



## รายละเอียดของรายวิชา (Course Specification)

รหัสวิชา AIM 3202 รายวิชา การผลิตงานโฆษณา

สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ภาคการศึกษา ๑ ปีการศึกษา ๒๕๖๖

### หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

#### ๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา	AIM 3202
ชื่อรายวิชาภาษาไทย	การผลิตงานโฆษณา
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ	Advertising Production

#### ๒. จำนวนหน่วยกิต

๓ (๒-๒-๕)

#### ๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร	นิเทศศาสตรบัณฑิต (การโฆษณาและสื่อสารการตลาด)
๓.๒ ประเภทของรายวิชา	วิชาเอกบังคับเรียน

#### ๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา	อาจารย์อสิรี ไพเราะ (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	๑/๒๕๖๖ ชั้นปีที่ ๓
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้ ประมาณ	๕๐ คน

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

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

#### ๙. สถานที่เรียน

อาคาร ๓๔ ห้อง ๓๔๓๕ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

๑๐. วันที่จัดทำหรือปรับปรุง วันที่ ๑๕ เดือน มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๖  
รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

## หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### ๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้ศึกษามีความรู้ ความเข้าใจถึงความสำคัญ และกระบวนการผลิตงานโฆษณา เทคนิคการสร้างสรรคเพื่อถ่ายทอดความคิดสูงงานโฆษณา หลักการผลิตงานโฆษณา สำหรับสื่อประเภทต่าง ๆ และสามารถปฏิบัติการสร้างสรรคและผลิตผลงานโฆษณา ตลอดจนสามารถนำความรู้ที่ศึกษาไปฝึกปฏิบัติและประยุกต์ใช้ในวิชาชีพด้านการโฆษณาต่อไปได้

### ๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้ศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ ในการเตรียมความพร้อมด้านปัญญาในการนำความรู้ ความเข้าใจ ที่ศึกษาไปใช้ฝึกปฏิบัติและเป็นพื้นฐานในการทำงานในด้านการผลิตงานโฆษณา ทั้งนี้ ควรมีการเปลี่ยนแปลงตัวอย่าง โดยสม่ำเสมอเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในแวดวงโฆษณาที่มีความเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ศึกษามีความรู้ที่ศึกษาไปใช้ฝึกปฏิบัติและประยุกต์ใช้ในวิชาชีพด้านงานโฆษณาในระดับสูงต่อไปได้

## หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

### ๑. คำอธิบายรายวิชา

แนวคิด หลักปฏิบัติเกี่ยวกับกระบวนการผลิตงานโฆษณา เทคนิคการสร้างสรรคเพื่อถ่ายทอดสู่การผลิตชิ้นงานโฆษณา ความรู้ในการใช้เครื่องมือ และอุปกรณ์ต่างๆ การควบคุมองค์ประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตงานโฆษณา

### 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 ปริญญาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข ๐๙-๐๙๑๕-๕๕๐๐

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

๓.๔ ปริญญาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook) Pk Gavin

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) 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 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 เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหอย่างเหมาะสม
- (๓) สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ไขปัญหา โดยใช้หลักการทางนิเทศศาสตร์หลักการทางการโฆษณาและสื่อสารการตลาด ที่ได้เรียนมาได้อย่างเหมาะสม
- (๔) มีความใฝ่หาความรู้อยู่เสมอ มีความคิดสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ โดยอยู่ภายใต้คุณธรรมและ

จริยธรรม

### ๓.๒ วิธีการสอน

- (๑) การเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนมีความสามารถในการเรียนรู้ในชั้นเรียนและแสวงหาความรู้เพิ่มเติมภายนอกชั้นเรียนได้
- (๒) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นความสนใจของผู้เรียนควบคู่ไปด้วย โดยให้ผู้เรียน

ศึกษาค้นคว้า เพิ่มเติมในประเด็นที่สนใจด้วยการทำรายงาน การกำหนดประเด็นการอภิปรายกลุ่ม และ  
กรณีศึกษา

(๓) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนและ  
ระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน

(๔) การทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้เรียนสามารถคิดเชิงวิเคราะห์ สังเคราะห์ และแก้ปัญหาเพื่อ  
เสริมสร้างความสามารถเชิงปัญญา

(๕) การเน้นการฝึกปฏิบัติและการร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อบูรณาการความรู้สู่การปฏิบัติที่เป็น  
รูปธรรมชัดเจน

### ๓.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินจากพฤติกรรม ความสนใจ และการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน การซักถาม การถาม  
คำถาม และการตอบคำถาม

(๒) ประเมินจากผลการศึกษาค้นคว้า การทำรายงานกลุ่ม การอภิปรายกลุ่ม การวิเคราะห์กรณีศึกษาและ  
รายงานผล

(๓) ประเมินจากผลการศึกษาค้นคว้าส่วนบุคคลและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์

(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) สอดแทรกประสบการณ์รวมทั้งเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องและเกิดขึ้นจริงในสังคมเพื่ออธิบายประกอบการ  
เรียนการสอน

(๒) ศึกษาโดยการวิเคราะห์กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

(๓) ฝึกการทำงานเป็นกลุ่ม อาทิ การทำรายงาน การอภิปราย การจัดโครงการพิเศษ หรือธุรกิจจำลอง

(๔) ใช้วิธีการสอนแบบบทบาทสมมติเพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดประสบการณ์

เสมือนจริง

(๕) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนและ  
ระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน

(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) 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**

ลำดับที่	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>- แนวคิด หลักปฏิบัติเกี่ยวกับกระบวนการผลิตงานโฆษณา</li> </ul>	๔	<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 แนวคิดทั่วไปเกี่ยวกับแนวคิด หลักปฏิบัติเกี่ยวกับกระบวนการผลิตงานโฆษณา และตั้งประเด็น</li> <li>- มอบใบงาน เพื่อให้ นักศึกษา กลับไปนำเสนอผ่าน Google Classroom</li> </ul>	ผศ.ดร.ประกายภาวิลาศรีจินดา
๒-๓	<p>เทคนิคการสร้างสรรคงานโฆษณา</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- จุดขายในงานสื่อสารการตลาด</li> <li>- เทคนิค และวิธีการนำเสนอในงานสื่อสารการตลาด</li> <li>- การสร้าง Concept ของงาน เป็น Big Idea สู่ Key Message และ Key Visual</li> </ul>	๘	<p><b>บรรยายผ่านระบบออนไลน์</b> (On Demand)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้สอนบรรยายหัวข้อ สารและภาษาในงานโฆษณา แบบไม่ประสานเวลาในรูปแบบ Video Presentation ในโปรแกรม Youtube โดยให้นักศึกษาเข้ามาชมภายในเวลา 1 สัปดาห์</li> </ul>	ผศ.ดร.ประกายภาวิลาศรีจินดา

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้สอนมอบลิงค์ TVC ภาพยนตร์ โฆษณาจริงให้นักศึกษาให้ได้ชม</li> <li>- นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษา ใน Youtube ที่เข้าชม</li> <li>- ผู้สอนมอบใบงาน ด้วยการทำแบบฝึกหัด เทคนิคการสร้างสรรคงานโฆษณา</li> <li>- นักศึกษาสร้าง Concept ของงาน เป็น Big Idea คู่ Key Message และ Key Visual พร้อมนำเสนอผ่านระบบออนไลน์ ผ่าน Web board ใน Google Classroom</li> </ul>	
๔-๕	<p>การพัฒนากลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การเขียนบท</li> <li>- การพัฒนา Storyboard</li> </ul>	๘	<p><b>บรรยายผ่านระบบออนไลน์ (On Demand)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้สอนบรรยายโดยใช้ Power Point Presentation เกี่ยวกับ การพัฒนากลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา ประกอบด้วยการเขียนบท และการพัฒนา Storyboard</li> <li>- มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษากลับไปทำแบบฝึกหัดฝึกปฏิบัติการเขียนบท และพัฒนา Storyboard</li> <li>- นักศึกษาฝึกอภิปรายการเขียนบท และพัฒนา Storyboard พร้อมนำเสนอผ่านระบบออนไลน์ ผ่าน Web board ใน Google Classroom</li> </ul>	ผศ.ดร.ประกายภาวิไล ศรีจินดา
๖	<p>กระบวนการก่อนการผลิตงานโฆษณา</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- แนวคิด และหลักการ</li> <li>- การทำ Shooting board</li> </ul>	๔	<p><b>บรรยายผ่านระบบออนไลน์ (On Demand)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้สอนบรรยายหัวข้อ กระบวนการก่อนการผลิตงานโฆษณา แบบไม่ประสานเวลา ในรูปแบบ Video Presentation ในโปรแกรม Youtube</li> </ul>	ผศ.ดร.ประกายภาวิไล ศรีจินดา



สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			<p>โดยให้นักศึกษาเข้ามาชมภายในเวลา 1 สัปดาห์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้สอนมอบลิงค์ TVC ภาพยนตร์ โฆษณาจริงให้นักศึกษาให้ได้ชม</li> <li>- นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษา ใน Youtube ที่เข้าชม</li> <li>- ผู้สอนมอบใบงาน ด้วยการทำแบบฝึกหัด ฝึกปฏิบัติการทำ Shooting board และ Reference เพื่อการผลิตงานโฆษณา</li> </ul>	
๓/	<p>กระบวนการก่อนการผลิตงานโฆษณา</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- แนวคิด และหลักการ</li> <li>- การทำ Reference</li> </ul>	๔	<p><b>บรรยายในชั้นเรียน (Online / On-site)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้สอน บรรยายหัวข้อกระบวนการก่อนการผลิตงานโฆษณา การทำ Reference โดย ใช้ Power Point Presentation</li> </ul>	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา
๔	<b>สอบกลางภาค</b>			
๓-๑๐	<p>กระบวนการก่อนการผลิตงานโฆษณา</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การคัดเลือกนักแสดง</li> <li>- การออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย</li> <li>- การคัดเลือกพื้นที่ถ่ายทำ</li> <li>- การเตรียมอุปกรณ์ประกอบฉาก</li> </ul>	๘	<p><b>บรรยายในชั้นเรียน (Online / On-site)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้สอน และวิทยากรรับเชิญบรรยาย หัวข้อกระบวนการก่อนการผลิตงานโฆษณา โดย ใช้ Power Point Presentation</li> <li>- มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษากลับไปทำแบบฝึกหัดปฏิบัติการคัดเลือกนักแสดง ออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย คัดเลือกพื้นที่ถ่ายทำ ไปจนถึงการเตรียมอุปกรณ์ประกอบฉาก เพื่อการผลิตงานโฆษณา</li> </ul>	<p>ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา</p> <p>และวิทยากรรับเชิญ</p>
๑๑-๑๓	<p>กระบวนการผลิตงานโฆษณา</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- แนวคิด และหลักการ</li> </ul>	๑๒	<p><b>บรรยายในชั้นเรียน (Online / On-site) (๔ ชั่วโมง)</b></p>	<p>ผศ.ดร.ประกายกาวิล</p> <p>และวิทยากรรับเชิญ</p>

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
	- ฝึกปฏิบัติในการผลิตภาพยนตร์ โฆษณา		- ผู้สอน และวิทยากรรับเชิญบรรยาย หัวข้อกระบวนการหลังการผลิตงาน โฆษณา โดยใช้ Power Point Presentation - มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษากลับไป ทำแบบฝึกหัดฝึกปฏิบัติในการผลิต ภาพยนตร์โฆษณา <b>ฝึกปฏิบัติงานนอกชั้นเรียน</b> (๘ ชั่วโมง)	
๑๔-๑๕	กระบวนการหลังการผลิตงานโฆษณา - การตัดต่อภาพและเสียงด้วย เครื่องมือในโปรแกรมการตัดต่อ - การใช้เทคนิคพิเศษในการผลิตงาน โฆษณา	๘	<b>บรรยายในชั้นเรียน</b> (Online / On-site) - ผู้สอน และวิทยากรรับเชิญบรรยาย หัวข้อกระบวนการหลังการผลิตงาน โฆษณา โดยใช้ Power Point Presentation - มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษากลับไป ทำแบบฝึกหัดปฏิบัติการตัดต่อภาพ และเสียงด้วยเครื่องมือในโปรแกรม การตัดต่อ และการใช้เทคนิคพิเศษใน การผลิตงานโฆษณา	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา และวิทยากรรับเชิญ
๑๖	นำเสนอผลงานการผลิตโฆษณา	๔	<b>นำเสนอผลงานการผลิตโฆษณา</b> (Online / On-site) - นักศึกษานำเสนอผลงานการผลิต โฆษณา แบบประสานเวลา โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ ผ่านโปรแกรม Google Meet	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา
๑๗	<b>สอบปลายภาค</b>			

## ๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

( ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา

(Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรสัปดาห์ที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
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 (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, ๕.๑.๑, ๕.๑.๒, ๕.๑.๔	๓. การฝึกปฏิบัติ (การผลิตงานโฆษณา)	๙, ๑๐, ๑๑, ๑๒, ๑๓, ๑๔, ๑๕, ๑๖	๕๐
๒.๑.๒, ๒.๑.๔, ๓.๑.๓, ๕.๑.๑	๔. การสอบปลายภาค	๑๓	๒๐
	รวมตลอดภาคการศึกษา		๑๐๐

## หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

### ๑. ตำราและเอกสารหลัก

๑) ประกายกาวิล ศรีจินดา. (๒๕๖๒) เอกสารประกอบการสอนวิชาการผลิตโฆษณา. สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด ภาควิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

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

### ๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

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

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

๓.) ปรกกายกาวิล ศรีจินดา. (๒๕๕๓) กลยุทธ์การสร้างสรรคิโฆษณา. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.

๓) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (๒๕๕๕) การสร้างสรรคิและผลิตสิ่งโฆษณา เอกสารประกอบการสอนชุดวิชา หน่วยที่ ๑-๘ พิมพ์ครั้งที่ ๘. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

๔) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (๒๕๕๕) การสร้างสรรคิและผลิตสิ่งโฆษณา เอกสารประกอบการสอนชุดวิชา หน่วยที่ ๙-๑๖ พิมพ์ครั้งที่ ๘. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

๕) เสรี วงษ์มณฑา. (๒๕๕๐) การโฆษณาเชิงปฏิบัติ กรุงเทพฯ : เอเอ็น การพิมพ์.

### ๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

๑) วิทยา ชีวรุโณทัย. (๒๕๕๒) นอกใจโฆษณา. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ โพลสตี้ พับลิชชิง.

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

๓) เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา อาทิ [www.adintrend.com](http://www.adintrend.com).

๔) เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด อาทิ [www.marketeer.com](http://www.marketeer.com), [www.brandage.com](http://www.brandage.com)

## หมวดที่๓/ 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	๕	๑	๒	๓	๔	๕	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๑	๒	๓	
รหัสวิชา AIM 3202																									
ชื่อรายวิชา การผลิตงานโฆษณา Advertising Production	●	○	○	○	○	●	●	○	○	○	○	●	●	○	○	●	●	○	○	○	○	○	●	○	

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ