



## รายละเอียดของรายวิชา(Course Specification)

รหัสวิชา AAM 1201 รายวิชา หลักการโฆษณา

สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ภาคการศึกษา ๑ ปีการศึกษา ๒๕๖๖

### หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

#### ๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา	AAM1201
ชื่อรายวิชาภาษาไทย	หลักการโฆษณา
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ	Principles of Advertising

#### ๒. จำนวนหน่วยกิต

๓ (๓-๐-๖)

#### ๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร	นศ.บ.(การโฆษณาและสื่อสารการตลาด)
๓.๒ ประเภทของรายวิชา	วิชาเอกบังคับ

#### ๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา	อาจารย์อัสรี ไพเราะ (หัวหน้าแขนงวิชา)
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา

#### ๕. สถานที่ติดต่อ

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

#### ๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่	๑ / ๒๕๖๖	ชั้นปีที่ ๑
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้ ประมาณ	๔๐ คน	

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

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

๙. สถานที่เรียน วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ วิทยาเขตนครปฐม

๑๐. วันที่จัดทำหรือปรับปรุง วันที่ ๑ เดือน กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๖

## รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

## หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

## ๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

๑.๑ เพื่อให้เข้าใจความหมาย ความสำคัญ แนวคิดในการทำโฆษณา บทบาทและอิทธิพลของการโฆษณาที่มีต่อสังคม เศรษฐกิจ และลักษณะสำคัญของการโฆษณา

๑.๒ เพื่อให้เข้าใจขั้นตอนในการวางแผนงานโฆษณา ซึ่งประกอบด้วย การเตรียมข้อมูล การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด การวางแผนสื่อโฆษณา การกำหนดงบประมาณ การประเมินผลการโฆษณา

## ๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้ทันสมัยกับสถานการณ์ด้านการโฆษณาและสื่อสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

## หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

## ๑. คำอธิบายรายวิชา

ความหมาย ความสำคัญ แนวคิดในการโฆษณา บทบาทและอิทธิพลของการโฆษณาที่มีต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม ลักษณะสำคัญของการโฆษณา การวางแผนงานโฆษณา การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด การสร้างสรรค์งานโฆษณา การวางแผนสื่อโฆษณา และการประเมินผลงานโฆษณา

## ๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน(ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
บรรยาย ๔๕ ชั่วโมงต่อภาค การศึกษา	-	-	การศึกษาด้วยตัวเอง ๙๐ ชั่วโมงต่อสัปดาห์

## ๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

๓ ชั่วโมง / สัปดาห์

๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ห้องพักอาจารย์ 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) [https://elcca.ssru.ac.th/prakaikavin\\_sr/](https://elcca.ssru.ac.th/prakaikavin_sr/)

## หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

### ๑. คุณธรรม จริยธรรม

#### ๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีวินัยตรงต่อเวลาและมีความรับผิดชอบสูงทั้งต่อตนเองวิชาชีพและสังคม
- (๒) มีความซื่อสัตย์สุจริต
- (๓) ปฏิบัติหน้าที่ด้วยคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณในวิชาชีพ
- (๔) เคารพในระเบียบและกฎเกณฑ์ขององค์กรและสังคม
- (๕) เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น เคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

#### ๑.๒ วิธีการสอน

- (๑) ให้นักศึกษาเข้าเรียนตามเวลาที่กำหนด และส่งรายงานตามกำหนดเวลา
- (๒) ไม่ลอกกรายงานหรือผลงานของผู้อื่นโดยนำมาเป็นของตน, ไม่ลอกข้อสอบ
- (๓) สอดแทรกเรื่องคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพไปกับเนื้อหาการเรียน
- (๔) การตั้งกฎระเบียบของห้องเรียนให้ทุกคนปฏิบัติตาม
- (๕) ให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นในระหว่างการเรียนในแต่ละสัปดาห์

#### ๑.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากการเข้าเรียนตรงเวลาซึ่งจะไม่ถูกหักคะแนนจิตพิสัย และผู้ที่ส่งรายงานล่าช้าจะถูกหักคะแนนเรื่อยๆ นับจากวันที่เลยกำหนดเวลา
- (๒) ประเมินจากรายงานและการอ้างอิง, สังเกตการสอบให้เป็นไปด้วยความสุจริต
- (๓) ประเมินจากรายงานที่มอบหมายว่ามีภาระหนักหรือส่งผลด้านลบในเรื่องคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณหรือไม่
- (๔) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมปฏิบัติตามกฎระเบียบของห้องเรียน
- (๕) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมแสดงความคิดเห็นของผู้พูดและผู้ฟัง

### ๒. ความรู้

#### ๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีความรู้เกี่ยวกับหลักการโฆษณา
- (๒) มีความรู้ที่เกิดจากการบูรณาการความรู้เกี่ยวกับการโฆษณากับความรู้ศาสตร์อื่นๆ เช่นการถ่ายภาพ
- (๓) มีความรู้ในการปฏิบัติการสร้างสรรค์ชิ้นงานโฆษณาในระดับต้นได้
- (๔) มีความรู้และความสามารถในการแสวงหาความรู้และประสบการณ์เพิ่มเติมจากที่สอนในห้องเรียน
- (๕) มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อโฆษณาในยุคดิจิทัล และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับการทำงานได้

#### ๒.๒ วิธีการสอน

- (๑) บรรยายและศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมด้วยตนเอง
- (๒) ฝึกทำแบบฝึกหัดในการบูรณาการความรู้เกี่ยวกับการโฆษณากับความรู้ศาสตร์อื่นๆ
- (๓) ฝึกปฏิบัติการสร้างสรรค์ชิ้นงานโฆษณาอย่างง่าย
- (๔) หาตัวอย่างงานสร้างสรรค์ นำเสนอ และช่วยกันวิเคราะห์วิจารณ์
- (๕) ยกตัวอย่างงานโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัล และให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติการสร้างสรรค์ชิ้นงานผ่านสื่อดิจิทัล

**๒.๓ วิธีการประเมินผล**

- (๑) ประเมินผลจากการสังเกตและรายงาน
- (๒) ประเมินผลจากแบบฝึกหัด
- (๓) ประเมินผลจากการฝึกปฏิบัติ
- (๔) ประเมินผลจากการมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์วิจารณ์และการหาตัวอย่างงานมานำเสนอ
- (๕) ประเมินผลจากการทำรายงานผ่านสื่อดิจิทัล

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

- (๑) มีความสามารถในการเข้าถึงฐานข้อมูลความรู้ในการปฏิบัติงานในวิชาชีพ
- (๒) มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ได้
- (๓) มีความสามารถในการวางแผน การบริหารจัดการ
- (๔) มีความสามารถในการเรียบเรียงความคิดอย่างเป็นระบบ
- (๕) มีความสามารถในการเชื่อมโยงและประยุกต์สาระความรู้ไปสู่การปฏิบัติงานด้านการโฆษณา

**๓.๒ วิธีการสอน**

- (๑) ให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ
- (๒) ให้ผู้เรียนฝึกการวิเคราะห์ตัวอย่างงานด้านการโฆษณา
- (๓) ให้ผู้เรียนฝึกการวางแผนการทำงานให้เป็นระบบ การแบ่งงานกันทำภายในทีม
- (๔) ให้ผู้เรียนฝึกการเรียบเรียงประโยค ผ่านการทำรายงาน
- (๕) ให้ผู้เรียนนำความรู้ที่ได้รับไปเชื่อมโยงและประยุกต์สร้างเป็นผลงานของตนเองผ่านการทำรายงาน

**๓.๓ วิธีการประเมินผล**

- (๑) ประเมินผลจากรายงานที่มอบหมาย
- (๒) ประเมินผลจากการแสดงความคิดเห็นอย่างมีเหตุผล
- (๓) ประเมินผลจากการสังเกต

**๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ****๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา**

- (๑) สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี
- (๒) มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย
- (๓) สามารถปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมขององค์กรต่างๆ เช่น ภาควิชาที่ศึกษาอยู่ได้
- (๔) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนและบุคคลอื่นๆที่ติดต่อ
- (๕) มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นได้
- (๖) มีความสามารถในการเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี

**๔.๒ วิธีการสอน**

- (๑) มอบหมายงานกลุ่มที่ทุกคนต้องมีส่วนร่วม
- (๒) กำหนดกรอบเวลาในการส่งรายงาน

(๓) ฝึกการแสดงความคิดเห็น และวิเคราะห์วิจารณ์กรณีตัวอย่างต่างๆ ตลอดจนรับฟังการวิเคราะห์วิจารณ์ของเพื่อนและโต้แย้งอย่างสร้างสรรค์

(๔) แสดงความคิดเห็นในการแก้ไขปัญหาต่างๆของโจทย์ที่ได้รับมา ด้วยความรู้ที่เรียนมา ผ่านการทำรายงาน

#### ๔.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินผลจากรายงานที่มอบหมาย
- (๒) ประเมินผลจากการแสดงความคิดเห็นอย่างมีเหตุผล
- (๓) ประเมินผลจากการสังเกต

### ๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

#### ๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีการนำข้อมูลเชิงตัวเลขมาประกอบการวิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆ
- (๒) มีการพัฒนาทักษะการสื่อสารด้านการฟัง การพูด การเขียน
- (๓) มีทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการทำรายงาน

#### ๕.๒ วิธีการสอน

(๑) ให้หาข้อมูลเชิงตัวเลขจากงานวิจัยต่างๆ มาวิเคราะห์และประกอบการตัดสินใจในการวางแผนงานด้านการโฆษณา

(๒) ให้ผู้เรียนฟังการนำเสนอและวิเคราะห์กรณีศึกษาของผู้เรียนคนอื่น และจับประเด็นเพื่อนำไปสู่การเสนอความคิดเห็นในมุมมองของตนเอง ตลอดจนพัฒนารูปแบบการเขียนรายงานให้สามารถใช้ภาษาเขียนที่ถูกต้อง การสะกดคำศัพท์ที่ต้องไม่ผิดหลักไวยากรณ์

(๓) การทำรายงานโดยการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย

#### ๕.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินผลจากรายงาน
- (๒) ประเมินผลจากการแสดงความคิดเห็นอย่างมีเหตุผล

### ๖. ด้านอื่นๆ: ทักษะพิสัย

ไม่มี

#### หมายเหตุ

สัญลักษณ์  หมายถึง ความรับผิดชอบหลัก

สัญลักษณ์  หมายถึง ความรับผิดชอบรอง

เว้นว่าง หมายถึง ไม่ได้รับผิดชอบ

ซึ่งจะปรากฏอยู่ในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

## หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

## ๑. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชั่วโมง)	กิจกรรมการเรียนการสอนและสื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑	บทนำ : ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการ โฆษณา	๓	<b>บรรยายในชั้นเรียน</b> (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยายโดยใช้ Power Point Presentation เกี่ยวกับคำอธิบายรายวิชา ข้อปฏิบัติเบื้องต้นสำหรับผู้สอนและผู้เรียน ทั้ง ในการเรียนในห้องเรียนและการเรียนออนไลน์ รวมถึงชี้แจงการเรียนออนไลน์ของแต่ละ สัปดาห์ - นักศึกษาอภิปราย สอบถาม - มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษากลับไปนำเสนอ ผ่าน Google Classroom	ผศ.ดร.ประกายกาวิล
๒	รูปแบบและประเภทของการ โฆษณา	๓	<b>บรรยายในชั้นเรียน</b> (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยายโดยใช้ Power Point Presentation เกี่ยวกับรูปแบบและ ประเภทของการโฆษณา - นักศึกษาอภิปราย สอบถาม - มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษากลับไป นำเสนอผ่าน Google Classroom	ผศ.ดร.ประกายกาวิล
๓	ประวัติความเป็นมาและ ประเภทของการโฆษณา	๓	<b>บรรยายผ่านระบบออนไลน์</b> (On Demand) ครั้งที่ ๑ - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ ประวัติความเป็นมา และประเภทของการโฆษณา แบบไม่ประสาน เวลา ในรูปแบบ Video Presentation โดยให้ นักศึกษาเข้ามาชมภายในเวลา 1 สัปดาห์ - ผู้สอนมอบใบงาน ด้วยการทำแบบฝึกหัด ยุคต่าง ๆ ของการโฆษณา - นักศึกษาส่งรายงานและนำเสนอผ่านระบบ Google Classroom	ผศ.ดร.ประกายกาวิล
๔	ยุคต่าง ๆ ของการโฆษณา	๓	<b>บรรยายผ่านระบบออนไลน์</b>	ผศ.ดร.ประกายกาวิล

			<p>(On Demand) ครั้งที่ ๒</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้สอนบรรยายหัวข้อ ยุคต่าง ๆ ของการโฆษณาแบบไม่ประสานเวลา ในรูปแบบ Video Presentation โดยให้นักศึกษาเข้ามาชมภายในเวลา 1 สัปดาห์</li> <li>- ผู้สอนมอบใบงาน ด้วยการทำให้แบบฝึกหัด ยุคต่าง ๆ ของการโฆษณา</li> <li>- ศึกษาล่องรายงานและนำเสนอผ่านระบบ Google Classroom</li> </ul>	
๕	การโฆษณากับแนวคิดที่เกี่ยวข้องทางการสื่อสาร	๓	<p><b>บรรยายในชั้นเรียน</b> (Online / On-site)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้สอนบรรยายโดยใช้ Power Point Presentation เกี่ยวกับการโฆษณากับแนวคิดที่เกี่ยวข้องทางการสื่อสาร</li> <li>- นักศึกษาอภิปราย สอบถาม</li> <li>- มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษากลับไปนำเสนอผ่าน Google Classroom</li> </ul>	ผศ.ดร.ประกายกาวิล
๖	การโฆษณากับแนวคิดทางการตลาด	๓	<p><b>บรรยายในชั้นเรียน</b> (Online / On-site)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้สอนบรรยายโดยใช้ Power Point Presentation เกี่ยวกับการโฆษณากับแนวคิดที่เกี่ยวข้องทางการสื่อสาร</li> <li>- นักศึกษาอภิปราย สอบถาม</li> <li>- มอบใบงาน (<b>แบบฝึกหัด ๑</b>) เพื่อให้นักศึกษากลับไป<b>ฝึกวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด</b> นำเสนอผ่าน Google Classroom</li> </ul>	ผศ.ดร.ประกายกาวิล
๗	บริษัทตัวแทนโฆษณา : ความหมาย รูปแบบ บทบาทหน้าที่	๓	<p><b>บรรยายผ่านระบบออนไลน์</b> (On Demand) ครั้งที่ ๓</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้สอนบรรยายหัวข้อ บริษัทตัวแทนโฆษณาแบบไม่ประสานเวลา ในรูปแบบ Video Presentation โดยให้นักศึกษาเข้ามาชมภายในเวลา 1 สัปดาห์</li> <li>- ผู้สอนมอบใบงาน ด้วยการทำรายงานเกี่ยวกับลักษณะของบริษัทตัวแทนโฆษณาใน</li> </ul>	ผศ.ดร.ประกายกาวิล

			ปัจจุบัน โดยการค้นคว้าเรื่องบริษัทตัวแทน โฆษณา ชิ้นงานที่ได้รับรางวัล ชื่อรางวัล	
๘	<b>สอบกลางภาค</b>			
๙	บริษัทตัวแทนโฆษณา : ลักษณะของบริษัทตัวแทน โฆษณาในปัจจุบัน	๓	<b>บรรยายในชั้นเรียน</b> (Online / On-site) - นักศึกษานำเสนอการค้นคว้าเรื่องบริษัท ตัวแทนโฆษณา ชิ้นงานที่ได้รับรางวัล ชื่อ รางวัล ( <b>แบบฝึกหัด ๒</b> ) - ผู้สอนบรรยายสรุปเกี่ยวกับลักษณะของ บริษัทตัวแทนโฆษณาในปัจจุบัน โดยใช้ Power Point Presentation	ผศ.ดร.ประกายกาวิล
๑๐	การวางแผนงานโฆษณา: กระบวนการดำเนินงาน โฆษณา	๓	<b>บรรยายผ่านระบบออนไลน์</b> (On Demand) <b>ครั้งที่ ๔</b> - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ กระบวนการ ดำเนินงานโฆษณา แบบไม่ประสานเวลา ใน รูปแบบ Video Presentation โดยให้นักศึกษา เข้ามาชมภายในเวลา 1 สัปดาห์ - ผู้สอนมอบใบงาน ด้วยการทำแบบฝึกหัด ยุคต่าง ๆ ของการโฆษณา - นักศึกษาส่งรายงานและนำเสนอผ่านระบบ Google Classroom	ผศ.ดร.ประกายกาวิล
๑๑	การวางแผนงานโฆษณา: การกำหนดกลยุทธ์และ แผนงานโฆษณา	๓	<b>บรรยายในชั้นเรียน</b> (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยายโดยใช้ Power Point Presentation เกี่ยวกับการกำหนดกลยุทธ์ และแผนงานโฆษณา - นักศึกษาอภิปราย สอบถาม	ผศ.ดร.ประกายกาวิล
๑๒	การวางแผนงานโฆษณา: การประเมินผลและการ กำหนดงบประมาณ	๓	<b>บรรยายในชั้นเรียน</b> (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยายโดยใช้ Power Point Presentation เกี่ยวกับการประเมินผล และการกำหนดงบประมาณ - นักศึกษาอภิปราย สอบถาม	ผศ.ดร.ประกายกาวิล



๑๓	การสร้างสร้งงานโฆษณา	๓	<b>บรรยายในชั้นเรียน</b> (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยายสรุปเกี่ยวกับการสร้งสร้งโฆษณา โดยใช้ Power Point Presentation - นักศึกษาทำกิจกรรมสร้งสร้งโฆษณา <b>(แบบฝึกหัด ๓)</b>	ผศ.ดร.ประกายกาวิล
๑๔	สื่อโฆษณา : ความหมาย ประเภท ลักษณะของสื่อโฆษณา	๓	<b>บรรยายผ่านระบบออนไลน์</b> (On Demand) <b>ครั้งที่ ๕</b> - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ สื่อโฆษณา แบบไม่ประสานเวลา ในรูปแบบ Video Presentation โดยให้นักศึกษาเข้ามาชมภายในเวลา 1 สัปดาห์ - ผู้สอนมอบใบงาน ด้วยการทำแบบฝึกหัด ความหมาย ประเภท ลักษณะของสื่อโฆษณา - นักศึกษาส่งรายงานและนำเสนอผ่านระบบ Google Classroom	ผศ.ดร.ประกายกาวิล
๑๕	สื่อโฆษณา : วางแผนสื่อโฆษณา	๓	<b>บรรยายในชั้นเรียน</b> (Online / On-site) <b>บรรยายในชั้นเรียน</b> (Online / On-site) - นักศึกษานำเสนอการค้นคว้าเรื่องการวางแผนสื่อโฆษณา <b>(แบบฝึกหัด ๔)</b> - ผู้สอนบรรยายสรุปเกี่ยวกับสื่อโฆษณาในปัจจุบัน โดยใช้ Power Point Presentation	ผศ.ดร.ประกายกาวิล
๑๖	บทบาทและอิทธิพลของการโฆษณาต่อเศรษฐกิจและสังคม	๓	<b>บรรยายในชั้นเรียน</b> (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยายโดยใช้ Power Point Presentation บทบาทและอิทธิพลของการโฆษณาต่อเศรษฐกิจและสังคม - นักศึกษาอภิปราย สอบถาม	ผศ.ดร.ประกายกาวิล
๑๗	<b>สอบปลายภาค</b>			

**๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้**

( ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา (Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรสัปดาห์ที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน)

๒.แผนการประเมินผลการเรียนรู้			
ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมิน
๑.๑	๑. คะแนนจิตพิสัย (การเข้าชั้นเรียนตรงต่อเวลา/การมีส่วนร่วมในห้องเรียน)	ตลอดภาคการศึกษา	๑๐%
๑.๒, ๑.๓, ๒.๑, ๓.๑, ๓.๒, ๓.๓, ๔.๑	๒. คะแนนแบบฝึกหัดตามบทเรียน (เนื้อหา /การนำเสนอ)	๖, ๙, ๑๓	๒๐%
๔.๒, ๔.๓, ๕.๑, ๕.๒	๓. คะแนนรายงาน	๒, ๓, ๗, ๙	๑๐%
๔.๒, ๔.๓, ๕.๑, ๕.๒	๓. คะแนนสอบกลางภาค	๘	๒๐%
๑.๒, ๒.๑, ๓.๑, ๓.๒, ๓.๓, ๕.๑	๔. คะแนนสอบปลายภาค	๑๗	๔๐%
๑.๒, ๒.๑, ๓.๑, ๓.๒, ๓.๓, ๕.๑	รวม		๑๐๐%

**หมวดที่ ๗ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน****๑. ตำราและเอกสารหลัก**

- ๑) ปรภายกาวิล ศรีจินดา.(๒๕๖๖).หลักการโฆษณา ปรับปรุงใหม่.กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
- ๒) กัญจณิพัทธ์ วงศ์สุเมธรัตน์. (๒๕๔๙). กระบวนการดำเนินงานโฆษณา.กรุงเทพฯ :มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

**๒.เอกสารและข้อมูลสำคัญ**

- ๑) ชีรพล ภูรัตน์ (๒๕๕๐). เอกสารคำสอนการโฆษณาและพฤติกรรมผู้บริโภค กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ๒) เสรี วงษ์มณฑา.(๒๕๔๖).หลักการโฆษณา,กรุงเทพฯ:บริษัทธรรมสาร จำกัด
- ๓) เกษม พิพัฒน์เสรีธรรม. Consumer Insight เจาะลึกถึงใจลูกค้า. กรุงเทพฯ : พีเพิลมีเดียบุค, ๒๕๕๕
- ๔) จุริพร ไทยดำรงค์ ต่อ สันติศิริ. กว่าจะเป็นโคด-สะ-นา กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แบรนด์เอง, ๒๕๕๕
- ๕) ทีมงาน Y&R. โฆษณา โฆษณุก กรุงเทพฯ : ยูบีซีแอลบุ๊ก, ๒๕๕๐.
- ๖) วคิน เตยะธิตี และคณะ. ซูเปอร์ เออี กรุงเทพฯ : ยูนิเวอร์แซล พับลิชชิง, ๒๕๕๐.

**๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ**

- ๑) เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา อาทิ [www.kosanathai.com](http://www.kosanathai.com), [www.adintrend.com](http://www.adintrend.com), [www.thaiadvertising.com](http://www.thaiadvertising.com)
- ๒) เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด อาทิ [www.marketeer.com](http://www.marketeer.com), [www.brandage.com](http://www.brandage.com)

**หมวดที่ ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา**

**๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา**

การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา รวมไปถึงข้อเสนอแนะต่าง ๆ จากนักศึกษา

**๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน**

๒.๑ การประเมินโดยเน้นการมีส่วนร่วมของผู้เรียน พิจารณาจากการสังเกตพฤติกรรมการมีส่วนร่วม

๒.๒ การสอบทวนผลประเมินการเรียนรู้ของผู้เรียน หลังจากสอบปลายภาค

๒.๓ ประเมินจากผลการประเมินการสอนของผู้เรียนผ่านเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย

**๓. การปรับปรุงการสอน**

๓.๑ ประมวลสรุปการประเมินการสอน เพื่อหาจุดเด่น จุดด้อย ปัญหาและอุปสรรค แล้วนำไปใช้พิจารณาปรับปรุงการสอน ในเทอมต่อไป

๓.๒ แสวงหาเทคนิคการสอน วิธีการผลิตสื่อการสอน และการกระตุ้นการเรียนรู้ของผู้เรียน

**๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา**

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในวิชา ได้จากการสอบถามนักศึกษาหรือการสุ่มตรวจผลงานนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผลการทำแบบฝึกหัด และหลังการออกผล การเรียนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์โดยรวมในวิชาได้ ดังนี้

๔.๑ มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ รายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม

**๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา**

จากผลการดำเนินงาน และทวนสอบสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชา ได้มีการวางแผนการปรับปรุงการสอนและรายละเอียดวิชา เพื่อให้เกิดคุณภาพมากขึ้น ดังนี้

๕.๑ การปรับปรุงรายวิชาทุก ๕ ปี หรือตามข้อเสนอแนะผลการสอบทวนมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ ๔

๕.๒ การปรับกระบวนวิชาและตัวอย่างในการเรียนการสอนเป็นประจำทุก ๑ ปี ให้ทันสมัยต่อสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อให้ นักศึกษามีมุมมองในเรื่องการประยุกต์ความรู้ที่ได้กับวิชาชีพโฆษณาอย่างแท้จริง

\*\*\*\*\*

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

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม					ความรู้					ทักษะทางปัญญา					ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบระหว่างบุคคล						ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสาร ฯ			
	●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 ๑๒๐๑																									
ชื่อรายวิชา																									
หลักการโฆษณา	●	○	○	●	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
Principles of Advertising																									

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ