



รายละเอียดของรายวิชา(Course Specification)

รหัสวิชา AIM3304 รายวิชา ธุรกิจงานสื่อสารการตลาด

สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ภาคการศึกษา ๒ ปีการศึกษา ๒๕๖๕

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 / ๒๕๖๔๕ ชั้นปีที่ ๒

๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้กลุ่มเรียนละประมาณ ๑๐๐ คน

๗. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน(Pre-requisite) -

๘. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน(Co-requisites) -

๕. สถานที่เรียน

อาคาร ๕๖ คณะวิทยาการจัดการ

๑๐.วันที่จัดทำหรือปรับปรุง

วันที่ ๑๘ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๕

รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

หมวดที่๒จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

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

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

- เพื่อให้ทันสมัยกับสถานการณ์ปัจจุบัน

หมวดที่๓ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

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

๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> (<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>)	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> (<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>)	การฝึกปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน(ชั่วโมง)	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> (<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>)
๓๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	-	๓๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	๑๕ ชั่วโมงต่อสัปดาห์

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

- ๓.๑ ปรึกษาคด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ห้องพักอาจารย์ ชั้น ๕ อาคาร ๕๖
 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.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

หลักสูตรระดับปริญญา ตรี โท เอก

- (๒) ไม่ลอกรายงานหรือผลงานของผู้อื่น โดยนำมาเป็นของตน, ไม่ลอกข้อสอบ, มีการอ้างอิงแหล่งข้อมูล
- (๓) สอดแทรกเรื่องคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพไปกับเนื้อหาการเรียน
- (๔) การตั้งกฎระเบียบของห้องเรียนให้ทุกคนปฏิบัติตาม
- (๕) ให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็น คอยรับฟังการแสดงความคิดเห็นของนักศึกษาอื่นอย่างตั้งใจ ให้เกียรติ

ไม่ล้อเลียน หรือ ด่าถ่มผู้อื่น

๑.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากการเข้าเรียนตรงเวลาซึ่งจะไม่ถูกหักคะแนนจิตพิสัย และผู้ที่ส่งรายงานล่าช้าจะถูกหักคะแนนเรื่อยๆ นับจากวันที่เลยกำหนดเวลา
- (๒) ประเมินจากรายงานและการอ้างอิง, สังเกตการสอบให้เป็นไปด้วยความสุจริต
- (๓) ประเมินจากรายงานที่มอบหมายว่ามีการหมั่นหม่ำหรือส่งผลด้านลบในเรื่องคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณหรือไม่
- (๔) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมปฏิบัติตามกฎระเบียบของห้องเรียน
- (๕) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมแสดงความคิดเห็นของผู้พูดและการรับฟังความคิดเห็นของผู้ฟัง

๒. ความรู้

๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีความรู้เกี่ยวกับหลักการ และแนวคิดในการนำเสนองานโฆษณา
- (๒) มีความรู้ที่เกิดจากบูรณาการความรู้ในศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริม

ศักยภาพในการประกอบวิชาชีพด้านการโฆษณา

- (๓) มีความรู้ภาคปฏิบัติอย่างลึกซึ้งและกว้างขวาง เป็นระบบ เป็นสากล และเท่าทันสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก
- (๔) มีความรู้และความสามารถในการแสวงหาความรู้และประสบการณ์เพิ่มเติมจากที่สอนในห้องเรียน
- (๕) มีความรู้และความเข้าใจในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการนำเสนองานโฆษณา

๒.๒ วิธีการสอน

- (๑) บรรยายและยกตัวอย่าง
- (๒) ฝึกปฏิบัติการนำเสนอในรูปแบบต่างๆ หน้าชั้นเรียน โดยนำความรู้จากรายวิชาอื่นๆมาบูรณาการร่วมกัน เพื่อให้การนำเสนองานโฆษณามีประสิทธิภาพ เช่น ความรู้จากรายวิชา หลักการโฆษณา, การเขียนบทโฆษณา เป็นต้น
- (๓) ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติการพูดนำเสนองานโฆษณาโดยอาศัยหลักการ และแนวคิดมาประยุกต์
- (๔) การค้นคว้าหาตัวอย่างการนำเสนอรูปแบบต่างๆของนักพูด เพื่อนำมาวิเคราะห์วิจารณ์ และปรับปรุงการนำเสนอของตนเองให้ดียิ่งขึ้น
- (๕) ใช้เทคโนโลยีร่วมกับการนำเสนองานโฆษณา

๒.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินผลจากการสังเกตและการนำเสนองานโฆษณาหน้าชั้น
- (๒) ประเมินผลจากการฝึกปฏิบัติการนำเสนอในรูปแบบต่างๆ

หน้า | ๔

- (๓) ประเมินผลจากการสอบ
- (๔) ประเมินผลจากการค้นคว้าข้อมูลมาแลกเปลี่ยนและวิเคราะห์ วิเคราะห์ร่วมกัน

๓. ทักษะทางปัญญา

๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีความสามารถในการค้นคว้าหาตัวอย่างการนำเสนองาน โฆษณา รวมถึงความรู้ที่เกี่ยวข้อง
- (๒) มีความสามารถในการวิเคราะห์ วิเคราะห์การนำเสนองาน โฆษณาได้อย่างหลากหลายมุมมอง
- (๓) มีความสามารถในการวางแผน เตรียมการในการฝึกปฏิบัติการนำเสนองาน โฆษณาได้อย่างมี

ประสิทธิภาพ

- (๔) มีความสามารถในการเรียบเรียงความคิดอย่างเป็นระบบและนำเสนอได้อย่างสร้างสรรค์
- (๕) มีความสามารถในการเชื่อมโยงและประยุกต์สาระความรู้ไปสู่การปฏิบัติงานด้านการโฆษณา และนิเทศศาสตร์ได้

๓.๒ วิธีการสอน

- (๑) นักศึกษาค้นคว้าหาตัวอย่างการพูด การนำเสนองาน รวมถึงความรู้อื่นที่เกี่ยวข้องมานำเสนอ
- (๒) นักศึกษาช่วยกันวิเคราะห์ วิเคราะห์การนำเสนองาน โฆษณาตามหลักการที่ได้เรียนรู้มา โดยมีมุมมองที่

หลากหลาย

- (๓) นักศึกษามีการวางแผน และเตรียมตัวก่อนการนำเสนองาน โฆษณา โดยมีการรายงานความคืบหน้าของการวางแผน และการเตรียมการ
- (๔) นักศึกษาฝึกปฏิบัติการนำเสนองาน โฆษณาอย่างเป็นระบบ โดยมีการเรียบเรียงความคิดเป็นลำดับขั้น
- (๕) นักศึกษาต้องนำความรู้ในรายวิชาอื่นๆ มาประกอบในการนำเสนองาน โฆษณา

๓.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินผลจากการค้นคว้าหาตัวอย่างการพูด การนำเสนองานรูปแบบต่างๆ
- (๒) ประเมินผลจากการวิเคราะห์ วิเคราะห์การนำเสนอทั้งของเพื่อนร่วมชั้นเรียน และนักพูด โดยชี้ให้เห็นมุมมองที่หลากหลาย
- (๓) ประเมินผลจากการวางแผน และการเตรียมการก่อนการนำเสนองาน โฆษณา
- (๔) ประเมินผลจากการสังเกตการฝึกปฏิบัติ
- (๕) ประเมินผลจากการสอบ

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- (๑) สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี
- (๒) มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย
- (๓) สามารถปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมขององค์กรต่างๆ เช่น ภาควิชาที่ศึกษาอยู่ได้

หลักสูตรระดับปริญญา ตรี โท เอก

- (๔) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนและบุคคลอื่น ๆ ที่ติดต่อ
- (๕) มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาการนำเสนองานโฆษณาให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
- (๖) มีความสามารถในการเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี

๔.๒ วิธีการสอน

- (๑) มอบหมายงานกลุ่มที่ทุกคนต้องมีส่วนร่วม
- (๒) กำหนดกรอบเวลาในการส่งรายงาน
- (๓) ฝึกการแสดงความคิดเห็นและการยอมรับประชมติของคนส่วนใหญ่
- (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 และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- (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

หน้า | ๖

หลักสูตรระดับปริญญา ✓ ตี โท เอก

- (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

□.□□□□□□□□□□				
□□□□□□□□ □□□	□□□□□□/ □□□□□□□□□□□□	□□□□□ (□□□□□□□□)	กิจกรรมการเรียน การสอนและสื่อที่ ใช้	□□□□□□□
□	๑. คำอธิบายรายวิชา วัตถุประสงค์ของ รายวิชา วิธีสอน กิจกรรมการเรียนการสอน วิธีการวัดผลและประเมินผล ๒. ความรับผิดชอบของผู้สอนและนักศึกษาที่ มีต่อการเรียนการสอนทั้งในและนอกชั้นเรียน ๓. ข้อปฏิบัติเบื้องต้นสำหรับผู้สอนและผู้เรียน	□	รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet บรรยาย โดยใช้ Power Point Presentation และ ยกตัวอย่าง ประกอบ	อ. อิศรี ไพเราะ
๒	ความรู้พื้นฐานทางการสื่อสารการตลาด	๔	รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet บรรยาย โดยใช้ Power Point Presentation ,ถาม – ตอบ,	อ. อิศรี ไพเราะ

หลักสูตรระดับปริญญา ✓ ดีรี โท เอก

			แสดงความคิดเห็น	
๓-๔	โครงสร้างการจัดตั้งและการบริหารบริษัท ธุรกิจการสื่อสารการตลาดรูปแบบต่าง 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 – ๓	บทบาทหน้าที่ของ - บริษัทตัวแทนการโฆษณา - บริษัทตัวแทนการสื่อสารการตลาด - บริษัทตัวแทนการโฆษณาดิจิทัล	๔(สัปดาห์ที่ ๕)	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Online/On site <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Google Meet ใช้ Power Point	อ. อิศรี ไพเราะ

หลักสูตรระดับปริญญา ✓ ตี โท เอก

			Presentation ,ถาม – ตอบ, แสดงความคิดเห็น	
		๔ (สัปดาห์ที่ ๖)	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Online/On site <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 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	
๗	สัปดาห์การสอบกลางภาค			
๘	การเขียนแผนการการจัดตั้งธุรกิจการค้า การตลาด	๔	รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน	อ. อิศรี ไพเราะ

หลักสูตรระดับปริญญา ✓ ตีรี □ โท □ เอก

			Google Meet - การศึกษาจากเอกสารการสอนและการนำเสนอด้วย PowerPoint - การนำเสนองานของนักศึกษา	
๑๐-๑๔	การเขียนแผนการเงินประกอบธุรกิจการค้า สื่อสารการตลาด	๔	รูปแบบการสอน On demand ผ่าน VDO Clip - การศึกษาจากเอกสารคำสอนและการนำเสนอด้วย PowerPoint - การนำเสนองานของนักศึกษา	อ. อิศรี ไพเราะ
		๔		
		๔		
		๔		
		๔		
๑๕-๑๖	การนำเสนอการจัดตั้งธุรกิจจำลองธุรกิจการค้า สื่อสารการตลาดรูปแบบต่าง ๆ (Business Plan) - บริษัทตัวแทนการโฆษณา - บริษัทตัวแทนการสื่อสารการตลาด - บริษัทตัวแทนการโฆษณาดิจิทัล	๔	รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet - ผู้สอนและผู้เรียนร่วมกันวิพากษ์เรียนรู้ และปรับปรุง	อ. อิศรี ไพเราะ

			จากงานที่นำเสนอ	
		๔	รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet - ผู้สอนและผู้เรียน ร่วมกันวิพากษ์ เรียนรู้ และปรับปรุง จากงานที่นำเสนอ	อ. อิศรี ไพเราะ
<input type="checkbox"/> ๗	สัปดาห์การสอบปลายภาค			

<input type="checkbox"/> . <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
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	การนำเสนอเนื้อหาที่มอบหมายจากงานกันกว่าเบื้องต้น สัปดาห์ ๓ – ๕	สัปดาห์ ๑ – ๓	๑๐
	การนำเสนองานบทบาทหน้าที่ของบริษัทตัวแทนการสื่อสารการตลาด จากงานที่มอบหมาย	สัปดาห์ ๔ – ๖	๒๐
	การนำเสนองานบริษัทตัวแทนการสื่อสารการตลาด	สัปดาห์ ๑๒ – ๑๔	๒๐

หลักสูตรระดับปริญญา ✓ ตีรี โท เอก

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
	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		๑๐๐

หมวดที่ ๑ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

- ๑) คุษฎี นิลดา. (2543). โครงสร้างองค์กรและการดำเนินงานของบริษัทตัวแทนการโฆษณาดิจิทัลในประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการ, ๕(๑)*.
- ๒) ภูวนาท คุณพลิน. (๒๕๔๓). รูปแบบโครงสร้างของบริษัทตัวแทนที่ดำเนินธุรกิจโดยใช้แนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต) กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ๓) สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม. (๒๕๕๑). การสื่อสารองค์การบริษัทตัวแทนโฆษณาในประเทศไทย ภายใต้การบริหารงานของกลุ่มบริษัท โฮลดิ้ง: กรณีศึกษาการสื่อสารเพื่อการบริหารงานโฆษณาระหว่างประเทศ. (วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรดุฎฐบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ๔) สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). *Advertising Value: 50 years forward*. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.

๒. เอกสาร ข้อมูลสำคัญ 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.

หมวดที่ ๒ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา รวมไปถึงข้อเสนอแนะต่าง ๆ จากนักศึกษา

หน้า | ๑๓

๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

๒.๑ การประเมินโดยเน้นการมีส่วนร่วมของผู้เรียน พิจารณาจากการสังเกตพฤติกรรมการมีส่วนร่วม

๒.๒ การสอบทวนผลประเมินการเรียนรู้ ของผู้เรียน หลังจากสอบปลายภาค

๒.๓ ประเมินจากผลการประเมินการสอนของผู้เรียนผ่านเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย

๓. การปรับปรุงการสอน

๓.๑ ประมวลสรุปการประเมินการสอน เพื่อหาจุดเด่น จุดด้อย ปัญหาและอุปสรรค แล้วนำไปใช้พิจารณาปรับปรุงการสอน ในเทอมต่อไป

๓.๒ แสวงหาเทคนิคการสอน และการกระตุ้นการเรียนรู้ของผู้เรียน

๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในวิชา ได้จากการสอบถามนักศึกษาหรือการสุ่มตรวจผลงานนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผลการทำแบบฝึกหัด และหลังการออกผลการเรียน รายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์โดยรวมในวิชาได้ ดังนี้

๔.๑ มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ รายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม

๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

จากผลการดำเนินงาน และทวนสอบสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชา ได้มีการวางแผนการปรับปรุงการสอนและรายละเอียดวิชา เพื่อให้เกิดคุณภาพมากขึ้น ดังนี้

๕.๑ การปรับปรุงรายวิชาทุก ๕ ปี หรือตามข้อเสนอแนะผลการสอบทวนมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ ๔

๕.๒ การปรับกระบวนวิชาและตัวอย่างในการเรียนการสอนเป็นประจำทุก ๑ ปี ให้ทันสมัยต่อสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อให้ นักศึกษามีมุมมองในเรื่องการประยุกต์ความรู้ที่ได้กับวิชาชีพ โฆษณาอย่างแท้จริง

หลักสูตรระดับปริญญา ✓ ตี โท เอก

หลักสูตรระดับปริญญา ตรี โท เอก

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

□□□□□□□□	□□□□□□□□ □□□□□□□□					□□□□□□□□					□□□□□□□□ □□□□□□					ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบระหว่างบุคคล					ทักษะการวิเคราะห์เชิง ตัวเลขการสื่อสาร ฯ					□□ □□ □ □□ □□ □				
	●ความรับผิดชอบหลัก															○ความรับผิดชอบรอง														
□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□				
รหัสวิชา AIM3304 ชื่อรายวิชา ธุรกิจงานสื่อสารการตลาด Marketing Communication Business	●	○	○	○	○	●	●	○	○	●	●	●	○	●	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○					

หลักสูตรระดับปริญญา ตรี โท เอก

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ