



รายละเอียดของรายวิชา(Course Specification)

รหัสวิชา AAM 3201 กลยุทธ์การวางแผนสื่อเพื่อการสื่อสารแบรนด์
สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ภาคการศึกษา ๒ ปีการศึกษา ๒๕๖๖

หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา	AAM 3201
ชื่อรายวิชาภาษาไทย	กลยุทธ์การวางแผนสื่อเพื่อการสื่อสารแบรนด์
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ	Brand Channel Planning Strategy

๒. จำนวนหน่วยกิต

3(2-2-5)

๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร	นิเทศศาสตร์บัณฑิต (การโฆษณาและสื่อสารการตลาด)
๓.๒ ประเภทของรายวิชา	วิชาบังคับเรียน

๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา	อาจารย์อัสรี ไพเราะ
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน	อาจารย์สยาม เจริญอินทร์พรหม

๕. สถานที่ติดต่อ

E – Mail siam505@hotmail.com

๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่	๒/๒๕๖๖ ชั้นปีที่ ๒
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้	ประมาณ ๑๒๐ คน/กลุ่มเรียน

๗. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน(Pre-requisite) ไม่มี

๘. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน(Co-requisites) ไม่มี

๙. สถานที่เรียน วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

๑๐. วันที่จัดทำหรือปรับปรุง วันที่ ๒๕ เดือน มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๖

รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจ แนวคิดที่เกี่ยวข้อง คุณสมบัติ บทบาท และความสำคัญของเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดในการสื่อสารแบรนด์ เพื่อให้สามารถวิเคราะห์เครื่องมือสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมจะใช้เป็นสื่อในการนำข้อความโฆษณา การสื่อสารการตลาดรูปแบบต่าง ๆ ส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายได้เพื่อให้สามารถวางแผนกลยุทธ์การใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดเป็นสื่อในการนำสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารแบรนด์ได้อย่างเหมาะสม

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้ศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ ในการเตรียมความพร้อมเพื่อ การนำความรู้ ความเข้าใจที่ศึกษาไปใช้ฝึกปฏิบัติและเป็นพื้นฐานในกำหนดกลยุทธ์การวางแผนสื่อเพื่อการสื่อสารแบรนด์ ทั้งนี้ ควรมีการเปลี่ยนแปลงตัวอย่าง โดยสม่ำเสมอเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในแวดวงโฆษณาที่มีความเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้นักศึกษาสามารถประยุกต์ใช้ในวิชาชีพด้านงานโฆษณาในระดับสูงต่อไปได้

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

แนวคิด และหลักการสื่อสารแบรนด์แบบบูรณาการคุณสมบัติ บทบาทและความสำคัญของเครื่องมือสื่อสารการตลาดประเภทต่าง ๆ กลยุทธ์การวางแผนการใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาด (การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขายการตลาดทางตรง การใช้ตัวแทนการขาย การจัดกิจกรรมพิเศษ การสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล) อย่างผสมผสานเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเพื่อสื่อสารแบรนด์ รวมไปถึงการประเมินผลกลยุทธ์การวางแผนสื่อสารแบรนด์

๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน(ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
๓๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา (ไม่รวมสัปดาห์สอบกลาง ภาคและสอบปลายภาค)	-	๓๐ ชั่วโมง ต่อภาคการศึกษา	๓๕ ชั่วโมง ต่อภาคการศึกษา

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

(ผู้รับผิดชอบรายวิชาโปรดระบุข้อมูล ตัวอย่างเช่น ๑ ชั่วโมง / สัปดาห์)

- ๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน
- ๓.๒ ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ มือถือ ๐๘๓-๐๐๑๙๘๕๗
- ๓.๓ ปรึกษาผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ E-Mail siam505@hotmail.com
- ๓.๔ ปรึกษาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook สยาม เจริญอินทร์พรหม
- ๓.๕ ปรึกษาผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ Line ID siam505

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) ใช้การวิเคราะห์กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับคุณธรรมและจริยธรรมที่ต้องการเสริมสร้างให้นักศึกษา
- (๓) ใช้วิธีการสอนแบบบทบาทสมมติเพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดประสบการณ์เสมือนจริง
- (๔) มอบหมายให้นักศึกษาศึกษาเพิ่มเติมนอกห้องเรียนในประเด็นที่สนใจและเกี่ยวข้องกับคุณธรรมและจริยธรรมที่ต้องการเสริมสร้างเพื่อนาผลการศึกษามาอภิปรายแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกัน
- (๕) การใช้อาจารย์ผู้สอนเป็นตัวอย่างที่ดีในการเสริมสร้างคุณธรรมและจริยธรรม

๑.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากการตรงต่อเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย และการร่วมกิจกรรม
- (๒) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน การซักถาม และการตอบคำถาม
- (๓) ประเมินจากผลการวิเคราะห์กรณีศึกษา
- (๔) ประเมินจากข้อสรุปและผลของการแสดงบทบาทสมมติ

- (๕) ประเมินจากผลการศึกษานอกห้องเรียนและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์
- (๖) พิจารณาจากการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับคุณธรรมและจริยธรรมที่ต้องการเสริมสร้าง

๒. ความรู้

๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา

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

๒.๒ วิธีการสอน

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

๒.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากพฤติกรรม ความสนใจ และการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอนการซักถาม และ การตอบคำถาม
- (๒) ประเมินจากผลการศึกษาค้นคว้า การทำรายงานกลุ่ม การอภิปรายกลุ่ม การวิเคราะห์ กรณีศึกษา และการจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตร
- (๓) ประเมินจากผลการฝึกปฏิบัติ การศึกษาดูงาน การฟังบรรยาย และอบรมเชิงปฏิบัติการ
- (๔) ประเมินจากผลการศึกษาส่วนบุคคลและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์

- (๕) ประเมินจากการตอบคำถามทบทวนประจำบท การทดสอบย่อยการสอบกลางภาค และปลายภาค รวมทั้งผลการประเมินผู้สอนปลายภาคเรียน
- (๖) ประเมินจากรายวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพวิทยาศาสตร์

๓.ทักษะทางปัญญา

๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์อย่างเป็นระบบ
- (๒) สามารถสืบค้น ตีความ และประเมินสารสนเทศทางการโฆษณาและสื่อสารการตลาด เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาอย่างเหมาะสม
- (๓) สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ไขปัญหา โดยใช้หลักการทางนิเทศศาสตร์หลักการทางการโฆษณาและสื่อสารการตลาด ที่ได้เรียนมาได้อย่างเหมาะสม
- (๔) มีความใฝ่หาความรู้อยู่เสมอ มีความคิดสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ โดยอยู่ภายใต้คุณธรรมและจริยธรรม

๓.๒ วิธีการสอน

- (๑) การเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนมีความสามารถในการเรียนรู้ในชั้นเรียนและแสวงหาความรู้เพิ่มเติมภายนอกชั้นเรียนได้
- (๒) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นความสนใจของผู้เรียนควบคู่ไปด้วย โดยให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้า เพิ่มเติมในประเด็นที่สนใจด้วยการทารายงาน การกำหนดประเด็นการอภิปรายกลุ่ม และกรณีศึกษา
- (๓) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนและระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน
- (๔) การทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้เรียนสามารถคิดเชิงวิเคราะห์เชิง สังเคราะห์ และแก้ปัญหาเพื่อเสริมสร้างความสามารถเชิงปัญญา
- (๕) การเน้นการฝึกปฏิบัติและการร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อบูรณาการความรู้สู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมชัดเจน

๓.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากพฤติกรรม ความสนใจ และการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน การซักถาม การถามคำถาม และการตอบคำถาม
- (๒) ประเมินจากผลการศึกษาค้นคว้า การทารายงานกลุ่ม การอภิปรายกลุ่ม การวิเคราะห์กรณีศึกษาและรายงานผล

- (๓) ประเมินจากผลการศึกษาส่วนบุคคลและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์
- (๔) การประเมินผลการฝึกปฏิบัติและการร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อบูรณาการความรู้
- (๕) ประเมินจากการตอบคำถามทบทวนประจำบท การทดสอบย่อยการสอบกลางภาค และปลายภาครวมทั้งผลการประเมินผู้สอนปลายภาคเรียน
- (๖) ประเมินจากการพูดคุยหรือการสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- (๑) สามารถทำงานกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี
- (๒) มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย และตรงต่อเวลา
- (๓) สามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมองค์กรที่ไปปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี
- (๔) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานในองค์กรและกับบุคคลทั่วไป
- (๕) สามารถแสดงบทบาทของผู้นำและผู้ร่วมทีมได้เป็นอย่างดีและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

๔.๒ วิธีการสอน

- (๑) สอดแทรกประสบการณ์รวมไปถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องและเกิดขึ้นจริงในสังคมเพื่ออธิบายประกอบการเรียนการสอน
- (๒) ศึกษาโดยการวิเคราะห์กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ
- (๓) ฝึกการทำงานเป็นกลุ่ม อาทิ การทำรายงาน การอภิปราย การจัดโครงการพิเศษ หรือธุรกิจจำลอง
- (๔) ใช้วิธีการสอนแบบบทบาทสมมติเพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดประสบการณ์เสมือนจริง
- (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) ใช้วิธีการสอนแบบบทบาทสมมุติเพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดประสบการณ์เสมือนจริง
- (๔) มอบหมายให้นักศึกษาจัดทำสื่อสังคมออนไลน์
- (๕) มอบหมายให้นักศึกษาศึกษาเพิ่มเติมนอกห้องเรียนในประเด็นที่สนใจ และเกี่ยวข้องกับทักษะที่ต้องการเสริมสร้างเพื่อนำผลการศึกษามาอภิปรายและแลกเปลี่ยนประสบการณ์
- (๖) ทบทวนบทเรียนโดยการตอบคำถามทบทวนประจำบท
- (๗) ทดสอบย่อยก่อนการเรียนการสอนในแต่ละครั้ง

๕.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน การซักถาม และการตอบคำถาม
- (๒) ประเมินจากผลการวิเคราะห์กรณีศึกษา
- (๓) ประเมินจากข้อสรุปและผลของการแสดงบทบาทสมมุติ
- (๔) ประเมินจากสื่อสังคมออนไลน์ที่มอบหมายให้นักศึกษาจัดทำ
- (๕) ประเมินจากผลการศึกษานอกห้องเรียนและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์
- (๖) พิจารณาจากการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบของนักศึกษาแต่ละคน
- (๗) ประเมินจากผลการศึกษาส่วนบุคคลและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์

(๘) ประเมินจากเทคนิคการนำเสนอโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศหรือคณิตศาสตร์และสถิติ

หมายเหตุ

สัญลักษณ์ ● หมายถึง ความรับผิดชอบหลัก

สัญลักษณ์ ○ หมายถึง ความรับผิดชอบรอง

เว้นว่าง หมายถึง ไม่ได้รับผิดชอบ

ซึ่งจะปรากฏอยู่ในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล**๑. แผนการสอน**

ครั้งที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ช.ม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑	แนะนำรายวิชาและข้อตกลงในการเรียน - คำอธิบายรายวิชา วิธีสอน กิจกรรมการเรียนการสอน วิธีการวัดผลและประเมินผล - ชี้แจงการเรียนของแต่ละสัปดาห์ - ข้อตกลงของผู้สอนและนักศึกษาที่มีต่อการเรียน การสอนทั้งในและนอกชั้นเรียน - ข้อปฏิบัติเบื้องต้นสำหรับผู้สอนและผู้เรียน - แนวคิดทั่วไปเกี่ยวกับกลยุทธ์การวางแผนสื่อเพื่อการสื่อสารแบรนด์	๔	บรรยายในชั้นเรียน (Online / On-site) - บรรยายโดยใช้ Power Point ข้อตกลง คำอธิบายรายวิชา ข้อปฏิบัติ เบื้องต้นสำหรับผู้สอนและผู้เรียน ทั้งใน การเรียนในห้องเรียนในแต่ละสัปดาห์ - นักศึกษาอภิปราย สอบถาม - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ แนวคิดทั่วไป เกี่ยวกับกลยุทธ์การวางแผนสื่อเพื่อการ สื่อสารแบรนด์และตั้งประเด็นเพื่อการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้	อาจารย์ สยาม เจริญอินทร์พรหม
๒	หลักการของการจัดการกลยุทธ์ -การวางแผน -การวางแผนสื่อ -การสื่อสารแบรนด์	๔	บรรยายในชั้นเรียนพร้อมฝึกปฏิบัติ (Online / On-site /Ondemand) - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ ความรู้เบื้องต้น เกี่ยวกับกลยุทธ์การวางแผนสื่อเพื่อการ สื่อสารแบรนด์ โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการ นำเสนอ	อาจารย์ สยาม เจริญอินทร์พรหม

ครั้งที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ช.ม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			- เปิดคลิปวิดีโอ ภาพยนตร์โฆษณาผ่าน Youtube ให้นักศึกษาชมตัวอย่าง - นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษาใน Youtube	
๓	แนวคิดและหลักการสื่อสารตราผลิตภัณฑ์แบบบูรณาการแนวคิดการตลาดยุค 5.0 การสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการ	๔	บรรยายในชั้นเรียนพร้อมฝึกปฏิบัติ (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยาย โดยใช้ Power Point Presentationประกอบการนำเสนอ - เปิดคลิปวิดีโอ ภาพยนตร์โฆษณาผ่าน Youtube ให้นักศึกษาชมตัวอย่าง - นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษาใน Youtube - นักศึกษาทำกิจกรรมตอบคำถามเกี่ยวกับแนวคิดและหลักการสื่อสารตราผลิตภัณฑ์แบบบูรณาการแนวคิดการตลาดยุค 5.0 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	อาจารย์ สยาม เจริญอินทร์พรหม
๔	เครื่องมือสื่อสารแบรนด์ ความหมายของแบรนด์ หลักในการเลือกเครื่องมือสื่อสารแบรนด์ รูปแบบต่าง ๆ ของเครื่องมือสื่อสารแบรนด์	๔	บรรยายในชั้นเรียนพร้อมฝึกปฏิบัติ (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยาย โดยใช้ Power Point Presentationประกอบการนำเสนอ - เปิดคลิปวิดีโอ ภาพยนตร์โฆษณาผ่าน Youtube ให้นักศึกษาชมตัวอย่าง - นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษาใน Youtube - นักศึกษาทำกิจกรรมเลือกเครื่องมือสื่อสารแบรนด์ และอธิบายรูปแบบต่าง ๆ ของเครื่องมือสื่อสารแบรนด์	อาจารย์ สยาม เจริญอินทร์พรหม
๕	สื่อเพื่อการโฆษณาและสื่อสารแบรนด์ ความหมาย ความสำคัญ หลักการสำคัญในการวางแผนสื่อ ปัจจัยทั่วไปในการเลือกสื่อโฆษณา สื่อหลัก สื่อรอง สื่อใหม่ สื่อดั้งเดิม	๔	บรรยายในชั้นเรียนพร้อมฝึกปฏิบัติ (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยายโดยใช้ Power Point Presentationประกอบการนำเสนอ - นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษาใน	อาจารย์ สยาม เจริญอินทร์พรหม

ครั้งที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ข.ม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			Youtube - มอบใบงาน เพื่อให้ นักศึกษา กลับไปทำแบบฝึกหัด - ผู้สอนมอบใบงาน ด้วยการทดสอบกระบวนการสร้างสรรค์งานโฆษณาเลือกสื่อโฆษณาเพื่อการสื่อสารแบรนด์	
๖	สื่อเพื่อการโฆษณาในการสร้างแบรนด์ สร้างความภาคภูมิใจกับแบรนด์ นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสื่อโฆษณานำเสนอข้อมูล นำเสนอสื่อโฆษณาเพื่อการสื่อสารแบรนด์	๔	บรรยายในชั้นเรียนพร้อมฝึกปฏิบัติ (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยาย โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ - นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษาใน Youtube - มอบใบงาน เพื่อให้ นักศึกษา กลับไปทำแบบฝึกหัด	อาจารย์ สยาม เจริญอินทร์พรหม
๗	การนำเสนอผลงาน Reference ของนักศึกษา โดยมาจากการค้นหาแหล่งข้อมูล และนำเสนอเปรียบเทียบเพื่อนำไปสู่การสร้างผลงานจากการกำหนดและดำเนินการวางกลยุทธ์ในการวางแผนสื่อเพื่อการสื่อสารแบรนด์	๔	บรรยายในชั้นเรียนพร้อมฝึกปฏิบัติ (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยายโดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ - นักศึกษานำเสนอผลงาน Reference พร้อมอธิบายเพื่อนำไปสู่การสร้างของตนเอง	อาจารย์ สยาม เจริญอินทร์พรหม
๘	การนำเสนองาน			
๙	สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในการสื่อสารแบรนด์ ความหมาย ประเภทของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	๔	บรรยายในชั้นเรียนพร้อมฝึกปฏิบัติ (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยายโดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ - นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษาใน Youtube - นักศึกษานำเสนองาน	อาจารย์ สยาม เจริญอินทร์พรหม
๑๐	สื่อเพื่อการส่งเสริมการขายในการสื่อสารแบรนด์ เทคนิคและเครื่องมือการส่งเสริมการขาย การส่งเสริมการขายที่เน้นผู้บริโภค การส่งเสริมการขายที่เน้นคนกลาง	๔	บรรยายในชั้นเรียนพร้อมฝึกปฏิบัติ (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยาย โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ	อาจารย์ สยาม เจริญอินทร์พรหม

ครั้งที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ข.ม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			- นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษาใน Youtube - นักศึกษานำเสนองาน	
๑๑	สื่อเพื่อการตลาดทางตรงในการสื่อสารแบรนด์ ความหมาย ลักษณะเด่นของการตลาดทางตรง ช่องทางสำคัญของการตลาดทางตรง	๔	บรรยายในชั้นเรียนพร้อมฝึกปฏิบัติ (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยาย โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ - นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษาใน Youtube - นักศึกษานำเสนองาน	อาจารย์ สยาม เจริญอินทร์พรหม
๑๒	สื่อเพื่อการจัดกิจกรรมพิเศษในการสื่อสารแบรนด์ ความหมายลักษณะกิจกรรมพิเศษ รูปแบบกิจกรรม พิเศษ หลักการจัดกิจกรรมพิเศษ	๔	บรรยายในชั้นเรียนพร้อมฝึกปฏิบัติ (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยาย โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ - นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษาใน Youtube - นักศึกษานำเสนองาน	อาจารย์ สยาม เจริญอินทร์พรหม
๑๓	การสื่อสารผ่านสื่อใหม่เพื่อการสื่อสารแบรนด์	๔	บรรยายในชั้นเรียนพร้อมฝึกปฏิบัติ (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยาย โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ - นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษาใน Youtube - นักศึกษานำเสนองาน	อาจารย์ สยาม เจริญอินทร์พรหม
๑๔	กลยุทธ์การวางแผนสื่อเพื่อการสื่อสารแบรนด์ โดยใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณา การ ในการกำหนดขั้นตอนและการวางแผน	๔	บรรยายในชั้นเรียนพร้อมฝึกปฏิบัติ (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยาย โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ - นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษาใน Youtube - นักศึกษานำเสนองาน	อาจารย์ สยาม เจริญอินทร์พรหม
๑๕	กลยุทธ์การวางแผนสื่อเพื่อการสื่อสารแบรนด์ โดยใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณา	๔	บรรยายในชั้นเรียนพร้อมฝึกปฏิบัติ (Online / On-site)	อาจารย์ สยาม เจริญอินทร์พรหม

ครั้งที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ช.ม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
	การ ในการกำหนดขั้นตอนและการวางแผน และ เทคนิคการนำเสนอแผนการสื่อสารแบรนด์และการ นำเสนองานอย่างรอบด้าน		- ผู้สอนบรรยาย โดยใช้ Power Point Presentationประกอบการนำเสนอ - นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษาใน Youtube - นักศึกษานำเสนองาน	
๑๖	การวิเคราะห์ผลงานแผนสื่อเพื่อการสื่อสารแบรนด์ กลยุทธ์ การเลือกใช้สื่อ และการประเมิน การวิจัย ผลการดำเนินงาน	๔	บรรยายในชั้นเรียนพร้อมฝึกปฏิบัติ (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยาย โดยใช้ Power Point Presentationประกอบการนำเสนอ - นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษาใน Youtube - นักศึกษานำเสนองาน	อาจารย์ สยาม เจริญอินทร์พรหม
๑๗	สอบปลายภาค			

๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

(ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา (Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรลำดับที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน)

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	ครั้งที่ประเมิน	สัดส่วน ของการประเมินผล
๑.๑.๑, ๑.๑.๒, ๑.๑.๓ ๑.๑.๔, ๑.๑.๕	๑. จิตพิสัย (การเข้าชั้นเรียน / การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน / มารยาท / การแต่งกาย)	ตลอดภาค การศึกษา	๑๐
๒.๑.๑, ๒.๑.๒, ๒.๑.๓, ๒.๑.๔	๒. แบบฝึกหัดออนไลน์ ตามบทเรียน (กิจกรรม /งานผ่านระบบออนไลน์) - การนำฝึกปฏิบัติสร้างสรรค์ผลงานโฆษณา	๒, ๖, ๙, ๑๒,	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 (การผลิตงานโฆษณา)	๑๓, ๑๔, ๑๕, ๑๖	๓๐

๒.๑.๒, ๒.๑.๔, ๓.๑.๑, ๓.๑.๒	๔. การสอบย่อย (พัฒนาองค์ความรู้ด้านกลยุทธ์และยุทธวิธี)	๑, ๙, ๑๐, ๑๑	๒๐
๒.๑.๒, ๒.๑.๔, ๓.๑.๓, ๕.๑.๑	๕. การสอบปลายภาค	๑๗	๒๐
รวมตลอดภาคการศึกษา			๑๐๐

หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

- ๑) สยาม เจริญอินทร์พรหม (๒๕๖๕) เอกสารประกอบการสอนวิชา กลยุทธ์การวางแผนสื่อเพื่อการสื่อสารแบรนด์

๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

- ๑) เสรี วงษ์มณฑา. (๒๕๔๐) การโฆษณาเชิงปฏิบัติ กรุงเทพฯ : เอเอเอ็น การพิมพ์.

- ๒) ณัฐพล ไยไฟโรจน์ . (๒๕๖๒). Digital Branding กลยุทธ์แฉ่งเกิดแบรนด์เล็ก ให้เติบโตใหญ่ได้อย่างยั่งยืน.

สำนักพิมพ์ : Infopress

๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- ๑) เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา อาทิ www.adintrend.com.

- ๒) เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด อาทิ www.marketeer.com, www.brandage.com

หมวดที่ ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- ๑.๑ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรร่วมพิจารณาแนวทางการวัดผล การประเมิน และข้อสอบ

- ๑.๒ อธิบายให้นักศึกษาเข้าใจถึงความสำคัญของการปรับปรุงรายวิชา และบทบาทของนักศึกษาในการประเมินประสิทธิผลของรายวิชาในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการบริหารหลักสูตร

- ๑.๓ การส่งเสริมให้เกิดการประเมินศักยภาพก่อนและหลังเรียนโดยตัวนักศึกษาเอง

- 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 การวัดผลและการประเมินผลการเรียน กับคาออธิบายรายวิชา และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร
- ๔.๔ ร่วมมือกับผู้สอนในรายวิชาลำดับถัดไปในการประเมินผลการเรียนรายวิชาก่อนหน้า

๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- ๕.๑ พิจารณาจากการประเมินในข้อ ๑ - ๔ มาเพื่อสรุปประเด็นที่ต้องปรับปรุงแก้ไขหรือส่งเสริมให้มีมาตรฐานยิ่งขึ้น
- ๕.๒ ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านวิชาการและวิชาชีพ
- ๕.๓ วางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา ดำเนินการ นำไปใช้ และประเมินอย่างสม่ำเสมอ
- ๕.๔ การนำเสนอคณะกรรมการบริหารหลักสูตรเพื่อร่วมกันพิจารณา

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

รายวิชา	๑. คุณธรรม จริยธรรม					๒. ความรู้				๓. ทักษะทางปัญญา				๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ					๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ				
	๑	๒	๓	๔	๕	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๕	๑	๒	๓	๔	
หมวดวิชาทั่วไป																							
รหัสวิชา AAM 3201 ชื่อรายวิชา กลยุทธ์การวางแผนสื่อเพื่อการสื่อสารแบรนด์ Brand Channel Planning Strategy	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

หมายเหตุ

สัญลักษณ์ ● หมายถึง ความรับผิดชอบหลัก

สัญลักษณ์ ○ หมายถึง ความรับผิดชอบรอง

เว้นว่าง หมายถึง ไม่ได้รับผิดชอบ

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ