



รายละเอียดของรายวิชา (Course Specification)

รหัสวิชา AAM2301 รายวิชา การสร้างสรรค์เรื่องเล่าเพื่อการสื่อสารแบรนด์
สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ภาคการศึกษา ๒ ปีการศึกษา ๒๕๖๖

หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา	AAM2304
ชื่อรายวิชาภาษาไทย	การสร้างสรรค์เรื่องเล่าเพื่อการสื่อสารแบรนด์
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ	Creative Brand Storytelling

๒. จำนวนหน่วยกิต

๓ (๒-๒-๕)

๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร	นิเทศศาสตรบัณฑิต (การโฆษณาและสื่อสารการตลาด)
๓.๒ ประเภทของรายวิชา	วิชาบังคับเรียน

๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา	อาจารย์อสิริ ไพเราะ (หัวหน้าแขนงวิชา)
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน	กลุ่มเรียน ๒๐๑ ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา

๕. สถานที่ติดต่อ

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

๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่	๒/ ชั้นปีที่ ๑
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้ประมาณ	๕๐ คน

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

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

๙. สถานที่เรียน วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

๑๐. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด วันที่ ๑ เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๖

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจความหมาย ความสำคัญ และกระบวนการของการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสื่อสารทางการตลาด โดยสามารถนำความรู้ในการวางแผนกลยุทธ์การสร้างสารเพื่อการเล่าเรื่อง สำหรับสื่อสารแบรนด์ อันเป็นพื้นฐานในการศึกษารายวิชาขั้นสูงด้านการโฆษณาและการสื่อสารการตลาดอื่นได้ต่อไป

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้นักศึกษาปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์การสื่อสารการตลาดในปัจจุบัน โดยประกอบด้วยเรื่องของกระบวนการของการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์เพื่อสื่อสารทางการตลาด กลยุทธ์การสร้างสารเพื่อการเล่าเรื่อง องค์ประกอบโครงสร้างการเล่าเรื่อง และเทคนิคการเล่าเรื่อง ตลอดจนให้นักศึกษาได้ฝึกฝนการใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง สำหรับสื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อสื่อสารแบรนด์ได้อย่างเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและสถานการณ์

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑. 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

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

๑ ชั่วโมง / สัปดาห์

๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน 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) http://www.teacher.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) ใช้การวิเคราะห์กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับคุณธรรมและจริยธรรมที่ต้องการเสริมสร้างให้แก่นักศึกษา

(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 และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับคุณธรรมและ

จริยธรรมที่ต้องการเสริมสร้าง

๒. ความรู้

๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีความรู้เกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีพื้นฐานด้านนิเทศศาสตร์และในสาขาวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง
- (๒) มีความรู้ที่เกิดจากบูรณาการความรู้ในศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมศักยภาพในการประกอบวิชาชีพ
- (๓) มีความรู้ภาคปฏิบัติอย่างลึกซึ้งและกว้างขวาง เป็นระบบ เป็นสากล และเท่าทันสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก
- (๔) มีความรู้และความสามารถในการแสวงหาความรู้และประสบการณ์เพิ่มเติมตลอดชีวิต
- (๕) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับพัฒนาการของสื่อดิจิทัลและเทคโนโลยีสมัยใหม่ ตลอดจนจนสามารถบูรณาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับการทำงานได้

๒.๒ วิธีการสอน

- (๑) การเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนมีความสามารถในการเรียนรู้ในชั้นเรียนและแสวงหาความรู้เพิ่มเติมภายนอกชั้นเรียนได้
- (๒) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นความสนใจของผู้เรียนควบคู่ไปด้วย โดยให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้า เพิ่มเติมในประเด็นที่สนใจ ด้วยการทำรายงาน การกำหนดประเด็นการอภิปรายกลุ่ม และกรณีศึกษา
- (๓) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนและระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน
- (๔) การมุ่งเน้นการฝึกปฏิบัติเพื่อสร้างเสริมทักษะในแต่ละวิชาชีพ
- (๕) การศึกษาดูงานองค์การ หน่วยงานที่มีความโดดเด่นในสาขาวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง
- (๖) เชิญผู้เชี่ยวชาญในแต่ละวิชาชีพที่เกี่ยวข้องมาเป็นวิทยากรบรรยายพิเศษ หรืออบรมเชิงปฏิบัติการให้นักศึกษา

๒.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากพฤติกรรม ความสนใจ และการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอนการซักถาม และการตอบคำถาม
- (๒) ประเมินจากผลการศึกษาค้นคว้า การทำรายงานกลุ่ม การอภิปรายกลุ่ม การวิเคราะห์ กรณีศึกษา และการจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตร
- (๓) ประเมินจากผลการฝึกปฏิบัติ การศึกษาดูงาน การฟังบรรยาย และอบรมเชิงปฏิบัติการ
- (๔) ประเมินจากผลการศึกษาส่วนบุคคลและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์
- (๕) ประเมินจากการตอบคำถามทบทวนประจำบท การทดสอบย่อยการสอบกลางภาค และปลายภาครวมทั้งผลการประเมินผู้สอนปลายภาคเรียน
- (๖) ประเมินจากรายวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพนิเทศศาสตร์

๓. ทักษะทางปัญญา

๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีความสามารถในการเข้าถึงฐานข้อมูลซึ่งเป็นฐานความรู้สำหรับการปฏิบัติงานในวิชาชีพ
- (๒) มีศักยภาพทางความคิด อาทิ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การคิดอย่างสร้างสรรค์ การคิดหลายมุม เพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงและความรู้ที่ถูกต้อง ชัดเจน และเป็นประโยชน์
- (๓) มีความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์ การวางแผน การบริหารจัดการและการปฏิบัติงานตามแผน และการประเมินผลในแต่ละวิชาชีพ
- (๔) มีความสามารถในการเรียบเรียงความคิดอย่างเป็นระบบและนำเสนอได้อย่างสร้างสรรค์
- (๕) มีความสามารถในการเชื่อมโยงและประยุกต์สาระความรู้ไปสู่การปฏิบัติงานด้านวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง

๓.๒ วิธีการสอน

- (๑) การเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนมีความสามารถในการเรียนรู้ในชั้นเรียนและแสวงหาความรู้เพิ่มเติมภายนอกชั้นเรียนได้
- (๒) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นความสนใจของผู้เรียนควบคู่ไปด้วย โดยให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้า เพิ่มเติมในประเด็นที่สนใจด้วยการทำรายงาน การกำหนดประเด็นการอภิปรายกลุ่ม และกรณีศึกษา
- (๓) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนและระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน
- (๔) การทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้เรียนสามารถคิดเชิงวิเคราะห์เชิง สังเคราะห์ และแก้ปัญหาเพื่อเสริมสร้างความสามารถเชิงปัญญา

(๕) การเน้นการฝึกปฏิบัติและการร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อบูรณาการความรู้สู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมชัดเจน

๓.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินจากพฤติกรรม ความสนใจ และการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน การซักถาม การถามคำถาม และการตอบคำถาม

(๒) ประเมินจากผลการศึกษาค้นคว้า การทำรายงานกลุ่ม การอภิปรายกลุ่ม การวิเคราะห์กรณีศึกษาและรายงานผล

(๓) ประเมินจากผลการศึกษาค้นคว้าส่วนบุคคลและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์

(๔) การประเมินผลการฝึกปฏิบัติและการร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อบูรณาการความรู้

(๕) ประเมินจากการตอบคำถามทบทวนประจำบท การทดสอบย่อยการสอบกลางภาค และปลายภาครวมทั้งผลการประเมินผู้สอนปลายภาคเรียน

(๖) ประเมินจากการพูดคุยหรือการสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- (๑) สามารถทำงานกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี
- (๒) มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย
- (๓) สามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมองค์กรที่ไปปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี
- (๔) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานในองค์กรและกับบุคคลทั่วไป
- (๕) สามารถแก้ปัญหาและพัฒนากระบวนการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น
- (๖) มีภาวะผู้นำและผู้ตามที่ดี

๔.๒ วิธีการสอน

(๑) สอดแทรกประสบการณ์รวมทั้งเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องและเกิดขึ้นจริงในสังคมเพื่ออธิบายประกอบการเรียนการสอน

(๒) ศึกษาโดยการวิเคราะห์กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

(๓) ฝึกการทำงานเป็นกลุ่ม อาทิ การทำรายงาน การอภิปราย การจัดโครงการพิเศษ หรือธุรกิจจำลอง

(๔) ใช้วิธีการสอนแบบบทบาทสมมติเพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดประสบการณ์

เสมือนจริง

(๕) การเรียนการสอนที่มุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนและระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน2)

(๖) การทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้เรียนมีทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

(๗) การเน้นการฝึกปฏิบัติและการร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อบูรณาการความรู้สู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมชัดเจน

(๘) ผู้สอนเป็นแบบปฏิบัติที่ดี

๔.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน การซักถาม และการตอบคำถาม

(๒) ประเมินจากผลการวิเคราะห์กรณีศึกษา

(๓) ประเมินจากการฝึกการทำงานเป็นกลุ่ม

- (๔) ประเมินจากข้อสรุปและผลของการแสดงบทบาทสมมุติ
- (๕) ประเมินจากผลการศึกษานอกห้องเรียนและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์
- (๖) พิจารณาจากการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

(๗) ประเมินจากผลการศึกษาค้นคว้าส่วนบุคคลและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์

๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีทักษะการใช้ข้อมูลเชิงตัวเลขจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิในการวิเคราะห์สถานการณ์ การตัดสินใจ การวางแผน การบริหารแผนและปฏิบัติงาน และการประเมินผลการปฏิบัติงาน
- (๒) มีทักษะการสื่อสารซึ่งก่อให้เกิดประสิทธิผลในการปฏิบัติงานในแต่ละวิชาชีพ ได้แก่ ทักษะการฟัง การพูด การอ่าน และเขียนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นพื้นฐานในการสร้างสารและการนำเสนอ
- (๓) มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมสนับสนุน การปฏิบัติงาน อาทิ การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตด้วยรูปแบบต่าง ๆ โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์

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) ประเมินจากผลการศึกษาค้นคว้าส่วนบุคคลและการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์
- (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 / กลุ่มเรียน
๑	ประมวลวิชา แนวการเรียนการสอน วิสัยทัศน์	๔	บรรยายในชั้นเรียน ครั้งที่ ๑ (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยาย เพื่อแนะนำประมวล วิชา แนวการเรียนการสอน วิสัยทัศน์ ของรายวิชา โดยใช้ Power Point Presentation และ กรณีศึกษาจริง พร้อมยกตัวอย่างประกอบ	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรี จินดา
๒-๓	<ul style="list-style-type: none"> ● แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับการเล่า เรื่อง ● ความหมาย ความสำคัญ ● หลักการสื่อสารแบรนด์เบื้องต้น 	๘	บรรยายในชั้นเรียน ครั้งที่ ๒-๓ (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยาย ในหัวข้อ แนวคิด เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด เชิงกิจกรรม ความหมาย ความสำคัญ และหลักการสื่อสารการตลาดเบื้องต้น โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ ผ่านโปรแกรม Google Meet	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรี จินดา
๔*	กลยุทธ์การสร้างสารเพื่อการเล่าเรื่อง	๔	บรรยายผ่านระบบออนไลน์ (*On Demand) ครั้งที่ ๑ - ผู้สอนบรรยาย แบบไม่ประสานเวลา ในรูปแบบ Video Presentation ใน โปรแกรม Meet โดยให้นักศึกษาเข้ามา ชมภายในเวลา 1 สัปดาห์ ในหัวข้อ ความเป็นมาของการสื่อสารการตลาด เชิงกิจกรรม โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ ผ่านโปรแกรม Google Meet	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรี จินดา
๕*	การประยุกต์ใช้กลยุทธ์การสร้างสารเพื่อ การเล่าเรื่องเพื่อการสื่อสารแบรนด์	๔	บรรยายผ่านระบบออนไลน์ (*On Demand) ครั้งที่ ๒ - ผู้สอนบรรยาย แบบไม่ประสานเวลา ในรูปแบบ Video Presentation ใน โปรแกรม Meet โดยให้นักศึกษาเข้า มาชมภายในเวลา 1 สัปดาห์ ในหัวข้อ	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรี จินดา

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน / กลุ่มเรียน
			หลักการสื่อสารทางการตลาด สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการ สื่อสารการตลาด - โดยใช้ Power Point Presentation ยกตัวอย่างประกอบ อภิปรายจาก กรณีศึกษา และให้นักศึกษาฝึก ปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด	
๖*	โครงสร้างการเล่าเรื่อง	๔	บรรยายผ่านระบบออนไลน์ (*On Demand) ครั้งที่ ๓ - ผู้สอนแบบไม่ประสานเวลา ใน รูปแบบ Video Presentation ใน โปรแกรม Meet บรรยายหัวข้อ การ สื่อสารตราสินค้า โดยให้นักศึกษาเข้า มาชมภายในเวลา 1 สัปดาห์ - ผู้สอนมอบลิ้งค์ TVC ภาพยนตร์ โฆษณาจริงให้นักศึกษาให้ได้ชม - นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษา ใน Youtube ที่เข้าชม - ผู้สอนมอบใบงาน ด้วยการทำ แบบฝึกหัด - นักศึกษาอภิปรายผลตามแนวทางที่ ได้ศึกษามา นำเสนอผ่านระบบ ออนไลน์ ผ่าน Web board ใน Google Classroom	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรี จินดา
๗*	การประยุกต์ใช้โครงสร้างการเล่าเรื่อง เพื่อการสื่อสารแบรนด์	๔	บรรยายผ่านระบบออนไลน์ (*On Demand) ครั้งที่ ๔ - ผู้สอนบรรยาย แบบไม่ประสานเวลา ในรูปแบบ Video Presentation หัวข้อ การวิเคราะห์ผู้บริโภคเพื่อการสื่อสาร การตลาดเชิงกิจกรรม ในโปรแกรม Meet โดยให้นักศึกษา เข้ามาชมภายในเวลา 1 สัปดาห์ - ผู้เรียนอภิปรายกิจกรรม โดยใช้ พฤติกรรมการณ์การบริโภคของตัวเองอธิบาย ลำดับขั้นของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ของผู้บริโภคตามลำดับขั้นที่กำหนดให้	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรี จินดา

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน / กลุ่มเรียน
๘	สัปดาห์สอบกลางภาค			
๙-๑๐*	เทคนิคการเล่าเรื่อง สำหรับการสื่อสาร การตลาดรูปแบบต่าง ๆ	๘	บรรยายผ่านระบบออนไลน์ (*On Demand) ครั้งที่ ๕ - ผู้สอนบรรยาย แบบไม่ประสานเวลา ผ่านระบบออนไลน์ ในหัวข้อ องค์ประกอบ รูปแบบการสื่อสาร การตลาดเชิงกิจกรรม บรรยายในชั้นเรียน ครั้งที่ ๔ (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยาย ในชั้นเรียน หัวข้อ เครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิง กิจกรรม โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ ผ่านโปรแกรม Google Meet - ผู้เรียน อภิปรายและแสดงความ คิดเห็นผ่านระบบออนไลน์	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรี จินดา
๑๑	กลยุทธ์การสร้างสารเพื่อการเล่าเรื่อง องค์ประกอบ โครงสร้างการเล่าเรื่อง และเทคนิคการเล่าเรื่อง สำหรับสื่อ ประเภทต่าง ๆ	๔	บรรยายในชั้นเรียน ครั้งที่ ๕ (Online / On-site) - ผู้สอนบรรยาย ในหัวข้อ กระบวนการสื่อสารการตลาด โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ ผ่านโปรแกรม Google Meet	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรี จินดา
๑๒-๑๕	เทคนิคการเล่าเรื่อง สำหรับสื่อประเภท ต่าง ๆ ปฏิบัติการเล่าเรื่อง สำหรับสื่อ ประเภทต่าง ๆ ● แบนเนอร์ ● วิทยูโทรทัศน์ ● ออนไลน์	๒๐	กิจกรรมในชั้นเรียน ครั้งที่ ๖-๙ (Online / On-site) ผู้สอนบรรยาย ในหัวข้อ การเขียน แผนการดำเนินกิจกรรม, การจัด กิจกรรม, การประเมินผลการจัด กิจกรรม โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ ผ่านโปรแกรม Google Meet	ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรี จินดา

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน / กลุ่มเรียน
			นักศึกษาฝึกปฏิบัติจัดกิจกรรม สื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรมราย กลุ่ม	
๑๖	นำเสนอ อภิปราย ผลงานกลุ่ม ทบทวนเนื้อหา	๔	กิจกรรมในชั้นเรียน ครั้งที่ ๑๐ (Online / On-site) ให้นักศึกษานำเสนอผลงานที่ได้รับ มอบหมายทุกกลุ่ม	ผศ.ดร.ประกายภาวิไล ศรี จินดา
๑๗	สอบปลายภาค			

๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

(ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา
(Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรสัปดาห์ที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน)

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วน ของการประเมินผล
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 (สอบย่อย / 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 (ปฏิบัติการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม)	๙, ๑๐, ๑๑, ๑๒, ๑๓, ๑๔, ๑๕, ๑๖	๔๐
๒.๑.๒, ๒.๑.๔, ๓.๑.๓, ๕.๑.๑	๔. การสอบปลายภาค	๑๗	๓๐
รวมตลอดภาคการศึกษา			๑๐๐

หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

๑) ประกายกาวิล ศรีจินดา. (๒๕๖๖). การสร้างสรรค์เรื่องเล่าเพื่อสื่อสารแบรนด์. เอกสารประกอบการสอนสาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

- ๑) เกரியงไกร กาญจนโภคิน (๒๕๖๒). Hybrid Event Marketing. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.
- ๒) ประกายกาวิล ศรีจินดา. (๒๕๖๓). หน่วยที่ ๕ การเขียนเพื่อการเล่าเรื่องในงานประชาสัมพันธ์. ในชุดวิชาการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ๓) ประกายกาวิล ศรีจินดา. (๒๕๖๓) กลยุทธ์การสร้างสรรค้งานสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : แดเน็กซ์ อินเทอร์เน็ตเปอร์เซชั่นจำกัด.
- ๔) ประกายกาวิล ศรีจินดา. (๒๕๖๒). การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์โพรเท็กซ์.
- ๕) Kotler, P. (2009). Principles of Marketing. New Jersey : Pearson Education
- ๖) Kotler, P. (2021). Marketing 5.0 – Technology for Humanity. US : Wiley.

๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- ๑) ประกายกาวิล ศรีจินดา. (๒๕๖๕). การวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง. วารสารนิเทศศาสตร์ มสธ, ๑๒(๒). ๑-๒๐.
- ๒) ประกายกาวิล ศรีจินดา. ภูวพงษ์ ภูมราพันธ์. เจตรินทร์ ยะแสง. สันต์คพร จันนงเยาว์. นภาพักดิ์ จักษุบท. (๒๕๖๓). กลยุทธ์การสื่อสารตราสินค้าของเทศบาลนคร บี๊กเมาน์เทน มิวสิคเฟสติวล. วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร, ๕(๑). ๓๗-๔๖.
- ๓) ประกายกาวิล ศรีจินดา. (๒๕๖๑). การสื่อสารการตลาดของภาพยนตร์ไทยบ้านเดอะซีรีส์. วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร, ๓(๒). ๔๐-๔๗.
- ๔) ประกายกาวิล ศรีจินดา. (๒๕๖๑). การสื่อสารการตลาดของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลระยะเริ่มต้นในประเทศไทย. วารสารวิชาการ ศรีปฐม ชลบุรี. ๑๕(๒). ๕๐-๖๐.
- ๕) ประกายกาวิล ศรีจินดา. (๒๕๕๐). การสื่อสารรณรงค์ของโครงการสัจจะอธิษฐาน. วารสารนิเทศศาสตร์ ๒๕(๑). ๕๐-๖๕.
- ๖) ประกายกาวิล ศรีจินดา. (๒๕๕๙) ละครโทรทัศน์ไทยกับแนวทางการส่งเสริมการขาย. รายงานการวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ๗) ประกายกาวิล ศรีจินดา. (๒๕๖๐) เครื่องมือการสื่อสารการตลาดต้นแบบสำหรับสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล กลุ่มเด็ก เยาวชน และครอบครัว เพื่อการแข่งขันในประชาคมอาเซียน. รายงานการวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

๘) ชีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. (๒๕๔๕) IMC in Action. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ ท็อปโปยท์ จำกัด.

๙) วิทวัส รุ่งเรืองผล. (๒๕๖๓) หลักการตลาด พิมพ์ครั้งที่ ๑๐. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

หมวดที่ ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

๑.๑ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรร่วมพิจารณาแนวทางการวัดผล การประเมิน และข้อสอบ

๑.๒ อธิบายให้นักศึกษาเข้าใจถึงความสำคัญของการปรับปรุงรายวิชา และบทบาทของนักศึกษาในการประเมินประสิทธิผลของรายวิชาในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการบริหารหลักสูตร

๑.๓ การส่งเสริมให้เกิดการประเมินศักยภาพก่อนและหลังเรียนโดยตัวนักศึกษาเอง

๑.๔ การสร้างบรรยากาศในการแลกเปลี่ยนทัศนะเกี่ยวกับประสิทธิผลของรายวิชาระหว่างผู้เรียนและผู้สอนระหว่างภาคเรียน

๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

๒.๑ การประเมินโดยเน้นการมีส่วนร่วมของผู้เรียนเป็นหลัก เช่น การพิจารณาจากพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมของนักศึกษา

๒.๒ การประเมินโดยมุมมองของผู้สอน เช่น การประเมินศักยภาพในการสอนตามแผนการสอนที่กำหนด การพิจารณาจากบรรยากาศการเรียนการสอน

๒.๓ การประเมินจากผลการเรียนของนักศึกษา

๒.๔ พิจารณาจากการประเมินการสอนของนักศึกษา

๓. การปรับปรุงการสอน

๓.๑ ประมวลข้อมูลจากการประเมินการสอนในข้อ ๒ เพื่อสรุปจุดด้อย จุดเด่น ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอไปปรับปรุงการสอน

๓.๒ การทำวิจัยในชั้นเรียนเพื่อพัฒนารูปแบบและวิธีการสอน

๓.๓ แสวงหาและปรับปรุงเทคนิคการสอน สื่อการสอน และสร้างบรรยากาศการเรียนการสอน

๓.๔ การพิจารณาโดยคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

๔.๑ พิจารณาโดยคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

๔.๒ พิจารณาความสอดคล้องระหว่างผลการเรียนกับคุณภาพของงานกลุ่ม และงานเดี่ยวที่มอบหมายให้นักศึกษาทำตลอดภาคเรียน

๔.๓ ประเมินความเหมาะสมของแผนบริหารการสอน การจัดกิจกรรมการเรียนการสอน การมอบหมายงาน การวัดผล และการประเมินผลการเรียน กับคำอธิบายรายวิชา และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

๔.๔ ร่วมมือกับผู้สอนในรายวิชาลำดับถัดไปในการประเมินผลการเรียนรายวิชาก่อนหน้า

๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

๕.๑ พิจารณาจากการประเมินในข้อ ๑-๔ มา เพื่อสรุปประเด็นที่ต้องปรับปรุงแก้ไขหรือส่งเสริมให้มีมาตรฐานยิ่งขึ้น

- ๔.๒ ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านวิชาการและวิชาชีพ
- ๔.๓ วางแผนปรับปรุงประสิทธิภาพของรายวิชา ดำเนินการ นำไปใช้ และประเมินอย่างสม่ำเสมอ
- ๔.๔ การนำเสนอคณะกรรมการบริหารหลักสูตรเพื่อร่วมกันพิจารณา

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

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม					ความรู้					ทักษะทางปัญญา					ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ					ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสารฯ			
	●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 AAM2301																								
ชื่อรายวิชา																								
การสร้างสรรค์เรื่องเล่าเพื่อการสื่อสารแบรนด์ Storytelling for Brand Communication	●	○	○	○	○	○	●	○	●	○	○	○	○	●	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○