



รายละเอียดของรายวิชา (Course Specification)

รหัสวิชา AAM2304 รายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ภาคการศึกษา ๒ ปีการศึกษา ๒๕๖๕

หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา	AAM2304
ชื่อรายวิชาภาษาไทย	การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ	Event Marketing Communication

๒. จำนวนหน่วยกิต

๓ (๒-๒-๕)

๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร	นิเทศศาสตรบัณฑิต (การโฆษณาและสื่อสารการตลาด)
๓.๒ ประเภทของรายวิชา	วิชาบังคับเรียน

๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา	อาจารย์อิสรี ไพเราะ (หัวหน้าแขนงวิชา)
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน	กลุ่มเรียน ๐๐๑ (ห้องเรียนกรุงเทพฯ) ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา กลุ่มเรียน ๒๐๑ ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา

๕. สถานที่ติดต่อ

ห้องพักอาจารย์ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ ชั้น ๒
E – Mail Prakaikavin.sr@ssru.ac.th

๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่	๒/ ชั้นปีที่ ๑
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้ ประมาณ	๘๐ 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

เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจบทบาทและวิธีการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม ในฐานะที่เป็นเครื่องมือทางการตลาดแบบสองทางที่ทรงประสิทธิภาพ และเป็นที่ยอมรับมากในปัจจุบัน โดยสามารถนำความรู้ในการวางแผนการสื่อสารการตลาดผ่านเครื่องมือประเภทต่าง ๆ ไปเป็นพื้นฐานในการศึกษารายวิชาขั้นสูงด้านการโฆษณาและการสื่อสารการตลาดอื่นได้ต่อไป

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้นักศึกษาปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์การสื่อสารการตลาดในปัจจุบัน โดยประกอบด้วยเรื่องของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรมที่ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภค พฤติกรรมกรรับข่าวสารของผู้บริโภคที่มีความอ่อนไหว เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตลอดเวลา ตลอดจนให้นักศึกษาได้ฝึกฝนการใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรมได้อย่างเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและสถานการณ์

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

แนวคิด ความหมาย ความสำคัญ ความเป็นมา รูปแบบ องค์ประกอบ และกระบวนการการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม ฝึกปฏิบัติการสร้างสรรค์ผลงานสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

Concept, meaning, importance, background, form, composition and process of event marketing communication, practicing creative portfolio in event marketing communication

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

๑ ชั่วโมง / สัปดาห์

๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ชั้น ๒ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

๓.๒ ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข ๐๙๐-๙๑๕-๕๕๐๐

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

๓.๔ ปรึกษาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook) Pk Gavin

๓.๕ ปรึกษาผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Internet/Webboard) http://www.teacher.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 ทักษะ และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับคุณธรรมและจริยธรรมที่ต้องการเสริมสร้าง

๒. ความรู้

๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีความรู้เกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีพื้นฐานด้านนิเทศศาสตร์และในสาขาวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง
- (๒) มีความรู้ที่เกิดจากบูรณาการความรู้ในศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมศักยภาพในการประกอบวิชาชีพ
- (๓) มีความรู้ภาคปฏิบัติอย่างลึกซึ้งและกว้างขวาง เป็นระบบ เป็นสากล และเท่าทันสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก
- (๔) มีความรู้และความสามารถในการแสวงหาความรู้และประสบการณ์เพิ่มเติมตลอดชีวิต

- (๕) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับพัฒนาการของสื่อดิจิทัลและเทคโนโลยีสมัยใหม่ ตลอดจนสามารถบูรณาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับการทำงานได้

๒.๒ วิธีการสอน

- (๑) การเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนมีความสามารถในการเรียนรู้ในชั้นเรียนและแสวงหาความรู้เพิ่มเติมภายนอกชั้นเรียนได้
- (๒) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นความสนใจของผู้เรียนควบคู่ไปด้วย โดยให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้า เพิ่มเติมในประเด็นที่สนใจ ด้วยการทำรายงาน การกำหนดประเด็นการอภิปรายกลุ่ม และกรณีศึกษา
- (๓) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนและระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน
- (๔) การมุ่งเน้นการฝึกปฏิบัติเพื่อสร้างเสริมทักษะในแต่ละวิชาชีพ
- (๕) การศึกษาดูงานองค์การ หน่วยงานที่มีความโดดเด่นในสาขาวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง
- (๖) เชิญผู้เชี่ยวชาญในแต่ละวิชาชีพที่เกี่ยวข้องมาเป็นวิทยากรบรรยายพิเศษ หรืออบรมเชิงปฏิบัติการให้แก่ นักศึกษา

๒.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากพฤติกรรม ความสนใจ และการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน การซักถาม 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) มีความสามารถในการเข้าถึงฐานข้อมูลซึ่งเป็นฐานความรู้สำหรับการปฏิบัติงานในวิชาชีพ
- (๒) มีศักยภาพทางความคิด อาทิ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การคิดอย่างสร้างสรรค์ การคิดหลายมุม เพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงและความรู้ที่ถูกต้อง ชัดเจน และเป็นประโยชน์
- (๓) มีความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์ การวางแผน การบริหารจัดการและการปฏิบัติงานตามแผน และการประเมินผลในแต่ละวิชาชีพ
- (๔) มีความสามารถในการเรียบเรียงความคิดอย่างเป็นระบบและนำเสนอได้อย่างสร้างสรรค์
- (๕) มีความสามารถในการเชื่อมโยงและประยุกต์สารความรู้ไปสู่การปฏิบัติงานด้านวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง

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 การถาม คำถาม และการตอบคำถาม

(๒) ประเมินจากผลการศึกษาค้นคว้า การทำรายงานกลุ่ม การอภิปรายกลุ่ม การวิเคราะห์กรณีศึกษาและ รายงานผล

(๓) ประเมินจากผลการศึกษาส่วนบุคคลและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์

(๔) การประเมินผลการศึกษาปฏิบัติและการร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อบูรณาการความรู้

(๕) ประเมินจากการตอบคำถามทบทวนประจำบท การทดสอบย่อยการสอบกลางภาค และปลายภาค รวมทั้งผลการประเมินผู้สอนปลายภาคเรียน

(๖) ประเมินจากการพูดคุยหรือการสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

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

และประสิทธิผลยิ่งขึ้น

- (๖) มีภาวะผู้นำและผู้ตามที่ดี

๔.๒ วิธีการสอน

(๑) สอดแทรกประสบการณ์รวมทั้งเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องและเกิดขึ้นจริงในสังคมเพื่ออธิบายประกอบการเรียนการสอน

(๒) ศึกษาโดยการวิเคราะห์กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

(๓) ฝึกการทำงานเป็นกลุ่ม อาทิ การทำรายงาน การอภิปราย การจัดโครงการพิเศษ หรือธุรกิจจำลอง

(๔) ใช้วิธีการสอนแบบบทบาทสมมติเพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดประสบการณ์

เสมือนจริง

(๕) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนและระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน2)

(๖) การทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้เรียนมีทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

(๗) การเน้นการฝึกปฏิบัติและการร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อบูรณาการความรู้สู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม

ชัดเจน

(๘) ผู้สอนเป็นแบบปฏิบัติที่ดี

๔.๓ วิธีการประเมินผล

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

๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ**๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา**

- (๑) มีทักษะการใช้ข้อมูลเชิงตัวเลขจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิในการวิเคราะห์สถานการณ์ การตัดสินใจ การวางแผน การบริหารแผนและปฏิบัติงาน และการประเมินผลการปฏิบัติงาน
- (๒) มีทักษะการสื่อสารซึ่งก่อให้เกิดประสิทธิผลในการปฏิบัติงานในแต่ละวิชาชีพ ได้แก่ ทักษะการฟัง การพูด การอ่าน และเขียนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นพื้นฐานในการสร้างสารและการนำเสนอ
- (๓) มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมสนับสนุน การปฏิบัติงาน อาทิ การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตด้วยรูปแบบต่าง ๆ โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์

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

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน / กลุ่มเรียน
๑	ประมวลวิชา แนวทางการเรียนการสอน วิสัยทัศน์	๔	บรรยายในชั้นเรียน ครั้งที่ ๑ (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยาย เพื่อแนะนำประมวล วิชา แนวทางการเรียนการสอน วิสัยทัศน์ ของรายวิชา โดยใช้ Power Point Presentation และกรณีศึกษาจริง พร้อมยกตัวอย่างประกอบ	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา
๒-๓	<ul style="list-style-type: none"> แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับการ สื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม ความหมาย ความสำคัญ หลักการสื่อสารการตลาดเบื้องต้น 	๘	บรรยายในชั้นเรียน ครั้งที่ ๒-๓ (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยาย ในหัวข้อ แนวคิด เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสาร การตลาดเชิงกิจกรรม ความหมาย ความสำคัญ และหลักการสื่อสาร การตลาดเบื้องต้น โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการ นำเสนอ ผ่านโปรแกรม Google Meet	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา
๔*	ความเป็นมาของการสื่อสารการตลาด เชิงกิจกรรม	๔	บรรยายผ่านระบบออนไลน์ (*On Demand) ครั้งที่ ๑ - ผู้สอนบรรยาย แบบไม่ประสานเวลา ในรูปแบบ Video Presentation ใน โปรแกรม Meet โดยให้นักศึกษาเข้ามา ชมภายในเวลา 1 สัปดาห์ ในหัวข้อ ความเป็นมาของการสื่อสารการตลาด เชิงกิจกรรม โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ ผ่านโปรแกรม Google Meet	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา
๕*	หลักการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการ สื่อสารการตลาด	๔	บรรยายผ่านระบบออนไลน์ (*On Demand) ครั้งที่ ๒	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน / กลุ่มเรียน
	กระบวนการทางการสื่อสารตลาด		<ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนบรรยาย แบบไม่ประสานเวลา ในรูปแบบ Video Presentation ในโปรแกรม Meet โดยให้นักศึกษาเข้ามาชมภายในเวลา 1 สัปดาห์ ในหัวข้อหลักการสื่อสารทางการตลาด สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาด - โดยใช้ Power Point Presentation ยกตัวอย่างประกอบ อภิปรายจากกรณีศึกษา และให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด 	
๖*	<p>การสื่อสารตราสินค้ากับการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม</p> <ul style="list-style-type: none"> ● แนวคิดเกี่ยวกับตราสินค้า ● การสร้างตราสินค้า และการบริหารจัดการตราสินค้า ● ตราสินค้ากับการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม 	๔	<p>บรรยายผ่านระบบออนไลน์ (*On Demand) ครั้งที่ ๓</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนแบบไม่ประสานเวลา ในรูปแบบ Video Presentation ในโปรแกรม Meet บรรยายหัวข้อ การสื่อสารตราสินค้า โดยให้นักศึกษาเข้ามาชมภายในเวลา 1 สัปดาห์ - ผู้สอนมอบสิ่งดี TVC ภาพยนตร์โฆษณาจริงให้นักศึกษาให้ได้ชม - นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษาใน Youtube ที่เข้าชม - ผู้สอนมอบใบงาน ด้วยการทำแบบฝึกหัด - นักศึกษาอภิปรายผลตามแนวทางที่ได้ศึกษามา นำเสนอผ่านระบบออนไลน์ ผ่าน Web board ใน Google Classroom 	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา
๗*	<p>การวิเคราะห์ผู้บริโภคเพื่อการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม</p> <ul style="list-style-type: none"> ● กระบวนการในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค 	๔	<p>บรรยายผ่านระบบออนไลน์ (*On Demand) ครั้งที่ ๔</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนบรรยาย แบบไม่ประสานเวลา ในรูปแบบ Video Presentation 	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน / กลุ่มเรียน
	<ul style="list-style-type: none"> อิทธิพลทางสภาพแวดล้อมต่อพฤติกรรมผู้บริโภค 		หัวข้อ การวิเคราะห์ผู้บริโภคเพื่อการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม ในโปรแกรม Meet โดยให้นักศึกษาเข้ามาชมภายในเวลา 1 สัปดาห์ - ผู้เรียนอภิปรายกิจกรรม โดยใช้พฤติกรรมผู้บริโภคของตนเอง อธิบายลำดับขั้นของกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคตามลำดับขั้นที่กำหนดให้	
๘	สัปดาห์สอบกลางภาค			
๙-๑๐*	องค์ประกอบ รูปแบบ เครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม	๘	บรรยายผ่านระบบออนไลน์ (*On Demand) ครั้งที่ ๕ - ผู้สอนบรรยาย แบบไม่ประสานเวลา ผ่านระบบออนไลน์ ในหัวข้อ องค์ประกอบ รูปแบบการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม บรรยายในชั้นเรียน ครั้งที่ ๔ (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยาย ในชั้นเรียน หัวข้อ เครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ ผ่านโปรแกรม Google Meet - ผู้เรียน อภิปรายและแสดงความคิดเห็นผ่านระบบออนไลน์	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา
๑๑	กระบวนการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม	๔	บรรยายในชั้นเรียน ครั้งที่ ๕ (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยาย ในหัวข้อ กระบวนการสื่อสารการตลาด	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน / กลุ่มเรียน
			โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ ผ่านโปรแกรม Google Meet	
๑๒-๑๕	ปฏิบัติการการสื่อสารการตลาดเชิง กิจกรรมรายกลุ่ม <ul style="list-style-type: none"> ● การเขียนแผนการดำเนินกิจกรรม (Event Proposal) ● การจัดกิจกรรม (Event Day) ● การประเมินผลการจัดกิจกรรม (Event Evaluation) 	๒๐	กิจกรรมในชั้นเรียน ครั้งที่ ๖-๙ (Online / On-site) ผู้สอนบรรยาย ในหัวข้อ การเขียน แผนการดำเนินกิจกรรม, การจัด กิจกรรม, การประเมินผลการจัด กิจกรรม โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ ผ่านโปรแกรม Google Meet นักศึกษาฝึกปฏิบัติจัดกิจกรรม สื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรมราย กลุ่ม	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา
๑๖	นำเสนอ อภิปราย ผลงานกลุ่ม ทบทวนเนื้อหา	๔	กิจกรรมในชั้นเรียน ครั้งที่ ๑๐ (Online / On-site) ให้นักศึกษานำเสนอผลงานที่ได้รับ มอบหมายทุกกลุ่ม	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา
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, ๑.๑.๕, ๔.๑.๒, ๔.๑.๓	๑. จิตพิสัย (การเข้าชั้นเรียน / มารยาท / การแต่งกาย)	ตลอดภาค การศึกษา	๑๐

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, ๕.๑.๒, ๕.๑.๔	๓. การฝึกปฏิบัติ (ปฏิบัติการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม)	๙, ๑๐, ๑๑, ๑๒, ๑๓, ๑๔, ๑๕, ๑๖	๔๐
๒.๑.๒, ๒.๑.๔, ๓.๑.๓, ๕.๑.๑	๔. การสอบปลายภาค	๑๓	๓๐
	รวมตลอดภาคการศึกษา		๑๐๐

หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

๑) ประกายกาวิล ศรีจินดา. (๒๕๖๕). การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม. เอกสารประกอบการสอนสาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

๑) เกரியงไกร กาญจนโกคิน (๒๕๖๒). Hybrid Event Marketing. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.

๒) ประกายกาวิล ศรีจินดา. (๒๕๖๕). หน่วยที่ ๑๑ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดทางการเมือง. ในชุดวิชาแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น ระดับบัณฑิตศึกษา. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

๓) ประกายกาวิล ศรีจินดา. (๒๕๖๓) กลยุทธ์การสร้างสรรค้งานสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : แดเน็กซ์ อินเตอร์คอร์ตเปอร์เรชั่นจำกัด.

๔) ประกายกาวิล ศรีจินดา. (๒๕๖๒). การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์โพธิ์แก้ว.

๕) Kotler, P. (2009). Principles of Marketing. New Jersey : Pearson Education

๖) Kotler, P. (2021). Marketing 5.0 – Technology for Humanity. US : Wiley.

๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

๑) ปรากฏการวิไล ศรีจินดา. (๒๕๖๕). การวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง. วารสารนิเทศศาสตร์ มสธ, ๑๒(๒). ๑-๒๐.

๒) ปรากฏการวิไล ศรีจินดา. ภูวพงษ์ ภูมราพันธ์. เจตรินทร์ ยะแสง. สนั่นเฒ่าพร จันนงเยาว์. นภาภักดิ์ จักขุบท. (๒๕๖๓). กลยุทธ์การสื่อสารตราสินค้าของเทศกาลดนตรี บิ๊กเมาน์เทน มิวสิคเฟสติวัล. วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร, ๕(๑). ๓๗-๔๖.

๓) ปรากฏการวิไล ศรีจินดา. (๒๕๖๑). การสื่อสารการตลาดของภาพยนตร์ไทยบ้านเดอะซีรีส์. วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร, ๓(๒). ๔๐-๔๗.

๔) ปรากฏการวิไล ศรีจินดา. (๒๕๖๑). การสื่อสารการตลาดของสถานีโทรทัศน์ดิจิตอลระยะเริ่มต้นในประเทศไทย. วารสารวิชาการ ศรีปทุม ชลบุรี. ๑๕(๒). ๕๐-๖๐.

๕) ปรากฏการวิไล ศรีจินดา. (๒๕๕๐). การสื่อสารรณรงค์ของโครงการสัจจะอธิษฐาน. วารสารนิเทศศาสตร์ ๒๕ (๑). ๕๐-๖๕.

๖) ปรากฏการวิไล ศรีจินดา. (๒๕๕๙) ละครโทรทัศน์ไทยกับแนวทางการส่งเสริมการขาย. รายงานการวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

๗) ปรากฏการวิไล ศรีจินดา. (๒๕๖๐) เครื่องมือการสื่อสารการตลาดต้นแบบสำหรับสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิตอล กลุ่มเด็ก เยาวชน และครอบครัว เพื่อการแข่งขันในประชาคมอาเซียน. รายงานการวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

๘) ชีรพันธ์ ไส้ทองคำ. (๒๕๔๕) IMC in Action. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ ท็อปโป๊พอยท์ จำกัด.

๙) วิทวัส รุ่งเรืองผล. (๒๕๖๓) หลักการตลาด พิมพ์ครั้งที่ ๑๐. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

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					ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ					ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสาร				
	●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 AAM2304																									
ชื่อรายวิชา																									
การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม	●	○	○	○	○	●	●	○	○	○	○	●	●	○	○	●	●	○	○	○	○	○	○	○	
Event Marketing Communication																									

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ