



## มคอ 3 รายละเอียดรายวิชา

รหัสวิชา 3013531

ชื่อวิชา การสร้างสรรค์โฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่

(Advertising and New media)

รายวิชานี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต

หลักสูตรใหม่

คณะนิเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

## สารบัญ

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

## รายละเอียดของรายวิชา

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

คณะนิเทศศาสตร์

### หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป

- รหัสและชื่อวิชา : รหัสวิชา 3013531 การสร้างสรรค์โฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่  
หน่วยกิต 3 (3-0-6) กลุ่มที่ 1 (Advertising and New media)
- จำนวนหน่วยกิต : 3 หน่วยกิต (2-2-5) กลุ่มที่ 1
- หลักสูตรและประเภทของรายวิชา:  
เป็นรายวิชาในหมวดวิชาเอกบังคับ หลักสูตรนิเทศศาสตร์
- อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน:  
อาจารย์ กาญจนา อมรอรช  
สถานที่ติดต่อ : ห้องพักอาจารย์ คณะนิเทศศาสตร์ อาคารบรรณราชนครินทร์ ชั้น 4  
โทร.089 - 7027356 E-mail kan\_dj38@windowslive.com
- ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน : ภาคการศึกษา 2/2556 เข้าปีการศึกษา 2554 (SEC 1)
- รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) : ไม่มี
- รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน (Co-requisites) : ไม่มี
- สถานที่เรียน : อาคารเกษตรใหม่ ห้อง 22107
- วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด: 24 ตุลาคม 2556

### หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

- จุดมุ่งหมายของรายวิชา : เมื่อนักศึกษาเรียนรายวิชานี้แล้ว นักศึกษามีสมรรถนะที่ต้องการในด้านต่าง ๆ ดังนี้
  - 1.1 เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการสร้างสรรค์โฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่ ตั้งแต่ความหมาย ความสำคัญ กระบวนการ และองค์ประกอบต่าง ๆ
  - 1.2 เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ในเรื่องวิวัฒนาการของการโฆษณาและสื่อ
  - 1.3 นักศึกษาสามารถเข้าใจถึงบทบาท อิทธิพล ของสื่อสมัยใหม่เพื่อการโฆษณา
  - 1.4 นักศึกษาสามารถสร้างสรรค์โฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่ได้อย่างเหมาะสม
  - 1.5 นักศึกษามีความตระหนักในข้อ กฎหมาย และยึดหลักจรรยาบรรณในการโฆษณาและการใช้สื่อสมัยใหม่
- วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา:  
เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจในการสร้างสรรค์โฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่เพื่อให้สามารถนำเทคโนโลยีมาปรับใช้เกี่ยวกับงานทางด้านนิเทศศาสตร์ โดยอาศัยการโฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่ซึ่งเป็นหนึ่ง

ในรูปแบบของการสื่อสารที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมด้านทักษะ กระบวนการ และการนำไปประยุกต์ใช้ในงานวิชาชีพทางด้านนิเทศศาสตร์ เมื่อสำเร็จการศึกษาต่อไป

### หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ

#### 1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาหลักการ กลยุทธ์ และเทคนิควิธีการสร้างสรรค์โฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่ อาทิ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ประเภท อินเทอร์เน็ต มัลติมีเดีย ซีดีรอม ป้ายอิเล็กทรอนิกส์กลางแจ้ง วีดีโอโปรเจคเตอร์ รวมถึงสื่อโฆษณาบนสถานีรถไฟฟ้ามหานคร สื่อโฆษณาในโรงภาพยนตร์ ฯลฯ โดยประยุกต์ลักษณะของสื่อเพื่อใช้ในการสื่อสารการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

#### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/ การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยาย 30 ชั่วโมง ต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมตาม ความต้องการ ของนักศึกษา	ฝึกปฏิบัติ 30 ชั่วโมง ต่อภาคการศึกษา	ศึกษาด้วยตัวเอง 75 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

#### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

หากนักศึกษามีข้อสงสัยหรือต้องการให้อธิบายเพิ่มเติม สามารถเข้าพบได้ในวันจันทร์ เวลา 10:00 น. - 16:00 น. ณ ห้องพักอาจารย์ คณะนิเทศศาสตร์ อาคารบรมราชชนรินทร์ ชั้น 4 โทรศัพท์ 089 7027356 ทุกวัน เวลา 17.00 – 19.00 น. , E-mail kan\_dj38@windowslive.com

### หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

มาตรฐานการเรียนรู้แต่ละด้านที่เกี่ยวข้อง

#### 1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม (Ethics and Moral)

##### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละและซื่อสัตย์สุจริต
- มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
- มีภาวะการเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและลำดับความสำคัญ
- เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรี

ของความเป็นมนุษย์

- เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม
- มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ

## 1.2 วิธีการสอนที่จะพัฒนาการเรียนรู้

- บรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาเกี่ยวกับประเด็นทางจริยธรรมของนักนิเทศศาสตร์กับความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเองและผู้อื่น เช่น การให้ความสำคัญหรือให้เกียรติแหล่งข้อมูลหลังจากการคัดลอก การไม่บิดเบือนหรือปฏิเสธข้อมูลหากไม่ใช่ความรู้ของนักศึกษาเองในการนำเสนอรายงาน เป็นต้น
- การให้ข้อเสนอแนะหากนักศึกษาไม่ใส่ใจเรื่องจริยธรรมในการทำงานของตนเองทั้งรายบุคคลและรายกลุ่ม พร้อมชี้ให้เห็นข้อผิดพลาดที่จะส่งผลกระทบต่อตนเองและผู้อื่น
- การทดลองปฏิบัติจริง
- การอภิปรายกลุ่ม
- การกำหนดให้นักศึกษาหากรณีตัวอย่างที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาวิเคราะห์ตามศาสตร์และทฤษฎีที่ได้ศึกษาพร้อมแลกเปลี่ยนเรียนรู้
- กำหนดให้นักศึกษาสร้างผลงานเป็นรายบุคคลเพื่อบูรณาการองค์ความรู้สู่การปฏิบัติจริง

## 1.3 วิธีการประเมินผล

- พิจารณาจากพฤติกรรมการเข้าเรียน กริยามารยาท การพูดจา
- พิจารณาการทำงานที่ได้รับมอบหมายอย่างถูกต้องและตรงตามเวลากำหนด
- พิจารณาจากการอภิปรายที่มีเหตุและผลถูกต้อง เหมาะสม และสร้างสรรค์
- ประเมินผลงานการนำเสนอกรณีศึกษาที่ได้รับมอบหมายที่รับมอบหมาย
- มีการอ้างอิงแหล่งข้อมูลอย่างถูกต้องและเหมาะสม

## 2. ด้านความรู้ (Knowledge)

### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ กลยุทธ์ และเทคนิควิธีการสร้างสรรค์โฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่ อาทิ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ประเภทอินเทอร์เน็ต มัลติมีเดีย ซีดีรอม ป้ายอิเล็กทรอนิกส์กลางแจ้งวิถีโอโปรเจคเตอร์ รวมถึงสื่อโฆษณาบนสถานีรถไฟฯ สื่อโฆษณาในโรงภาพยนตร์ ฯลฯ โดยประยุกต์ลักษณะของสื่อเพื่อใช้ในการสื่อสารการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

### 2.2 วิธีการสอน

บรรยาย ฝึกปฏิบัติ อภิปราย ยกตัวอย่างการโฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่ การทำงานกลุ่มและรายบุคคลพร้อมนำเสนอจากกรณีศึกษา การวิเคราะห์กรณีศึกษาเพื่อเปรียบเทียบการโฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่

### 2.3 วิธีการประเมินผล

มีการทดสอบย่อยทั้งภาคทฤษฎีและการปฏิบัติ และการสอบปลายภาค การประเมินผลจากการนำเสนอผลงานจากการศึกษาค้นคว้า

### 3. ด้านทักษะทางปัญญา (Cognitive Skills)

#### 3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

พัฒนาความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบ มีการวิเคราะห์ การสร้างสรรค์โฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่เพื่อการสื่อสารในการตอบสนองความต้องการของผู้รับสาร เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาตนเองและสังคมต่อไป

#### 3.2 วิธีการสอน

3.2.1 การมอบหมายให้นักศึกษาศึกษาค้นคว้าวิเคราะห์วางแผน และลงมือปฏิบัติ จัดทำรายงานตามที่กำหนด

3.2.2 กำหนดให้นักศึกษานำเสนอผลงานที่ได้จากการวิเคราะห์สร้างสรรค์โฆษณาโดยใช้สื่อสมัยใหม่มาเป็นช่องทางในการเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมาย

#### 3.3 วิธีการประเมินผล

3.3.1 สอบกลางภาคและปลายภาค เพื่อเป็นการชี้วัดถึงความรู้ความเข้าใจในการเรียนวิชาการสร้างสรรค์โฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่ของผู้เรียนแต่ละบุคคล

3.3.2 วัดผลจากการฝึกปฏิบัติ การผลิตชิ้นงานการสร้างสรรค์โฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่ และการนำเสนอผลงานโดยสามารถอธิบายถึงแนวคิด ขั้นตอนการดำเนินงานได้ตามความรู้ความเข้าใจของตนเอง

3.3.3 สังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน การทำงานที่ได้รับมอบหมาย และการเข้าพบเพื่อขอคำแนะนำ

3.3.4 การอ้างอิงแหล่งข้อมูลที่น่ามาใช้ประโยชน์ในการเรียนรู้

### 4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ (Interpersonal Skills and Responsibility)

#### 4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

มีความสามารถในการทำงานเป็นทีม ปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมองค์กร สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ พัฒนาความเป็นผู้นำและผู้ตามในการทำงานเป็นทีม ตระหนักถึงสิทธิของตนเองและผู้อื่น และยอมรับในความแตกต่างหลากหลายของมนุษย์ พัฒนาการเรียนรู้ด้วยตนเองและมีความรับผิดชอบในงานที่มอบหมายให้ครบถ้วนตามกำหนด

#### 4.2 วิธีการสอน

4.2.1 จัดกิจกรรมกลุ่มในการวิเคราะห์กรณีศึกษา

4.2.2 มอบหมายงานรายกลุ่มและรายบุคคล เช่น ศึกษาเกี่ยวกับเทคโนโลยีหรือวิธีการสร้างสรรค์โฆษณาผ่านสมัยใหม่

4.2.3 การนำเสนอผลงาน

### 4.3 วิธีการประเมินผล

4.3.1 ทดสอบกลางภาคและปลายภาคที่เน้นหลักการ ที่มีการวิเคราะห์สถานการณ์หรือวิเคราะห์แนวคิดในการพัฒนาการสร้างสรรค์งาน

4.3.2 ประเมินผลจากการนำเสนอผลจากการศึกษาค้นคว้า

## 5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

(Numerical Analysis, Communication and Information Technology Skills)

### 5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

สามารถใช้ภาษาในการติดต่อสื่อความหมายได้ดี ทั้งการฟัง พูด อ่าน เขียน และการพิมพ์สามารถคำนวณตัวเลขได้ดี สามารถวิเคราะห์ข้อมูลจากกรณีศึกษา สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการสืบค้นข้อมูลได้อย่างสร้างสรรค์และนำเสนอผลงานด้วยรูปแบบที่ทันสมัยโดยการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาปรับใช้ได้เหมาะสม

### 5.2 วิธีการสอน

การแนะนำเทคนิคการสืบค้นข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการเรียนและการนำเสนอผลงานทางอินเทอร์เน็ต ของหน่วยงาน สถาบัน สื่อมวลชนและอื่น ๆ นักศึกษาและผู้สอนนำเสนอเนื้อหาของบทเรียนโดย Power point และการสืบค้นจากสื่อออนไลน์ มีการซักถามนักศึกษาระหว่าง และหลังการเรียนแต่ละสัปดาห์อย่างสม่ำเสมอ

### 5.3 วิธีการประเมินผล

ประเมินจากความรู้ความเข้าใจในการสร้างสรรค์โฆษณาผ่านสมัยใหม่ และสามารถนำข้อมูลมาจัดทำรายงานโดยการนำเสนอผลงาน การแนวคิดการออกแบบ และสร้างสรรค์โดยใช้เทคโนโลยีสื่อสารเข้ามาปรับใช้เพื่อการนำเสนอผลงานผ่านสื่อสมัยใหม่ได้อย่างเหมาะสม

## หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล

### 1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ / รายละเอียดการสอน	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการสอน/สื่อการเรียนรู้	ชื่อผู้สอน
1	<b>แนะนำอธิบายรายวิชา</b> - แนวการสอน - ขอบเขตการสอนและการประเมินผล การเรียน - นิยามของการสร้างสรรค์	4	- ประเมินความรู้ก่อนการเรียน - บรรยายด้วยเอกสารประกอบการสอนและเพาเวอร์พอยต์ - ตอบคำถามท้ายบทเรียน	อ.กาญจนา อมรรอช
2	<b>บทที่ 1 ความหมาย ความสำคัญ วิวัฒนาการ บทบาท อิทธิพล</b> - ความหมาย ความสำคัญของการโฆษณา และสื่อสมัยใหม่	4	- บรรยายด้วยเอกสารประกอบการสอนและเพาเวอร์พอยต์ - ซักถามและแสดงความคิดเห็นร่วมกัน	อ.กาญจนา อมรรอช

ลำดับที่	หัวข้อ / รายละเอียดการสอน	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการสอน/สื่อการเรียนรู้	ชื่อผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- วิวัฒนาการของการโฆษณาและสื่อ</li> <li>- บทบาท อิทธิพลของการโฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตอบคำถามท้ายบทเรียน</li> </ul>	
3	<b>บทที่ 2 หลักการคิดสร้างสรรค์</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- หลักการคิดสร้างสรรค์เบื้องต้น</li> <li>- นิยาม ความคิดสร้างสรรค์</li> <li>- นิยาม สื่อสมัยใหม่</li> </ul>	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรยายด้วยเอกสารประกอบการสอนและเพาเวอร์พอยต์</li> <li>- ซักถามและแสดงความคิดเห็นร่วมกัน</li> <li>- ตอบคำถามท้ายบทเรียน</li> </ul>	อ.กาญจนา อมรอรช
4	<b>บทที่ 3 กลยุทธ์การสร้างสรรคโฆษณา</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การวิเคราะห์ลักษณะของผู้รับข่าวสาร</li> <li>- การกำหนดวัตถุประสงค์ในการโฆษณา</li> <li>- แนวความคิดในการโฆษณา</li> </ul>	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรยายด้วยเอกสารประกอบการสอนและเพาเวอร์พอยต์</li> <li>- ซักถามและแสดงความคิดเห็นร่วมกัน</li> <li>- ตอบคำถามท้ายบทเรียน</li> </ul>	อ.กาญจนา อมรอรช
5	<b>บทที่ 4 กลยุทธ์การสร้างสรรคโฆษณา (ต่อ)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การสร้างบุคลิกภาพในตราสินค้า</li> <li>- การจูงใจการโฆษณา</li> </ul>	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรยายด้วยเอกสารประกอบการสอนและเพาเวอร์พอยต์</li> <li>- ซักถามและแสดงความคิดเห็นร่วมกัน</li> <li>- ตอบคำถามท้ายบทเรียน</li> </ul>	อ.กาญจนา อมรอรช
6	<b>บทที่ 5 ประเภทของสื่อสมัยใหม่</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เว็บไซต์ (Web site)</li> <li>- อินเทอร์เน็ต (Internet)</li> <li>- อีเมล (E-mail)</li> <li>- วิดีโอเกม และโลกเสมือนจริง</li> <li>- หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)</li> </ul>	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรยายด้วยเอกสารประกอบการสอนและเพาเวอร์พอยต์</li> <li>- ซักถามและแสดงความคิดเห็นร่วมกัน</li> <li>- ตอบคำถามท้ายบทเรียน</li> </ul>	อ.กาญจนา อมรอรช
7	<b>สอบกลางภาค</b>			อ.กาญจนา อมรอรช
8	<b>บทที่ 6 การสร้างชิ้นงานโฆษณาอย่างสร้างสรรค์</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- รู้จักโปรแกรมสำหรับการออกแบบโฆษณา</li> <li>- Illustrator</li> <li>- Photoshop</li> </ul>	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรยายด้วยเอกสารประกอบการสอนและเพาเวอร์พอยต์</li> <li>- ซักถามและแสดงความคิดเห็นร่วมกัน</li> <li>- ตอบคำถามท้ายบทเรียน</li> <li>- ฝึกปฏิบัติการใช้สื่อ</li> </ul>	อ.กาญจนา อมรอรช



สัปดาห์ที่	หัวข้อ / รายละเอียดการสอน	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการสอน/สื่อการเรียนรู้	ชื่อผู้สอน
9-10	<b>บทที่ 7 สร้างชิ้นงานโฆษณาด้วยโปรแกรม Illustrator</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เครื่องมือพื้นฐาน</li> <li>- การวาดภาพลายเส้นด้วยกลุ่มเครื่องมือ</li> <li>- การปรับแต่งรูปทรง</li> <li>- การเติมสีสันให้ภาพ</li> <li>- การพิมพ์ข้อความประกอบ</li> </ul>	8	- บรรยายด้วยเอกสารประกอบ การสอนและเพาเวอร์พอยต์ - ชักถามและแสดงความคิดเห็น ร่วมกัน - ตอบคำถามท้ายบทเรียน - ฝึกปฏิบัติการใช้สื่อ	อ.กาญจนา อมรรอช
11-12	<b>บทที่ 8 สร้างชิ้นงานโฆษณาด้วยโปรแกรม Photoshop</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เครื่องมือพื้นฐาน</li> <li>- พื้นที่การทำงาน</li> <li>- การเปิดไฟล์ภาพ</li> </ul>	8	- บรรยายด้วยเอกสารประกอบ การสอนและเพาเวอร์พอยต์ - ชักถามและแสดงความคิดเห็น ร่วมกัน - ตอบคำถามท้ายบทเรียน - ฝึกปฏิบัติการใช้สื่อ	อ.กาญจนา อมรรอช
13-15	<b>บทที่ 9 การประยุกต์ชิ้นงานโฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ช่องทางการตลาด</li> <li>- ข้อดีของการโฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่</li> <li>- กฎหมายและจริยธรรมในการโฆษณา</li> <li>- การนำเสนอชิ้นงาน</li> </ul>	8	- บรรยายด้วยเอกสารประกอบ การสอนและเพาเวอร์พอยต์ - นำเสนอผลงาน - ชักถามและแสดงความคิดเห็น ร่วมกัน	อ.กาญจนา อมรรอช

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมิน
1	คะแนนสอบ	สอบเก็บคะแนน	7	30%
	คะแนนสอบปลายภาค	สอบปลายภาค	16	30%
2	ความรู้จากการรายงานและ การสร้างผลงาน	วิเคราะห์กรณีศึกษาค้นคว้า แล้วนำเสนอการทำงานกลุ่ม / เดี่ยวการอภิปรายกลุ่ม	ตลอดภาค การศึกษา	30%
3	การเข้าชั้นเรียน	การเข้าชั้นเรียนการมีส่วนร่วม ในชั้นเรียน	ตลอดภาค การศึกษา	10%

## หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

### ตำราและเอกสารหลักที่ใช้ในการเรียนการสอน

#### 1.1 ตำราและเอกสารหลัก

- ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. เทคโนโลยีมีลติมีเดีย, เคทีพีคอมพ์แอนดอคอนซัลต์. กรุงเทพฯ, 2552.
- ปาพจน์ หนูนักดี Graphic design principles. นนทบุรี : ไอดีซี, 2556
- พรพรรณ แพฝึกฝน .สร้างเว็บ Chic Chci ด้วยเทคนิค Photochop Dream PHP. กรุงเทพฯ, 2553
- มนัสสินี ลำสันเทียะ .มือใหม่ Illustrator CS6 หัตวาดภาพให้สวยโดนใจ. กรุงเทพฯ, 2556
- เสรี วงษ์มณฑา. การโฆษณาเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : อมรการพิมพ์, 2536.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพมหานคร : ดวงกมลสมัย, 2540.

#### 1.2 เอกสารหลักที่ใช้ในการเรียนการสอน

- ปาพจน์ หนูนักดี .Graphic Design Principles. นนทบุรี : ไอดีซี, 2556
- อารยา ศรีกัญญาณบุตร .การออกแบบสิ่งพิมพ์. กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550
- เสรี วงษ์มณฑา.หลักการโฆษณา. กรุงเทพมหานคร : บริษัทธรรมสาร, 2546

#### 1.3. ข้อมูลแนะนำที่นักศึกษาควรศึกษาเพิ่มเติม

- <http://www.rayongwit.ac.th/graphicweb/page/unit1-2.html>
- <http://www.sites.google.com/site/photoshopm6/page13>
- สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
- ห้องสมุดประชาชน จังหวัดจันทบุรี
- หอสมุดศรีมงคลา สวนสาธารณะพระเจ้าตากสินมหาราช จังหวัดจันทบุรี
- สื่อบุคคล อาจารย์ , ผู้ที่ทำงานเกี่ยวกับการออกแบบโฆษณา

### เกณฑ์การให้ระดับคะแนน

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

## หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### 1. การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา:

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ผู้สอนได้ให้นักศึกษาประเมินผลการเรียนการสอนระบบออนไลน์ และผู้สอนได้จัดกิจกรรมในการนำเสนอแนวคิดและความเห็นจากนักศึกษาได้แก่ การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน

### 2. การประเมินการสอน:

คณะนิเทศศาสตร์กำหนดให้มีการประเมินการสอนจากการสังเกตการณ์สอน ผลการสอน การสัมภาษณ์ ผลการสอบของนักศึกษา

### 3. การปรับปรุงการสอน:

คณะนิเทศศาสตร์กำหนดให้ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์และวิธีสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลรายวิชา แล้วจัดทำรายงานรายวิชาตามที่ สกอ. กำหนด ทุกภาคการศึกษา ให้ผู้สอนเข้ารับ การอบรมกลยุทธ์การสอน การวิเคราะห์ผู้เรียน การวิจัยในชั้นเรียน ในรายวิชาที่มีปัญหาอย่างน้อย ภาคการศึกษาละ 1 รายวิชา มีการประชุมผู้สอนเพื่อหารือปัญหาการเรียนรู้ของนักศึกษาและหาแนวทางแก้ไข

### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา:

คณะนิเทศศาสตร์กำหนดให้มีการสอบถามนักศึกษา หรือตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาถึงผลการทำข้อสอบ และความเหมาะสมของการให้คะแนนทั้งคะแนนดิบและระดับคะแนนมีการตั้งคณะกรรมการในสาขาตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้ทุกภาคการศึกษาโดยการตรวจข้อสอบ รายงานวิธีการสอนและการให้คะแนนแก่นักศึกษา

### 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา:

คณะนิเทศศาสตร์จัดให้มีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษา คณะกรรมการประเมินของหลักสูตร/ภาควิชา การรายงานรายวิชาหลังการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา การทบทวนเนื้อหาที่สอน กลยุทธ์การสอน และเสนอแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนา รายวิชาเสนอต่อประธานหลักสูตรหรือหัวหน้าภาค เสนอต่อกรรมการประจำคณะพิจารณา ให้ความคิดเห็นและสรุปเพื่อวางแผนปรับปรุงในปีการศึกษาต่อไป

จัดทำโดย ..... 

(อาจารย์ภาัญญา อมรอรช)

ผู้สอนรายวิชาการสร้างสรรค์โฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่

วันที่ 24 / ต.ค. / 2556

อนุมัติโดย ..... 

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี)

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

วันที่ 3 / พ.ย. / 2556