หลักสูตรระดับปริญญา ✓ ตรี ☐ โท ☐ เอก

รายละเอียดของรายวิชา(Course Specification)

รหัสวิชา AAM3303 **รายวิชา** ธุรกิจงานสื่อสารการตลาด

สาขา**วิชา**การโฆษณาและสื่อสารการตลาด **วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา**

ภาคการศึกษา ๒ ปีการศึกษา ๒๕๖๗

หมวดที่๑ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา	AAM3303
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 ผู้ช่วยศาสตราจารย์อิสรี ไพเราะ

๔.๒ อาจารย์ผู้สอน ผู้ช่วยศาสตราจารย์อิสรี ไพเราะ

๕. สถานที่ติดต่อ

๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่ ๒ / ๒๕๖๗ ชั้นปีที่ ๒

๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้ กลุ่มเรียนละประมาณ ๑๐๐ คน

๗. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน(Pre–requisite) –

หลักสูตรระดับปริญญา ✓ ตรี ☐ โท ☐ เอก

๘. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน(Co-requisites) –
๙. สถานที่เรียน วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
๑๐.วันที่จัดทำหรือปรับปรุง วันที่ ๑๕ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๗

รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

หมวดที่๒จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

– เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจถึงบทบาทและหน้าที่ของธุรกิจงานสื่อสารการตลาดประเภทต่าง ๆ

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนำ/ปรับปรุงรายวิชา

– เพื่อให้ทันสมัยกับสถานการณ์ปัจจุบัน

หมวดที่๓ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

บทบาท หน้าที่และความสำคัญขององค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจงานสื่อสารการตลาด โครงสร้างการจัดการบริษัทตัวแทนโฆษณา และองค์กรที่มีหน้าที่วางแผนสื่อสารการตลาด บทบาทของหน่วยงานในการแสวงหาและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงผู้มีส่วนร่วมทั้งหมด การสื่อสารตราผลิตภัณฑ์ด้วยเครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การวางแผนสื่อโฆษณาและสื่อสารตราผลิตภัณฑ์ การจัดการงบประมาณและบุคลากร การวิเคราะห์การวิเคราะห์และประเมินผลเพื่อปรับปรุงการดำเนินงานของหน่วยงาน รวมถึงกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง

หลักสูตรระดับปริญญา ✓ ตรี ☐ โท ☐ เอก

๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

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

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ห้องพักอาจารย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา วิทยาเขตนครปฐม

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.ssru.ac.th/isari_pa/

หมวดที่๔การพัฒนำผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

๑.คุณธรรม จริยธรรม

๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนำ

- ● (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 คอยรับฟังการแสดงความคิดเห็นของนักศึกษาอื่นอย่างตั้งใจ 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 ความรู้ที่ต้องพัฒนำ

● (๑) มีความรู้เกี่ยวกับหลักการ และแนวคิดในการนำเสนองานโฆษณา

● (๒) มีความรู้ที่เกิดจากบูรณาการความรู้ในศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมศักยภาพในการประกอบวิชาชีพด้านการโฆษณา

○ (๓) มีความรู้ภาคปฏิบัติอย่างลึกซึ้งและกว้างขวาง เป็นระบบ เป็นสากล และเท่าทันสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก

○ (๔) มีความรู้และความสามารถในการแสวงหาความรู้และประสบการณ์เพิ่มเติมจากที่สอนในห้องเรียน

○ (๕) มีความรู้และความเข้าใจในการนำเทคโนโลยีมาใช้กับการนำเสนองานโฆษณา

๒.๒ วิธีการสอน

(๑) บรรยายและยกตัวอย่าง

(๒) ฝึกปฏิบัติการนำเสนอในรูปแบบต่างๆ หน้าชั้นเรียน โดยนำความรู้จากรายวิชาอื่นๆมาบูรณาการร่วมกันเพื่อให้การนำเสนองานโฆษณามีประสิทธิภาพ 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 วิจารณ์ร่วมกัน

๓.ทักษะทางปัญญา

๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

● (๑) มีความสามารถในการค้นคว้าหาตัวอย่างการนำเสนองานโฆษณา รวมถึงความรู้ที่เกี่ยวข้อง

● (๒) มีความสามารถในการวิเคราะห์ วิจารณ์การนำเสนองานโฆษณาได้อย่างหลากหลายมุมมอง

O (๓) มีความสามารถในการวางแผน เตรียมการในการฝึกปฏิบัติการนำเสนองานโฆษณาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

O (๔) มีความสามารถในการเรียบเรียงความคิดอย่างเป็นระบบและนำ เสนอได้อย่างสร้างสรรค์

O (๕) มีความสามารถในการเชื่อมโยงและประยุกต์สาระความรู้ไปสู่การปฏิบัติงานด้านการโฆษณา และนิเทศศาสตร์ได้

๓.๒ วิธีการสอน

(๑) นักศึกษาค้นคว้าหาตัวอย่างการพูด การนำเสนองาน รวมถึงความรู้อื่นที่เกี่ยวข้องมานำเสนอ

(๒) นักศึกษาช่วยกันวิเคราะห์ วิจารณ์การนำเสนองานโฆษณาตามหลักการที่ได้เรียนรู้มา โดยมีมุมมองที่หลากหลาย

(๓) นักศึกษามีการวางแผน และเตรียมตัวก่อนการนำเสนองานโฆษณา โดยมีการรายงานความคืบหน้าของการวางแผน และการเตรียมการ

(๔) นักศึกษาฝึกปฏิบัติการนำเสนองานโฆษณาอย่างเป็นระบบ โดยมีการเรียบเรียงความคิดเป็นลำดับขั้น

(๕) นักศึกษาต้องนำความรู้ในรายวิชาอื่นๆ มาประกอบในการนำเสนองานโฆษณา

๓.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินผลจากการค้นคว้าหาตัวอย่างการพูด การนำเสนองานรูปแบบต่างๆ

(๒) ประเมินผลจากการวิเคราะห์ วิจารณ์การนำเสนอทั้งของเพื่อนร่วมชั้นเรียน และนักพูด โดยชี้ให้เห็นมุมมองที่หลากหลาย

(๓) ประเมินผลจากการวางแผน และการเตรียมการก่อนการนำเสนองานโฆษณา

(๔) ประเมินผลจากการสังเกตการฝึกปฏิบัติ

(๔) ประเมินผลจากการสอบ

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

O (๑) สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี

● (๒) มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย

O (๓) สามารถปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมขององค์กรต่างๆ เช่น ภาควิชาที่ศึกษาอยู่ได้

- ○ (๔) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนและบุคคลอื่นๆที่ติดต่อ
- ○ (๕) มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาและพัฒนำการนำเสนองานโฆษณาให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
- ○ (๖) มีความสามารถในการเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี

๔.๒ วิธีการสอน

(๑) มอบหมายงานกลุ่มที่ทุกคนต้องมีส่วนร่วม

(๒) กำหนดกรอบเวลาในการส่งรายงาน

(๓) ฝึกการแสดงความคิดเห็นและการยอมรับประชามติของคนส่วนใหญ่

(๔) การแลกเปลี่ยนความรู้ในห้องเรียนระหว่างผู้เรียนด้วยกันเองและระหว่างผู้เรียนกับผู้สอน

(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 และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนำ

○ (๑) มีทักษะการใช้ข้อมูลเชิงตัวเลขจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ ในการวิเคราะห์สถานการณ์ การตัดสินใจ การวางแผน การบริหารแผนและปฏิบัติงาน และการประเมินผลการปฏิบัติงาน

- ○ (๒) มีทักษะการสื่อสารที่ดีเหมาะสมกับวิชาชีพ
- ○ (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) ประเมินจากการใช้เทคโนโลยีมาประกอบการนำเสนองานโฆษณา

๖. ทักษะพิสัย

๖.๑ ทักษะพิสัยที่ต้องพัฒนา

O (๑) มีความรู้ที่บูรณาการจากการเรียนการสอนและสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับสถานการณ์ต่างๆที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมศักยภาพในการประกอบวิชาชีพ

๖.๒ วิธีการสอน

(๑) ฝึกปฏิบัติการด้วยการกำหนดกิจกรรมและสถานการณ์ให้ฝึกปฏิบัติ

๖.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินจากผลการศึกษาและการฝึกปฏิบัติการ

<u>หมายเหตุ</u>

สัญลักษณ์ ●	หมายถึง	ความรับผิดชอบหลัก
สัญลักษณ์ O	หมายถึง	ความรับผิดชอบรอง
เว้นว่าง	หมายถึง	ไม่ได้รับผิดชอบ

ซึ่งจะปรากฏอยู่ในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หลักสูตรระดับปริญญา ✓ ตรี ☐ โท ☐ เอก

หมวดที่๕แผนการสอนและการประเมินผล

๑.แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชั่วโมง)	กิจกรรมการเรียนการสอนและสื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑	๑. คำอธิบายรายวิชา วัตถุประสงค์ของรายวิชา วิธีสอน กิจกรรมการเรียนการสอน วิธีการวัดผลและประเมินผล ๒. ความรับผิดชอบของผู้สอนและนักศึกษาที่มีต่อการเรียนการสอนทั้งในและนอกชั้นเรียน ๓. ข้อปฏิบัติเบื้องต้นสำหรับผู้สอนและผู้เรียน	๔	**รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet** บรรยาย โดยใช้ Power Point Presentation และยกตัวอย่างประกอบ	อ. อิสรี ไพเราะ
๒	ความรู้พื้นฐานทางการสื่อสารการตลาด	๔	**รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet** บรรยาย โดยใช้ Power Point Presentation , ถาม – ตอบ, แสดงความคิดเห็น	อ. อิสรี ไพเราะ
๓-๔	โครงสร้างการจัดตั้งและการบริหารบริษัทธุรกิจการสื่อสารการตลาดรูปแบบต่าง ๆ Business Plan)	๔ (สัปดาห์ที่ ๓)	**รูปแบบการสอน On demand ผ่าน VDO**	อ. อิสรี ไพเราะ

			Clip ใช้ Power Point Presentation ,ถาม – ตอบ, แสดงความคิดเห็น	
		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. อิสรี 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 Online/On site ผ่าน Google Meet** – การศึกษาจากเอกสารคาสอนและการนำเสนอด้วยPowerPoint – การนำเสนองานของนักศึกษา	อ. อิสรี ไพเราะ
๑๐–๑๔	การเขียนแผนการเงินประกอบธุรกิจการสื่อสารการตลาด	๔ ๔ ๔ ๔ ๔	**รูปแบบการสอน On demand ผ่าน VDO Clip** – การศึกษาจากเอกสารคำสอนและการนำเสนอด้วยPowerPoint – การนำเสนองานของนักศึกษา	อ. อิสรี ไพเราะ

๑๕–๑๖	การนำสนอการจัดตั้งธุรกิจจำลองธุรกิจการสื่อสารการตลาดรูปแบบต่าง ๆ (Business Plan) – บริษัทตัวแทนการโฆษณา – บริษัทตัวแทนการสื่อสารการตลาด – บริษัทตัวแทนการโฆษณาดิจิทัล	๔	**รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet** – ผู้สอนและผู้เรียนร่วมกันวิพากษ์ เรียนรู้และปรับปรุงจากงานที่นำเสนอ	อ. อิสรี ไพเราะ
		๔	**รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet** – ผู้สอนและผู้เรียนร่วมกันวิพากษ์ เรียนรู้และปรับปรุงจากงานที่นำเสนอ	อ. อิสรี 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,	การนำเสนอเนื้อหาที่มอบหมายจากงานค้นคว้าเบื้องต้น สัปดาห์ ๓ – ๙	สัปดาห์ ๑ – ๗	๑๐

๕.๓			
	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 การสอบประมวลความรู้	สัปดาห์ ๑๕ สัปดาห์ ๑๕	๑๐ ๓๐
	รวม		๑๐๐

หมวดที่๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตาราและเอกสารหลัก

๑) ดุษฎี นิลดา. (2543). โครงสร้างองค์กรและการดาเนินงานของบริษัทตัวแทนการโฆษณาดิจิทัลในประเทศไทย. ***วารสารวิทยาการจัดการ***, ๕(๑).

๒) ภูวนาท คุนผลิน. (๒๕๔๓). *รูปแบบโครงสร้างของบริษัทตัวแทนที่ดาเนินธุรกิจโดยใช้แนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานในประเทศไทย.* (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต) กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

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

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

๒.เอกสาร ข้อมูลสาคัญ และข้อมูลแนะนำ

๑) Cappo, 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.

หมวดที่๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา รวมไปถึงข้อเสนอแนะต่าง ๆ จากนักศึกษา

๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

๒.๑ การประเมินโดยเน้นการมีส่วนร่วมของผู้เรียน พิจารณาจากการสังเกตพฤติกรรมการมีส่วนร่วม

๒.๒ การสอบทวนผลประเมินการเรียนรู้ ของผู้เรียน หลังจากสอบปลายภาค

๒.๓ ประเมินจากผลการประเมินการสอนของผู้เรียนผ่านเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย

๓. การปรับปรุงการสอน

๓.๑ ประมวลสรุปการประเมินการสอน เพื่อหาจุดเด่น จุดด้อย ปัญหาและอุปสรรค แล้วนำไปใช้พิจารณาปรับปรุงการสอนในเทอมต่อไป

๓.๒ แสวงหาเทคนิคการสอน และการกระตุ้นการเรียนรู้ของผู้เรียน

๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในวิชา ได้จากการสอบถามนักศึกษาหรือการสุ่มตรวจผลงานนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผลการทำแบบฝึกหัด และหลังการออกผลการเรียนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์โดยรวมในวิชาได้ ดังนี้

๔.๑ มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ รายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม

๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

จากผลการดำเนินงาน และทวนสอบสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชา ได้มีการวางแผนการปรับปรุงการสอนและรายละเอียดวิชาเพื่อให้เกิดคุณภาพมากขึ้น ดังนี้

๕.๑ การปรับปรุงรายวิชาทุก ๕ ปี หรือตามข้อเสนอแนะผลการสอบทวนมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ ๔

๕.๒ การปรับกรณีศึกษาและตัวอย่างในการเรียนการสอนเป็นประจำทุก ๑ ปี ให้ทันสมัยต่อสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อให้นักศึกษามีมุมมองในเรื่องการประยุกต์ความรู้ที่ได้กับวิชาชีพโฆษณาอย่างแท้จริง

****

หลักสูตรระดับปริญญา ✓ ตรี ☐ โท ☐ เอก

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

รายวิชา	1. ด้านคุณธรรมจริยธรรม					2. ด้านความรู้					3. ด้านทักษะทางปัญญา					4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ						5. ด้านวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสารเทคโนโลยีสารสนเทศ		
	●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
รหัสวิชา AAM3303 **ชื่อรายวิชา** ธุรกิจงานสื่อสารการตลาด Marketing Communication Business	●	○	○	○	○	●	●	○	○	●	●	●	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ