



## รายงานผลการดำเนินการของรายวิชา

รหัสวิชา AAM2304 รายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ภาคการศึกษา ๒ ปีการศึกษา ๒๕๖๕

### หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา AAM2304  
ชื่อรายวิชาภาษาไทย การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม  
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ Event Marketing Communication Creativ

๒. รายวิชาที่ต้องเรียนก่อนรายวิชานี้ (ถ้ามี)

ไม่มี

๓. อาจารย์ผู้รับผิดชอบ อาจารย์ผู้สอนและกลุ่มเรียน (section)

ให้รายงานเป็นรายกลุ่ม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา กลุ่มเรียน ๐๐๑ และ ๒๐๑

๔.ภาคการศึกษา/ปีการศึกษาที่เปิดสอนรายวิชา ภาคการศึกษาที่ ๒ ปีการศึกษา ๒๕๖๕

๕. สถานที่เรียน วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ (ห้องเรียนกรุงเทพ และวิทยาเขตนครปฐม)

## หมวดที่ ๒ การจัดการเรียนการสอนที่เปรียบเทียบกับแผนการสอน

### ๑. รายงานชั่วโมงการสอนจริงเทียบกับแผนการสอน

หัวข้อ	จำนวนชั่วโมงตามแผนการสอน	จำนวนชั่วโมงที่สอนจริง	ระบุเหตุผลที่การสอนจริงต่างจากแผนการสอนหากมีความแตกต่างเกิน ๒๕%
ประมวลวิชา แนวการเรียนการสอน วิสัยทัศน์	๔	๔	
<ul style="list-style-type: none"> <li>แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม</li> <li>ความหมาย ความสำคัญ หลักการสื่อสารการตลาดเบื้องต้น</li> </ul>	๔	๔	
ความเป็นมาของการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม	๔	๔	
หลักการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาด กระบวนการทางการสื่อสารตลาด	๔	๔	
การสื่อสารตราสินค้ากับการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม <ul style="list-style-type: none"> <li>แนวคิดเกี่ยวกับตราสินค้า</li> <li>การสร้างตราสินค้า และการบริหารจัดการตราสินค้า</li> </ul> ตราสินค้ากับการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม	๔	๔	
การวิเคราะห์ผู้บริโภคเพื่อการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม <ul style="list-style-type: none"> <li>กระบวนการในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค</li> <li>อิทธิพลทางสภาพแวดล้อมต่อพฤติกรรมผู้บริโภค</li> </ul>	๔	๔	

หัวข้อ	จำนวนชั่วโมงตามแผนการสอน	จำนวนชั่วโมงที่สอนจริง	ระบุเหตุผลที่การสอนจริงต่างจากแผนการสอนหากมีความแตกต่างเกิน ๒๕%
องค์ประกอบ รูปแบบ เครื่องมือการสื่อสาร การตลาดเชิงกิจกรรม	๘	๘	
กระบวนการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม	๔	๕	วิทยากรรับเชิญในหัวข้อการสร้างสรรค์งานสื่อสารการตลาดด้วยการเป็นผู้สนับสนุนทางการตลาดจึงต้องใช้เวลาในการทำกิจกรรมในชั้นเรียนมากกว่าเวลาจำนวนชั่วโมงตามแผนการสอนมากกว่าปกติ
ปฏิบัติการการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรมรายกลุ่ม <ul style="list-style-type: none"> <li>การเขียนแผนการดำเนินกิจกรรม (Event Proposal)</li> <li>การจัดกิจกรรม (Event Day)</li> </ul> การประเมินผลการจัดกิจกรรม (Event Evaluation)	๒๐	๒๐	นักศึกษาฝึกปฏิบัติ และมีการศึกษาดูงานนอกสถานที่
นำเสนอ อภิปราย ผลงานกลุ่ม ทบทวนเนื้อหา	๔	๔	

## ๒. หัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน

ระบุหัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน และพิจารณานัยสำคัญของหัวข้อต่อผลการเรียนรู้ของรายวิชาและหลักสูตร ในกรณีที่มีนัยสำคัญให้เสนอแนวทางชดเชย

หัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน (ถ้ามี)	นัยสำคัญของหัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน	แนวทางชดเชย
ไม่มี		

## ๓. ประสิทธิภาพของวิธีสอนที่ทำให้เกิดผลการเรียนรู้ตามที่ระบุในรายละเอียดของรายวิชา

ผลการเรียนรู้	วิธีสอนที่ระบุใน รายละเอียดรายวิชา	ประสิทธิผล		ปัญหาของการใช้วิธีสอน (ถ้ามี) พร้อมข้อเสนอแนะในการแก้ไข
		มี	ไม่มี	
คุณธรรม จริยธรรม	<p>(๑) สอดแทรกประสบการณ์รวมทั้งเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องและเกิดขึ้นจริงในสังคมมาอธิบายประกอบการเรียนการสอน</p> <p>(๒) ใช้การวิเคราะห์กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับคุณธรรมและจริยธรรมที่ต้องการเสริมสร้างให้นักศึกษา</p> <p>(๓) ใช้วิธีการสอนแบบบทบาทสมมติเพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดประสบการณ์เสมือนจริง</p> <p>(๔) มอบหมายให้นักศึกษาศึกษาเพิ่มเติมนอกห้องเรียนในประเด็นที่สนใจและเกี่ยวข้องกับคุณธรรมและจริยธรรมที่ต้องการเสริมสร้างเพื่อนำผลการศึกษามาอภิปรายแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกัน</p> <p>(๕) การใช้อาจารย์ผู้สอนเป็นตัวอย่างที่ดีในการเสริมสร้างคุณธรรมและจริยธรรม</p>	<p>√</p> <p>√</p> <p>√</p> <p>√</p> <p>√</p>		

ผลการเรียนรู้	วิธีสอนที่ระบุใน รายละเอียดรายวิชา	ประสิทธิผล		ปัญหาของการใช้วิธีสอน (ถ้ามี) พร้อมข้อเสนอแนะในการแก้ไข
		มี	ไม่มี	
ความรู้	<p>(๑) การเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนมีความสามารถในการเรียนรู้ในชั้นเรียนและแสวงหาความรู้เพิ่มเติมภายนอกชั้นเรียนได้</p> <p>(๒) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นความสนใจของผู้เรียน ควบคู่ไปด้วย โดยให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้า เพิ่มเติมในประเด็นที่สนใจ ด้วยการทำรายงาน การกำหนดประเด็น การอภิปรายกลุ่ม และกรณีศึกษา</p> <p>(๓) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนและระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน</p> <p>(๔) การมุ่งเน้นการฝึกปฏิบัติ เพื่อสร้างเสริมทักษะในวิชาชีพ</p> <p>(๕) การศึกษาดูงานองค์การหน่วยงานที่มีความโดดเด่นในสาขาวิชาชีพการโฆษณา</p> <p>(๖) เชิญผู้เชี่ยวชาญในวิชาชีพการโฆษณาที่เกี่ยวข้องมาเป็นวิทยากรบรรยายพิเศษ หรืออบรมเชิงปฏิบัติการให้แก่ นักศึกษา</p>	<p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p>		

ผลการเรียนรู้	วิธีสอนที่ระบุใน รายละเอียดรายวิชา	ประสิทธิผล		ปัญหาของการใช้วิธีสอน (ถ้ามี) พร้อมข้อเสนอแนะในการแก้ไข
		มี	ไม่มี	
ทักษะทางปัญญา	<p>(๑) การเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนมีความสามารถในการเรียนรู้ในชั้นเรียนและแสวงหาความรู้เพิ่มเติมภายนอกชั้นเรียนได้</p> <p>(๒) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นความสนใจของผู้เรียน ควบคู่ไปด้วย โดยให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้า เพิ่มเติมในประเด็นที่สนใจด้วยการทำรายงาน การกำหนดประเด็น การอภิปรายกลุ่ม และกรณีศึกษา</p> <p>(๓) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนและระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน</p> <p>(๔) การทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้เรียนสามารถคิดเชิงวิเคราะห์เชิงสังเคราะห์ และแก้ปัญหาเพื่อเสริมสร้างความสามารถเชิงปัญญา</p> <p>(๕) การเน้นการฝึกปฏิบัติ และการร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อบูรณาการความรู้สู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมชัดเจน</p>	<p>√</p> <p>√</p> <p>√</p> <p>√</p> <p>√</p>		

<p>ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและความ รับผิดชอบ</p>	<p>(๑) สอดแทรกประสบการณ์ รวมทั้งเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้อง และเกิดขึ้นจริงในสังคมเพื่อ อธิบายประกอบการเรียนการ สอน</p> <p>(๒) ศึกษาโดยการวิเคราะห์ กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ</p> <p>(๓) ฝึกการทำงานเป็นกลุ่ม อาทิ การทำรายงาน การ อภิปราย การจัดโครงการ พิเศษ หรือธุรกิจจำลอง</p> <p>(๔) ใช้วิธีการสอนแบบ บทบาทสมมติเพื่อกระตุ้นให้ นักศึกษาเกิดประสบการณ์ เสมือนจริง</p> <p>(๕) การเรียนการสอนที่ มุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ระหว่าง ผู้สอนกับผู้เรียนและระหว่าง ผู้เรียนกับผู้เรียน</p> <p>(๖) การทำหน้าที่ส่งเสริม สนับสนุนให้ผู้เรียนมีทักษะ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ</p> <p>(๗) การเน้นการฝึกปฏิบัติและ การร่วมกิจกรรมเสริม หลักสูตรเพื่อบูรณาการความรู้ สู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม ชัดเจน</p> <p>(๘) ผู้สอนเป็นแบบปฏิบัติที่ดี</p>	<p>√</p> <p>√</p> <p>√</p> <p>√</p> <p>√</p> <p>√</p> <p>√</p>	<p>√</p> <p>√</p>	<p>เนื้อหาของรายวิชาไม่เอื้อให้ทำการการ วิเคราะห์กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความ รับผิดชอบ แต่ให้นักศึกษาได้ทำ กิจกรรมจริงเพื่อมีความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลในการทำงาน</p> <p>เนื้อหาของรายวิชาไม่เอื้อให้ทำใช้ วิธีการสอนแบบบทบาทสมมติ แต่ให้ นักศึกษาได้ทำกิจกรรมจริงเพื่อมี ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในการ ทำงาน</p>
--	---	--	-------------------	--

ผลการเรียนรู้	วิธีสอนที่ระบุใน รายละเอียดรายวิชา	ประสิทธิผล		ปัญหาของการใช้วิธีสอน (ถ้ามี) พร้อมข้อเสนอแนะในการแก้ไข
		มี	ไม่มี	
ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	(๑) สอดแทรกประสบการณ์รวมทั้งเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องและเกิดขึ้นจริงในสังคม (๒) ศึกษาโดยการวิเคราะห์กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับทักษะที่ต้องการเสริมสร้าง (๓) ใช้วิธีการสอนแบบบทบาทสมมติเพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดประสบการณ์เสมือนจริง (๔) มอบหมายให้นักศึกษาจัดทำสื่อสังคมออนไลน์ (๕) มอบหมายให้นักศึกษาศึกษาเพิ่มเติมนอกห้องเรียนในประเด็นที่สนใจ และเกี่ยวข้องกับทักษะที่ต้องการเสริมสร้างเพื่อนำผลการศึกษามาอภิปรายและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ (๖) ทบทวนบทเรียนโดยการตอบคำถามทบทวนประจำบท (๗) ทดสอบย่อยก่อนการเรียนการสอนในแต่ละครั้ง	√  √  √  √  √	   √          √	เนื้อหาของรายวิชาไม่เอื้อให้ใช้วิธีการสอนแบบบทบาทสมมติ แต่ให้นักศึกษาได้ทำกิจกรรมจริงเพื่อมีความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในการทำงาน

#### ๔. ข้อเสนอการดำเนินการเพื่อปรับปรุงวิธีสอน

ระบุข้อเสนอเพื่อการปรับปรุงวิธีสอน ซึ่งได้จากปัญหาที่พบในข้อ ๓  
ปรับวิธีการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับรายวิชา ที่เน้นภาคปฏิบัติ และเป็นการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์

#### หมวดที่ ๓สรุปผลการจัดการเรียนการสอนของรายวิชา

๑. จำนวนนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียน .....๗/๑..... คน

๒. จำนวนนักศึกษาที่คงอยู่เมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษา.....๖๘..... คน



๓. จำนวนนักศึกษาที่ถอน (W).....ลาออก ๓..... คน

๔. การกระจายของระดับคะแนน (เกรด)

กลุ่มเรียน ๐๐๑ (ห้องเรียนกรุงเทพ) จำนวนนักศึกษา ๔๔ คน

ระดับคะแนน (เกรด)	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
A	๔	๙.๐๙
A <sup>-</sup>	๔	๙.๐๙
B <sup>+</sup>	๘	๑๘.๑๘
B	๒	๔.๕๔
B <sup>-</sup>	๔	๙.๐๙
C <sup>+</sup>	๒	๔.๕๔
C	๓	๖.๘๑
C <sup>-</sup>	๔	๙.๐๙
D <sup>+</sup>	๖	๑๓.๖๓
D	๒	๔.๕๔
D <sup>-</sup>	-	๐
F	๕	๑๑.๓๖
I	-	๐

กลุ่มเรียน ๒๐๑ (วิทยาเขตนครปฐม) จำนวนนักศึกษา ๒๔ คน

ระดับคะแนน (เกรด)	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
A	๕	๒๐.๘๓
A <sup>-</sup>	-	๐
B <sup>+</sup>	-	๐
B	๒	๘.๓๓
B <sup>-</sup>	๓	๑๒.๕
C <sup>+</sup>	๑	๔.๑๖
C	๔	๑๖.๖๖

ระดับคะแนน (เกรด)	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
C <sup>-</sup>	๒	๘.๓๓
D <sup>+</sup>	๑	๔.๑๖
D	๔	๑๖.๖๖
D <sup>-</sup>	๑	๔.๑๖
F	๑	๔.๑๖
I	-	๐

๕. ปัจจัยที่ทำให้ระดับคะแนนผิดปกติ (ถ้ามี)

ไม่มี

๖. ความคลาดเคลื่อนจากแผนการประเมินที่กำหนดไว้ในรายละเอียดรายวิชา

ระบุความคลาดเคลื่อนจากแผนการประเมินผลการเรียนรู้ที่กำหนดไว้ใน มคอ.๓ หมวด ๕ ข้อ ๒

๖.๑ ความคลาดเคลื่อนด้านกำหนดเวลาการประเมิน

ความคลาดเคลื่อน	เหตุผล
ไม่มีความคลาดเคลื่อน	

๖.๒ ความคลาดเคลื่อนด้านวิธีการประเมินผลการเรียนรู้ (ถ้ามี)

ความคลาดเคลื่อน	เหตุผล
ไม่มีความคลาดเคลื่อน	

๗. การทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

วิธีการทวนสอบ	สรุปผล
๑) สอบทวนผลสัมฤทธิ์ด้านกระบวนการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรมโดยใช้วิทยากรรับเชิญมาบรรยายและประเมินผลงานจากกิจกรรมนักศึกษาในชั้นเรียน	นักศึกษามีความเข้าใจในกระบวนการและสามารถพัฒนาความคิดในการเลือกผู้สนับสนุนให้เหมาะสมกับกิจกรรมที่วางแผนจะจัด โดยนักศึกษาได้รับการคัดเลือกให้ไปทำงาน “ครัวคุณต๋อยยกทัพ” ที่จัดขึ้นจริงในปี ๒๕๖๖ นี้ซึ่งมาจากการที่นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติจริงในชั้นเรียน

วิธีการทวนสอบ	สรุปผล
๒) สอบทวนผลสัมฤทธิ์ด้านปฏิบัติการการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม ด้วยการนำนักศึกษาไปศึกษาดูงาน Innovation Event ณ EGAT Learning Center	นักศึกษา ถนัดองค์ความรู้จากการศึกษาดูงาน ในองค์ประกอบของปฏิบัติการการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม ได้เป็นอย่างดี

### หมวดที่ ๔ ปัญหาและผลกระทบต่อการดำเนินการ

#### ๑. ประเด็นด้านทรัพยากรประกอบการเรียนและสิ่งอำนวยความสะดวก

ปัญหาในการใช้แหล่งทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน (ถ้ามี)	ผลกระทบ

#### ๒. ประเด็นด้านการบริหารและองค์กร

ปัญหาด้านการบริหารและองค์กร(ถ้ามี)	ผลกระทบต่อผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

### หมวดที่ ๕ การประเมินรายวิชา

#### ๑. ผลการประเมินรายวิชาโดยนักศึกษา (แบบเอกสาร)

##### ๑.๑ ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยนักศึกษา

ระบุข้อวิพากษ์ทั้งที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อน

ไม่มี

##### ๑.๒ ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อข้อวิพากษ์ตามข้อ ๑.๑

ไม่มี

#### ๒. ผลการประเมินรายวิชาโดยวิธีอื่น

##### ๒.๑ ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยวิธีอื่น

ระบุข้อวิพากษ์ทั้งที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อน

ไม่มี

## ๒.๒ ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อข้อวิพากษ์ตามข้อ ๒.๑

ไม่มี

## หมวดที่๖ แผนการปรับปรุง

## ๑. ความก้าวหน้าของการปรับปรุงการเรียนการสอนตามที่เสนอในรายงาน/รายวิชาครั้งที่ผ่านมา

แผนการปรับปรุงที่เสนอในภาคการศึกษา/ ปีการศึกษาที่ผ่านมา	ผลการดำเนินการ
ไม่มี	เนื่องจากเป็นรายวิชาใหม่ ที่เปิดสอนในปีการศึกษานี้เป็นครั้งแรก

## ๒. การดำเนินการอื่น ๆ ในการปรับปรุงรายวิชา

ได้มีการใช้สื่อทันสมัย เข้ามาให้นักศึกษาใช้นำเสนอผลงาน อาทิ Google Meet เป็นต้น

## ๓. ข้อเสนอแผนการปรับปรุงสำหรับภาคการศึกษา/ปีการศึกษาต่อไป

ข้อเสนอ	กำหนดเวลาที่แล้วเสร็จ	ผู้รับผิดชอบ
การปรับกระบวนศึกษาและตัวอย่างในการเรียนการสอนเป็นประจำทุก ๑ ปี ให้ทันสมัยต่อสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อให้ นักศึกษามีมุมมองในเรื่องการประยุกต์ ความรู้ที่ได้กับวิชาชีพโฆษณาอย่างแท้จริง	ปีการศึกษา ๒๕๖๕ นี้ได้มีปรับหลักสูตรใหม่ โดยรายวิชานี้เป็นรายวิชาใหม่ ที่พัฒนาขึ้นมาเพื่อตอบสนองของความคิดเห็นของนักศึกษา ศิษย์เก่า และผู้ประกอบการ โดยเปิดสอนในปี การศึกษานี้เป็นครั้งแรก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประกายกาวิล ศรีจินดา

## ๔. ข้อเสนอแนะของอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาต่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ควรมีการการปรับปรุงหลักสูตรทุก ๕ ปี หรือตามข้อเสนอแนะผลการสอบทวนมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตาม มคอ. ๓ ข้อ ๔

ลงชื่อ .....

ลงชื่อ .....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา)

(อาจารย์อสิรี โพเราะะ)

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

วันที่ ๓ เดือน เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๖

วันที่ ๓ เดือน เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๖