



## รายละเอียดของรายวิชา (Course Specification)

รหัสวิชา AIM2202 รายวิชา การเขียนบทโฆษณา

สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ภาคการศึกษา ๑ ปีการศึกษา ๒๕๖๔

### หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

#### ๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา	AIM2202
ชื่อรายวิชาภาษาไทย	การเขียนบทโฆษณา
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ	Copy Writing

#### ๒. จำนวนหน่วยกิต

๓ (๒-๒-๕)

#### ๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร	นิเทศศาสตรบัณฑิต (การโฆษณาและสื่อสารการตลาด)
๓.๒ ประเภทของรายวิชา	วิชาเอกบังคับ

#### ๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชีโนรส ถิ่นวิไลสกุล (หัวหน้าแขนงวิชา)
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา

#### ๕. สถานที่ติดต่อ

ห้องพักอาจารย์สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด  
ชั้น ๓ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์  
E – Mail Prakaikavin.sr@ssru.ac.th

#### ๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่	๑/ ชั้นปีที่ ๒
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้ ประมาณ	๑๒๐ คน

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

๘. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน(Co-requisites)(ถ้ามี) ไม่มี

#### ๙. สถานที่เรียน

อาคาร ๓๔ ห้อง ๓๔๓๕ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

๑๐. วันที่จัดทำหรือปรับปรุง วันที่ ๑๖ เดือน มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๔  
รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

## หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### ๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจถึงความสำคัญ และกระบวนการของความคิดสร้างสรรค์ กลยุทธ์การสร้างสารโฆษณา หลักการเขียนบทโฆษณาสําหรับสื่อประเภทต่าง ๆ และสามารถปฏิบัติการเขียนบทโฆษณา ตลอดจนสามารถนำความรู้ที่ศึกษาไปฝึกปฏิบัติและประยุกต์ใช้ในวิชาชีพด้านโฆษณาต่อไปได้

### ๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้พื้นฐาน เป็นการเตรียมความพร้อมด้านปัญญาในการนำความรู้ ความเข้าใจ ที่ศึกษาไปใช้ฝึกปฏิบัติและเป็นพื้นฐานในการทำงานโฆษณาด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ควรมีการเปลี่ยนแปลงตัวอย่างอย่างอืดอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในแวดวงโฆษณาที่มีความเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา จนสามารถประยุกต์ใช้ในวิชาชีพด้านโฆษณาในระดับสูงต่อไปได้

## หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

### ๑. คำอธิบายรายวิชา

ความหมาย ความสำคัญ และกระบวนการของการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์เพื่อสื่อสารทางการโฆษณา กลยุทธ์การสร้างสารเพื่อการโฆษณา การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดเพื่อใช้ในการเขียนบทโฆษณา องค์ประกอบและประเภทของบทโฆษณา การใช้ภาษาในงานโฆษณา หลักการเขียนบทโฆษณา และการเขียนบทโฆษณาสําหรับสื่อประเภทต่าง ๆ ปฏิบัติการเขียนบทโฆษณา

### 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 ห้องพักอาจารย์สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด  
วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ ชั้น ๓

๓.๒ ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข ๐๙-๐๙๑๕-๕๕๐๐

๓.๓ ปริญญาผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) Prakaikavin.sr@ssru.ac.th

๓.๔ ปริญญาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook) Pk Gavin (Tweeter) @PkGavin (Instagerm) vinsha

๓.๕ ปริญญาผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Internet/Webboard) [http://www.elfms.ssru.ac.th/prakaikavin\\_sr/](http://www.elfms.ssru.ac.th/prakaikavin_sr/)

## 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) มอบหมายให้นักศึกษาศึกษาเพิ่มเติมนอกห้องเรียนในประเด็นที่สนใจและเกี่ยวข้องกับคุณธรรมและจริยธรรมที่ต้องการเสริมสร้างเพื่อนำผลการศึกษามาอภิปรายแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกัน
- (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) เข้าใจและสามารถบูรณาการหลักการของศาสตร์อื่นๆที่เกี่ยวข้องกับนิเทศศาสตร์ 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 และปลายภาครวมทั้งผลการประเมินผู้สอนปลายภาคเรียน
- (๖) ประเมินจากรายวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพนิเทศศาสตร์

**๓. ทักษะทางปัญญา****๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา**

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

จริยธรรม

**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) ประเมินจากผลการศึกษาส่วนบุคคลและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์

(๔) การประเมินผลการศึกษาปฏิบัติและการร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อบูรณาการความรู้

(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 การจัดโครงการพิเศษ หรือธุรกิจจำลอง

(๔) ใช้วิธีการสอนแบบบทบาทสมมติเพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดประสบการณ์

เสมือนจริง

(๕) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนและระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน

(๖) การทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้เรียนมีทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

(๗) การเน้นการฝึกปฏิบัติและการร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อบูรณาการความรู้สู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมชัดเจน

(๘) ผู้สอนเป็นแบบปฏิบัติที่ดี

### ๔.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน การซักถาม และการตอบคำถาม

(๒) ประเมินจากผลการศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา

- (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) ทบทวนบทเรียนโดยการตอบคำถามทบทวนประจำบท
- (๗) ทดสอบย่อยก่อนการเรียนการสอนในแต่ละครั้ง

### ๕.๓ วิธีการประเมินผล

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

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑	<p>ข้อตกลงในการเรียน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- คำอธิบายรายวิชา วัตถุประสงค์ของรายวิชา วิธีสอน กิจกรรมการเรียนการสอน วิธีการวัดผลและประเมินผล</li> <li>- ชี้แจงการเรียนออนไลน์ของแต่ละสัปดาห์</li> <li>- ความรับผิดชอบของผู้สอนและนักศึกษาที่มีต่อการเรียนการสอนทั้งในและนอกชั้นเรียน</li> <li>- ข้อปฏิบัติเบื้องต้นสำหรับผู้สอนและผู้เรียน ทั้งในการเรียนในห้องเรียนและการเรียนออนไลน์</li> <li>- แนวคิดทั่วไปเกี่ยวกับการโฆษณาและการเขียนบทโฆษณา</li> </ul>		<p><b>บรรยายในชั้นเรียน</b> (Online / On-site)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้สอนบรรยายโดยใช้ Power Point Presentation เกี่ยวกับคำอธิบายรายวิชา ข้อปฏิบัติเบื้องต้นสำหรับผู้สอนและผู้เรียน ทั้งในการเรียนในห้องเรียนและการเรียนออนไลน์ รวมถึงชี้แจงการเรียนออนไลน์ของแต่ละสัปดาห์</li> <li>- นักศึกษาอภิปราย สอบถาม</li> <li>- ผู้สอนบรรยายหัวข้อ แนวคิดทั่วไปเกี่ยวกับการโฆษณาและการเขียนบทโฆษณา และตั้งประเด็น</li> <li>- มอบใบงาน เพื่อให้ศึกษากลับไปนำเสนอผ่าน Google Classroom</li> </ul>	<p>ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา</p>
๒	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการโฆษณาและการสื่อสารการตลาด</li> <li>- ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการเขียนบทโฆษณา</li> <li>- การสร้างสรรค์บทโฆษณา</li> </ul>	๔	<p><b>บรรยายในชั้นเรียน</b> (Online / On-site)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้สอนบรรยายหัวข้อ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการเขียนบทโฆษณา และการสร้างสรรค์บทโฆษณา แบบประสานเวลา โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ ผ่านโปรแกรม Google Meet</li> <li>- ผู้สอนเปิดคลิปวิดีโอ ภาพยนตร์ โฆษณาผ่าน Youtube ให้นักศึกษาชมตัวอย่าง</li> <li>- นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษาใน Youtube</li> </ul>	<p>ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา</p>

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้สอนประเมินในชั้นเรียน ด้วยการทดสอบคุณลักษณะพื้นฐานของการเขียนบทโฆษณา โดยให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติสร้างสรรค์บทโฆษณาส่วบุคคล</li> <li>- นักศึกษาฝึกปฏิบัติสร้างสรรค์บทโฆษณาส่วบุคคล พร้อมนำเสนอผ่านระบบออนไลน์ ผ่าน Web board ใน Google Classroom</li> </ul>	
๓	กระบวนการสื่อสารทางการโฆษณา <ul style="list-style-type: none"> <li>- หลักการสื่อสารเบื้องต้นและการสื่อสารทางการโฆษณา</li> <li>- การสื่อสารทางการตลาด</li> <li>- สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาด</li> </ul>	๔	<b>บรรยายผ่านระบบออนไลน์ (On Demand)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้สอนบรรยายหัวข้อ กระบวนการสื่อสารทางการโฆษณาโดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ ผ่านโปรแกรม Google Meet</li> <li>- นักศึกษาฝึกอภิปรายจากกรณีศึกษา</li> <li>- มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษากลับไปทำแบบฝึกหัดฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดเพื่อการเขียนบทโฆษณา</li> </ul>	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา
๔	การสื่อสารตราสินค้า <ul style="list-style-type: none"> <li>- แนวคิดเกี่ยวกับตราสินค้า</li> <li>- ความแตกต่างของ ผลิตภัณฑ์ และตราสินค้า</li> <li>- การสร้างตราสินค้า และการบริหารจัดการตราสินค้า</li> <li>- ตราสินค้ากับการเขียนบทโฆษณา</li> </ul>	๔	<b>บรรยายผ่านระบบออนไลน์ (On Demand)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้สอนบรรยายหัวข้อ การสื่อสารตราสินค้า โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอผ่านโปรแกรม Google Meet</li> <li>- มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษากลับไปทำแบบฝึกหัดฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์บุคลิกภาพของของตราสินค้า</li> <li>- นักศึกษาฝึกอภิปรายบุคลิกภาพของของตราสินค้า พร้อมนำเสนอผ่าน</li> </ul>	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา



สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			ระบบออนไลน์ ผ่าน Web board ใน Google Classroom	
๕	กระบวนการและการสร้างสรรค์ ทางการโฆษณา - แนวคิดเบื้องต้นของการสร้างสาร โฆษณา - หลักในการสร้างสรรค์เพื่อสื่อสาร งานโฆษณา - กระบวนการสร้างสรรค์งานโฆษณา - เทคนิคการเตรียมข้อมูลเพื่อการ สร้างสรรค์	๔	<b>บรรยายผ่านระบบออนไลน์ (On Demand)</b> - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ กระบวนการ และการสร้างสรรค์ทางการโฆษณา แบบไม่ประสานเวลา ในรูปแบบ Video Presentation ใน Google Classroom โดยให้นักศึกษาเข้ามาชม ภายในเวลา 1 สัปดาห์ - ผู้สอนมอบลิ้งค์ TVC ภาพยนตร์ โฆษณาจริงให้นักศึกษาให้ได้ชม - นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษา ใน Youtube ที่เข้าชม - ผู้สอนมอบใบงาน ด้วยการทดสอบ กระบวนการสร้างสรรค์งานโฆษณา - นักศึกษาฝึกอภิปรายบุคลิกภาพของ ของตราสินค้า พร้อมนำเสนอผ่าน ระบบออนไลน์ ผ่าน Web board ใน Google Classroom	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา
๖	การวิเคราะห์ผู้บริโภคเพื่อการเขียนบท โฆษณา - ความสำคัญของการเข้าใจ กลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภค - กระบวนการในการตัดสินใจซื้อของ ผู้บริโภค - อิทธิพลทางสภาพแวดล้อมต่อ พฤติกรรมผู้บริโภค	๔	<b>บรรยายในชั้นเรียน (Online / On-site)</b> - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ การวิเคราะห์ ผู้บริโภคเพื่อการเขียนบทโฆษณา แบบไม่ประสานเวลา ในรูปแบบ Video Presentation ใน Google Classroom โดยให้นักศึกษาเข้ามาชม ภายในเวลา 1 สัปดาห์ - มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษากลับไป ทำแบบฝึกหัดฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ โดยใช้พฤติกรรมผู้บริโภคของ ตัวเองอธิบายลำดับขั้นของ	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคตามลำดับขั้นที่กำหนดให้ - นักศึกษาฝึกอภิปรายบุคลิกภาพของของตราสินค้า พร้อมนำเสนอผ่านระบบออนไลน์ ผ่าน Web board ใน Google Classroom	
๓/	การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อการเขียนบทโฆษณา - หลักของการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อการเขียนบทโฆษณา - แนวทางในการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อการเขียนบทโฆษณา	๔	<b>บรรยายในชั้นเรียน (Online / On-site)</b> - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อการเขียนบทโฆษณา แบบไม่ประสานเวลา ในรูปแบบ Video Presentation ใน Google Classroom โดยให้นักศึกษาเข้ามาชมภายในเวลา 1 สัปดาห์  - นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน โดยนำเอาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในห้องตลาดมาทำการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ตามลำดับขั้นตอนการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์  - มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษากลับไปฝึกอภิปรายบุคลิกภาพของของตราสินค้า พร้อมนำเสนอผ่านระบบออนไลน์ ผ่าน Web board ใน Google Classroom	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา
๔	<b>ไม่มีสอบกลางภาค</b>			
๕	สารและภาษาในงานโฆษณา - สารในงานโฆษณา - ภาษาที่ใช้ในงานโฆษณา - ภาษาที่ใช้ในส่วนประสมของการสร้างสรรค์โฆษณา	๔	<b>บรรยายผ่านระบบออนไลน์ (On Demand)</b> - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ สารและภาษาในงานโฆษณา แบบไม่ประสานเวลาในรูปแบบ Video Presentation ใน	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			<p>Google Classroom โดยให้นักศึกษาเข้ามาชมภายในเวลา 1 สัปดาห์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้สอนมอบลิงค์ TVC ภาพยนตร์โฆษณาจริงให้นักศึกษาให้ได้ชม</li> <li>- นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษาใน Youtube ที่เข้าชม</li> <li>- ผู้สอนมอบใบงาน ด้วยการทำแบบฝึกหัด ความเข้าใจเกี่ยวกับสารและภาษาในงานโฆษณา</li> <li>- นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ส่วนประสมการสร้างสรรค์บทโฆษณา พร้อมนำเสนอผ่านระบบออนไลน์ ผ่าน Web board ใน Google Classroom</li> </ul>	
๑๐	<p>กลยุทธ์การสร้างสารเพื่อการเขียนบทโฆษณา</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- จุดขายในงานโฆษณา</li> <li>- คุณสมบัติของจุดขายที่ดี</li> <li>- สิ่งจูงใจในงานโฆษณา</li> </ul>	๔	<p><b>บรรยายในชั้นเรียน</b> (Online / On-site)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้สอนบรรยายหัวข้อ กลยุทธ์การสร้างสารเพื่อการเขียนบทโฆษณาแบบไม่ประสานเวลา ในรูปแบบ Video Presentation ใน Google Classroom โดยให้นักศึกษาเข้ามาชมภายในเวลา 1 สัปดาห์</li> <li>- นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน โดยนำเอาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในท้องตลาดมาทำการกำหนดจุดขายในงานโฆษณา</li> <li>- มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษากลับไปฝึกอภิปรายเกี่ยวกับจุดขายในงานโฆษณา พร้อมนำเสนอผ่านระบบออนไลน์ ผ่าน Web board ใน Google Classroom</li> </ul>	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา
๑๑	เทคนิคในการสร้างสรรค์งานโฆษณา	๔	<p><b>บรรยายในชั้นเรียน</b> (Online / On-site)</p>	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เทคนิคในการสร้างสรรค์งานโฆษณาประเภทต่าง ๆ</li> <li>- การโฆษณาที่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรอง</li> <li>- เคล็ดลับในการสร้างสรรค์งานโฆษณา</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้สอนบรรยายหัวข้อ เทคนิคในการสร้างสรรค์งานโฆษณา การโฆษณาที่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรอง แบบไม่ประสานเวลา ในรูปแบบ Video Presentation ใน Google Classroom โดยให้นักศึกษาเข้ามาชมภายในเวลา 1 สัปดาห์</li> <li>- นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน โดยนำเอาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในท้องตลาดมาทำการกำหนดการโฆษณาที่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรอง</li> <li>- มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษากลับไปทำแบบฝึกหัด เกี่ยวกับการโฆษณาที่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรอง พร้อมนำเสนอผ่านระบบออนไลน์ ผ่าน Web board ใน Google Classroom</li> </ul>	
๑๒	<b>หลักการเขียนบทโฆษณา</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- หลักการใช้ภาษาเพื่อการเขียนบทโฆษณา</li> <li>- การพัฒนาแนวความคิดในการเขียนบทโฆษณา</li> <li>- องค์ประกอบของการเขียนบทโฆษณา</li> <li>- การเขียนบทโฆษณาประเภทต่าง ๆ</li> </ul>	๔	<b>บรรยายผ่านระบบออนไลน์ (On Demand)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้สอนบรรยายหัวข้อ สารและภาษาในงานโฆษณา แบบไม่ประสานเวลา ในรูปแบบ Video Presentation ในโปรแกรม Youtube โดยให้นักศึกษาเข้ามาชมภายในเวลา 1 สัปดาห์</li> <li>- ผู้สอนมอบลิ้งค์ TVC ภาพยนตร์โฆษณาจริงให้นักศึกษาให้ได้ชม</li> <li>- นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษาใน Youtube ที่เข้าชม</li> <li>- ผู้สอนมอบใบงาน ด้วยการทำแบบฝึกหัด หลักการเขียนบทโฆษณา และการพัฒนาแนวความคิดในการเขียนบทโฆษณา</li> </ul>	ผศ.ดร.ประกายภาวิไล ศรีจินดา

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			- นักศึกษาฝึกพัฒนาแนวความคิดในการเขียนบทโฆษณา โดยใช้องค์ประกอบของการเขียนบทโฆษณา พร้อมนำเสนอผ่านระบบออนไลน์ ผ่าน Web board ใน Google Classroom	
๑๓	การเขียนคำขวัญโฆษณา - ลักษณะโดยทั่วไปของคำขวัญโฆษณา - องค์ประกอบของคำขวัญโฆษณา - แนวปฏิบัติในการเขียนคำขวัญโฆษณา	๔	<b>บรรยายในชั้นเรียน (Online / On-site)</b> - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ การเขียนคำขวัญโฆษณา โดยใช้ Power Point Presentation - นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน โดยนำเอาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในท้องตลาดมาทำการการเขียนคำขวัญโฆษณา - มอบใบงาน เพื่อให้ให้นักศึกษากลับไปทำแบบฝึกหัด เกี่ยวกับการเขียนคำขวัญโฆษณา พร้อมนำเสนอผ่านระบบออนไลน์ ผ่าน Web board ใน Google Classroom	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา
๑๔	การเขียนข้อความอธิบายรายละเอียดผลิตภัณฑ์ - ลักษณะโดยทั่วไปของข้อความอธิบายรายละเอียดผลิตภัณฑ์ - องค์ประกอบของข้อความอธิบายรายละเอียดผลิตภัณฑ์ - แนวปฏิบัติในการเขียนข้อความอธิบายรายละเอียดผลิตภัณฑ์	๔	<b>บรรยายในชั้นเรียน (Online / On-site)</b> - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ การเขียนข้อความอธิบายรายละเอียดผลิตภัณฑ์ โดยใช้ Power Point Presentation - นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน โดยนำเอาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในท้องตลาดมาทำการเขียนข้อความอธิบายรายละเอียดผลิตภัณฑ์ - มอบใบงาน เพื่อให้ให้นักศึกษากลับไปทำแบบฝึกหัด เกี่ยวกับการเขียนข้อความอธิบายรายละเอียดผลิตภัณฑ์ พร้อมนำเสนอผ่านระบบ	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			ออนไลน์ ผ่าน Web board ใน Google Classroom	
๑๕	การเขียนบทความแฝงโฆษณา	๔	<b>บรรยายในชั้นเรียน (Online / On-site)</b> - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ การเขียนบทความแฝงโฆษณา โดยใช้ Power Point Presentation - นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน โดยนำเอาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในท้องตลาดมาทำการเขียนบทโฆษณาประเภท Advertorial - มอบใบงาน เพื่อให้ให้นักศึกษากลับไปทำแบบฝึกหัด เกี่ยวกับการเขียนบทความแฝงโฆษณา พร้อมนำเสนอผ่านระบบออนไลน์ ผ่าน Web board ใน Google Classroom	ผศ.ประกายกาวิล ศรีจินดา
๑๖	การเขียนบทโฆษณาประเภทต่าง ๆ - ลักษณะโดยทั่วไปของบทโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์ วิทยูโทรทัศน์ - องค์ประกอบของบทโฆษณาประเภทต่าง ๆ - แนวปฏิบัติในการเขียนบทโฆษณาประเภทต่าง ๆ	๔	<b>บรรยายในชั้นเรียน (Online / On-site)</b> - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ การเขียนบทโฆษณาประเภทต่าง ๆ โดยใช้ Power Point Presentation - ผู้สอนมอบสิ่งดี TVC ภาพยนตร์โฆษณาจริงให้นักศึกษาให้ได้ชม - นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน โดยนำเอาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในท้องตลาดมาทำการเขียนบทโฆษณาประเภทต่าง ๆ เช่น Advertorial เป็นต้น - มอบใบงาน เพื่อให้ให้นักศึกษากลับไปทำแบบฝึกหัด เกี่ยวกับการเขียนบทโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์ หรือ วิทยูโทรทัศน์ พร้อมนำเสนอผ่านระบบ	ผศ.ประกายกาวิล ศรีจินดา

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			ออนไลน์ ผ่าน Web board ใน Google Classroom	
๑๓/	สอบปลายภาค			

## ๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

( ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา (Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรสัปดาห์ที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน)

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	สัปดาห์ที่ ประเมิน	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) - การนำฝึกปฏิบัติสร้างสรรค์บทโฆษณาส่วนบุคคล - วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค - ส่วนประสมการสร้างสรรค์ - หลักการเขียนบทโฆษณา	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 (การเขียนบทโฆษณา)	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	๑๓/	๒๐
	รวมตลอดภาคการศึกษา		๑๐๐

## หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

### ๑. ตำราและเอกสารหลัก

๑) ประกายกาวิล ศรีจินดา. (๒๕๖๓) การเขียนบทโฆษณา พิมพ์ครั้งที่ ๔. กรุงเทพฯ : แดเน็กซ์ อินเทอร์เน็ตเปอร์เรชั่น.

### ๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

- ๑) เกษม พิพัฒน์เสรีธรรม. (๒๕๕๕) Consumer Insight เจาะลึกถึงใจลูกค้า. กรุงเทพฯ : พีเพิลมีเดียบุค.
- ๒) จริยา ปันทวัฏกร. (๒๕๕๑) การเขียนบทโฆษณา. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ๓) จุรีพร ไทยดำรงค์ ต่อ สันติศิริ. (๒๕๕๕) กว่าจะเป็นโคด-สะ-นา กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แบรนด์เอง.
- ๔) ดวงใจ ไทยอุบุญ. (๒๕๕๒) ทักษะการเขียนภาษาไทย. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ๕) ทีมงาน Y&R. (๒๕๕๐) โฆษณา โฆษณุก กรุงเทพฯ : ยูบีซีแอลบุ๊ก.
- ๖) วศิน เตยะชิตติ และคณะ. (๒๕๕๐) ชูเปอร์ เออี กรุงเทพฯ : ยูนิเวอร์แซล พับลิชชิง.

### ๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- ๑) การตลาด. (๒๕๕๒) Marketing War : Coffee พร้อมดื่ม พร้อมระเบิด. นิตยสาร Marketeer พฤษภาคม ๒๕๕๒.
- ๒) การตลาด. (๒๕๕๐) ผ่ากลยุทธ์"น้ำดื่ม" คริสตัลเหนือกว่าคู่แข่งด้วยแบรนด์ ผู้จัดการรายสัปดาห์ มิถุนายน ๒๕๕๐.
- ๔) ประชาสัมพันธ์. (๒๕๕๖) AIS ๓G เดินหน้ารุกครองใจลูกค้ามหาชนทั้งเครือข่ายและแบรนด์เปิดตัว “เจมส์ – จิรายุ” สื่อแนวคิด “ตัวจริงในแบบคุณ” ชาวประชาสัมพันธ์ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน). ๒๕ มิถุนายน ๒๕๕๖.
- ๖) เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาและสื่อสารการตลาด เช่น [www.marketingoops.com](http://www.marketingoops.com) [www.marketeer.com](http://www.marketeer.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 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

\*\*\*\*\*

