



รายละเอียดของรายวิชา (Course Specification)

รหัสวิชา AIM 3202 รายวิชา การผลิตงานโฆษณา

สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ภาคการศึกษา ๑ ปีการศึกษา ๒๕๖๔

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	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชีโนรส ถิ่นวิไลสกุล (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	๑/๒๕๖๓ ชั้นปีที่ ๓
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้ ประมาณ	๙๐ 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. ๒๕๖๔
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 เพื่อให้ศึกษามีสามารถประยุกต์ใช้ในวิชาชีพด้านงานโฆษณาในระดับสูงต่อไปได้

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 ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข ๐๙-๐๙๑๕-๕๕๐๐

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

๓.๔ ปรึกษาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook) Pk Gavin

๓.๕ ปรึกษาผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Internet/Webboard) 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 และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับคุณธรรมและจริยธรรมที่

ต้องการเสริมสร้าง

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) ประเมินจากผลการศึกษาค้นคว้าส่วนบุคคลและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ 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 และกรณีศึกษา

(๓) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนและระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน

(๔) การทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้เรียนสามารถคิดเชิงวิเคราะห์ สังเคราะห์ และแก้ปัญหาเพื่อเสริมสร้างความสามารถเชิงปัญญา

(๕) การเน้นการฝึกปฏิบัติและการร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อบูรณาการความรู้สู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมชัดเจน

๓.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินจากพฤติกรรม ความสนใจ และการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน การซักถาม การถามคำถาม และการตอบคำถาม

(๒) ประเมินจากผลการศึกษาค้นคว้า การทำรายงานกลุ่ม การอภิปรายกลุ่ม การวิเคราะห์กรณีศึกษาและรายงานผล

(๓) ประเมินจากผลการศึกษาค้นคว้าส่วนบุคคลและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์

(๔) การประเมินผลการศึกษาปฏิบัติและการร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อบูรณาการความรู้

(๕) ประเมินจากการตอบคำถามทบทวนประจำบท การทดสอบย่อยการสอบกลางภาค และปลายภาครวมทั้งผลการประเมินผู้สอนปลายภาคเรียน

(๖) ประเมินจากการพูดคุยหรือการสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- (๑) สามารถทำงานกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี
- (๒) มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย และตรงต่อเวลา
- (๓) สามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมองค์กรที่ไปปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี
- (๔) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานในองค์กรและกับบุคคลทั่วไป
- (๕) สามารถแสดงบทบาทของผู้นำและผู้ร่วมทีมได้เป็นอย่างดี

และประสิทธิผลยิ่งขึ้น

๔.๒ วิธีการสอน

(๑) สอดแทรกประสบการณ์รวมทั้งเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องและเกิดขึ้นจริงในสังคมเพื่ออธิบายประกอบการเรียนการสอน

(๒) ศึกษาโดยการวิเคราะห์กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

(๓) ฝึกการทำงานเป็นกลุ่ม อาทิ การทำรายงาน การอภิปราย การจัดโครงการพิเศษ หรือธุรกิจจำลอง

(๔) ใช้วิธีการสอนแบบบทบาทสมมติเพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดประสบการณ์

เสมือนจริง

(๕) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนและระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน

(๖) การทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้เรียนมีทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

(๗) การเน้นการฝึกปฏิบัติและการร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อบูรณาการความรู้สู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมชัดเจน

(๘) ผู้สอนเป็นแบบปฏิบัติที่ดี

๔.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน การซักถาม และการตอบคำถาม
- (๒) ประเมินจากผลการวิเคราะห์กรณีศึกษา
- (๓) ประเมินจากการฝึกการทำงานเป็นกลุ่ม
- (๔) ประเมินจากข้อสรุปและผลของการแสดงบทบาทสมมุติ
- (๕) ประเมินจากผลการศึกษานอกห้องเรียนและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์
- (๖) พิจารณาจากการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ
- (๗) ประเมินจากผลการศึกษาค้นคว้าและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์

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) ประเมินจากผลการศึกษาค้นคว้าและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์
- (๘) ประเมินจากเทคนิคการนำเสนอโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศหรือคณิตศาสตร์และสถิติ

หมายเหตุ

สัญลักษณ์ ● หมายถึง ความรับผิดชอบหลัก

สัญลักษณ์ ○ หมายถึง ความรับผิดชอบรอง

เว้นว่าง หมายถึง ไม่ได้รับผิดชอบ

ซึ่งจะปรากฏอยู่ในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล**๑. แผนการสอน**

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑	<p>ข้อตกลงในการเรียน</p> <ul style="list-style-type: none"> - คำอธิบายรายวิชา วัตถุประสงค์ของรายวิชา วิธีสอน กิจกรรมการเรียนการสอน วิธีการวัดผลและประเมินผล - ชี้แจงการเรียนออนไลน์ของแต่ละสัปดาห์ - ความรับผิดชอบของผู้สอนและนักศึกษาที่มีต่อการเรียนการสอนทั้งในและนอกชั้นเรียน - ข้อปฏิบัติเบื้องต้นสำหรับผู้สอนและผู้เรียน ทั้งในการเรียนในห้องเรียนและการเรียนออนไลน์ - แนวคิด หลักปฏิบัติเกี่ยวกับกระบวนการผลิตงานโฆษณา 	๔	<p>บรรยายในชั้นเรียน (Online / On-site)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนบรรยายโดยใช้ Power Point Presentation เกี่ยวกับคำอธิบายรายวิชา ข้อปฏิบัติเบื้องต้นสำหรับผู้สอนและผู้เรียน ทั้งในการเรียนในห้องเรียนและการเรียนออนไลน์ รวมถึงชี้แจงการเรียนออนไลน์ของแต่ละสัปดาห์ - นักศึกษาอภิปราย สอบถาม - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ แนวคิดทั่วไปเกี่ยวกับแนวคิด หลักปฏิบัติเกี่ยวกับกระบวนการผลิตงานโฆษณา และตั้งประเด็น - มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษากลับไปนำเสนอผ่าน Google Classroom 	<p>ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา</p>
๒-๓	<p>เทคนิคการสร้างสรรคงานโฆษณา</p> <ul style="list-style-type: none"> - จุดขายในงานสื่อสารการตลาด - เทคนิค และวิธีการนำเสนอในงานสื่อสารการตลาด - การสร้าง Concept ของงาน เป็น Big Idea สู่ Key Message และ Key Visual 	๔	<p>บรรยายผ่านระบบออนไลน์ (On Demand)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ สารและภาษาในงานโฆษณา แบบไม่ประสานเวลาในรูปแบบ Video Presentation ในโปรแกรม Youtube โดยให้นักศึกษาเข้ามาชมภายในเวลา 1 สัปดาห์ - ผู้สอนมอบลิงค์ TVC ภาพยนตร์โฆษณาจริงให้นักศึกษาให้ได้ชม 	<p>ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา</p>

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			<ul style="list-style-type: none"> - นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษาใน Youtube ที่เข้าชม - ผู้สอนมอบใบงาน ด้วยการทำแบบฝึกหัด เทคนิคการสร้างสรรคงานโฆษณา - นักศึกษาสร้าง Concept ของงานเป็น Big Idea สู่ Key Message และ Key Visual พร้อมนำเสนอผ่านระบบออนไลน์ ผ่าน Web board ใน Google Classroom 	
๔-๕	<p>การพัฒนากลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา</p> <ul style="list-style-type: none"> - การเขียนบท - การพัฒนา Storyboard 	๘	<p>บรรยายผ่านระบบออนไลน์ (On Demand)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนบรรยายโดยใช้ Power Point Presentation เกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา ประกอบด้วยการเขียนบทและการพัฒนา Storyboard - มอบใบงาน เพื่อให้ให้นักศึกษากลับไปทำแบบฝึกหัดฝึกปฏิบัติการเขียนบทและพัฒนา Storyboard - นักศึกษาฝึกอภิปรายการเขียนบทและพัฒนา Storyboard พร้อมนำเสนอผ่านระบบออนไลน์ ผ่าน Web board ใน Google Classroom 	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา
๖	<p>กระบวนการก่อนการผลิตงานโฆษณา</p> <ul style="list-style-type: none"> - แนวคิด และหลักการ - การทำ Shooting board 	๔	<p>บรรยายผ่านระบบออนไลน์ (On Demand)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ กระบวนการก่อนการผลิตงานโฆษณา แบบไม่ประสานเวลา ในรูปแบบ Video Presentation ในโปรแกรม Youtube โดยให้นักศึกษาเข้ามาชมภายในเวลา 1 สัปดาห์ 	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา

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

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			โฆษณา โดยใช้ Power Point Presentation - มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษากลับไป ทำแบบฝึกหัดฝึกปฏิบัติในการผลิต ภาพยนตร์โฆษณา ฝึกปฏิบัติงานนอกชั้นเรียน (๘ ชั่วโมง)	
๑๔-๑๕	กระบวนการหลังการผลิตงานโฆษณา - การตัดต่อภาพ และเสียง ด้วย เครื่องมือในโปรแกรมการตัดต่อ - การใช้เทคนิคพิเศษในการผลิตงาน โฆษณา	๘	บรรยายในชั้นเรียน (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	นำเสนอผลงานการผลิตโฆษณา (Online / On-site) - ศึกษานำเสนอผลงานการผลิต โฆษณา แบบประสานเวลา โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ ผ่านโปรแกรม Google Meet	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา
๑๗	สอบปลายภาค			

๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

(ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา
(Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรลำดับที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน)

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 : สำนักพิมพ์แบรนต์เอจ.

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

๓.) ประกายกาวิล 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 โพลสต์ พับลิชชิง.

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

๓) เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา อาทิ www.adintrend.com.

๔) เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด อาทิ www.marketeer.com, 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 การเินจากผลการเรียนของนักศึกษา

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. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิภาพของรายวิชา

๕.๑ พิจารณาจากการประเมินในข้อ ๑-๔ มา เพื่อสรุปประเด็นที่ต้องปรับปรุงแก้ไขหรือส่งเสริมให้มีมาตรฐานยิ่งขึ้น

๕.๒ ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านวิชาการและวิชาชีพ

๕.๓ วางแผนปรับปรุงประสิทธิภาพของรายวิชา 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	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๑	๒	๓	
รหัสวิชา AIM 3202																							
ชื่อรายวิชา การผลิตงานโฆษณา Advertising Production	●	○	○	○	○	●	●	○	○	○	●	●	○	●	●	○	○	○	○	○	●	○	

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ