



รายละเอียดของรายวิชา (Course Specification)

รหัสวิชา AAM2301 รายวิชา การสร้างสรรค์เรื่องเล่าเพื่อการสื่อสารแบรนด์
สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ภาคการศึกษา 2 ปีการศึกษา 2567

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา	AAM2301
ชื่อรายวิชาภาษาไทย	การสร้างสรรค์เรื่องเล่าเพื่อการสื่อสารแบรนด์
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ	Creative Brand Storytelling

2. จำนวนหน่วยกิต

3 (2-2-5)

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

3.1 หลักสูตร	นิเทศศาสตรบัณฑิต (การโฆษณาและสื่อสารการตลาด)
3.2 ประเภทของรายวิชา	วิชาบังคับเรียน

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

4.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา	อาจารย์อิสรี ไพเราะ (หัวหน้าแขนงวิชา)
4.2 อาจารย์ผู้สอน	กลุ่มเรียน 201 ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา

5. สถานที่ติดต่อ

ห้องพักอาจารย์ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ ชั้น 2
E – Mail Prakaikavin.sr@ssru.ac.th

6. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

6.1 ภาคการศึกษาที่	2/ ชั้นปีที่ 1
6.2 จำนวนผู้เรียนที่รับได้ ประมาณ	50 คน

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

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

9. สถานที่เรียน วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

10. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด วันที่ 1 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2567

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจความหมาย ความสำคัญ และกระบวนการของการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสื่อสารทางการตลาด โดยสามารถนำความรู้ในการวางแผนกลยุทธ์การสร้างสารเพื่อการเล่าเรื่อง สำหรับสื่อสารแบรนด์ อันเป็นพื้นฐานในการศึกษารายวิชาขั้นสูงด้านการโฆษณาและการสื่อสารการตลาดอื่นได้ต่อไป

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้นักศึกษาปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์การสื่อสารการตลาดในปัจจุบัน โดยประกอบด้วยเรื่องของกระบวนการของการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์เพื่อสื่อสารทางการตลาด กลยุทธ์การสร้างสารเพื่อการเล่าเรื่อง องค์ประกอบโครงสร้างการเล่าเรื่อง และเทคนิคการเล่าเรื่อง ตลอดจนให้นักศึกษาได้ฝึกฝนการใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง สำหรับสื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อสื่อสารแบรนด์ได้อย่างเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและสถานการณ์

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ความหมาย ความสำคัญ และกระบวนการของการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์เพื่อสื่อสารทางการตลาด กลยุทธ์การสร้างสารเพื่อการเล่าเรื่อง องค์ประกอบ โครงสร้างการเล่าเรื่อง และเทคนิคการเล่าเรื่อง สำหรับสื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อสื่อสารแบรนด์

Definition, importance and process of creative idea development for marketing communications, strategies for creating a message for storytelling, composition, narrative structure and storytelling techniques in different types of media for brands communication

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน(ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา (ไม่รวมสัปดาห์สอบกลาง ภาคและสอบปลายภาค)	-	30 ชั่วโมง ต่อภาคการศึกษา	35 ชั่วโมง ต่อภาคการศึกษา

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

1 ชั่วโมง / สัปดาห์

3.1 ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ชั้น 2 วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

3.2 ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข 090-915-5500

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

3.4 ปรึกษาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook) Pk Gavin

3.5 ปรึกษาผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Internet/Webboard) http://www.teacher.ssru.ac.th/prakaikavin_sr

หมวดที่ 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

1.คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- (1) มีวินัย ตรงต่อเวลา และมีความรับผิดชอบสูงทั้งต่อตนเอง วิชาชีพ และสังคม
- (2) มีความซื่อสัตย์สุจริต
- (3) ปฏิบัติหน้าที่ด้วยคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณในวิชาชีพ
- (4) เคารพในระเบียบและกฎเกณฑ์ขององค์กรและสังคม
- (5) เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

1.2 วิธีการสอน

- (1) สอดแทรกประสบการณ์ รวมทั้งเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องและเกิดขึ้นจริงในสังคมมาอธิบายประกอบการเรียนการสอน
- (2) ใช้การวิเคราะห์กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับคุณธรรมและจริยธรรมที่ต้องการเสริมสร้างให้นักศึกษา
- (3) ใช้วิธีการสอนแบบบทบาทสมมติเพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดประสบการณ์เสมือนจริง
- (4) มอบหมายให้นักศึกษาศึกษาเพิ่มเติมนอกห้องเรียนในประเด็นที่สนใจและเกี่ยวข้องกับคุณธรรมและจริยธรรมที่ต้องการเสริมสร้างเพื่อนำผลการศึกษามาอภิปรายแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกัน
- (5) การใช้อาจารย์ผู้สอนเป็นตัวอย่างที่ดีในการเสริมสร้างคุณธรรมและจริยธรรม

1.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากการตรงต่อเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย และการร่วมกิจกรรม
- (2) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน การซักถาม และการตอบคำถาม
- (3) ประเมินจากผลการวิเคราะห์กรณีศึกษา
- (4) ประเมินจากข้อสรุปและผลของการแสดงบทบาทสมมติ
- (5) ประเมินจากผลการศึกษานอกห้องเรียนและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์
- (6) พิจารณาจากการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับคุณธรรมและจริยธรรมที่ต้องการเสริมสร้าง

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องพัฒนา

- (1) มีความรู้เกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีพื้นฐานด้านนิเทศศาสตร์และในสาขาวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง
- (2) มีความรู้ที่เกิดจากบูรณาการความรู้ในศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมศักยภาพในการประกอบวิชาชีพ
- (3) มีความรู้ภาคปฏิบัติอย่างลึกซึ้งและกว้างขวาง เป็นระบบ เป็นสากล และเท่าทันสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก
- (4) มีความรู้และความสามารถในการแสวงหาความรู้และประสบการณ์เพิ่มเติมตลอดชีวิต
- (5) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับพัฒนาการของสื่อดิจิทัลและเทคโนโลยีสมัยใหม่ ตลอดจนสามารถบูรณาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับการทำงานได้

2.2 วิธีการสอน

- (1) การเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนมีความสามารถในการเรียนรู้ในชั้นเรียนและแสวงหาความรู้เพิ่มเติมภายนอกชั้นเรียนได้
- (2) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นความสนใจของผู้เรียนควบคู่ไปด้วย โดยให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้า เพิ่มเติมในประเด็นที่สนใจ ด้วยการทำรายงาน การกำหนดประเด็นการอภิปรายกลุ่ม และกรณีศึกษา
- (3) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนและระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน
- (4) การมุ่งเน้นการฝึกปฏิบัติเพื่อสร้างเสริมทักษะในแต่ละวิชาชีพ
- (5) การศึกษาดูงานองค์การ หน่วยงานที่มีความโดดเด่นในสาขาวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง
- (6) เชิญผู้เชี่ยวชาญในแต่ละวิชาชีพที่เกี่ยวข้องมาเป็นวิทยากรบรรยายพิเศษ หรืออบรมเชิงปฏิบัติการให้นักศึกษา

2.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากพฤติกรรม ความสนใจ และการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอนการซักถาม และ การตอบคำถาม
- (2) ประเมินจากผลการศึกษาค้นคว้า การทำรายงานกลุ่ม การอภิปรายกลุ่ม การวิเคราะห์ กรณีศึกษา และการจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตร
- (3) ประเมินจากผลการฝึกปฏิบัติ การศึกษาดูงาน การฟังบรรยาย และอบรมเชิงปฏิบัติการ
- (4) ประเมินจากผลการศึกษาส่วนบุคคลและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์
- (5) ประเมินจากการตอบคำถามทบทวนประจำบท การทดสอบย่อยการสอบกลางภาค และปลายภาครวมทั้งผลการประเมินผู้สอนปลายภาคเรียน
- (6) ประเมินจากรายวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพนิเทศศาสตร์

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- (1) มีความสามารถในการเข้าถึงฐานข้อมูลซึ่งเป็นฐานความรู้สำหรับการปฏิบัติงานในวิชาชีพ
- (2) มีศักยภาพทางความคิด อาทิ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การคิดอย่างสร้างสรรค์ การคิดหลายมุม เพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงและความรู้ที่ถูกต้อง ชัดเจน และเป็นประโยชน์
- (3) มีความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์ การวางแผน การบริหารจัดการและการปฏิบัติงานตามแผน และการประเมินผลในแต่ละวิชาชีพ
- (4) มีความสามารถในการเรียบเรียงความคิดอย่างเป็นระบบและนำเสนอได้อย่างสร้างสรรค์
- (5) มีความสามารถในการเชื่อมโยงและประยุกต์สาระความรู้ไปสู่การปฏิบัติงานด้านวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง

3.2 วิธีการสอน

- (1) การเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนมีความสามารถในการเรียนรู้ในชั้นเรียนและแสวงหาความรู้เพิ่มเติมภายนอกชั้นเรียนได้
- (2) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นความสนใจของผู้เรียนควบคู่ไปด้วย โดยให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้า เพิ่มเติมในประเด็นที่สนใจด้วยการทำรายงาน การกำหนดประเด็นการอภิปรายกลุ่ม และกรณีศึกษา
- (3) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนและระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน
- (4) การทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้เรียนสามารถคิดเชิงวิเคราะห์เชิง สังเคราะห์ และแก้ปัญหาเพื่อเสริมสร้างความสามารถเชิงปัญญา

(5) การเน้นการฝึกปฏิบัติและการร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อบูรณาการความรู้สู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมชัดเจน

3.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากพฤติกรรม ความสนใจ และการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน การซักถาม การถามคำถาม และการตอบคำถาม

(2) ประเมินจากผลการศึกษาค้นคว้า การทำรายงานกลุ่ม การอภิปรายกลุ่ม การวิเคราะห์กรณีศึกษาและรายงานผล

(3) ประเมินจากผลการศึกษาส่วนบุคคลและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์

(4) การประเมินผลการฝึกปฏิบัติและการร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อบูรณาการความรู้

(5) ประเมินจากการตอบคำถามทบทวนประจำบท การทดสอบย่อยการสอบกลางภาค และปลายภาครวมทั้งผลการประเมินผู้สอนปลายภาคเรียน

(6) ประเมินจากการพูดคุยหรือการสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- (1) สามารถทำงานกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี
- (2) มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย
- (3) สามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมองค์กรที่ไปปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี
- (4) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานในองค์กรและกับบุคคลทั่วไป
- (5) สามารถแก้ปัญหาและพัฒนากระบวนการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น
- (6) มีภาวะผู้นำและผู้ตามที่ดี

4.2 วิธีการสอน

(1) สอดแทรกประสบการณ์รวมทั้งเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องและเกิดขึ้นจริงในสังคมเพื่ออธิบายประกอบการเรียนการสอน

(2) ศึกษาโดยการวิเคราะห์กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

(3) ฝึกการทำงานเป็นกลุ่ม อาทิ การทำรายงาน การอภิปราย การจัดโครงการพิเศษ หรือธุรกิจจำลอง

(4) ใช้วิธีการสอนแบบบทบาทสมมติเพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดประสบการณ์

เสมือนจริง

(5) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนและระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน²)

(6) การทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้เรียนมีทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

(7) การเน้นการฝึกปฏิบัติและการร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อบูรณาการความรู้สู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมชัดเจน

(8) ผู้สอนเป็นแบบปฏิบัติที่ดี

4.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน การซักถาม และการตอบคำถาม

(2) ประเมินจากผลการศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา

(3) ประเมินจากการฝึกการทำงานเป็นกลุ่ม

- (4) ประเมินจากข้อสรุปและผลของการแสดงบทบาทสมมติ
- (5) ประเมินจากผลการศึกษานอกห้องเรียนและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์
- (6) พิจารณาจากการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- (7) ประเมินจากผลการศึกษาส่วนบุคคลและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- (1) มีทักษะการใช้ข้อมูลเชิงตัวเลขจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิในการวิเคราะห์สถานการณ์ การตัดสินใจ การวางแผน การบริหารแผนและปฏิบัติงาน และการประเมินผลการปฏิบัติงาน
- (2) มีทักษะการสื่อสารซึ่งก่อให้เกิดประสิทธิผลในการปฏิบัติงานในแต่ละวิชาชีพ ได้แก่ ทักษะการฟัง การพูด การอ่าน และเขียนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นพื้นฐานในการสร้างสารและการนำเสนอ
- (3) มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมสนับสนุน การปฏิบัติงาน อาทิ การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตด้วยรูปแบบต่าง ๆ โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์

5.2 วิธีการสอน

- (1) สอดแทรกประสบการณ์รวมทั้งเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องและเกิดขึ้นจริงในสังคม
- (2) ศึกษาโดยการวิเคราะห์กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องทักษะที่ต้องการเสริมสร้าง
- (3) ใช้วิธีการสอนแบบบทบาทสมมติเพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดประสบการณ์เสมือนจริง
- (4) มอบหมายให้นักศึกษาจัดทำสื่อสังคมออนไลน์
- (5) มอบหมายให้นักศึกษาศึกษาเพิ่มเติมนอกห้องเรียนในประเด็นที่สนใจ และเกี่ยวข้องกับทักษะที่ต้องการเสริมสร้างเพื่อนำผลการศึกษามาอภิปรายและแลกเปลี่ยนประสบการณ์
- (6) ทบทวนบทเรียนโดยการตอบคำถามทบทวนประจำบท
- (7) ทดสอบย่อยก่อนการเรียนการสอนในแต่ละครั้ง

5.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน การซักถาม และการตอบคำถาม
- (2) ประเมินจากผลการวิเคราะห์กรณีศึกษา
- (3) ประเมินจากข้อสรุปและผลของการแสดงบทบาทสมมติ
- (4) ประเมินจากสื่อสังคมออนไลน์ที่มอบหมายให้นักศึกษาจัดทำ
- (5) ประเมินจากผลการศึกษานอกห้องเรียนและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์
- (6) พิจารณาจากการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบของนักศึกษาแต่ละคน
- (7) ประเมินจากผลการศึกษาส่วนบุคคลและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์
- (8) ประเมินจากเทคนิคการนำเสนอโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศหรือคณิตศาสตร์และสถิติ

หมายเหตุ

สัญลักษณ์ ● หมายถึง ความรับผิดชอบหลัก

สัญลักษณ์ ○ หมายถึง ความรับผิดชอบรอง

เว้นว่าง หมายถึง ไม่ได้รับผิดชอบ

ซึ่งจะปรากฏอยู่ในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

วัตถุประสงค์ของรายวิชา

1. เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจความหมาย ความสำคัญ และกระบวนการของการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสื่อสารทางการตลาด
2. เพื่อให้นักศึกษาสามารถนำความรู้ในการวางแผนกลยุทธ์การสร้างสารเพื่อการเล่าเรื่อง สำหรับสื่อสารแบรนด์ อันเป็นพื้นฐานในการศึกษารายวิชาขั้นสูงด้านการโฆษณาและการสื่อสารการตลาดอื่นได้ต่อไป
3. เพื่อให้นักศึกษาได้ฝึกฝนการใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง สำหรับสื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อสื่อสารแบรนด์ได้อย่างเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและสถานการณ์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	การประเมิน
1	<ul style="list-style-type: none"> • วัตถุประสงค์ ข้อ (1) • หัวข้อและรายละเอียด ปฐมบท ทบทวนความรู้ด้านการโฆษณา และสื่อสารการตลาด	4	บรรยายในชั้นเรียน ครั้งที่ 1 (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยาย เพื่อแนะนำประมวล วิชา แนวการเรียนการสอน วิสัยทัศน์ ของรายวิชา โดยใช้ Power Point Presentation และ กรณีศึกษาจริง พร้อมยกตัวอย่างประกอบ	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมิน ความรู้) ประเมินจากการมีส่วนร่วม ในการบรรยาย (แบบประเมินก่อนการ เรียน Pre-Test)
2-3	<ul style="list-style-type: none"> • วัตถุประสงค์ ข้อ (1) • หัวข้อและรายละเอียด • แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับการเล่า เรื่อง • ความหมาย ความสำคัญ • หลักการสื่อสารแบรนด์เบื้องต้น 	8	บรรยายในชั้นเรียน ครั้งที่ 2-3 (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยาย ในหัวข้อ แนวคิด เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด เชิงกิจกรรม ความหมาย ความสำคัญ และหลักการสื่อสารการตลาดเบื้องต้น โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ ผ่านโปรแกรม Google Meet	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมิน ความรู้) ประเมินจากการมีส่วนร่วม ในการบรรยาย (แบบประเมินผลงาน รายบุคคล ชั้นที่ 1)
4*	<ul style="list-style-type: none"> • วัตถุประสงค์ ข้อ (1) • หัวข้อและรายละเอียด กลยุทธ์การสร้างสารเพื่อการเล่าเรื่อง	4	บรรยายผ่านระบบออนไลน์ (*On Demand) ครั้งที่ 1 - ผู้สอนบรรยาย แบบไม่ประสานเวลา ในรูปแบบ Video Presentation ใน โปรแกรม Meet โดยให้นักศึกษาเข้ามา ชมภายในเวลา 1 สัปดาห์ ในหัวข้อ ความเป็นมาของการสื่อสารการตลาด เชิงกิจกรรม โดยใช้ Power Point	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมิน ความเข้าใจ) ประเมินจากการมีส่วนร่วม ในการบรรยาย (แบบประเมินผลงาน รายบุคคล ชั้นที่ 2)

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน/สื่อที่ใช้	การประเมิน
			Presentation ประกอบการนำเสนอ ผ่านโปรแกรม Google Meet	
5*	<ul style="list-style-type: none"> • วัตถุประสงค์ ข้อ (2) • หัวข้อและรายละเอียด การประยุกต์ใช้กลยุทธ์การสร้างสารเพื่อการเล่าเรื่องเพื่อการสื่อสารแบรนด์ 	4	<p>บรรยายผ่านระบบออนไลน์ (*On Demand) ครั้งที่ 2</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนบรรยาย แบบไม่ประสานเวลา ในรูปแบบ Video Presentation ในโปรแกรม Meet โดยให้นักศึกษาเข้ามาชมภายในเวลา 1 สัปดาห์ ในหัวข้อ หลักการสื่อสารทางการตลาด สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาด - โดยใช้ Power Point Presentation ยกตัวอย่างประกอบ อภิปรายจากกรณีศึกษา และให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด 	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินความเข้าใจ) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการบรรยาย (แบบประเมินผลงานรายบุคคล ชั้นที่ 3)
6*	<ul style="list-style-type: none"> • วัตถุประสงค์ ข้อ (2) • หัวข้อและรายละเอียด โครงสร้างการเล่าเรื่อง 	4	<p>บรรยายผ่านระบบออนไลน์ (*On Demand) ครั้งที่ 3</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนแบบไม่ประสานเวลา ในรูปแบบ Video Presentation ในโปรแกรม Meet บรรยายหัวข้อ การสื่อสารตราสินค้า โดยให้นักศึกษาเข้ามาชมภายในเวลา 1 สัปดาห์ - ผู้สอนมอบลิ้งค์ TVC ภาพยนตร์โฆษณาจริงให้นักศึกษาให้ได้ชม - นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษาใน Youtube ที่เข้าชม - ผู้สอนมอบใบงาน ด้วยการทำแบบฝึกหัด - นักศึกษาอภิปรายผลตามแนวทางที่ได้ศึกษามา นำเสนอผ่านระบบออนไลน์ ผ่าน Web board ใน Google Classroom 	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินความเข้าใจ) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการบรรยาย
7*	<ul style="list-style-type: none"> • วัตถุประสงค์ ข้อ (2) • หัวข้อและรายละเอียด 	4	<p>บรรยายผ่านระบบออนไลน์ (*On Demand) ครั้งที่ 4</p>	ประเมินความรู้รายกลุ่ม (ประเมินความรู้ ความเข้าใจ ให้การนำไป

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	การประเมิน
	การประยุกต์ใช้โครงสร้างการเล่าเรื่อง เพื่อการสื่อสารแบรนด์		- ผู้สอนบรรยาย แบบไม่ประสานเวลา ในรูปแบบ Video Presentation หัวข้อ การวิเคราะห์ผู้บริโภคเพื่อการสื่อสาร การตลาดเชิงกิจกรรม ในโปรแกรม Meet โดยให้นักศึกษา เข้ามาชมภายในเวลา 1 สัปดาห์ - ผู้เรียนอภิปรายกิจกรรม โดยใช้ พฤติกรรมการบริโภคของตัวเองอธิบาย ลำดับขั้นของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ของผู้บริโภคตามลำดับขั้นที่กำหนดให้	ประยุกต์ใช้ ประเมินจาก การมีส่วนร่วมในการ พัฒนาวางแผนและ ออกแบบงานวิจัย (แบบประเมินผลงานราย กลุ่ม ชั้นที่ 1)
8	สัปดาห์สอบกลางภาค			
9-10*	<ul style="list-style-type: none"> • วัตถุประสงค์ ข้อ (2) • หัวข้อและรายละเอียด เทคนิคการเล่าเรื่อง สำหรับการสื่อสาร การตลาดรูปแบบต่าง ๆ	8	บรรยายผ่านระบบออนไลน์ (*On Demand) ครั้งที่ 5 - ผู้สอนบรรยาย แบบไม่ประสานเวลา ผ่านระบบออนไลน์ ในหัวข้อ องค์ประกอบ รูปแบบการสื่อสาร การตลาดเชิงกิจกรรม บรรยายในชั้นเรียน ครั้งที่ 4 (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยาย ในชั้นเรียน หัวข้อ เครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิง กิจกรรม โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ ผ่านโปรแกรม Google Meet - ผู้เรียน อภิปรายและแสดงความ คิดเห็นผ่านระบบออนไลน์	ประเมินความรู้รายกลุ่ม (ประเมินความรู้ ความ เข้าใจ ให้การนำไป ประยุกต์ใช้) ประเมินจาก การมีส่วนร่วมในการการ เก็บข้อมูลการวิจัย (แบบ ประเมินผลงานรายกลุ่ม ชั้นที่ 2)
11	<ul style="list-style-type: none"> • วัตถุประสงค์ ข้อ (2) • หัวข้อและรายละเอียด กลยุทธ์การสร้างสารเพื่อการเล่าเรื่อง องค์ประกอบ โครงสร้างการเล่าเรื่อง และเทคนิคการเล่าเรื่อง สำหรับสื่อ ประเภทต่าง ๆ	4	บรรยายในชั้นเรียน ครั้งที่ 5 (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยาย ในหัวข้อ กระบวนการสื่อสารการตลาด โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ ผ่านโปรแกรม Google Meet	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมิน ความเข้าใจ) ประเมินจากการมีส่วน ร่วมในการบรรยาย

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	การประเมิน
12-15	<ul style="list-style-type: none"> • วัตถุประสงค์ ข้อ (3) • หัวข้อและรายละเอียด เทคนิคการเล่าเรื่อง สำหรับสื่อประเภทต่าง ๆ ปฏิบัติการเล่าเรื่อง สำหรับสื่อประเภทต่าง ๆ <ul style="list-style-type: none"> • แบนเนอร์ • วิทยูโทรทัศน์ • ออนไลน์ 	20	กิจกรรมในชั้นเรียน ครั้งที่ 6-9 (Online / On-site) ผู้สอนบรรยาย ในหัวข้อ การเขียนแผนการดำเนินกิจกรรม, การจัดกิจกรรม, การประเมินผลการจัดกิจกรรม โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอผ่านโปรแกรม Google Meet นักศึกษาฝึกปฏิบัติจัดกิจกรรมสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรมรายกลุ่ม	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมินความรู้ ความเข้าใจ และการนำไปใช้) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการบรรยาย (แบบประเมินผลงานรายบุคคล ชั้นที่ 4-6)
16	<ul style="list-style-type: none"> • วัตถุประสงค์ ข้อ (3) • หัวข้อและรายละเอียด นำเสนอ อภิปราย ผลงานกลุ่ม ทบทวนเนื้อหา	4	กิจกรรมในชั้นเรียน ครั้งที่ 10 (Online / On-site) ให้นักศึกษานำเสนอผลงานที่ได้รับมอบหมายทุกกลุ่ม	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมินความรู้ ความเข้าใจ และการนำไปใช้) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการบรรยาย (แบบประเมินผลงาน นำเสนอ อภิปราย ผลงานกลุ่ม)
17	สอบปลายภาค			

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

(ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา (Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรสัปดาห์ที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน)

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1.1.1, 1.1.2, 1.1.3 1.1.4, 1.1.5, 4.1.2, 4.1.3	1. จิตพิสัย (การเข้าชั้นเรียน / มารยาท / การแต่งกาย)	ตลอดภาค การศึกษา	10

2.1.1, 2.1.2, 2.1.3, 2.1.4, 3.1.1, 3.1.2, 3.1.4	2. แบบฝึกหัดตามบทเรียน (สอบย่อย / กิจกรรม /งานในชั้นเรียน)	1, 2, 3, 6	20
3.1.1, 3.1.2, 3.1.3, 3.1.4 4.1.1, 4.1.2, 4.1.3, 5.1.1, 5.1.2, 5.1.4	3. การฝึกปฏิบัติ	9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16	40
2.1.2, 2.1.4, 3.1.3, 5.1.1	4. การสอบปลายภาค	17	30
	รวมตลอดภาคการศึกษา		100

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. ตำราและเอกสารหลัก

1) ประกายกาวิล ศรีจินดา. (2566). การสร้างสรรค์เรื่องเล่าเพื่อสื่อสารแบรนด์. เอกสารประกอบการสอนสาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

- 1) เกรียงไกร กาญจนโกคิน (2562). Hybrid Event Marketing. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.
- 2) ประกายกาวิล ศรีจินดา. (2563). หน่วยที่ 5 การเขียนเพื่อการเล่าเรื่องในงานประชาสัมพันธ์. ในชุดวิชาการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์. นนทบุรี :มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- 3) ประกายกาวิล ศรีจินดา. (2563) กลยุทธ์การสร้างสรรค์งานสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : แดเน็กซ์ อินเทอร์เน็ตเปอร์เซ้นท์จำกัด.
- 4) ประกายกาวิล ศรีจินดา. (2562). การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์โพธิ์แก้ว.
- 5) Kotler, P. (2009). Principles of Marketing. New Jersey : Pearson Education
- 6) Kotler, P. (2021). Marketing 5.0 – Technology for Humanity. US : Wiley.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

1) ประกายกาวิล ศรีจินดา. (2565). การวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง. วารสารนิเทศศาสตร์ มสธ, 12(2). 1-20.

- 2) ประกายกาวิล ศรีจินดา. ภูวพงษ์ ภูมราพันธ์. เจตรินทร์ ยะแสง. สนิมคพร จันนงเยาว์. นภาภักดิ์ จักขุขท. (2563). กลยุทธ์การสื่อสารตราสินค้าของเทศบาลนคร บี๊กแมนเท่น มิวสิคเฟสติวัล. วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร, 5(1). 37-46.
- 3) ประกายกาวิล ศรีจินดา. (2561). การสื่อสารการตลาดของภาพยนตร์ไทยบ้านเดอะซีรีส์. วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร, 3(2). 40-47.
- 4) ประกายกาวิล ศรีจินดา. (2561). การสื่อสารการตลาดของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลระยะเริ่มต้นในประเทศไทย. วารสารวิชาการ ศรีปทุม ชลบุรี. 15(2). 50-60.
- 5) ประกายกาวิล ศรีจินดา. (2550). การสื่อสารรณรงค์ของโครงการสัจจะอธิษฐาน. วารสารนิเทศศาสตร์ 25(1).50-65.
- 6) ประกายกาวิล ศรีจินดา. (2559) ละครโทรทัศน์ไทยกับแนวทางการส่งเสริมการขาย. รายงานการวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- 7) ประกายกาวิล ศรีจินดา. (2560) เครื่องมือการสื่อสารการตลาดต้นแบบสำหรับสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล กลุ่มเด็ก เยาวชน และครอบครัว เพื่อการแข่งขันในประชาคมอาเซียน. รายงานการวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- 8) ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. (2545) IMC in Action. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ ท็อปปีงพอยท์ จำกัด.
- 9) วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2563) หลักการตลาด พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- 1.1 คณะกรรมการบริหารหลักสูตรร่วมพิจารณาแนวทางการวัดผล การประเมิน และข้อสอบ
- 1.2 อธิบายให้นักศึกษาเข้าใจถึงความสำคัญของการปรับปรุงรายวิชา และบทบาทของนักศึกษาในการประเมินประสิทธิผลของรายวิชาในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการบริหารหลักสูตร
- 1.3 การส่งเสริมให้เกิดการประเมินศักยภาพก่อนและหลังเรียนโดยตัวนักศึกษาเอง
- 1.4 การสร้างบรรยากาศในการแลกเปลี่ยนทัศนะเกี่ยวกับประสิทธิผลของรายวิชาระหว่างผู้เรียนและผู้สอนระหว่างภาคเรียน

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- 2.1 การประเมินโดยเน้นการมีส่วนร่วมของผู้เรียนเป็นหลัก เช่น การพิจารณาจากพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมของนักศึกษา
- 2.2 การประเมินโดยมุมมองของผู้สอน เช่น การประเมินศักยภาพในการสอนตามแผนการสอนที่กำหนด การพิจารณาจากบรรยากาศการเรียนการสอน
- 2.3 การประเมินจากผลการเรียนของนักศึกษา
- 2.4 พิจารณาจากการประเมินการสอนของนักศึกษา

3. การปรับปรุงการสอน

- 3.1 ประมวลข้อมูลจากการประเมินการสอนในข้อ 2 เพื่อสรุปจุดด้อย จุดเด่น ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอไปปรับปรุงการสอน
- 3.2 การทำวิจัยในชั้นเรียนเพื่อพัฒนารูปแบบและวิธีการสอน

3.3 แสวงหาและปรับปรุงเทคนิคการสอน สื่อการสอน และสร้างบรรยากาศการเรียนการสอน

3.4 การพิจารณาโดยคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

4.1 พิจารณาโดยคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

4.2 พิจารณาความสอดคล้องระหว่างผลการเรียนกับคุณภาพของงานกลุ่ม และงานเดี่ยวที่มอบหมายให้นักศึกษาทำตลอดภาคเรียน

4.3 ประเมินความเหมาะสมของแผนบริหารการสอน การจัดกิจกรรมการเรียนการสอน การมอบหมายงาน การวัดผล และการประเมินผลการเรียน กับคำอธิบายรายวิชา และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

4.4 ร่วมมือกับผู้สอนในรายวิชาลำดับถัดไปในการประเมินผลการเรียนรายวิชาก่อนหน้า

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

5.1 พิจารณาจากการประเมินในข้อ 1-4 มา เพื่อสรุปประเด็นที่ต้องปรับปรุงแก้ไขหรือส่งเสริมให้มีมาตรฐานยิ่งขึ้น

5.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านวิชาการและวิชาชีพ

5.3 วางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา ดำเนินการ นำไปใช้ และประเมินอย่างสม่ำเสมอ

5.4 การนำเสนอคณะกรรมการบริหารหลักสูตรเพื่อร่วมกันพิจารณา

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)
ตามที่ปรากฏในรายละเอียดของหลักสูตร (Programme Specification) มคอ. 2

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม					ความรู้					ทักษะทางปัญญา					ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ						ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสารฯ			
	●ความรับผิดชอบหลัก										○ความรับผิดชอบรอง														
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	1	2	3	
รหัสวิชา AAM2301																									
ชื่อรายวิชา																									
การสร้างสรรค์เรื่องเล่าเพื่อการสื่อสารแบรนด์	●	○	○	○	○	○	●	○	●	○	○	○	○	●	○	●	○	●	○	○	○	○	○	○	○
Storytelling for Brand Communication																									