



รายละเอียดของรายวิชา (Course Specification)

รหัสวิชา AAM1301 รายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา
สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ภาคการศึกษา 1 ปีการศึกษา 2567

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา	AAM1301
ชื่อรายวิชาภาษาไทย	การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ	Copy Writing and Content Design

2. จำนวนหน่วยกิต

3 (2-2-5)

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

3.1 หลักสูตร	นิเทศศาสตรบัณฑิต (การโฆษณาและสื่อสารการตลาด)
3.2 ประเภทของรายวิชา	วิชาเอกบังคับ

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

4.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา	อ.อิสรี ไพเราะ (หัวหน้าแขนงวิชา)
4.2 อาจารย์ผู้สอน	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา

5. สถานที่ติดต่อ

ห้องพักอาจารย์สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด
ชั้น 3 วิทยาลัยนิเทศศาสตร์
E – Mail Prakaikavin.sr@ssru.ac.th

6. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

6.1 ภาคการศึกษาที่	1/ ชั้นปีที่ 2
6.2 จำนวนผู้เรียนที่รับได้	40 คน

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

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

9. สถานที่เรียน กลุ่มเรียน 201 ห้อง 2305 วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ วิทยาเขตนครปฐม

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

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจถึงความสำคัญ และกระบวนการของความคิดสร้างสรรค์ กลยุทธ์การสร้างสารโฆษณา หลักการเขียนบทโฆษณาสำหรับสื่อประเภทต่าง ๆ และสามารถปฏิบัติการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา ตลอดจนสามารถนำความรู้ที่ศึกษาไปฝึกปฏิบัติและประยุกต์ใช้ในวิชาชีพด้านโฆษณาต่อไปได้

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้พื้นฐาน เป็นการเตรียมความพร้อมด้านปัญญาในการนำความรู้ ความเข้าใจ ที่ศึกษาไปใช้ฝึกปฏิบัติและเป็นพื้นฐานในการทำงานโฆษณาด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ควรมีการเปลี่ยนแปลงตัวอย่างอย่างอิงอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในแวดวงโฆษณาที่มีความเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา จนสามารถประยุกต์ใช้ในวิชาชีพด้านโฆษณาในระดับสูงต่อไปได้

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

แนวคิด ความสำคัญ องค์ประกอบ กระบวนการสร้างสรรค์ ข้อมูลทางการตลาด การวิเคราะห์ผู้บริโภค ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การสื่อสารแบรนด์ กลยุทธ์การสร้างสารและภาษา เพื่อใช้สำหรับการเขียนบทโฆษณา และการออกแบบเนื้อหาเพื่องานสื่อสารการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ ตลอดจนฝึกปฏิบัติการเขียนเพื่อการสื่อสารการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ

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

(ผู้รับผิดชอบรายวิชาโปรดระบุข้อมูล ตัวอย่างเช่น 1 ชั่วโมง / สัปดาห์)

3.1 ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ห้องพักอาจารย์สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ ชั้น 3

3.2 ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข 09-0915-5500

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

3.4 ปรึกษาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook) Pk Gavin (Tweeter) @PkGavin (Instagerm) vinsha

3.5 ปรึกษาผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Internet/Webboard) https://elcca.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) ใช้การวิเคราะห์กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับคุณธรรมและจริยธรรมที่ต้องการเสริมสร้างให้แก่นักศึกษา

(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) เข้าใจ และวิเคราะห์ หลักการและทฤษฎีพื้นฐานด้านการโฆษณาและสื่อสารการตลาด
- (2) สามารถวิเคราะห์ปัญหา เข้าใจ และอธิบาย รวมถึงนำความรู้ทางการโฆษณาและสื่อสารการตลาดไปประยุกต์ใช้ได้
- (3) เข้าใจและสามารถบูรณาการหลักการของศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับนิเทศศาสตร์ เช่น หลักกฎหมาย หลักการจัดการ เป็นต้น
- (4) มีความรู้และความสามารถในการแสวงหาความรู้และประสบการณ์เพิ่มเติมตลอดชีวิต

2.2 วิธีการสอน

(1) การเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนมีความสามารถในการเรียนรู้ในชั้นเรียนและแสวงหาความรู้เพิ่มเติมภายนอกชั้นเรียนได้

(2) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นความสนใจของผู้เรียนควบคู่ไปด้วย โดยให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้า เพิ่มเติมในประเด็นที่สนใจ ด้วยการทำรายงาน การกำหนดประเด็นการอภิปรายกลุ่ม และกรณีศึกษา

- (3) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนและระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน
- (4) การมุ่งเน้นการฝึกปฏิบัติเพื่อสร้างเสริมทักษะในวิชาชีพ
- (5) การศึกษาต่องานองค์การ หน่วยงานที่มีความโดดเด่นในสาขาวิชาชีพการโฆษณา
- (6) เชิญผู้เชี่ยวชาญในวิชาชีพการโฆษณาที่เกี่ยวข้องมาเป็นวิทยากรบรรยายพิเศษ หรืออบรมเชิงปฏิบัติการให้แก่นักศึกษา

2.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากพฤติกรรม ความสนใจ และการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน การซักถาม และการตอบคำถาม
- (2) ประเมินจากผลการศึกษาค้นคว้า การทำรายงานกลุ่ม การอภิปรายกลุ่ม การวิเคราะห์ กรณีศึกษา และการจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตร
- (3) ประเมินจากผลการฝึกปฏิบัติ การศึกษาต่องาน การฟังบรรยาย และอบรมเชิงปฏิบัติการ
- (4) ประเมินจากผลการศึกษาส่วนบุคคลและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์
- (5) ประเมินจากการตอบคำถามทบทวนประจำบท การทดสอบย่อย การสอบกลางภาค และปลายภาครวมทั้งผลการประเมินผู้สอนปลายภาคเรียน
- (6) ประเมินจากรายวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพนิเทศศาสตร์

3.ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- (1) มีความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์อย่างเป็นระบบ
- (2) สามารถสืบค้น ตีความ และประเมินสารสนเทศทางการโฆษณาและสื่อสารการตลาด เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาอย่างเหมาะสม
- (3) สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ไขปัญหา โดยใช้หลักการทางนิเทศศาสตร์หลักการทางการโฆษณาและสื่อสารการตลาด ที่ได้เรียนมาได้อย่างเหมาะสม
- (4) มีความใฝ่หาความรู้อยู่เสมอ มีความคิดสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ โดยอยู่ภายใต้คุณธรรมและจริยธรรม

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) ประเมินจากผลการศึกษาค้นคว้าส่วนบุคคลและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์
- (4) การประเมินผลการฝึกปฏิบัติและการร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อบูรณาการความรู้
- (5) ประเมินจากการตอบคำถามทบทวนประจำบท การทดสอบย่อยการสอบกลางภาค และปลายภาครวมทั้งผลการประเมินผู้สอนปลายภาคเรียน
- (6) ประเมินจากการพูดคุยหรือการสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- (1) สามารถทำงานกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี
- (2) มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย และตรงต่อเวลา
- (3) สามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมองค์กรที่ไปปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี
- (4) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานในองค์กรและกับบุคคลทั่วไป
- (5) สามารถแสดงบทบาทของผู้นำและผู้ร่วมทีมได้เป็นอย่างดี

และประสิทธิผลยิ่งขึ้น

4.2 วิธีการสอน

- (1) สอดแทรกประสบการณ์รวมทั้งเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องและเกิดขึ้นจริงในสังคมเพื่ออธิบายประกอบการเรียนการสอน
- (2) ศึกษาโดยการวิเคราะห์กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ
- (3) ฝึกการทำงานเป็นกลุ่ม อาทิ การทำรายงาน การอภิปราย การจัดโครงการพิเศษ หรือธุรกิจจำลอง
- (4) ใช้วิธีการสอนแบบบทบาทสมมติเพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดประสบการณ์เสมือนจริง
- (5) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนและระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน
- (6) การทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้เรียนมีทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ
- (7) การเน้นการฝึกปฏิบัติและการร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อบูรณาการความรู้สู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมชัดเจน

- (8) ผู้สอนเป็นแบบปฏิบัติที่ดี

4.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน การซักถาม และการตอบคำถาม
- (2) ประเมินจากผลการวิเคราะห์กรณีศึกษา
- (3) ประเมินจากการฝึกการทำงานเป็นกลุ่ม
- (4) ประเมินจากข้อสรุปและผลของการแสดงบทบาทสมมติ
- (5) ประเมินจากผลการศึกษานอกห้องเรียนและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์
- (6) พิจารณาจากการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- (7) ประเมินจากผลการศึกษาค้นคว้าส่วนบุคคลและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- (1) มีทักษะการใช้ภาษาไทยในการอธิบายหลักการและสถานการณ์ ตลอดจนการสื่อสารความหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- (2) สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเก็บรวบรวมข้อมูลและเลือกใช้รูปแบบของสื่อในการนำเสนอรายงานได้อย่างเหมาะสม
- (3) มีความรู้พื้นฐานทางคณิตศาสตร์และสถิติ ในอันที่จะวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด และใช้ในการวิจัยได้อย่างเหมาะสม
- (4) ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้

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. เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา
2. เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ถึงความสำคัญ และกระบวนการของความคิดสร้างสรรค์ กลยุทธ์การสร้างสารโฆษณา
3. เพื่อให้ นักศึกษาทราบถึงหลักการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาสำหรับสื่อประเภทต่าง ๆ และสามารถปฏิบัติการเขียนบทโฆษณาได้
4. เพื่อให้ นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ศึกษาไปฝึกปฏิบัติและประยุกต์ใช้ในวิชาชีพด้านโฆษณาในระดับสูงต่อไปได้

สัปดาห์ที่	วัตถุประสงค์/หัวข้อและรายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	การประเมินผล
1	<ul style="list-style-type: none"> • วัตถุประสงค์ ข้อ (1) และ (2) • หัวข้อและรายละเอียด <ol style="list-style-type: none"> 1. แนวคิดทั่วไปเกี่ยวกับการโฆษณาและการเขียนบทโฆษณา 2. การโฆษณา ความหมาย ความสำคัญ 3. บทโฆษณา ความสำคัญ 4. การออกแบบเนื้อหา ความสำคัญ 5. นักเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา 	4	<p>บรรยายในชั้นเรียน</p> <p>รูปแบบ On-site</p> <ul style="list-style-type: none"> - ทดสอบก่อนเรียน (Pre-Test) - ชี้แจงข้อตกลงในการเรียน คำอธิบายรายวิชา วัตถุประสงค์ของรายวิชา วิธีสอน กิจกรรมการเรียนการสอน วิธีการวัดผลและประเมินผล - ผู้สอนบรรยายโดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการสอน - กิจกรรมรายบุคคล (Assignment 1) 	<p>ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินความรู้)</p> <p>ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการบรรยาย (แบบประเมินผลงานรายบุคคล ชั้นที่ 1)</p>
2	<ul style="list-style-type: none"> • วัตถุประสงค์ ข้อ (1) • หัวข้อและรายละเอียด <ol style="list-style-type: none"> 1. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการโฆษณาและการสื่อสารการตลาด 2. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการเขียนบทโฆษณา 3. การสร้างสรรค์บทโฆษณาและการออกแบบเนื้อหา 	4	<p>บรรยายในชั้นเรียน</p> <p>รูปแบบ (Online / On-site)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการเขียนบทโฆษณา และการสร้างสรรค์บทโฆษณา แบบประสานเวลา โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ - ผู้สอนเปิดคลิปวิดีโอ ภาพยนตร์โฆษณาผ่าน Youtube ให้ นักศึกษาชมตัวอย่าง - นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษา ใน Youtube 	<p>ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินความรู้)</p> <p>ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการบรรยาย (แบบประเมินผลงานรายบุคคล ชั้นที่ 2)</p>

สัปดาห์ ที่	วัตถุประสงค์/หัวข้อและรายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	การประเมินผล
			<ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนประเมินในชั้นเรียน ด้วยการทดสอบคุณลักษณะพื้นฐานของการเขียนบทโฆษณา โดยให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติสร้างสรรค์บทโฆษณาสวนบุคคล - นักศึกษาฝึกปฏิบัติสร้างสรรค์บทโฆษณาสวนบุคคล พร้อมนำเสนอผ่านระบบออนไลน์ ใน Google Classroom 	
3	<ul style="list-style-type: none"> ● วัตถุประสงค์ ข้อ (2) ● หัวข้อและรายละเอียด <ol style="list-style-type: none"> 1. กระบวนการและการสร้างสรรค์การโฆษณา <ul style="list-style-type: none"> - หลักการสื่อสารเบื้องต้นและการสื่อสารทางการโฆษณา 	4	บรรยายผ่านระบบออนไลน์ รูปแบบ (On Demand) ครั้งที่ 1 <ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ กระบวนการสื่อสารทางการโฆษณาโดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอผ่านโปรแกรม Google Meet - นักศึกษาฝึกอภิปรายจากกรณีศึกษา - มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษากลับไปทำแบบฝึกหัดฝึกกระบวนการสื่อสารทางการโฆษณาเพื่อการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา 	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมินความเข้าใจ) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการบรรยาย (แบบประเมินผลงานรายบุคคล ชั้นที่ 3)
4	<ul style="list-style-type: none"> ● วัตถุประสงค์ ข้อ (2) ● หัวข้อและรายละเอียด <ol style="list-style-type: none"> 1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด เพื่อการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา 		บรรยายผ่านระบบออนไลน์ รูปแบบ (On Demand) ครั้งที่ 2 <ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ กระบวนการสื่อสารทางการโฆษณา โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอผ่านโปรแกรม Google Meet - นักศึกษาฝึกอภิปรายจากกรณีศึกษา - มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษากลับไปทำแบบฝึกหัดฝึกกระบวนการสื่อสารทางการโฆษณาเพื่อการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา 	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมินความเข้าใจ) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการบรรยาย (แบบประเมินผลงานรายบุคคล ชั้นที่ 4)
5	<ul style="list-style-type: none"> ● วัตถุประสงค์ ข้อ (1) และ (2) ● หัวข้อและรายละเอียด 	4	บรรยายในชั้นเรียน รูปแบบ (Online / On-site) <ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ การวิเคราะห์ผู้บริโภคเพื่อการเขียนบทโฆษณาและ 	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมินความรู้) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการบรรยาย

สัปดาห์ ที่	วัตถุประสงค์/หัวข้อและรายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	การประเมินผล
	1. การวิเคราะห์ผู้บริโภคเพื่อการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา - ความสำคัญของการเข้าใจกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภค - อิทธิพลทางสภาพแวดล้อมต่อพฤติกรรมผู้บริโภค		ออกแบบเนื้อหา แบบประสานเวลา โดย ใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ - มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษากลับไปทำแบบฝึกหัดฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์โดยใช้พฤติกรรมผู้บริโภคของตัวเองอธิบายลำดับขั้นของกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคตามลำดับขั้นที่กำหนดให้ - นักศึกษาฝึกอภิปรายบุคลิกภาพของของตราสินค้า พร้อมนำเสนอผ่านระบบออนไลน์ ผ่าน Google Classroom	(แบบประเมินผลงานรายบุคคล ชั้นที่ 5)
6	<ul style="list-style-type: none"> ● วัตถุประสงค์ ข้อ (3) และ (4) ● หัวข้อและรายละเอียด 1. การสื่อสารแบรนด์เพื่อการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา - แนวคิดเกี่ยวกับแบรนด์ - การประยุกต์ใช้แบรนด์กับการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา	4	บรรยายผ่านระบบออนไลน์ รูปแบบ (On Demand) ครั้งที่ 3 - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ การสื่อสารแบรนด์ ผ่านโปรแกรม Google Meet- แบบไม่ประสานเวลา ในรูปแบบ Video Presentation ใน Google Classroom โดยให้นักศึกษาเข้ามาชมภายในเวลา 1 สัปดาห์ - มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษากลับไปทำแบบฝึกหัดฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์บุคลิกภาพของของตราสินค้า - นักศึกษาฝึกอภิปรายบุคลิกภาพของของแบรนด์พร้อมนำเสนอผ่านระบบออนไลน์ ใน Google Classroom	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินความเข้าใจ) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการบรรยาย (แบบประเมินผลงานรายบุคคล ชั้นที่ 6)
7	<ul style="list-style-type: none"> ● วัตถุประสงค์ ข้อ (1) และ (2) ● หัวข้อและรายละเอียด 1. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา - หลักของการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา	4	บรรยายในชั้นเรียน รูปแบบ (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา แบบประสานเวลา โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ - นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน โดยนำเอาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในท้องตลาด มาทำการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินความเข้าใจ) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการบรรยาย (แบบประเมินผลงานรายบุคคล ชั้นที่ 7)

สัปดาห์ ที่	วัตถุประสงค์/หัวข้อและรายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน/สื่อที่ใช้	การประเมินผล
	- แนวทางในการกำหนดตำแหน่ง ผลิตภัณฑ์เพื่อการเขียนบทโฆษณา และออกแบบเนื้อหา		ตามลำดับขั้นตอนการวางตำแหน่ง ผลิตภัณฑ์ - มอบใบงาน เพื่อให้ให้นักศึกษากลับไป ฝึกอภิปรายบุคลิกภาพของของตราสินค้า พร้อมนำเสนอผ่านระบบออนไลน์ ใน Google Classroom	
8	สอบกลางภาค			
9	<ul style="list-style-type: none"> ● วัตถุประสงค์ ข้อ (3) และ (4) ● หัวข้อและรายละเอียด 1. สารและภาษาในงานโฆษณา - สารในงานโฆษณา - ภาษาที่ใช้ในงานโฆษณา 2. ภาษาที่ใช้ในส่วนประสมของการ สร้างสรรค์และออกแบบเนื้อหาในงาน โฆษณา	4	บรรยายผ่านระบบออนไลน์ รูปแบบ (On Demand) ครั้งที่ 4 - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ สารและภาษาใน งานโฆษณา แบบไม่ประสานเวลา ใน รูปแบบ Video Presentation ใน Google Classroom โดยให้นักศึกษาเข้ามาชม ภายในเวลา 1 สัปดาห์ - ผู้สอนมอบลิงค์ TVC ภาพยนตร์โฆษณา จริงให้นักศึกษาให้ได้ชม - นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษา ใน Youtube ที่เข้าชม - ผู้สอนมอบใบงาน ด้วยการทำ แบบฝึกหัด ความเข้าใจเกี่ยวกับสารและ ภาษาในงานโฆษณา - นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ส่วนประสมการ สร้างสรรค์บทโฆษณา พร้อมนำเสนอผ่าน ระบบออนไลน์ ผ่าน Web board ใน Google Classroom	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมิน ความเข้าใจ) ประเมินจากการมีส่วนร่วม ในการบรรยาย (แบบประเมินผลงาน รายบุคคล ชั้นที่ 8)
9	<ul style="list-style-type: none"> ● วัตถุประสงค์ ข้อ (3) ● หัวข้อและรายละเอียด 1. กลยุทธ์การสร้างสารเพื่อการเขียนบท โฆษณาและออกแบบเนื้อหา - จุดขายในงานโฆษณา - คุณสมบัติของจุดขายที่ดี - สิ่งจูงใจในงานโฆษณา - เคล็ดลับในการสร้างสรรคงานโฆษณา	4	บรรยายในชั้นเรียน (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ กลยุทธ์การสร้าง สารเพื่อการเขียนบทโฆษณาและ ออกแบบเนื้อหา แบบประสานเวลา โดย ใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมิน ความเข้าใจ) ประเมินจากการมีส่วนร่วม ในการบรรยาย (แบบประเมินผลงาน รายบุคคล ชั้นที่ 9)

สัปดาห์ ที่	วัตถุประสงค์/หัวข้อและรายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอนสื่อที่ใช้	การประเมินผล
			<ul style="list-style-type: none"> - นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน โดยนำเอาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในท้องตลาด มาทำการกำหนดจุดขายในงานโฆษณา - มอบใบงาน เพื่อให้ นักศึกษา กลับไปฝึกอภิปรายเกี่ยวกับจุดขายในงานโฆษณา พร้อมนำเสนอผ่านระบบออนไลน์ ผ่าน Web board ใน Google Classroom 	
10	<ul style="list-style-type: none"> ● วัตถุประสงค์ ข้อ (4) ● หัวข้อและรายละเอียด 1. กลยุทธ์การใช้บุคคลรับรองสำหรับการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา	4	บรรยายผ่านระบบออนไลน์ (On Demand) ครั้งที่ 5 <ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ หลักการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา แบบไม่ประสานเวลา ในรูปแบบ Video Presentation ในโปรแกรม Youtube โดยให้นักศึกษาเข้ามาชมภายในเวลา 1 สัปดาห์ - ผู้สอนมอบลิ้งค์ TVC ภาพยนตร์โฆษณาจริงให้นักศึกษาให้ได้ชม - นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษา ใน Youtube ที่เข้าชม - ผู้สอนมอบใบงาน ด้วยการทำแบบฝึกหัด หลักการเขียนบทโฆษณา และการพัฒนาแนวความคิดในการเขียนบทโฆษณา - นักศึกษาฝึกพัฒนาแนวความคิดในการเขียนบทโฆษณา โดยใช้องค์ประกอบของการเขียนบทโฆษณา พร้อมนำเสนอผ่านระบบออนไลน์ ผ่าน Web board ใน Google Classroom 	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมินการนำไปใช้) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการบรรยาย (แบบประเมินผลงานรายบุคคล ชั้นที่ 10)
11	<ul style="list-style-type: none"> ● วัตถุประสงค์ ข้อ (1) และ (2) ● หัวข้อและรายละเอียด 1. การเขียนเพื่อการเล่าเรื่อง	4	บรรยายในชั้นเรียน รูปแบบ (Online / On-site) <ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ การเขียนเพื่อการเล่าเรื่องสำหรับบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา แบบประสานเวลา โดยใช้ Power 	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมินความรู้ ความเข้าใจ) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการบรรยาย

สัปดาห์ ที่	วัตถุประสงค์/หัวข้อและรายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	การประเมินผล
			Point Presentation ประกอบการ นำเสนอ - นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน โดย นำเอาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในท้องตลาด มา ทำการกำหนดจุดขายในงานโฆษณา - มอบใบงาน เพื่อให้ นักศึกษา กลับไป ฝึกอภิปรายเกี่ยวกับจุดขายในงาน โฆษณา พร้อมนำเสนอผ่านระบบ ออนไลน์ ผ่าน Web board ใน Google Classroom	(แบบประเมินผลงาน รายบุคคล ชั้นที่ 11)
12	<ul style="list-style-type: none"> ● วัตถุประสงค์ ข้อ (3) และ (4) ● หัวข้อและรายละเอียด 1. การเขียนบทความแฝงโฆษณา	4	บรรยายในชั้นเรียน รูปแบบ (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ การเขียน บทความแฝงโฆษณา โดยใช้ Power Point Presentation - นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน โดย นำเอาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในท้องตลาด มา ทำการเขียนบทความโฆษณาประเภท Advertorial - มอบใบงาน เพื่อให้ นักศึกษา กลับไป ทำแบบฝึกหัด เกี่ยวกับการเขียน บทความแฝงโฆษณา พร้อมนำเสนอ ผ่านระบบออนไลน์ ใน Google Classroom	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมิน ความรู้ ความเข้าใจ และ การนำไปใช้) ประเมินจากการมีส่วน ร่วมในการบรรยาย (แบบประเมินผลงาน รายบุคคล ชั้นที่ 12)
13	<ul style="list-style-type: none"> ● วัตถุประสงค์ ข้อ (3) และ (4) ● หัวข้อและรายละเอียด 1. การเขียนข้อความอธิบาย รายละเอียดผลิตภัณฑ์ - ลักษณะโดยทั่วไปของข้อความ อธิบายรายละเอียดผลิตภัณฑ์ - องค์ประกอบของข้อความอธิบาย รายละเอียดผลิตภัณฑ์ - แนวปฏิบัติในการเขียนข้อความ อธิบายรายละเอียดผลิตภัณฑ์	4	บรรยายในชั้นเรียน รูปแบบ (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ การเขียน ข้อความอธิบายรายละเอียดผลิตภัณฑ์ เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าโดยใช้ Power Point Presentation - นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน โดย นำเอาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในท้องตลาด มา ทำการเขียนข้อความอธิบายรายละเอียด ผลิตภัณฑ์เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้า - มอบใบงาน เพื่อให้ นักศึกษา กลับไป	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมิน ความรู้ ความเข้าใจ และ การนำไปใช้) ประเมินจากการมีส่วน ร่วมในการบรรยาย (แบบประเมินผลงาน รายบุคคล ชั้นที่ 13)

สัปดาห์ ที่	วัตถุประสงค์/หัวข้อและรายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอนสื่อที่ใช้	การประเมินผล
			ทำแบบฝึกหัด เกี่ยวกับการเขียน ข้อความอธิบายรายละเอียดผลิตภัณฑ์ เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้า พร้อมนำเสนอ ผ่านระบบออนไลน์ ผ่าน Web board ใน Google Classroom	
14-15	<ul style="list-style-type: none"> ● วัตถุประสงค์ ข้อ (3) และ (4) ● หัวข้อและรายละเอียด 1. การเขียนคำขวัญและข้อความ สำคัญเพื่อสื่อสารการตลาด - ลักษณะโดยทั่วไปของคำขวัญและ ข้อความสำคัญเพื่อสื่อสารการตลาด - องค์ประกอบของคำขวัญและ ข้อความสำคัญเพื่อสื่อสารการตลาด - แนวปฏิบัติในการเขียนคำขวัญ และข้อความสำคัญเพื่อสื่อสาร การตลาด	4	บรรยายในชั้นเรียน รูปแบบ (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ การเขียนคำขวัญ และข้อความสำคัญเพื่อสื่อสารการตลาด โดยใช้ Power Point Presentation - นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน โดย นำเอาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในห้องตลาด มา ทำการการเขียนคำขวัญและข้อความ สำคัญเพื่อสื่อสารการตลาด - มอบใบงาน เพื่อให้ นักศึกษากลับไป ทำแบบฝึกหัด เกี่ยวกับการเขียนคำขวัญ และข้อความสำคัญเพื่อสื่อสารการตลาด พร้อมนำเสนอผ่านระบบออนไลน์ ผ่าน Web board ใน Google Classroom	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมิน ความรู้ ความเข้าใจ และ การนำไปใช้) ประเมินจากการมีส่วนร่วม ร่วมในการบรรยาย (แบบประเมินผลงาน รายบุคคล ชั้นที่ 14)
16	<ul style="list-style-type: none"> ● วัตถุประสงค์ ข้อ (3) และ (4) ● หัวข้อและรายละเอียด 1. ถอดบทเรียนการฝึกปฏิบัติการเขียน บทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา	4	บรรยายในชั้นเรียน รูปแบบ (Online / On-site) - นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน โดย นำเอาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในห้องตลาด มา ทำการถอดบทเรียนการฝึกปฏิบัติการ เขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา - มอบใบงาน เพื่อให้ นักศึกษากลับไป ทำแบบฝึกหัด เกี่ยวกับการเขียนบท โฆษณาและออกแบบเนื้อหา พร้อม นำเสนอผลงานทั้งหมดในสัปดาห์สุดท้าย	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมิน ความรู้ ความเข้าใจ และ การนำไปใช้) ประเมินจากการมีส่วนร่วม ร่วมในการบรรยาย (แบบประเมินผลงาน รายบุคคล ชั้นที่ 15)
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	1. จิตพิสัย (การเข้าชั้นเรียน / การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน / มารยาท / การแต่งกาย)	ตลอดภาค การศึกษา	10
2.1.1, 2.1.2, 2.1.3, 2.1.4	2. แบบฝึกหัดออนไลน์ ตามบทเรียน (กิจกรรม /งานผ่านระบบออนไลน์) - การนำฝึกปฏิบัติออกแบบเนื้อหา - กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์และบุคลิกตราสินค้า - การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์และการเล่าเรื่อง - การสื่อสารแบรนด์	2, 6, 9, 12,	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 (การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา)	13, 14, 15, 16	30
2.1.2, 2.1.4, 3.1.1, 3.1.2	4. การสอบย่อย (พัฒนาองค์ความรู้ด้านกลยุทธ์และยุทธวิธี)	1, 9, 10, 11	20
2.1.2, 2.1.4, 3.1.3, 5.1.1	5. การสอบปลายภาค	17	20
	รวมตลอดภาคการศึกษา		100

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. ตำราและเอกสารหลัก

1) ประกายกาวิล ศรีจินดา. (2567) การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา. กรุงเทพฯ : แดเน็กซ์ อินเทอร์เน็ตเปอร์เรชั่น.

2.เอกสารและข้อมูลสำคัญ

1) Philip Kotler and Armstrong Gray. (2010) Principles of Marketing. 13th ed. New Jersey.

- 2) The Thinker (2556). กรุงเทพฯ : เดย์ โฟเอทส์.
- 3) ปรกาศกาวิล ศรีจินดา. (2563). หน่วยที่ 5 การเขียนเพื่อการเล่าเรื่องในงานประชาสัมพันธ์. ในชุดวิชาการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- 4) ปรกาศกาวิล ศรีจินดา. (2560). หลักการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์โพรเท็กซ์.
- 5) ทีมงาน Y&R. (2550) โฆษณา โฆษณุก กรุงเทพฯ : ยูบีซีแอลบุ๊ก.
- 6) วศิน เตยะชิตี และคณะ. (2550) ซูเปอร์ เออี กรุงเทพฯ : ยูนิเวอร์แซล พับลิชชิง.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- 1) ปรกาศกาวิล ศรีจินดา. ภูวพงษ์ ภูมราพันธ์. เจตรินทร์ ยะแสง. สณณ์คพร จันนงเยาว์. นภาพักดี จักษุบท. (2563). กลยุทธ์การสื่อสารตราสินค้าของเทศกาลดนตรี บิ๊กแมนเท่น มิวสิคเฟสติวัล. วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร, 5(1). 37-46.
- 2) ปรกาศกาวิล ศรีจินดา. (2566). ซีรีส์วายไทยกับแนวทางการพัฒนาสู่ซอฟต์แวร์. เอเชียปริทัศน์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 44(2). 109-122.
- 3) ปรกาศกาวิล ศรีจินดา. (2566). ละครโทรทัศน์ไทยกับการขับเคลื่อนซอฟต์แวร์ผ่านวัฒนธรรมมวลชน. วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร, 8(1). 1-15.
- 4) Prakaikavin Srijinda.(2019) Green Positioning as a new trend in green marketing management. International Conference : Actual Economy : European Discourse on Global Challenges” (ACE-2019), Geneva, Switzerland.
- 5) Zhimin Jiang, Prakaikavin Srijinda. (2023). Challenged and Opportunity of Brand Communication for Small and Medium tea Enterprises in The Era of Digital Transformation : A case study of Guizhou Province, China : ICCMETS 2023 International Conference on Creative, Management, Education Technology Science 2023. Bangkok Thailand.
- 6) เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาและสื่อสารการตลาด เช่น www.marketingoops.com www.marketeer.com

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

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม					ความรู้					ทักษะทางปัญญา					ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ					สารสนเทศเชิงตัวเลข			การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
	●ความรับผิดชอบหลัก										○ความรับผิดชอบรอง															
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3			
รหัสวิชา AAM 1301																										
ชื่อรายวิชา																										
การเขียนบทโฆษณาและ																										
ออกแบบเนื้อหา	●	○	○	○	○	○	●	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Copy Writing and																										
Content design																										

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ