



## รายงานผลการดำเนินการของรายวิชา

รหัสวิชา **AIM 1202** รายวิชา หลักการสื่อสารการตลาด

สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ภาคการศึกษา ๒ ปีการศึกษา ๒๕๖๕

### หมวดที่๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา	AIM 1202
ชื่อรายวิชาภาษาไทย	หลักการสื่อสารการตลาด
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ	Marketing Communication

๒. รายวิชาที่ต้องเรียนก่อนรายวิชานี้ (ถ้ามี)

-

๓. อาจารย์ผู้รับผิดชอบ อาจารย์ผู้สอนและกลุ่มเรียน (section)

ให้รายงานเป็นรายกลุ่ม

อ.อิสริ ไพเราะ กลุ่มเรียน ๐๐๑ จำนวน ๔๗ คน (ภาคปกติ ห้องเรียนกรุงเทพ)  
กลุ่มเรียน ๒๐๑ จำนวน ๒๔ คน (ภาคปกติ ห้องเรียนนครปฐม)

๔.ภาคการศึกษา/ปีการศึกษาที่เปิดสอนรายวิชา ๒/ ๒๕๖๕

๕. สถานที่เรียน วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ 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 แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร การตลาด -ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ -ทฤษฎีการวิเคราะห์สถานการณ์ในตลาด	๖	๖	-

หัวข้อ	จำนวนชั่วโมงตามแผนการสอน	จำนวนชั่วโมงที่สอนจริง	ระบุเหตุผลที่การสอนจริงต่างจากแผนการสอนหากมีความแตกต่างเกิน ๒๕%
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ทฤษฎีการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม</li> <li>- แนวคิดและทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์</li> <li>- ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค</li> </ul>			
<b>บทที่ ๓ ส่วนประสมการตลาด และส่งเสริมการตลาด</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความหมายของส่วนประสมการตลาด</li> <li>- ความสำคัญของการส่งเสริมการตลาด</li> <li>- ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด</li> <li>- การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการส่งเสริมการตลาด</li> <li>- องค์ประกอบของการส่งเสริมการตลาด</li> <li>- การกำหนดงบประมาณการส่งเสริมการตลาด</li> <li>- ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด</li> <li>- ปัญหาพื้นฐานของการเลือกใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด</li> </ul>	๓	๓	-
<b>บทที่ ๔ การวางแผนการสื่อสารการตลาด และกลยุทธ์การใช้สื่อ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความหมายของการวางแผนการสื่อสารการตลาด และกลยุทธ์การใช้สื่อ</li> <li>- ความสำคัญของการวางแผนการสื่อสารการตลาด และกลยุทธ์การใช้สื่อ</li> </ul>	๓	๓	-

หัวข้อ	จำนวนชั่วโมงตามแผนการสอน	จำนวนชั่วโมงที่สอนจริง	ระบุเหตุผลที่การสอนจริงต่างจากแผนการสอนหากมีความแตกต่างกัน ๒๕%
<ul style="list-style-type: none"> <li>-วัตถุประสงค์ของการวางแผนการสื่อสารการตลาด และกลยุทธ์การใช้สื่อ</li> <li>-กระบวนการวางแผนการสื่อสารการตลาด และกลยุทธ์การใช้สื่อ</li> <li>-ประเภทของสื่อที่ใช้ในการสื่อสารการตลาด</li> <li>-การติดตามและการประเมินผลการวางแผนการสื่อสารการตลาด</li> </ul>			
<p><b>บทที่ ๕ กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-ความหมายของการส่งเสริมการขาย</li> <li>-ความสำคัญของการส่งเสริมการขาย</li> <li>-วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการขาย</li> <li>-กลยุทธ์ของการส่งเสริมการขาย</li> <li>-การส่งเสริมการขายจากผู้ผลิตมุ่งสู่คนกลาง</li> <li>-การส่งเสริมการขายจากร้านค้ามุ่งสู่ผู้บริโภค</li> <li>-การส่งเสริมการขายจากผู้ผลิตมุ่งสู่ผู้บริโภค</li> <li>-การส่งเสริมการขายจากมุ่งสู่พนักงานขาย</li> <li>-ประเภทของเครื่องมือการส่งเสริมการขาย</li> <li>-การประเมินผลกลยุทธ์การส่งเสริมการขาย</li> </ul>	๓	๓	-
<p><b>บทที่ ๖ กลยุทธ์การโฆษณา</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-ความหมายของการโฆษณา</li> <li>-ความสำคัญของการโฆษณา</li> <li>-วัตถุประสงค์ของการโฆษณา</li> </ul>	๓	๓	-

หัวข้อ	จำนวนชั่วโมงตามแผนการสอน	จำนวนชั่วโมงที่สอนจริง	ระบุเหตุผลที่การสอนจริงต่างจากแผนการสอนหากมีความแตกต่างกัน ๒๕%
-กลยุทธ์ของการโฆษณา -ประเภทของเครื่องมือการโฆษณา -การประเมินผลกลยุทธ์การโฆษณา			
<b>บทที่ ๗ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์</b> -ความหมายของการประชาสัมพันธ์ -ความสำคัญของกาประชาสัมพันธ์ -วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ -กลยุทธ์ของการประชาสัมพันธ์ -ประเภทของเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ -การประเมินผลกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์	๓	๓	-
<b>บทที่ ๘ กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย</b> -ความหมายของการขายโดยใช้พนักงานขาย -ความสำคัญของการขายโดยใช้พนักงานขาย -วัตถุประสงค์ของการขายโดยใช้พนักงานขาย -กลยุทธ์ของการขายโดยใช้พนักงานขาย -ประเภทของเครื่องมือการขายโดยใช้พนักงานขาย -การประเมินผลกลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย	๓	๓	-
<b>บทที่ ๕ กลยุทธ์การตลาดทางตรง</b> -ความหมายของการตลาดทางตรง -ความสำคัญของการตลาดทางตรง	๓	๓	-

หัวข้อ	จำนวนชั่วโมงตามแผนการสอน	จำนวนชั่วโมงที่สอนจริง	ระบุเหตุผลที่การสอนจริงต่างจากแผนการสอนหากมีความแตกต่างกัน ๒๕%
-วัตถุประสงค์ของการตลาดทางตรง - กลยุทธ์ของการตลาดทางตรง -ประเภทของเครื่องมือการตลาดทางตรง -การประเมินผลกลยุทธ์การตลาดทางตรง			
<b>บทที่ ๑๐ กลยุทธ์การตลาดผ่านสื่อดิจิทัล</b> -ความหมายของการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล -ความสำคัญของการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล- วัตถุประสงค์ของการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล -กลยุทธ์ของการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล -ประเภทของเครื่องมือการตลาดผ่านสื่อ ดิจิทัล -การประเมินผลกลยุทธ์การตลาดผ่านสื่อ ดิจิทัล	๖	๖	
นำเสนองานกลุ่ม และสรุปรูปเล่มการเรียนรู้ที่ผ่านมาทั้งภาคการศึกษา	๓	๓	

## ๒. หัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน

ระบุหัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน และพิจารณานัยสำคัญของหัวข้อต่อผลการเรียนรู้ของรายวิชาและหลักสูตร ในกรณีที่มีนัยสำคัญให้เสนอแนวทางชดเชย

หัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน (ถ้ามี)	นัยสำคัญของหัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน	แนวทางชดเชย
ไม่มี	-	-

## ๓. ประสิทธิภาพของวิธีสอนที่ทำให้เกิดผลการเรียนรู้ตามที่ระบุในรายละเอียดของรายวิชา

ผลการเรียนรู้	วิธีสอนที่ระบุในรายละเอียดรายวิชา	ประสิทธิผล		ปัญหาของการใช้วิธีสอน (ถ้ามี) พร้อมข้อเสนอแนะในการแก้ไข
		มี	ไม่มี	
คุณธรรม จริยธรรม	- สอดแทรกประสบการณ์ รวมทั้งเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องและเกิดขึ้นจริงในสังคมมาอธิบาย ประกอบการเรียนการสอน - ใช้อาจารย์ผู้สอนเป็นตัวอย่างที่ดีในการเสริมสร้างคุณธรรมและ จริยธรรม	✓		-
ความรู้	- เน้นให้ผู้เรียนมีความ สามารถในการเรียนรู้ในชั้นเรียนและแสวงหาความรู้เพิ่มเติมภายนอกชั้นเรียนได้ - มุ่งเน้นความสนใจของผู้เรียน ควบคุมไปด้วย โดยให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมในประเด็นที่สนใจ ด้วยการทำรายงาน การกำหนดประเด็นการอภิปรายกลุ่ม และกรณีศึกษา	✓		-
ทักษะทางปัญญา	- เน้นให้ผู้เรียนมีความ สามารถในการเรียนรู้ในชั้นเรียนและแสวงหาความรู้เพิ่มเติมภายนอกชั้นเรียนได้	✓		-
ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	- สอดแทรกประสบการณ์ รวมทั้งเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องและเกิดขึ้นจริงในสังคมเพื่ออธิบาย ประกอบการเรียนการสอน	✓		-

ผลการเรียนรู้	วิธีสอนที่ระบุในรายละเอียด รายวิชา	ประสิทธิผล		ปัญหาของการใช้วิธีสอน (ถ้ามี) พร้อม ข้อเสนอแนะในการแก้ไข
		มี	ไม่มี	
ทักษะการวิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสารและการ ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	- มอบหมายให้นักศึกษาศึกษา เพิ่มเติมนอกห้องเรียนในประเด็น ที่สนใจและเกี่ยวข้องกับทักษะที่ ต้องการเสริมสร้าง เพื่อนำผล การศึกษามาอภิปรายและ แลกเปลี่ยนประสบการณ์	✓		-

## ๔. ข้อเสนอการดำเนินการเพื่อปรับปรุงวิธีสอน

ระบุข้อเสนอเพื่อการปรับปรุงวิธีสอน ซึ่งได้จากปัญหาที่พบในข้อ ๓

..... ไม่มี.....



## หมวดที่๒สรุปผลการจัดการเรียนการสอนของรายวิชา

๑. จำนวนนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียน      กลุ่มเรียน ๐๐๑ จำนวน ๔๗ คน (ภาคปกติ ห้องเรียนกรุงเทพ)
๒. จำนวนนักศึกษาที่คงอยู่เมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษา ๔๑ คน
๓. จำนวนนักศึกษาที่ถอน (W) ๖ คน
๔. การกระจายของระดับคะแนน (เกรด)

ระดับคะแนน (เกรด)	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
<b>A</b>	-	-
<b>A<sup>-</sup></b>	๑	๒,๔๔
<b>B<sup>+</sup></b>	๘	๑๕,๕๑
<b>B</b>	๗	๑๗,๐๗
<b>B<sup>-</sup></b>	๕	๒๑,๕๕
<b>C<sup>+</sup></b>	๑๐	๒๔,๓๕
<b>C</b>	๓	๗,๑๒
<b>C<sup>-</sup></b>	๒	๔,๘๘
<b>D<sup>+</sup></b>	-	-
<b>D</b>	๑	๒,๔๔
<b>D<sup>-</sup></b>	-	-
<b>F</b>	-	-
<b>I</b>	-	-

๑. จำนวนนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียน      กลุ่มเรียน ๒๐๑ จำนวน ๒๔ คน (ภาคปกติ ห้องเรียนนครปฐม)
๒. จำนวนนักศึกษาที่คงอยู่เมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษา ๒๔ คน
๓. จำนวนนักศึกษาที่ถอน (W) คน
๔. การกระจายของระดับคะแนน (เกรด)

ระดับคะแนน (เกรด)	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
<b>A</b>	๑	๕.๐๐
<b>A<sup>-</sup></b>	๔	๒๐.๐๐
<b>B<sup>+</sup></b>	๖	๓๐.๐๐
<b>B</b>	๕	๒๕.๐๐
<b>B<sup>-</sup></b>	๒	๑๐.๐๐
<b>C<sup>+</sup></b>	๒	๑๐.๐๐
<b>C</b>	-	-
<b>C<sup>-</sup></b>	-	-
<b>D<sup>+</sup></b>	-	-
<b>D</b>	-	-
<b>D<sup>-</sup></b>	-	-
<b>F</b>	-	-
<b>I</b>	-	-

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
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

## หมวดที่๖แผนการปรับปรุง

## ๑. ความก้าวหน้าของการปรับปรุงการเรียนการสอนตามที่เสนอในรายงาน/รายวิชาครั้งที่ผ่านมา

แผนการปรับปรุงที่เสนอในภาคการศึกษา/ ปีการศึกษาที่ผ่านมา	ผลการดำเนินการ
-	อธิบายผลการดำเนินการตามแผน ถ้าไม่ได้ดำเนินการ หรือไม่เสร็จสมบูรณ์ ให้ระบุเหตุผล

## ๒. การดำเนินการอื่น ๆ ในการปรับปรุงรายวิชา

อธิบายการปรับปรุงโดยย่อ เช่น ปรับเปลี่ยนวิธีการสอนสำหรับภาคการศึกษา/ปีการศึกษานี้ การใช้อุปกรณ์การ  
สอนแบบใหม่ 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. ....