



รายละเอียดของรายวิชา (Course Specification)

รหัสวิชา AIM3201 รายวิชา กลยุทธ์การสร้างสรรค้งานสื่อสารการตลาด
สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ภาคการศึกษา ๒ ปีการศึกษา ๒๕๖๕

หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา	AIM3201
ชื่อรายวิชาภาษาไทย	กลยุทธ์การสร้างสรรค้งานสื่อสารการตลาด
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ	Marketing Communication Creativities Strategies

๒. จำนวนหน่วยกิต

๓ (๒-๒-๕)

๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร	นิเทศศาสตรบัณฑิต (การโฆษณาและสื่อสารการตลาด)
๓.๒ ประเภทของรายวิชา	วิชาเอกบังคับเรียน

๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา	อ.อิสรี ไพเราะ (หัวหน้าแขนงวิชา)
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน	กลุ่มเรียน ๐๐๑ (ห้องเรียนกรุงเทพฯ) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชินโรส ถิ่นวิไลสกุล กลุ่มเรียน ๐๐๒ (ห้องเรียนกรุงเทพฯ) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชินโรส ถิ่นวิไลสกุล กลุ่มเรียน ๒๐๑ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา

๕. สถานที่ติดต่อ

ห้องพักอาจารย์วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ ชั้น ๒
E – Mail Prakaikavin.sr@ssru.ac.th / Chinoros.th@ssru.ac.th

๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่	๒/๒๕๖๕ ชั้นปีที่ ๒
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้ ประมาณ	๑๒๐ คน

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

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

๙. สถานที่เรียน

วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

๑๐. วันที่จัดทำหรือปรับปรุง

วันที่ ๑ เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๕

รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจถึงความสำคัญ และกระบวนการของความคิดสร้างสรรค์ กลยุทธ์การสร้างสารเพื่อถ่ายทอดความคิดสู่เครื่องมือสื่อสารการตลาด หลักการสร้างสรรค สำหรับสื่อประเภทต่าง ๆ และสามารถปฏิบัติการสร้างสรรค์ผลงาน ตลอดจนสามารถนำความรู้ที่ศึกษาไปฝึกปฏิบัติและประยุกต์ใช้ในวิชาชีพด้านสื่อสารการตลาดต่อไปได้

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้พื้นฐาน เป็นการเตรียมความพร้อมด้านปัญญาในการนำความรู้ ความเข้าใจ ที่ศึกษาไปใช้ฝึกปฏิบัติและเป็นพื้นฐานในการทำงานสื่อสารการตลาดด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ควรมีการเปลี่ยนแปลงตัวอย่างอย่างอิงอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในแวดวงโฆษณาที่มีความเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา จนสามารถประยุกต์ใช้ในวิชาชีพด้านสื่อสารการตลาดในระดับสูงต่อไปได้

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

การกำหนดกลยุทธ์และยุทธวิธีการสร้างสรรค์ เพื่อถ่ายทอดความคิดสู่เครื่องมือสื่อสารการตลาด กระบวนการสร้างสรรค์ เพื่อให้ได้ภาพและข้อความสำหรับใช้ในการสื่อสารผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ทั้งสื่อดั้งเดิม และสื่อสมัยใหม่ ปฏิบัติการสร้างสรรค์ผลงาน เพื่อการสื่อสารการตลาดในลักษณะต่างๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

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 ห้องพักอาจารย์ ชั้น ๒ อาคารวิทยาลัยนิเทศศาสตร์

๓.๒ ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข ๐๙-๐๙๑๕-๕๕๐๐

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

๓.๔ ปรึกษาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook) Pk Gavin Chonoros Thinwilaisakul

๓.๕ ปรึกษาผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Internet/Webboard) https://elcca.ssru.ac.th/prakaikavin_sr/

https://elcca.ssru.ac.th/chinoros_th/

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) ใช้วิธีการสอนแบบบทบาทสมมติเพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดประสบการณ์

เสมือนจริง

(๔) มอบหมายให้นักศึกษาศึกษาเพิ่มเติมนอกห้องเรียนในประเด็นที่สนใจและเกี่ยวข้องกับคุณธรรมและจริยธรรมที่ต้องการเสริมสร้างเพื่อนำผลการศึกษามาอภิปรายแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกัน

(๕) การใช้อาจารย์ผู้สอนเป็นตัวอย่างที่ดีในการเสริมสร้างคุณธรรมและจริยธรรม

๑.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินจากการตรงต่อเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย และการร่วมกิจกรรม

(๒) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน การซักถาม และการตอบคำถาม

(๓) ประเมินจากผลการวิเคราะห์กรณีศึกษา

(๔) ประเมินจากข้อสรุปและผลของการแสดงบทบาทสมมติ

(๕) ประเมินจากผลการศึกษานอกห้องเรียนและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์

(๖) พิจารณาจากการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับคุณธรรมและจริยธรรมที่

ต้องการเสริมสร้าง

๒. ความรู้

๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา

- (๑) เข้าใจ และวิเคราะห์ หลักการและทฤษฎีพื้นฐานด้านการโฆษณาและสื่อสารการตลาด
- (๒) สามารถวิเคราะห์ปัญหา เข้าใจ และอธิบาย รวมถึงนำความรู้ทางการโฆษณาและสื่อสารการตลาดไปประยุกต์ใช้ได้
- (๓) เข้าใจและสามารถบูรณาการหลักการของศาสตร์อื่นๆที่เกี่ยวข้องกับนิเทศศาสตร์ เช่น หลักกฎหมาย หลักการจัดการ เป็นต้น
- (๔) มีความรู้และความสามารถในการแสวงหาความรู้และประสบการณ์เพิ่มเติม

ตลอดชีวิต

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) 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) ประเมินจากผลการวิเคราะห์กรณีศึกษา

- (๓) ประเมินจากการฝึกการทำงานเป็นกลุ่ม
- (๔) ประเมินจากข้อสรุปและผลของการแสดงบทบาทสมมุติ
- (๕) ประเมินจากผลการศึกษานอกห้องเรียนและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์
- (๖) พิจารณาจากการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- (๗) ประเมินจากผลการศึกษาค้นคว้าและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์

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) ประเมินจากผลการศึกษาค้นคว้าและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์
- (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	แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับการสร้างสรรค์งานสื่อสารการตลาด - แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ - แนวคิดเกี่ยวกับงานสื่อสารการตลาด	๔	บรรยายในชั้นเรียน ครั้งที่ ๑ (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยายโดยใช้ Power Point Presentation เกี่ยวกับคำอธิบายรายวิชา ข้อปฏิบัติเบื้องต้นสำหรับผู้สอนและผู้เรียน ทั้งในการเรียนในห้องเรียนและการเรียนออนไลน์ รวมถึงชี้แจงการเรียนออนไลน์ของแต่ละสัปดาห์ - นักศึกษาอภิปราย สอบถาม - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ แนวคิดทั่วไปเกี่ยวกับการสร้างสรรค์งานสื่อสารการตลาด และตั้งประเด็นให้นักศึกษาฝึกพัฒนาความคิดสร้างสรรค์เบื้องต้น - มอบใบงาน เพื่อให้ นักศึกษา กลับไปนำเสนอผ่าน Google Classroom	ผศ.ชินรต ถินวิไลสกุล ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรียจินดา
๒	กลยุทธ์การสร้างสรรค์งานสื่อสารการตลาด - ส่วนประสมการสร้างสรรค์ - วจนภาษาในส่วนประสมของการสร้างสรรค์งานสื่อสารการตลาด - วจนภาษาในส่วนประสมของการสร้างสรรค์งานสื่อสารการตลาด	๔	บรรยายในชั้นเรียน ครั้งที่ ๒ (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยายโดยใช้ Power Point Presentation เกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างสรรค์งานสื่อสารการตลาด - นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษา ด้วยการให้ศึกษาชิ้นงานงานสื่อสารการตลาด แล้ววิเคราะห์ส่วนประสมการสร้างสรรค์	ผศ.ชินรต ถินวิไลสกุล ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรียจินดา
๓*	การกำหนดกลยุทธ์ในการสร้างสรรค์งานสื่อสารการตลาด - กลยุทธ์ในการสร้างสาร - การสร้างแนวความคิด	๔	บรรยายผ่านระบบออนไลน์ (On Demand) ครั้งที่ ๑ - ผู้สอนบรรยายแบบไม่ประสานเวลา เป็นคลิปการสอน หัวข้อการกำหนดกลยุทธ์ในการสร้างสรรค์งานสื่อสาร	ผศ.ชินรต ถินวิไลสกุล ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรียจินดา

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
	- การกำหนด Key Message และ Key Visual		การตลาด ผ่านระบบ Classroom โดย ใช้ Power Point Presentation อภิปราย จากกรณีศึกษา และให้นักศึกษาฝึก ปฏิบัติจากกิจกรรมทำียบทเรียน	
๕*	การสร้างอัตลักษณ์ตราสินค้า เพื่อการ สร้างสรรค์งานสื่อสารการตลาด	๔	บรรยายผ่านระบบออนไลน์ (On Demand) ครั้งที่ ๒ - ผู้สอนบรรยายแบบไม่ประสานเวลา เป็นคลิปการสอน หัวข้อการสร้างอัต ลักษณ์ตราสินค้า เพื่อการสร้างสรรค์ งานสื่อสารการตลาด ผ่านระบบ Classroom โดยใช้ Power Point Presentation อภิปรายจากกรณีศึกษา และให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติจากกิจกรรม ทำียบทเรียน	ผศ.ชินรอส ถินวิไลสกุล ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา
๕*	การพัฒนากลยุทธ์การสร้างสรรคงาน สื่อสารการตลาด - จุดขายในงานสื่อสารการตลาด - การใช้สิ่งจูงใจในการสื่อสารทาง การตลาด	๔	บรรยายผ่านระบบออนไลน์ (On Demand) ครั้งที่ ๓ - ผู้สอนบรรยายแบบไม่ประสานเวลา เป็นคลิปการสอน หัวข้อการพัฒนา กลยุทธ์การสร้างสรรคงานสื่อสาร การตลาด ผ่านระบบ Classroom โดย ใช้ Power Point Presentation อภิปราย จากกรณีศึกษา และให้นักศึกษาฝึก ปฏิบัติจากกิจกรรมทำียบทเรียน	ผศ.ชินรอส ถินวิไลสกุล ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา
๖-๗	เทคนิค และวิธีการนำเสนอในงาน สื่อสารการตลาด - การสร้าง Concept ของงาน เป็น Big Idea สู่ Key Message และ Key Visual - ปฏิบัติการสร้างสรรคงานสื่อสาร การตลาด	๘	บรรยายในชั้นเรียน ครั้งที่ ๓-๔ (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยายโดยใช้ Power Point Presentation เกี่ยวกับเทคนิค และวิธีการนำเสนอในงานสื่อสาร การตลาด - นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษา ด้วยการให้ศึกษาชิ้นงานงานสื่อสาร การตลาด แล้วดำเนินการการสร้าง Concept ของงาน เป็น Big Idea สู่	ผศ.ชินรอส ถินวิไลสกุล ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			Key Message และ Key Visual ปฏิบัติการสร้างสรรค์งานสื่อสาร การตลาด	
๘	ไม่มีสอบกลางภาค			
๙-๑๐	การเล่าเรื่องเพื่อการสร้างสรรค์งาน สื่อสารการตลาด	๔	บรรยายในชั้นเรียน ครั้งที่ ๕-๖ (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยายโดยใช้ Power Point Presentation เกี่ยวกับ การเล่า เรื่องเพื่อการสร้างสรรค์งานสื่อสาร การตลาด - นักศึกษาทำกิจกรรม Storytelling รูปแบบ Transformative Learning	ผศ.ชินโรส ถิ่นวิไลสกุล ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา
๑๑*-๑๒	การสร้างสรรค์งานด้วยการใช้ผู้รับรอง ในงานสื่อสารการตลาด	๘	บรรยายผ่านระบบออนไลน์ (On Demand) ครั้งที่ ๔ - ผู้สอนบรรยายแบบไม่ประสานเวลา เป็นคลิปการสนทนา หัวข้อการ สร้างสรรค์งานด้วยการใช้ผู้รับรองใน งานสื่อสารการตลาด ผ่านระบบ Classroom โดย ใช้ Power Point Presentation อภิปรายจากกรณีศึกษา และให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติจาก กิจกรรมท้ายบทเรียน บรรยายในชั้นเรียน ครั้งที่ 7 (Online / On-site) - ผู้สอนให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติการ สร้างสรรค์งานด้วยการใช้ผู้รับรองใน งานสื่อสารการตลาดในชั้นเรียน	ผศ.ชินโรส ถิ่นวิไลสกุล ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา
๑๓*-๑๔	การสร้างสรรค์งานสื่อสารการตลาด ผ่านกิจกรรม	๘	บรรยายผ่านระบบออนไลน์ (On Demand) ครั้งที่ ๕ - ผู้สอนบรรยายแบบไม่ประสานเวลา เป็นคลิปการสนทนา หัวข้อการ สร้างสรรค์งานสื่อสารการตลาดผ่าน กิจกรรม ผ่านระบบ Classroom โดย	ผศ.ชินโรส ถิ่นวิไลสกุล ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			ใช้ Power Point Presentation อภิปราย จากกรณีศึกษา และให้นักศึกษาฝึก ปฏิบัติจากกิจกรรมทำยบทเรียน บรรยายในชั้นเรียน ครั้งที่ ๘ (Online / On-site) - ผู้สอนให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติการ สร้างสรรค์งานสื่อสารการตลาดผ่าน กิจกรรมในชั้นเรียน	
๑๕	การสร้างสรรค์งานสื่อสารการตลาด ด้วยการเป็นผู้สนับสนุนทางการตลาด	๔	บรรยายในชั้นเรียน ครั้งที่ ๙ (Online / On-site) - โดยวิทยากรรับเชิญในหัวข้อการ สร้างสรรค์งานสื่อสารการตลาดด้วย การเป็นผู้สนับสนุนทางการตลาด - นักศึกษาฝึกปฏิบัติจากกิจกรรม ทำยบทเรียน	ผศ.ชินโรส ถินวิไลสกุล ผศ.ดร.ประกายภาวิไล ศรียจินดา และวิทยากร รับเชิญ
๑๖	การสร้างสรรค์งานสื่อสารการตลาด ผ่านสื่อดิจิทัล การตลาดด้วยเนื้อหา (Content Marketing)	๔	บรรยายในชั้นเรียน ครั้งที่ ๑๐ (Online / On-site) - โดยใช้ Power Point Presentation พร้อมวิทยากรรับเชิญ และให้ นักศึกษา ปฏิบัติการสร้างสรรค์งาน Content Marketing - นักศึกษาฝึกปฏิบัติจากกิจกรรม ทำยบทเรียน	ผศ.ชินโรส ถินวิไลสกุล ผศ.ดร.ประกายภาวิไล ศรียจินดา และวิทยากร รับเชิญ
๑๗	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. จิตพิสัย (การเข้าชั้นเรียน / มารยาท / การแต่งกาย)	ตลอดภาค การศึกษา	๑๐

๑.๑.๕, ๔.๑.๒, ๔.๑.๓			
๒.๑.๑, ๒.๑.๒, ๒.๑.๓, ๒.๑.๔, ๓.๑.๑, ๓.๑.๒, ๓.๑.๔	๒. แบบฝึกหัดตามบทเรียน (สอบย่อย /กิจกรรม /งานในชั้นเรียน)	๑, ๒, ๓, ๖	๒๐
๓.๑.๑, ๓.๑.๒, ๓.๑.๓, ๓.๑.๔ ๔.๑.๑, ๔.๑.๒, ๔.๑.๓, ๔.๑.๑, ๔.๑.๒, ๔.๑.๔	๓. การฝึกปฏิบัติ (การสร้างสรรค้งานสื่อสารการตลาด)	๙, ๑๐, ๑๑, ๑๒, ๑๓, ๑๔, ๑๕, ๑๖	๔๐
๒.๑.๒, ๒.๑.๔, ๓.๑.๓, ๔.๑.๑	๔. การสอบปลายภาค	๑๓	๓๐
	รวมตลอดภาคการศึกษา		๑๐๐

หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

๑) ประกายกาวิล ศรีจินดา. (๒๕๖๓) กลยุทธ์การสร้างสรรค้งานสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : แดเน็กซ์ อินเตอร์คอร்பอเรชั่นจำกัด.

๒) ประกายกาวิล ศรีจินดา. (๒๕๖๐) เอกสารคำสอนวิชาการสร้างสรรค้งานและผลิตโฆษณา สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด ภาควิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

๑) จุรีพร ไทยดำรงค์ ต่อ สันติศิริ. (๒๕๔๕) กว่าจะเป็นโคด-สะ-นา กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แบรนด์เอง.

๒) ทีมงาน Y&R. โฆษณา โฆษณูก (๒๕๕๐) กรุงเทพฯ : ยูบีซีแอลบีค.

๓.) ประกายกาวิล ศรีจินดา. (๒๕๕๗) กลยุทธ์การสร้างสรรค้งานโฆษณา. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.

๓) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (๒๕๔๕) การสร้างสรรค้งานและผลิตสิ่งโฆษณา เอกสารประกอบการสอนชุดวิชา หน่วยที่ ๑-๘ พิมพ์ครั้งที่ ๘. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

๔) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (๒๕๔๕) การสร้างสรรค์และผลิตสิ่งโฆษณา เอกสารประกอบการสอนชุดวิชา หน่วยที่ ๙-๑๖ พิมพ์ครั้งที่ ๘. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

๕) เสรี วงษ์มณฑา. (๒๕๔๐) การโฆษณาเชิงปฏิบัติ กรุงเทพฯ : เอเอ็น การพิมพ์.

๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

๑) วิทยา ชีวรุโณทัย. (๒๕๕๒) นอกใจภัยโฆษณา. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ โฟสต์ พับลิชชิ่ง.

๒) สมาคมผู้กำกับศิลป์บางกอก. (๒๕๕๑) ช่างคิด กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เดย์โพสต์.

๓) เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา อาทิ www.adintrend.com.

๔) 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 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

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

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม					ความรู้					ทักษะทางปัญญา					ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ					สารสนเทศเชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
	●ความรับผิดชอบหลัก										○ความรับผิดชอบรอง												
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	๑	๒	๓	๔	๕	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๑	๒	๓	
รหัสวิชา AIM 3201																							
ชื่อรายวิชา																							
กลยุทธ์การสร้างสรรค้งาน สื่อสารการตลาด Marketing Communication Creativitie Strategies	●	○	●	○	○	○	○	●	●	○	○	●	○	○	○	●	○	○	○	○	●	○	

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ