



มคอ 3 รายละเอียดรายวิชา

รหัสวิชา 8133004

ชื่อวิชา การเขียนบทโฆษณา

(Creative Copy Writing)

รายวิชานี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต

หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2555

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	3
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	3
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	4
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	5-7
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	8-12
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	13
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	15

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

วิทยาเขต/คณะ/ภาค คณะนิเทศศาสตร์

หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อวิชา : รหัสวิชา 8133004 ชื่อวิชา การเขียนบทโฆษณา (Creative Copy Writing)

2. จำนวน : 3 หน่วยกิต 3(2-2-5)

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา :

เป็นรายวิชาในหมวดวิชาบังคับ กลุ่มวิชาเลือก หลักสูตรนิเทศศาสตร์

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน :

1) อาจารย์เสาวนีย์ วรรณประภา สถานที่ติดต่อ : ห้องพักอาจารย์นิเทศศาสตร์ ห้องสมุด ชั้น4

โทร. 081-8449908 E-mail : nokie19@yahoo.com

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน : ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2556

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) : ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน (Co-requisites) : ไม่มี

8. สถานที่เรียน : อาคาร 18103 มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด : 1 ตุลาคม 2556

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา : เมื่อนักศึกษาเรียนรายวิชานี้แล้ว นักศึกษามีสมรรถนะที่ต้องการในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1) นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ ต่อวิธีดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การบริหารจัดการทางด้านการงบประมาณ การตลาด การจัดการองค์กรและบุคลากร

2) นักศึกษาเข้าใจถึงปัญหา อุปสรรคและปัจจัย ในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ตลอดจนกฎหมาย และระเบียบของหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง

3) นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ ปัญหา อุปสรรค ปัจจัย และความจำเป็นที่มีผลต่อการดำเนินงานของกิจการธุรกิจท่องเที่ยว นำมาประมวลผล ตลอดจนนำเสนอข้อมูลความรู้ ที่ได้จากการศึกษาสำหรับการดำเนินงานกิจการธุรกิจการท่องเที่ยว ที่ถูกต้องและเหมาะสม

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา :

เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องความหมาย ความสำคัญ ประเภทของบทโฆษณา กระบวนการของความคิดสร้างสรรค์ กลยุทธ์สร้างสารโฆษณา โดยถ่ายทอดความคิดและเนื้อหาที่ต้องการได้อย่างเหมาะสม เข้าใจชัดเจน จดจำง่าย และน่าสนใจ

เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ สามารถประยุกต์แนวคิด แนวทาง ฝึกเขียนบทโฆษณาสำหรับสื่อประเภทต่างๆ เป็นนักแสวงหาความรู้ เป็นผู้ยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น เป็นผู้มีความรู้ และจริยธรรม คุณธรรม เป็นนักแก้ปัญหาโดยการมีส่วนร่วม มีคุณภาพตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน

หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาความหมาย ความสำคัญ ประเภทของบทโฆษณา กระบวนการของความคิดสร้างสรรค์ กลยุทธ์สร้างสารโฆษณา โดยถ่ายทอดความคิดและเนื้อหาที่ต้องการได้อย่างเหมาะสม เข้าใจชัดเจน จดจำง่าย และน่าสนใจ ฝึกเขียนบทโฆษณาสำหรับสื่อประเภทต่างๆ

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา :

บรรยาย 30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

ฝึกฝนภาคปฏิบัติ 30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

ศึกษาด້วยตนเอง 75 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษาเฉพาะราย

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

วันพุธ เวลา 10:00 - 15:00 น. ณ ห้องพักอาจารย์ ตึก 6 คณะนิเทศศาสตร์

หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

มาตรฐานการเรียนรู้แต่ละด้านที่เกี่ยวข้อง

1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม (Ethics and Moral)

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- มีความรู้ ความเข้าใจในหลักจรรยาบรรณวิชาชีพ
- ปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพ
- มีวินัย ตรงต่อเวลา ซื่อสัตย์ และรับผิดชอบต่อตนเอง วิชาชีพและสังคม
- เคารพสิทธิ และยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น
- ยึดฐานความคิดทางศีลธรรมทั้งในเรื่องส่วนตัว และสังคม
- เคารพกฎระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม

1.2 วิธีการสอนที่จะพัฒนาการเรียนรู้

- บรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาเกี่ยวกับประเด็นจริยธรรมด้านงานโฆษณา
- กำหนดให้นักศึกษาค้นคว้าหาตัวอย่างที่เกี่ยวข้องผ่านสื่อต่างๆ
- อภิปรายกลุ่ม

1.3 วิธีการประเมินผล

- พฤติกรรมการเข้าเรียน กริยามารยาท การพูดจา การแต่งกาย
- ส่งงานที่ได้รับมอบหมายตามกำหนด
- มีการอ้างอิงเอกสารอย่างถูกต้องและเหมาะสม
- ประเมินผลการวิเคราะห์กรณีศึกษา
- ประเมินผลงานที่ได้รับมอบหมาย
- ประเมินผลทดสอบผลการเรียนหลังจบแต่ละบท
- ประเมินผลทดสอบผลการเรียนกลางภาคและปลายภาคการศึกษา

2. ด้านความรู้ (Knowledge)

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

มีความรู้เกี่ยวกับความหมาย ความสำคัญ ประเภทของบทโฆษณา กระบวนการของความคิดสร้างสรรค์ กลยุทธ์สร้างสารโฆษณา โดยถ่ายทอดความคิดและเนื้อหาที่ต้องการได้อย่างเหมาะสม เข้าใจชัดเจน จดจำง่าย และน่าสนใจ ฝึกเขียนบทโฆษณาสำหรับสื่อประเภทต่างๆ

2.2 วิธีการสอน

บรรยาย อภิปราย ประเภทของบทโฆษณา กระบวนการของความคิดสร้างสรรค์ กลยุทธ์สร้างสารโฆษณา โดยถ่ายทอดความคิดและเนื้อหาที่ต้องการได้อย่างเหมาะสม เข้าใจชัดเจน จดจำง่าย และน่าสนใจ โดยมอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติ เขียนบทโฆษณาสำหรับสื่อประเภทต่างๆ โดยนำมาสรุปและนำเสนอรายงานเดี่ยว รายงานกลุ่ม

2.3 วิธีการประเมินผล

แฟ้มสะสมงาน ฝึกปฏิบัติการเขียนบทต่างๆ นำเสนอในชั้นเรียน วิเคราะห์กรณีศึกษา รายงานงานเดี่ยวและงานกลุ่ม การนำเสนอรายงานเป็นรูปเล่ม การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนการสอน สอบกลางภาค สอบปลายภาค

3) ด้านทักษะทางปัญญา (Cognitive Skills)

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

เป็นผู้ใฝ่รู้ สามารถเรียนรู้ตลอดชีวิต และเรียนรู้ตามอัธยาศัย สามารถพัฒนาความคิดอย่างมีระบบ มีเหตุผล มีการวิเคราะห์ประเมินผล สามารถนำความรู้ที่ได้จากทฤษฎีและการปฏิบัติมาประยุกต์ใช้ ในการแก้ไขปัญหา พัฒนาปรับปรุง หรือสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ในชีวิตประจำวัน หรือการทำงานในองค์กร

3.2 วิธีการสอน

- บรรยาย ยกตัวอย่าง สอบถาม
- อภิปรายกลุ่ม
- วิเคราะห์กรณีศึกษาการเขียนบทโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ

3.3 วิธีการประเมินผล

สอบกลางภาค และสอบปลายภาค โดยเน้นข้อสอบที่มีการคิดวิเคราะห์แนวทางการเขียนบทโฆษณาผ่านสื่อลักษณะต่างๆ การประยุกต์ใช้แนวคิดและทฤษฎีที่ได้จากการศึกษา มาใช้ในการแก้ไขปัญหาของตนเอง และองค์กร รูปเล่มรายงานการศึกษาค้นคว้าทั้งงานเดี่ยว - งานกลุ่ม และการเข้าร่วมกิจกรรมของคณะฯ และมหาวิทยาลัยฯ

4) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ (Interpersonal Skills and Responsibility)

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นเป็นทีมได้ดี ปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมองค์กร พัฒนาความเป็นผู้นำและผู้ตามในการทำงานเป็นทีม ตระหนักถึงสิทธิของตนเองและผู้อื่น และยอมรับในความแตกต่างหลากหลายของมนุษย์ พัฒนาการเรียนรู้ด้วยตนเองและมีความรับผิดชอบในงานที่มอบหมายให้ครบถ้วนตามกำหนด

4.2 วิธีการสอน

มอบหมายรายงานเดี่ยว รายงานกลุ่มศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการเขียนบทโฆษณารูปแบบต่างๆ ค้นคว้าข้อมูลด้านการจัดการจากสื่อต่าง ๆ พร้อมนำเสนอรายงาน จัดกิจกรรมกลุ่มในการวิเคราะห์กรณีศึกษา และนำเสนอรายงาน

4.3 วิธีการประเมินผล

รายงานการศึกษาด้วยตนเอง รายงานการศึกษาที่เป็นกลุ่ม พฤติกรรมการทำงานด้วยแบบฟอร์มที่กำหนด

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

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

สามารถใช้ภาษาในการติดต่อสื่อความหมายได้ดี ทั้งการฟัง พูด อ่าน เขียน และการพิมพ์ สามารถคำนวณเชิงตัวเลข สามารถวิเคราะห์ข้อมูลจากกรณีศึกษา สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสืบค้นข้อมูลทางการจัดการขององค์การธุรกิจสื่อสารมวลชน สามารถนำเสนอรายงานโดยใช้รูปแบบเครื่องมือ และเทคโนโลยีที่เหมาะสม

5.2 วิธีการสอน

แนะนำเทคนิคการสืบค้นข้อมูล การมอบหมายงานด้วยการสืบค้นข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ จาก Website และสื่อการสอนใช้ Power point หรือ DVD การแสดงการบริหารองค์การนำเสนอโดยใช้รูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม

5.3 วิธีการประเมินผล

วัดผลจากงานที่ทำและการนำเสนองานที่เชื่อมโยงกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่สามารถนำมาเขียนสรุปผล เพื่อนำมาพัฒนา ปรับปรุง วางแผนในการบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยว และมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้/การสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
1	บทที่ 1 บทโฆษณา - ความสำคัญของบทโฆษณา - หน้าที่ของบทโฆษณา - กระบวนการสื่อสารทางการโฆษณา	3	- การประเมินความรู้ก่อนการเรียนรู้ - การบรรยายด้วยเอกสาร ประกอบการสอนพร้อมตัวอย่าง ร่วมกันแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ สาระสำคัญ	อ.เสาวนีย์ วรรณประภา
2	บทที่ 2 การสร้างสารโฆษณาเพื่อวัตถุประสงค์ เฉพาะ - วัตถุประสงค์การโฆษณา - ลักษณะของสารโฆษณาที่มีประสิทธิภาพ - กระบวนการสร้างสารโฆษณา	3	- การบรรยายด้วย Power point พร้อมเอกสารการสอน - ร่วมกันแสดงความคิดเห็น	อ.เสาวนีย์ วรรณประภา
3-4	บทที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสร้างสาร โฆษณา - การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ - การวิเคราะห์ผู้บริโภค - การวิเคราะห์ตลาด	6	- การบรรยายด้วย Power Point พร้อมเอกสารประกอบการสอน - ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ สาระสำคัญ	อ.เสาวนีย์ วรรณประภา
5	บทที่ 4 การสร้างสรรค์สารโฆษณา - กลยุทธ์การสร้างสรรค์สารโฆษณา - การจูงใจและเทคนิคการโฆษณา - หลักสำคัญในการสร้างสรรค์งานโฆษณา	3	- การบรรยายด้วย Power point พร้อมเอกสารการสอน - ร่วมกันแสดงความคิดเห็น	อ.เสาวนีย์ วรรณประภา
6-7	บทที่ 5 ส่วนผสมบทโฆษณา - องค์ประกอบที่เป็น วจนภาษา - องค์ประกอบที่เป็น อวจนภาษา	6	- การบรรยายด้วย Power point พร้อมเอกสารการสอน - ร่วมกันแสดงความคิดเห็น - มอบหมายให้นักศึกษาค้นคว้า	อ.เสาวนีย์ วรรณประภา
8-9	บทที่ 6 การเขียนบทโฆษณาสำหรับสื่อ	6	- การบรรยายด้วย Power	อ.เสาวนีย์ วรรณประภา

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน/การสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
	สิ่งพิมพ์ - องค์ประกอบของบทโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ - สื่อนิตยสาร - สื่อนิตยสาร		point พร้อมเอกสารการสอน - ร่วมกันแสดงความคิดเห็น - ฝึกปฏิบัติการเขียนบท	
10-11	บทที่ 7 การเขียนบทโฆษณาสำหรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ - การโฆษณากับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ - สื่อวิทยุกระจายเสียง - สื่อโทรทัศน์และภาพยนตร์	6	-การบรรยายด้วย Power Point พร้อมเอกสารประกอบการสอน - ฝึกปฏิบัติการเขียนบท	อ.เสาวนีย์ วรรณประภา
12-13	บทที่ 8 การเขียนบทโฆษณาสำหรับสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่ออื่นๆ - การโฆษณากับสื่ออินเทอร์เน็ต - การโฆษณาทางแจ้ง - การโฆษณา ณ จุดขาย	6	-การบรรยายด้วย Power Point พร้อมเอกสารประกอบการสอน - ฝึกปฏิบัติการเขียนบท	อ.เสาวนีย์ วรรณประภา
14	บทที่ 9 การทดสอบและประเมินผลบทโฆษณา - การประเมินผลการโฆษณา - การทดสอบเพื่อการประเมินผลการโฆษณา - การทดสอบล่วงหน้า และการทดสอบภายหลัง	3	-การบรรยายด้วย Power Point พร้อมเอกสารประกอบการสอน -ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสาระสำคัญ	อ.เสาวนีย์ วรรณประภา
15	บทที่ 10 กฎหมายและระเบียบต่างๆที่เกี่ยวข้องกับงานโฆษณา - การโฆษณากับการควบคุมของรัฐ - คณะกรรมการอาหารและยา - การควบคุมโฆษณาตามพรบ.คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522	3	-การบรรยายด้วย Power Point พร้อมเอกสารประกอบการสอน -ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสาระสำคัญ	อ.เสาวนีย์ วรรณประภา
16	สอบปลายภาค			

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้ Learning Outcome	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1	1.คะแนนเก็บระหว่างภาค	- แบบฝึกหัด ชิ้นงานตามที่ได้	ตลอดภาคเรียน	50%

		มอบหมาย - การอภิปรายในชั้นเรียน - การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน		10% 10%
2	1.คะแนนสอบปลายภาค	- คะแนนสอบปลายภาค	16	30%
รวม				100 %

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

จริยา ปันท้วงกูร. การเขียนบทโฆษณา. กรุงเทพฯ : วีพรี้น, 2551.

ปราณี สุรสิทธิ์. การเขียนสร้างสรรค์เชิงวารสารศาสตร์. กรุงเทพฯ : แสงดาวสำนักพิมพ์, 2549.

วิมลพรรณ อาภาเวท. หลักการโฆษณาและประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์, 2553.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ : บริษัทธีระฟิล์ม, 2539.

Dominick, Joseph R. **ThenDynamics of Mass Communication**. New York: McGraw-Hill, 1999.

Gates, Bill. **Business @ The Speed of Thought**. London: Penguin, 1999.

McQuail, Denis, **Mc Quail's Mass Communication Theory**. London: SEGE, 2000.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญที่นักศึกษาจำเป็นต้องศึกษาเพิ่มเติม

วิภา อุดมฉันท. โลกของการกระจายเสียง. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์ 2546.

สมควร กวียะ. การประชาสัมพันธ์ใหม่. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์, 2547.

_____ วิทยุสื่อสารประยุกต์. กรุงเทพฯ: อักษราพิพัฒน์, 2546.

Musselman, Vernon A. and Hugtics, Eugcne H. **Introduction to Modren Business**. 5th ed.
Englewood Cliff, N.J.: Prentice-Hall Inc., 1989.

O 'Donnell, L: Benoit, P. and Hausman. C. **Modern Radio Production**. Belmont;
Wadsworth Publishing Company, 1986.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำที่นักศึกษาควรศึกษาเพิ่มเติม

<http://manage.nstru.ac.th/home/vijai5.html>

http://www.ipst.ac.th/thaiversion/publications/in_sci/surpop.pdf

<http://www.polsci.chula.ac.th/scorm/1/CD-offline/index.htm>

<http://www.watpon.com/Elearning/res15.htm>

<http://www.thairat.com>

<http://www.thaitv3.com>

<http://www.thaitv7.com>

<http://www.thaitv9.com>

<http://www.cnn.com>

<http://www.bbc.com>

หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา:

การประเมินประสิทธิผลในวิชานี้ ที่จัดทำโดยนักศึกษา ได้จัดกิจกรรมในการนำแนวคิดและความเห็นจากนักศึกษา ได้ดังนี้

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา
- ข้อเสนอแนะผ่านเว็บบอร์ด ที่อาจารย์ผู้สอนได้จัดทำเป็นช่องทางการสื่อสารกับนักศึกษา

2. กลยุทธ์ การประเมินการสอน

ในการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินการสอน ได้มีกลยุทธ์ ดังนี้

- การสังเกตการณ์ของผู้ร่วมทีมสอน
- ผลการสอบ ผลการเรียนของนักศึกษา
- การทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้

3. การปรับปรุงการสอน :

หลังจากการประเมินผลในข้อที่ 2 จึงได้มีการปรับปรุงการสอน โดยการจัดกิจกรรมในการระดมสมอง และหาข้อมูลเพิ่มเติมในการปรับปรุงการสอน ดังนี้

- สัมมนาการจัดการเรียนการสอน เพื่อหาแนวทางปฏิบัติที่ดี
- การวิจัยในและนอกชั้นเรียน

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา :

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อ ตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในวิชา ได้จากการสอบถามนักศึกษา หรือการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผลการทดสอบย่อย และหลังการออกผลการเรียนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์โดยรวมในวิชา ได้ดังนี้

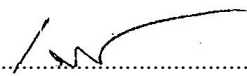
- การทวนสอบการให้คะแนนจากการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษาโดยอาจารย์อื่น หรือผู้ทรงคุณวุฒิที่ไม่ใช่อาจารย์ประจำหลักสูตร
- มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ รายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา :

จากผลการประเมิน และทวนสอบผลสัมฤทธิ์ ประสิทธิภาพรายวิชา ได้มีการวางแผนการปรับปรุงการสอนและรายละเอียดวิชา เพื่อให้เกิดคุณภาพมากยิ่งขึ้น ดังนี้

- ปรับปรุงรายวิชาทุก 3 ปี หรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อที่ 4
- เปลี่ยนแปลงผู้สอนหรือสลับผู้สอน เพื่อให้ นักศึกษามีมุมมองในเรื่องการประยุกต์ ความรู้กับ อาจารย์ ที่มีประสบการณ์หลากหลายแตกต่างกัน เพื่อให้เกิดความหลากหลายทางประสบการณ์ของนักศึกษา


จัดให้มีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาผลการประเมินการสอน โดยนักศึกษา คณะกรรมการประเมินของหลักสูตร/ภาควิชา การรายงานรายวิชาหลังการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา การทบทวนเนื้อหาที่สอน และเสนอแนวทางในการปรับปรุง และรายงานต่อประธานหลักสูตร หรือหัวหน้า ภาควิชา เสนอต่อคณะกรรมการประจำคณะพิจารณาให้ความเห็นชอบ และสรุปเพื่อวางแผนปรับปรุงในปี การศึกษาถัดไป

จัดทำโดย 

(นางสาวเสาวนีย์ วรรณประภา)

ผู้สอนรายวิชาการเขียนบทโฆษณา

วันที่ 15/ต.ค./56

อนุมัติโดย 

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี)

รักษาราชการแทนคณบดี คณะนิเทศศาสตร์

วันที่ 15/ต.ค./56