



มคอ. 3 รายละเอียดรายวิชา

รหัสวิชา 3013515

ชื่อวิชา ภาษาอังกฤษเพื่องานโฆษณา

(English for Advertising)

รายวิชานี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต

หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2552

คณะนิเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	3
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	3
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	4
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	4-6
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	8-10
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	11-12
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	12-13

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

คณะ / ภาควิชา คณะนิเทศศาสตร์

หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป

- รหัสและชื่อวิชา : รหัสวิชา 3013515 ชื่อวิชา ภาษาอังกฤษเพื่องานโฆษณา
(English for Advertising)
- จำนวนหน่วยกิต : 3 หน่วยกิต 3 (2-2-5)
- หลักสูตรและประเภทของรายวิชา :
เป็นรายวิชาในหมวดวิชาบังคับ กลุ่มวิชาเอกเลือก หลักสูตรนิเทศศาสตร์ การโฆษณา
- อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน :
4.1 Ajarn Raajshivar Saetan อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ สถานที่ติดต่อ: ห้องพัก
อาจารย์ อาคารวิทยบริการชั้น 4 E-mail : raajshi.s@gmail.com
- ภาคการศึกษาที่ : ภาคการศึกษา 1/2556 ชั้นปีที่เรียน : ชั้นปีที่ 3
- รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี): ไม่มี
- รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites): (ถ้ามี): ไม่มี
- สถานที่เรียน : คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
- วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด : 10 พฤษภาคม 2556

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

- จุดมุ่งหมายของรายวิชา (The Aim of Subject):
 - 1.1 Able to listen: how to understand and take effective notes on extended lectures, including how to follow the argument and identify the speaker's point of view.
 - 1.2 Able to speak: how to participate effectively in a variety of realistic situations, from seminars to presentations, including how to develop an argument and use stance markers.
 - 1.3 Able to read: how to understand a wide range of texts, from academic textbooks to Internet articles, including how to analyze complex sentences and identify such things as the writer's stance.

1.4 Able to write: how to produce coherent and well-structured assignments, including such skills as paraphrasing and the use of the appropriate academic phrases.

1.5 To understand the vocabulary: a wide range of activities to develop students' knowledge and use of key vocabulary both in the field of advertising and of academic study in general.

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา (The Aim of Improvement):

This course is designed by the specialize in using English for Advertising. The teacher hope that this course will give the benefit to the learner. At least, the learners have an opportunity to use and practice English in the job related to Communication Technology and/ or Mass communication. In the future, this course should be learn by E-learning according to the supporting of x- learning technology. And the content of course will change to follow the current and evidence based.

หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา (Course Description)

ศึกษาเกี่ยวกับศัพท์และวลีที่จำเป็นต้องใช้ในงานโฆษณา อาทิ การวางแผน การผลิตงาน การบริหารงาน การดำเนินธุรกิจงานโฆษณา สื่อโฆษณา ฯลฯ ฝึกทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการประกอบอาชีพทางการโฆษณา

English for advertising is to study the vocabulary and necessary phrase in the term of advertising, such as planning producing managing business advertising working advertising media etc. To practice a skills-based course designed specifically for students of advertising who are about to enter English-medium tertiary level studies.

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา (The term of Learning):

Lecture 60 hours per semester

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล (The spacing of how to give the student's recommend about their learning):

(In each week, It includes Monday-Thursday 1.00-4.30 PM. In the afternoon) If the students have some problem about the class learning, they can consult the teacher at the

Faculty of Communication Arts, Witayaborikarn Building, RBRU. Or they can call the teacher by phone facebook and E-mail.

หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

มาตรฐานการเรียนรู้แต่ละด้านที่เกี่ยวข้อง

1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม (Ethics and Moral)

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- ผู้สอนพยายามสอดแทรกประสบการณ์การทำงานด้านนิเทศศาสตร์ โดยให้ผู้เรียนเกิดการเปรียบเทียบจรรยาบรรณทางด้านวิชาชีพการประชาสัมพันธ์ระหว่างในและต่างประเทศ
- มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
- มีภาวะการเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและลำดับความสำคัญ
- เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์
- เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ขององค์กรและสังคม
- การค้นคว้าโดยอ้างอิงแหล่งที่มาของการสร้างสรรค์ผลงาน

1.2 วิธีการสอนที่จะพัฒนาการเรียนรู้

- บรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษางานโฆษณา เกี่ยวกับรูปแบบการทำงานด้านการสื่อสารระหว่างในและต่างประเทศ
- กำหนดข้อตกลงเกี่ยวกับวินัย และพฤติกรรมในการเรียน
- มอบหมายงานให้นักศึกษาทำงานเดี่ยวและงานกลุ่มรวมถึงศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง (Self- Study) โดยให้ระบุที่มาของแหล่งข้อมูลอย่างชัดเจน
- อภิปรายกลุ่มและร่วมกันแสดงความคิดเห็น

1.3 วิธีการประเมินผล

- พิจารณาจากพฤติกรรมการเรียน การส่งงาน และการเข้าเรียนตรงเวลาและสม่ำเสมอตามเกณฑ์ที่กำหนด
- ตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูล
- ประเมินผลจากการนำเสนอผลงานที่มอบหมาย

2. ด้านความรู้ (Knowledge)

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

ศึกษาเกี่ยวกับศัพท์และวลีที่จำเป็นต้องใช้ในงานโฆษณา อาทิ การวางแผน การผลิตงาน การบริหารงาน การดำเนินธุรกิจงานโฆษณา สื่อโฆษณา ฯลฯ ฝึกทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการประกอบอาชีพทางการโฆษณา

2.2 วิธีการสอน

- บรรยายนำเสนอสำนวน โครงสร้างภาษา ประโยคสนทนา และฝึกหัดจากสถานการณ์จำลองที่กำหนดให้ด้วยตนเอง
- มอบหมายงานให้นักศึกษาสร้างบทสนทนา และผลงานโดยประยุกต์จากเนื้อหาใน บทเรียน
- มอบหมายงานให้นักศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลอื่น เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต
- ให้นักศึกษานำภาษาที่ได้จากการเรียนรู้ไปใช้ให้ถูกต้อง และเหมาะสมตามสาขาการโฆษณา

2.3 วิธีการประเมินผล

เน้นการใช้วิธีการวัดหลากหลายตามเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อพัฒนาผู้เรียนจาก แฟ้มสะสมงาน แบบฝึกหัด การสังเกต การสัมภาษณ์ นำเสนอข้อมูลจากการค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องในชั้นเรียน วิเคราะห์กรณีศึกษาทั้งงานเดี่ยวและงานกลุ่ม สอบกลางภาค สอบปลายภาค

3. ด้านทักษะทางปัญญา (Cognitive Skills)

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

เป็นผู้ใฝ่รู้ สามารถเรียนรู้ตลอดชีวิต สามารถพัฒนาความคิดอย่างมีระบบ มีการวิเคราะห์เพื่อนำความรู้ที่ได้จากทฤษฎีมาประยุกต์ใช้แก้ไขปัญหา พัฒนาปรับปรุงในการดำรงชีวิตประจำวัน และใช้ในการประกอบวิชาชีพต่อไป

3.2 วิธีการสอน

- กำหนดให้นักศึกษาได้ศึกษาดูงาน ค้นคว้ากระบวนการทำงานทางด้านการโฆษณาของไทย และต่างประเทศที่จำเป็น การจดจำคำศัพท์ สำนวนภาษาที่จำเป็นในงานโฆษณา
- ให้ผู้เรียนมีโอกาสสนทนาภาษาอังกฤษภายในห้องเรียน ตลอดจนการฝึกออกเสียงให้ถูกต้องตามหลักของเจ้าของภาษา
- ให้นักศึกษาวางแผนในการทำงาน โดยรู้ลำดับขั้นตอนความสำคัญและแหล่งที่มาของข้อมูล

3.3 วิธีการประเมินผล

- พิจารณาจากการอภิปรายงานกลุ่มเล็กและกลุ่มใหญ่
- พิจารณาจากการนำเสนอผลงาน

4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ (Interpersonal Skills and Responsibility)

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- การสร้างมนุษยสัมพันธ์
- ภาวะผู้นำและผู้ตาม ความสามารถในการทำงานเป็นทีม

- การรู้จักเคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

4.2 วิธีการสอน

- มอบหมายให้นักศึกษาร่วมกันทำงานเป็นคู่และเป็นกลุ่ม
- นำเสนอผลงานกลุ่ม

4.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินผลจากงานที่ได้รับมอบหมายในแต่ละบท
- สังเกตจากพฤติกรรมการทำงานภายในกลุ่ม

5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Numerical Analysis, Communication and Information Technology Skills)

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารกับบุคคลอื่นได้อย่างเหมาะสม
- การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประมวลผลแปลความหมาย และนำเสนอได้
- การรายงานผลการวิจัยทางด้านโฆษณาเป็นค่าตัวเลขจากการศึกษาที่ได้มอบหมายเป็นรายงาน

5.2 วิธีการสอน

- ให้นักศึกษาแสดงบทบาทสมมติตามสถานการณ์ที่กำหนด
- ให้นักศึกษาใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการนำเสนอผลงานที่ได้รับมอบหมาย

5.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินผลจากความถูกต้องและแม่นยำในการใช้ภาษา
- พิจารณาจากการนำเสนอผลงานในรูปของการโฆษณา รายงานการวิจัยภาคภาษาอังกฤษ

หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน (Learning Planning)

Week	Section	Topic	Objective	Learning Activities	Media/ tool	Instructor	Note
1	4	Introduction Students' self confidence	<ul style="list-style-type: none"> - To survey the students' need and expecting about this course. - To design the course work altogether. 	Check students' idea about English for ad.	<ul style="list-style-type: none"> -Text book -cue-card -flip chart - pretest English 		Request the students to buy the book
2	4	Unit 1: Introduction to marketing and advertising Jobs and responsibilities corporate identity, logos Branding	<ul style="list-style-type: none"> To learn, understand and practice: - talking about job descriptions - presenting your idea 	<ul style="list-style-type: none"> - Lecture - Exercise - Discuss about the definition of Ad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Text book - CD for listening 	Raajshivar S. and or The Guest Lecturer	<ul style="list-style-type: none"> - subtest unit 1 - Assign the students' work
3-4	8	Unit 2: Finding the customer Market research, customer profiles, data collection, a telephone survey	<ul style="list-style-type: none"> To learn, understand and practice: - giving and asking for opinions - agreeing and disagreeing market research terms - asking question 	<ul style="list-style-type: none"> - Lecture - Exercise - Discuss about the ad. research activities 	<ul style="list-style-type: none"> - Text book - CD for listening 		<ul style="list-style-type: none"> - subtest unit 2 - Assign the students' work

มคอ. 3 English for Advertising (มรฐพ.9)

5-6	8	Unit 3: Planning a marketing strategy The marketing plan The four Ps Pricing and positioning strategies	- writing reports To learn, understand and practice: - writing emails - writing a positioning strategy - giving a presentation	- Lecture - Exercise - Discuss about the ad. strategy	- Text book - CD for listening	Raajshivar S. and or The Guest Lecturer	- subtest unit 3 - Assign the students' work
7-8	8	Unit 4: Creating ads The AIDA model for advertising Working with ad agency Advertising channels Rate sheets	To learn, understand and practice: - discussing and ad campaign - giving feedback	- Lecture - Discuss about the ads. creating - listen a conversation	- Text book - Radio script - CD for listening		Subtest Unit 4
9-10	8	Unit 5: Marketing tools Distribution channels Types of discount Type of retailer Telemarketing Direct marketing	To learn, understand and practice: - telephoning-getting through - writing to the customer (direct mailing)	- Lecture - Discuss the marketing tools - Listen a conversation	- Text book - CD for listening		Subtest Unit 5

มคอ. 3 English for Advertising (มรทพ.10)

11-12	8	<p>Unit 6: Presenting your public face</p> <p>Public relations Websites as a marketing tool Sponsoring Effective press releases</p>	<p>To learn, understand, and practice:</p> <ul style="list-style-type: none"> - getting customer quotes - writing press releases - writing holiday letter 	<ul style="list-style-type: none"> - Lecture - Discuss about Public relations regulation - listen a conversation 	<ul style="list-style-type: none"> - Text book - CD for listening 	<p>Raajshivar S. and or The Guest Lecturer</p>	<p>Subtest Unit 6</p>
13-14	8	<p>Unit 7: Marketing through trade fairs</p> <p>Giveaways Organizing events Attending a trade fair</p>	<p>To learn, understand, and practice:</p> <ul style="list-style-type: none"> - the language if trade fairs - socializing - reporting on a trade fair visit 	<ul style="list-style-type: none"> - Lecture - Discuss about Public relations and marketing - listen a conversation 	<ul style="list-style-type: none"> - Text book - CD for listening 	<p>The Guest Lecturer</p>	<p>Subtest Unit 7</p>
15	4	<p>Independent study</p>	<p>To present the IS in each group or individual paper</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Lecture - Discuss about ads topic - Seminar 	<ul style="list-style-type: none"> - Text book - CD for listening 		
<p><i>Notification:</i></p> <p><i>The subtest can be an exercise in each unit.</i></p> <p><i>The learning plan can be change followed by the date and students' ability</i></p>							

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้ (Evaluation Plan)

Activities	ผลการเรียนรู้ Learning Outcome	The Source of Evaluating	Week of Evaluating	Proportion of Evaluation
1	- Class practice form the each Units	Students' portfolio, Paper test, News release, capture	1-15	10%
2	- Midterm Test	Storyboard design	1-15	30%
3	- project and presentation	Presentation / seminar /Individual project	15	30%
4	Final Examination	Paper test	From the University Calendar	30%
Total				100 %

3. เกณฑ์การประเมินผล Standard Level Group Interval Level

Interval Criteria

Rate 80 - 100	Grade A
Rate 75 - 79	Grade B ⁺
Rate 70 – 74	Grade B
Rate 65 – 69	Grade C ⁺
Rate 60 - 64	Grade C
Rate 55 – 59	Grade D ⁺
Rate 50 – 54	Grade D
Rate 49 – 0	Grade F

หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน (The source of Learning)

1. Text Book

Sylee Gore. (2007). **English for Marketing and Advertising**. Oxford: Oxford business english.

2. The more of document Recommendation

- www.adage.com
- www.ogilvypr.com
- www.creativity-online.com
- www.adweek.com
- <http://www.underworldmagazines.com/16-advertising-websites-to-bookmark/>

3. Reference

- Baran, Stanley J. (1995). **Mass communication theory** : Foundations ferment and future. California : Wadsworth.
- Berlo, D.K. (1960). **The Process of Communication**. New York: Holt, Rinehart and Winston Inc.
- Defleur, Melvin L. (1988). **Understanding mass communication**. Boston : Houghton Mifflin.
- Jayutirat, Kalaya. (2007). **Marketing Communication (Thai version)**. Chantaburi: Faculty of Management Science, RBRU.
- Nick Ceramella, and Elizabeth Lee. (2008). **Cambridge English for the Media**. Cambridge: Cambridge Press.
- Panyaratabandhu, Bhikul. (1999). **Reading for Mass communication**. Bangkok: KU press.
- Richards, C. Jack, Hull Jonathan and Proctor Susan. (1997). **Interchange (3 edition)**. New York: Cambridge University press.
- Saetan, Raajshivar. (2010). **English for Communication Arts**. (document). Chanthaburi: Faculty of Communication Arts.
- Schramm, Wilbur. (1973). **Men, Messages, and Media: a look at human communication**. New York: Harper and Row.
- Whetmore, Edward Jay. (1987). **Mediamerica form, content, and consequence of mass communication**. California : Wadsworth.

หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1.การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา:

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ที่จัดทำโดยนักศึกษา ได้จัดกิจกรรมในการนำเสนอแนวคิดและความเห็นจากนักศึกษาได้แก่ การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน แบบประเมินผู้สอนและข้อเสนอแนะ

2. การประเมินการสอน:

คณะนิเทศศาสตร์กำหนดให้มีการประเมินการสอนจากการสังเกตการณ์สอน ผลการสอน การสัมภาษณ์นักศึกษา ผลการสอบของนักศึกษา

3. การปรับปรุงการสอน :

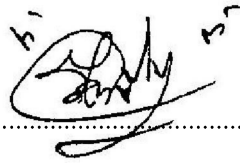
คณะนิเทศศาสตร์กำหนดให้ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์และวิธีสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลรายวิชา แล้วจัดทำรายงานรายวิชาตามที่ สกอ.กำหนด ทุกภาคการศึกษา ให้ผู้สอนเข้ารับการอบรมกลยุทธ์การสอน การวิเคราะห์ผู้เรียน การวิจัยในชั้นเรียน ในรายวิชาที่มีปัญหาอย่างน้อยภาคการศึกษาละ 1 รายวิชา มีการประชุมผู้สอนเพื่อหารือปัญหาการเรียนรู้นักศึกษาและหาแนวทางแก้ไข

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา :

คณะนิเทศศาสตร์กำหนดให้มีการสอบถามนักศึกษา หรือตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาถึงผลการทำข้อสอบ และความเหมาะสมของการให้คะแนนทั้งคะแนนดิบและระดับคะแนน มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้ทุกภาคการศึกษาโดยการตรวจข้อสอบ รายงาน วิธีการสอนและการให้คะแนนแก่นักศึกษา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา :

คณะนิเทศศาสตร์จัดให้มีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษา คณะกรรมการประเมินของหลักสูตร/ภาควิชา การรายงานรายวิชาหลังการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา การทบทวนเนื้อหาที่สอน กลยุทธ์การสอน และเสนอแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาวิชาเสนอต่อประธานหลักสูตรหรือหัวหน้าภาค เสนอต่อกรรมการประจำคณะพิจารณาให้ความคิดเห็นและสรุปเพื่อวางแผนปรับปรุงในปีการศึกษาต่อไป

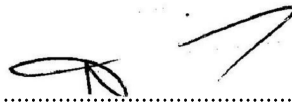


Signature

(Ajarn Raajshivar Saetan)

The Lecturer of English for CA.

Date ...May.../....10...../...2013.....



Signature

(Ajarn Sakol Kitcharit)

Acting Dean of Faculty of Communication Arts

Date May./15./2013.