายให้นักศึกษาศึกษาเพิ่มเติมนอกห้องเรียนในประเด็นที่สนใจและเกี่ยวข้องกับคุณธรรมและจริยธรรมที่ต้องการเสริมสร้างเพื่อนำผลการศึกษามาอภิปรายแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกัน

(๕) การใช้อาจารย์ผู้สอนเป็นตัวอย่างที่ดีในการเสริมสร้างคุณธรรมและจริยธรรม

๑.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินจากการตรงต่อเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย และการร่วมกิจกรรม

(๒) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน การซักถาม และการตอบคำถาม

(๓) ประเมินจากผลการวิเคราะห์กรณีศึกษา

(๔) ประเมินจากข้อสรุปและผลของการแสดงบทบาทสมมติ

(๕) ประเมินจากผลการศึกษานอกห้องเรียนและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์

(๖) พิจารณาจากการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับคุณธรรมและจริยธรรมที่ต้องการเสริมสร้าง

๒. ความรู้

๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา

- (๑) เข้าใจ และวิเคราะห์ หลักการและทฤษฎีพื้นฐานด้านการโฆษณาและสื่อสารการตลาด
- (๒) สามารถวิเคราะห์ปัญหา เข้าใจ และอธิบาย รวมถึงนำความรู้ทางการโฆษณาและสื่อสารการตลาดไปประยุกต์ใช้ได้
- (๓) เข้าใจและสามารถบูรณาการหลักการของศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับนิเทศศาสตร์ เช่น หลักกฎหมาย หลักการจัดการ เป็นต้น
- (๔) มีความรู้และความสามารถในการแสวงหาความรู้และประสบการณ์เพิ่มเติมตลอดชีวิต

๒.๒ วิธีการสอน

- (๑) การเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนมีความสามารถในการเรียนรู้ในชั้นเรียนและแสวงหาความรู้เพิ่มเติมภายนอกชั้นเรียนได้
- (๒) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นความสนใจของผู้เรียนควบคู่ไปด้วย โดยให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้า เพิ่มเติมในประเด็นที่สนใจ ด้วยการทำรายงาน การกำหนดประเด็นการอภิปรายกลุ่ม และกรณีศึกษา
- (๓) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนและระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน
- (๔) การมุ่งเน้นการฝึกปฏิบัติเพื่อสร้างเสริมทักษะในวิชาชีพ
- (๕) การศึกษาคุณงานองค์การ หน่วยงานที่มีความโดดเด่นในสาขาวิชาชีพการโฆษณา
- (๖) เชิญผู้เชี่ยวชาญในวิชาชีพการโฆษณาที่เกี่ยวข้องมาเป็นวิทยากรบรรยายพิเศษ หรืออบรมเชิงปฏิบัติการให้แก่นักศึกษา

๒.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากพฤติกรรม ความสนใจ และการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอนการซักถาม และ การตอบคำถาม
- (๒) ประเมินจากผลการศึกษาค้นคว้า การทำรายงานกลุ่ม การอภิปรายกลุ่ม การวิเคราะห์ กรณีศึกษา และการจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตร
- (๓) ประเมินจากผลการฝึกปฏิบัติ การศึกษาคุณงาน การฟังบรรยาย และอบรมเชิงปฏิบัติการ
- (๔) ประเมินจากผลการศึกษาส่วนบุคคลและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์
- (๕) ประเมินจากการตอบคำถามทบทวนประจำบท การทดสอบย่อยการสอบกลางภาค และปลายภาค รวมทั้งผลการประเมินผู้สอนปลายภาคเรียน
- (๖) ประเมินจากรายวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพนิเทศศาสตร์

๓. ทักษะทางปัญญา

๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์อย่างเป็นระบบ
- (๒) สามารถสืบค้น ศึกษา และประเมินสารสนเทศทางการโฆษณาและสื่อสารการตลาด เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาอย่างเหมาะสม

● (๓) สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ไขปัญหา โดยใช้หลักการทางนิเทศศาสตร์หลักการทางการโฆษณาและสื่อสารการตลาด ที่ได้เรียนมาได้อย่างเหมาะสม

○ (๔) มีความใฝ่หาความรู้อยู่เสมอ มีความคิดสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ โดยอยู่ภายใต้คุณธรรมและจริยธรรม

๓.๒ วิธีการสอน

(๑) การเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนมีความสามารถในการเรียนรู้ในชั้นเรียนและแสวงหาความรู้เพิ่มเติมภายนอกชั้นเรียนได้

(๒) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นความสนใจของผู้เรียนควบคู่ไปด้วย โดยให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้า เพิ่มเติมในประเด็นที่สนใจด้วยการทำรายงาน การกำหนดประเด็นการอภิปรายกลุ่ม และกรณีศึกษา

(๓) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนและระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน

(๔) การทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้เรียนสามารถคิดเชิงวิเคราะห์เชิง สังเคราะห์ และแก้ปัญหาเพื่อเสริมสร้างความสามารถเชิงปัญญา

(๕) การเน้นการฝึกปฏิบัติและการร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อบูรณาการความรู้สู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมชัดเจน

๓.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินจากพฤติกรรม ความสนใจ และการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน การซักถาม การถามคำถาม และการตอบคำถาม

(๒) ประเมินจากผลการศึกษาค้นคว้า การทำรายงานกลุ่ม การอภิปรายกลุ่ม การวิเคราะห์กรณีศึกษาและรายงานผล

(๓) ประเมินจากผลการศึกษาค้นคว้าส่วนบุคคลและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์

(๔) การประเมินผลการฝึกปฏิบัติและการร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อบูรณาการความรู้

(๕) ประเมินจากการตอบคำถามทบทวนประจำบท การทดสอบย่อยการสอบกลางภาค และปลายภาค รวมทั้งผลการประเมินผู้สอนปลายภาคเรียน

(๖) ประเมินจากการพูดคุยหรือการสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

○ (๑) สามารถทำงานกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี

● (๒) มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย และตรงต่อเวลา

○ (๓) สามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมองค์กรที่ไปปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี

○ (๔) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานในองค์กรและกับบุคคลทั่วไป

● (๕) สามารถแสดงบทบาทของผู้นำและผู้ร่วมทีมได้เป็นอย่างดี

และประสิทธิผลยิ่งขึ้น

๔.๒ วิธีการสอน

(๑) สอดแทรกประสบการณ์รวมทั้งเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องและเกิดขึ้นจริงในสังคมเพื่ออธิบายประกอบการเรียนการสอน

(๒) ศึกษาโดยการวิเคราะห์กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

(๓) ฝึกการทำงานเป็นกลุ่ม อาทิ การทำรายงาน การอภิปราย การจัด โครงการพิเศษ หรือธุรกิจจำลอง

(๔) ใช้วิธีการสอนแบบบทบาทสมมติเพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดประสบการณ์

เสมือนจริง

- (๕) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนและระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน
- (๖) การทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้เรียนมีทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ
- (๗) การเน้นการฝึกปฏิบัติและการร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อบูรณาการความรู้สู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมชัดเจน
- (๘) ผู้สอนเป็นแบบปฏิบัติที่ดี

๔.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน การซักถาม และการตอบคำถาม
- (๒) ประเมินจากผลการวิเคราะห์กรณีศึกษา
- (๓) ประเมินจากการฝึกการทำงานเป็นกลุ่ม
- (๔) ประเมินจากข้อสรุปและผลของการแสดงบทบาทสมมติ
- (๕) ประเมินจากผลการศึกษานอกห้องเรียนและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์
- (๖) พิจารณาจากการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ
- (๗) ประเมินจากผลการศึกษาส่วนบุคคลและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์

๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีทักษะการใช้ภาษาไทยในการอธิบายหลักการและสถานการณ์ ตลอดจนการสื่อสารความหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- (๒) สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเก็บรวบรวมข้อมูลและเลือกใช้รูปแบบของสื่อในการนำเสนอรายงานได้อย่างเหมาะสม
- (๓) มีความรู้พื้นฐานทางคณิตศาสตร์และสถิติ ในอันที่จะวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด และใช้ในการวิจัยได้อย่างเหมาะสม
- (๔) ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้

๕.๒ วิธีการสอน

- (๑) สอดแทรกประสบการณ์รวมทั้งเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องและเกิดขึ้นจริงในสังคม
- (๒) ศึกษาโดยการวิเคราะห์กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับทักษะที่ต้องการเสริมสร้าง
- (๓) ใช้วิธีการสอนแบบบทบาทสมมติเพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดประสบการณ์เสมือนจริง
- (๔) มอบหมายให้นักศึกษาจัดทำสื่อสังคมออนไลน์
- (๕) มอบหมายให้นักศึกษาศึกษาเพิ่มเติมนอกห้องเรียนในประเด็นที่สนใจ และเกี่ยวข้องกับทักษะที่ต้องการเสริมสร้างเพื่อนำผลการศึกษามาอภิปรายและแลกเปลี่ยนประสบการณ์
- (๖) ทบทวนบทเรียน โดยการตอบคำถามทบทวนประจำบท
- (๗) ทดสอบย่อยก่อนการเรียนการสอนในแต่ละครั้ง

๕.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน การซักถาม และการตอบคำถาม
- (๒) ประเมินจากผลการวิเคราะห์กรณีศึกษา
- (๓) ประเมินจากข้อสรุปและผลของการแสดงบทบาทสมมติ

- (๔) ประเมินจากสื่อสังคมออนไลน์ที่มอบหมายให้นักศึกษาจัดทำ
- (๕) ประเมินจากผลการศึกษานอกห้องเรียนและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์
- (๖) พิจารณาจากการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบของนักศึกษาแต่ละคน
- (๗) ประเมินจากผลการศึกษาค้นคว้าส่วนบุคคลและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์
- (๘) ประเมินจากเทคนิคการนำเสนอโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศหรือคณิตศาสตร์และสถิติ

หมายเหตุ

- สัญลักษณ์ ● หมายถึง ความรับผิดชอบหลัก
- สัญลักษณ์ ○ หมายถึง ความรับผิดชอบรอง
- เว้นว่าง หมายถึง ไม่ได้รับผิดชอบ

ซึ่งจะปรากฏอยู่ในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

๑. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑-๒	<p>ข้อตกลงในการเรียน</p> <ul style="list-style-type: none"> - คำอธิบายรายวิชา วัตถุประสงค์ของรายวิชา วิธีสอน กิจกรรมการเรียนการสอน วิธีการวัดผลและประเมินผล - ชี้แจงการเรียนออนไลน์ของแต่ละสัปดาห์ - ความรับผิดชอบของผู้สอนและนักศึกษาที่มีต่อการเรียนการสอนทั้งในและนอกชั้นเรียน - ข้อปฏิบัติเบื้องต้นสำหรับผู้สอนและผู้เรียน ทั้งในการเรียนในห้องเรียนและการเรียนออนไลน์ - แนวคิด หลักปฏิบัติเกี่ยวกับโครงการปฏิบัติการสร้างสรรค์งานโฆษณาและสื่อสารการตลาด 	๒๐	<p>รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนบรรยายโดยใช้ Power Point Presentation เกี่ยวกับคำอธิบายรายวิชา ข้อปฏิบัติเบื้องต้นสำหรับผู้สอนและผู้เรียน ทั้งในการเรียนในห้องเรียนและการเรียนออนไลน์ รวมถึงชี้แจงการเรียนออนไลน์ของแต่ละสัปดาห์ - นักศึกษาแบ่งกลุ่ม อภิปราย - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ แนวคิดทั่วไปเกี่ยวกับโครงการปฏิบัติการสร้างสรรค์งานโฆษณาและสื่อสารการตลาด - มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษากลับไปนำเสนอผ่าน Google Classroom 	<p>กลุ่มเรียน ๐๐๑ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนิด พฤกษธา และอ.อิสริไพเราะ</p> <p>กลุ่มเรียน ๐๐๒ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชินโรส ถิ่นวิไลสกุล และดร.คุษฎี นิลดำ</p>
๓-๖	<p>การบูรณาการเครื่องมือสื่อสารการตลาดเชิงปฏิบัติการ ทั้งการสื่อสารการตลาดผ่านบุคคล การสื่อสารการตลาดผ่าน</p>	๔๐	<p>รูปแบบการสอน On demand ผ่าน VDO Clip และพบอาจารย์ที่ปรึกษาออกชั้นเรียน</p>	<p>กลุ่มเรียน ๐๐๑ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนิด พฤกษธา และอ.อิสริ</p>

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
	สื่อสารมวลชน และการสื่อสารการตลาด ผ่านสื่อดิจิทัล*		- อาจารย์ที่ปรึกษามอบใบงาน เพื่อให้ นักศึกษากลับไปดำเนินการบูรณาการ เครื่องมือสื่อสารการตลาดเชิง ปฏิบัติการ ฝึกปฏิบัติงานนอกชั้นเรียน (๒๐ ชั่วโมง)	ไพเราะกลุ่มเรียน ๐๐๒ ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ชัชโนรส ฉันทวิไลสกุล และดร. คุณฉวี นิลคำ
๓	กระบวนการก่อนการผลิตโครงการ ปฏิบัติการสร้างสรรค์งานโฆษณาและ สื่อสารการตลาด	๑๐	รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet - นักศึกษานำเสนอความคืบหน้าของ หัวข้อ แผนงาน และแนวทางการผลิต โครงการปฏิบัติการสร้างสรรค์งาน โฆษณาและสื่อสารการตลาด	กลุ่มเรียน ๐๐๑ ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ชนิด พฤก ธรา และอ.อิสริ ไพเราะกลุ่มเรียน ๐๐๒ ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ชัชโนรส ฉันทวิไลสกุล และดร. คุณฉวี นิลคำ
๔	ไม่มีสอบกลางภาค			
๕	กระบวนการผลิตโครงการปฏิบัติการ สร้างสรรค์งานโฆษณาและสื่อสาร การตลาด	๑๐	รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet - นักศึกษานำเสนอความคืบหน้าของ แผนงาน และการผลิตโครงการ ปฏิบัติการสร้างสรรค์งานโฆษณาและ สื่อสารการตลาด	กลุ่มเรียน ๐๐๑ ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ชนิด พฤก ธรา และอ.อิสริ ไพเราะกลุ่มเรียน ๐๐๒ ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ชัชโนรส ฉันทวิไลสกุล และดร. คุณฉวี นิลคำ
๑๐-๑๓	การบริหารและการวางแผนงานด้านการ สื่อสารการตลาด**	๔๐	รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet และ พบอาจารย์ที่ปรึกษานอกชั้นเรียน (๔ ชั่วโมง) - อาจารย์ที่ปรึกษามอบใบงาน เพื่อให้ นักศึกษา กลับไปบริหารและการ วางแผนงานด้านการสื่อสารการตลาด ฝึกปฏิบัติงานนอกชั้นเรียน (๑๒ ชั่วโมง)	กลุ่มเรียน ๐๐๑ ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ชนิด พฤก ธรา และอ.อิสริ ไพเราะกลุ่มเรียน ๐๐๒ ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ชัชโนรส ฉันทวิไลสกุล และดร. คุณฉวี นิลคำ

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑๔	การวางแผนวิจัยและ/หรือ ประเมินผล การสื่อสารการตลาด	๑๐	รูปแบบการสอน On demand ผ่าน VDO Clip	กลุ่มเรียน ๐๐๑ ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ชนิด พฤก ฐรา และอ.อิสรี ไพเราะกลุ่มเรียน ๐๐๒ ผู้ช่วย ศาสตราจารย์จิโนรส ถิ่นวิไลสกุล และดร. คุษฎี นิลคำ
๑๕	การวางแผนวิจัยและ/หรือ ประเมินผล การสื่อสารการตลาด	๑๐	รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet และ พบอาจารย์ที่ปรึกษาออกชั้นเรียน - อาจารย์ที่ปรึกษามอบใบงาน เพื่อให้ นักศึกษาวางแผนวิจัยและ/หรือ ประเมินผลสื่อสารการตลาด	กลุ่มเรียน ๐๐๑ ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ชนิด พฤก ฐรา และอ.อิสรี ไพเราะกลุ่มเรียน ๐๐๒ ผู้ช่วย ศาสตราจารย์จิโนรส ถิ่นวิไลสกุล และดร. คุษฎี นิลคำ
๑๖	นำเสนอผลงาน โครงการปฏิบัติการ สร้างสรรค์งานโฆษณาและสื่อสาร การตลาด	๑๐	รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet นำเสนอ ผลงานโครงการปฏิบัติการสร้างสรรค์ งานโฆษณาและสื่อสารการตลาด - นักศึกษานำเสนอผลงาน โครงการ ปฏิบัติการสร้างสรรค์งานโฆษณาและ สื่อสารการตลาด	กลุ่มเรียน ๐๐๑ ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ชนิด พฤก ฐรา และอ.อิสรี ไพเราะกลุ่มเรียน ๐๐๒ ผู้ช่วย ศาสตราจารย์จิโนรส ถิ่นวิไลสกุล และดร. คุษฎี นิลคำ
๑๗	สอบปลายภาค			

๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

(ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา (Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรลำดับที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน)

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	ลำดับที่ประเมิน	สัดส่วน
---------------	-----------------------------	-----------------	---------

			ของการประเมินผล
๑.๑.๑, ๑.๑.๒, ๑.๑.๓ ๑.๑.๔, ๑.๑.๕, ๔.๑.๒, ๔.๑.๓	๑. จิตพิสัย* (การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน / มารยาท / การแต่งกาย) * ประเมินโดยอาจารย์ผู้สอน	ตลอดภาคการศึกษา	๒๐
๒.๑.๑, ๒.๑.๒, ๒.๑.๓, ๒.๑.๔, ๓.๑.๑, ๓.๑.๒, ๓.๑.๔	๒. การเก็บคะแนนย่อย** (กิจกรรม / งานในชั้นเรียนระหว่างภาคเรียน) ** ประเมินโดยอาจารย์ที่ปรึกษา	๑, ๒, ๓, ๖	๒๐
๓.๑.๑, ๓.๑.๒, ๓.๑.๓, ๓.๑.๔ ๔.๑.๑, ๔.๑.๒, ๔.๑.๓, ๕.๑.๑, ๕.๑.๒, ๕.๑.๔	๓. การฝึกปฏิบัติ** (โครงการปฏิบัติการสร้างสร้งงานโฆษณาและสื่อสาร การตลาด) ** ประเมินโดยอาจารย์ที่ปรึกษา	๕, ๑๐, ๑๑, ๑๒, ๑๓, ๑๔, ๑๕	๔๐
๒.๑.๒, ๒.๑.๔, ๓.๑.๓, ๕.๑.๑	๔. การนำเสนอผลงานปลายภาค*** *** ประเมินโดยทีมอาจารย์ที่ปรึกษา และกรรมการ รับ เชิญจากภายนอก	๑๖	๒๐
	รวมตลอดภาคการศึกษา		๑๐๐

หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

๑) กัญฉนิพัทธ์ วงศ์สุเมธรัตน์. ชีโนรส ถิ่นวิไลสกุล. ดุษฎี นิลคำ. ประกายกาวิต ศรีจินดา. สุวิมล อาภาผล. (๒๕๕๗) **หลักการสื่อสารการตลาด**. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

๒) คอตเลอร์, พี., การตลาด, เฮซ, และเซเตียวาน, ไอ. (2559). การตลาด 4.0 [Marketing 4.0] (นงลักษณ์ จารุวัฒน์, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: เนชั่นบุ๊คส์.

๓) คอตเลอร์, พี., การตลาด, เฮซ, และเซเตียวาน, ไอ. (2564). การตลาด 5.0 [Marketing 5.0] (สมสกุล เผ่าจินดา मुख, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: เนชั่นบุ๊คส์.

๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

๑) ประกายกาวิต ศรีจินดา. (๒๕๖๐) **การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ**. เอกสารคำสอน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

๒) ชื่นจิตต์ แจ็งเจนกิจ. (๒๕๔๘) กลยุทธ์สื่อสารการตลาด (**IMC and Marketing Communication**). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ Brand Age books.

๓) ดารา ทีปะปาล. (๒๕๕๔) การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์.

๔) เสรี วงษ์มณฑา. (๒๕๕๑) ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัทธรรมสาร.

๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

๑) พัชรินทร์ พัฒนานุญไพบูลย์. (๒๕๕๘) วิชิต และ วิรathy ภัคดีพิพัฒนพงศ์ : เครือข่ายแบบไทยในภาษาสากล. คิด Creative Thailand, ๑ ตุลาคม ๒๕๕๘.

๒) การตลาด. (๒๕๕๘) ไซท์สลับ “5C” กับ 5 พฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ **C-Generation. Zocial Infographic**. จาก แสบคันวันที่ ๒๕ พฤศจิกายน ๒๕๕๘.

๓) กัญชวลี สำลีรัตน์ (๒๕๕๙) กลยุทธ์โซเชียลมีเดีย. ใน re:digital การตลาดยุคใหม่จุกค้าใจลูกค้า. กรุงเทพฯ : พิมพ์ดี จำกัด. (หน้า ๑๙๒-๒๑๔)

๔) จักรพงษ์ คงมาลัย (๒๕๕๙) จะทำ **Content** ได้ดีควรมีวิธีคิดแบบคนทำสื่อ. ใน re: digital การตลาดยุคใหม่จุกค้าใจลูกค้า. กรุงเทพฯ : พิมพ์ดี จำกัด. (หน้า ๒๑๕-๒๔๑)

๕) ชีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. (๒๕๔๕) **IMC in Action**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ ท็อปปีงพอยท์ จำกัด.

๖) ชีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. (๒๕๕๑) เจาะลึกถึงแก่น **IMC** กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ ท็อปปีงพอยท์ จำกัด.

๗) ชีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. (๒๕๕๑) เครื่องมือ **IMC**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ ท็อปปีงพอยท์ จำกัด.

๘) บัญญพล พูลสวัสดิ์ (๒๕๕๙) เสรีชอนจินเทคนิค. ใน re:digital การตลาดยุคใหม่จุกค้าใจลูกค้า. กรุงเทพฯ : พิมพ์ดี จำกัด. (หน้า ๑๖๔-๑๙๑)

๙) ประกายกาวิต ศรีจินดา. (๒๕๕๘) การสื่อสารการตลาดของทีวีดิจิตอลระยะเริ่มต้นในประเทศไทย. (๒๕๕๘) รายงานการวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

๑๐) ประกายกาวิต ศรีจินดา. (๒๕๕๙) การส่งเสริมการขายของละครโทรทัศน์ไทยในปัจจุบัน รายงานการวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

๑๑) วิลาศ จำเลิศวัฒน์ (๒๕๕๙) ลูกค้าวันนี้ (**Today Customer**) ใน re:digital การตลาดยุคใหม่จุกค้าใจลูกค้า. กรุงเทพฯ : พิมพ์ดี จำกัด. (หน้า ๑๖-๔๑)

๑๒) เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด อาทิ www.marketeer.com, www.brandage.com

หมวดที่๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

๑.๑ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรร่วมพิจารณาแนวทางการวัดผล การประเมิน และข้อสอบ

๑.๒ อธิบายให้นักศึกษาเข้าใจถึงความสำคัญของการปรับปรุงรายวิชา และบทบาทของนักศึกษาในการประเมินประสิทธิผลของรายวิชาในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการบริหารหลักสูตร

๑.๓ การส่งเสริมให้เกิดการประเมินศักยภาพก่อนและหลังเรียน โดยตัวนักศึกษาเอง

๑.๔ การสร้างบรรยากาศในการแลกเปลี่ยนทัศนะเกี่ยวกับประสิทธิผลของรายวิชาระหว่างผู้เรียนและผู้สอนระหว่างภาคเรียน

๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

๒.๑ การประเมินโดยเน้นการมีส่วนร่วมของผู้เรียนเป็นหลัก เช่น การพิจารณาจากพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมของนักศึกษา

๒.๒ การประเมินโดยมุมมองของผู้สอน เช่น การประเมินศักยภาพในการสอนตามแผนการสอนที่กำหนด การพิจารณาจากบรรยากาศการเรียนการสอน

๒.๓ การประเมินจากผลการเรียนของนักศึกษา

๒.๔ พิจารณาจากการประเมินการสอนของนักศึกษา

๓. การปรับปรุงการสอน

๓.๑ ประมวลข้อมูลจากการประเมินการสอนในข้อ ๒ เพื่อสรุปจุดด้อย จุดเด่น ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอไปปรับปรุงการสอน

๓.๒ การทำวิจัยในชั้นเรียนเพื่อพัฒนารูปแบบและวิธีการสอน

๓.๓ แสวงหาและปรับปรุงเทคนิคการสอน สื่อการสอน และสร้างบรรยากาศการเรียนการสอน

๓.๔ การพิจารณาโดยคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

๔.๑ พิจารณาโดยคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

๔.๒ พิจารณาความสอดคล้องระหว่างผลการเรียนกับคุณภาพของงานกลุ่ม และงานเดี่ยวที่มอบหมายให้นักศึกษาทำตลอดภาคเรียน

๔.๓ ประเมินความเหมาะสมของแผนบริหารการสอน การจัดกิจกรรมการเรียนการสอน การมอบหมายงาน การวัดผล และการประเมินผลการเรียน กับคำอธิบายรายวิชา และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

๔.๔ ร่วมมือกับผู้สอนในรายวิชาลำดับถัดไปในการประเมินผลการเรียนรายวิชาก่อนหน้า

๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

๕.๑ พิจารณาจากการประเมินในข้อ ๑-๔ มา เพื่อสรุปประเด็นที่ต้องปรับปรุงแก้ไขหรือส่งเสริมให้มีมาตรฐานยิ่งขึ้น

๕.๒ ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านวิชาการและวิชาชีพ

๕.๓ วางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา ดำเนินการ นำไปใช้ และประเมินอย่างสม่ำเสมอ

๕.๔ การนำเสนอคณะกรรมการบริหารหลักสูตรเพื่อร่วมกันพิจารณา

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)
ตามที่ปรากฏในรายละเอียดของหลักสูตร (Programme Specification) มคอ. ๒

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม					ความรู้					ทักษะทางปัญญา					ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ					สารสนเทศเชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ				
	●ความรับผิดชอบหลัก										○ความรับผิดชอบรอง														
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	๑	๒	๓	๔	๕	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๑	๒	๓			
รหัสวิชา AIM4802 ชื่อรายวิชา โครงการปฏิบัติการ สร้างสรรค์งานโฆษณาและ สื่อสารการตลาด	●	○	○	○	○	○	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ