



## มคอ 3 รายละเอียดรายวิชา

รหัสวิชา 8133002

ชื่อวิชา การสร้างสรรค์และการผลิตงานโฆษณา

(Advertising Creativity and Production)

รายวิชานี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต

หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2555

คณะนิเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

## สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	3
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	3
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	4
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	4
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	7
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	12
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	14

## รายละเอียดของรายวิชา

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

คณะนิเทศศาสตร์

## หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป

- รหัสและชื่อวิชา : รหัสวิชา 8133002 ชื่อวิชา การสร้างสรรค์และการผลิตงาน โฆษณา  
(Advertising Creativity and Production)
- จำนวนหน่วยกิต : 3 หน่วยกิต 3(2-2-5)
- หลักสูตรและประเภทของรายวิชา:  
เป็นรายวิชาในหมวดวิชาเอกบังคับ กลุ่มวิชาการโฆษณา
- อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน:  
อาจารย์พรพิมล สงกระสันต์  
สถานที่ติดต่อ : ห้องพักอาจารย์ คณะนิเทศศาสตร์ โทร.090-4699545
- ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน : ภาคการศึกษา 1/2557 ชั้นปีที่ 3 SEC 1
- รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) : ไม่มี
- รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน (Co-requisites) : ไม่มี
- สถานที่เรียน : มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
- วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด : 3 กรกฎาคม 2557

## หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

- จุดมุ่งหมายของรายวิชา : เมื่อนักศึกษาเรียนรายวิชานี้แล้ว นักศึกษามีสมรรถนะที่ต้องการในด้านต่างๆ ดังนี้
  - 1.1 เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับศึกษากำหนดกลยุทธ์ กระบวนการสร้างสรรค์ และการถ่ายทอดสู่ชิ้นงานโฆษณา
  - 1.2 เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความแตกต่างของสื่อแต่ละประเภทเพื่อการเผยแพร่ข่าวสาร การสร้างสรรค์และการผลิตงานโฆษณา
  - 1.3 นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ผลงานทางการโฆษณาและปฏิบัติการสร้างสรรค์และผลิตชิ้นงานโฆษณาได้
- วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา :  
เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้พื้นฐานด้านการสร้างสรรค์และการผลิตงานโฆษณา ที่ชัดเจนและการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ของวิชาชีพการโฆษณา เป็นการเตรียมความพร้อมด้านทักษะของนักโฆษณา วิเคราะห์กระบวนการสื่อสารในระดับต่างๆ ทางวิชาชีพทางการโฆษณา เกิดความรู้

ความเข้าใจและสามารถอธิบายพฤติกรรมของมนุษย์ที่มีต่อการโฆษณาได้ และเพื่อให้นักศึกษาเกิดความตระหนักในวิชาชีพการโฆษณาต่อการรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม เมื่อสำเร็จการศึกษา

### หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ

#### 1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาการกำหนดกลยุทธ์ กระบวนการสร้างสรรค์ และการถ่ายทอดสู่ชิ้นงานโฆษณา เพื่อให้ได้ภาพและ/หรือข้อความโฆษณาสําหรับสื่อประเภทต่างๆ ศึกษาเปรียบเทียบถึงความแตกต่างของกลยุทธ์การสร้างสรรค์สื่อแต่ละประเภท ปฏิบัติการสร้างสรรค์และผลิตชิ้นงานโฆษณา

#### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา:

บรรยาย 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง 90 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษาเฉพาะราย

#### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

หากนักศึกษามีข้อสงสัยหรือต้องการให้อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับการรายวิชา เข้าพบได้ในเวลา 12:00 น. - 12:30 น. ณ ห้องพักอาจารย์ คณะนิเทศศาสตร์

### หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

มาตรฐานการเรียนรู้แต่ละด้านที่เกี่ยวข้อง

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

##### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละและซื่อสัตย์สุจริต
- มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
- มีภาวะการเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและลำดับความสำคัญ
- เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์
- เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ขององค์กรและสังคม
- มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ

## 1.2 วิธีการสอนที่จะพัฒนาการเรียนรู้

- บรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาเกี่ยวกับประเด็นทางจริยธรรมของนักโฆษณา กับความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเองและผู้อื่น เช่น การให้ความสำคัญหรือให้เกียรติแหล่งข้อมูลหลัง การสร้างสรรค์และการผลิตงาน โฆษณาที่เป็นธรรมต่อผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย การไม่บิดเบือนหรือปฏิเสธ ข้อมูลหากไม่ใช่ความรู้ของนักศึกษาเองในการนำเสนอรายงาน เป็นต้น

- การให้ข้อเสนอแนะหากนักศึกษาไม่ใส่ใจเรื่องจริยธรรมในการทำงานของตนเองทั้ง รายบุคคลและรายกลุ่ม พร้อมชี้ให้เห็นข้อผิดพลาดที่จะส่งผลกระทบต่อตนเองและผู้อื่น

- การนำเสนองานด้านการสร้างสรรค์และการผลิตงาน โฆษณา รวมทั้งการนำ กระบวนการสื่อสารมาประยุกต์กับงานที่ได้รับมอบหมายได้อย่างดี การศึกษาเชิงพฤติกรรมนักศึกษาที่มี ต่อหลักจรรยาบรรณการสื่อสาร การเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้มีการอธิบายถึงหลักจรรยาบรรณทาง วิชาการและวิชาชีพที่ตนเองและทีมงาน เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการนำเสนองานและการทำงาน

## 1.3 วิธีการประเมินผล

- พฤติกรรมการเข้าเรียน กริยามารยาท การพูดจา
- ส่งงานที่ได้รับมอบหมายตามกำหนด
- มีการอ้างอิงเอกสารอย่างถูกต้องและเหมาะสม
- ประเมินผลการวิเคราะห์กรณีศึกษา
- ประเมินผลงานที่ได้รับมอบหมาย

## 2. ด้านความรู้ (Knowledge)

### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิด กระบวนการ การวิเคราะห์ การเขียนบท การ ออกแบบ รวมถึงการผลิตงาน โฆษณาอย่างสร้างสรรค์ นอกจากนี้หลังจากจบบทเรียนแล้วนักศึกษา สามารถวิเคราะห์ พร้อมร่วมอภิปรายกับอาจารย์และเพื่อนนักศึกษาได้อย่างดี

### 2.2 วิธีการสอน

บรรยาย อภิปราย การยกตัวอย่างงานกรณีศึกษาการผลิตงาน โฆษณาอย่างสร้างสรรค์ ปัจจุบันที่ประสบความสำเร็จ การศึกษาบทความ บทวิเคราะห์วิจารณ์ สื่อออนไลน์ และอภิปรายร่วมกัน เน้นการศึกษาด้วยตนเอง โดยการค้นคว้าข้อมูลตามคำแนะนำของผู้สอน ฝึกการคิดแก้ไขปัญหาต่อ การปฏิบัติงานการสร้างสรรค์และการผลิตงาน โฆษณาภายในและภายนอกห้องเรียนได้อย่างดี

### 2.3 วิธีการประเมินผล

การอภิปรายและการมีส่วนร่วมต่อกิจกรรม แบบฝึกหัด แบบทดสอบ การนำเสนองาน สอบกลางภาค สอบปลายภาค

### 3) ด้านทักษะทางปัญญา (Cognitive Skills)

#### 3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

พัฒนาความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบ มีการวิเคราะห์ ออกแบบการใช้เครื่องมือทางการสื่อสารเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับสารหรือคู่สื่อสาร การเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาตนเองและสังคม

#### 3.2 วิธีการสอน

การมอบหมายให้นักศึกษาศึกษาค้นคว้า การนำเสนอการจัดเก็บข้อมูลการสื่อสารจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการการผลิตงาน โฆษณาอย่างสร้างสรรค์ การระดมความคิด การแก้ไขปัญหาตามหัวข้อที่ได้รับมอบหมายในการการผลิตงาน โฆษณาอย่างสร้างสรรค์

#### 3.3 วิธีการประเมินผล

- สอบกลางภาคและปลายภาค เพื่อเป็นการชี้วัดถึงความรู้ความเข้าใจในการเรียนวิชาการสร้างสรรค์และการผลิตงาน โฆษณาของผู้เรียนแต่ละบุคคล
- วัดผลจากการจัดทำและผลิตชิ้นงาน โฆษณา การสื่อสารเชิงพฤติกรรมของบุคคล พร้อมการนำเสนองาน โดยสามารถอธิบายถึงขั้นตอนการดำเนินงาน วิเคราะห์ การวางแผนการใช้กลยุทธ์ทางการสื่อสารที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการผลิตงาน โฆษณาอย่างสร้างสรรค์ได้ตามความรู้ความเข้าใจของตนเอง
- สังเกตพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน การทำงานที่ได้รับมอบหมาย และการเข้าพบเพื่อขอคำแนะนำ

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

#### 4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

มีความสามารถในการทำงานเป็นทีม ปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมองค์กร สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ พัฒนาความเป็นผู้นำและผู้ตามในการทำงานเป็นทีม ตระหนักถึงสิทธิของตนเองและผู้อื่น และยอมรับในความแตกต่างหลากหลายของมนุษย์ พัฒนาการเรียนรู้ด้วยตนเองและมีความรับผิดชอบในงานที่มอบหมายให้ครบถ้วนตามกำหนด

#### 4.2 วิธีการสอน

- การมอบหมายงานเป็นรายคู่และแบบกลุ่ม โดยการร่วมกันจัดทำกิจกรรมที่สอดคล้องกับการสร้างสรรค์และการผลิตงาน โฆษณา พร้อมนำเสนอก่อนสอบปลายภาค 2 สัปดาห์
- การมอบหมายงานเดี่ยว เช่น แบบฝึกหัด แบบทดสอบ การค้นคว้าข้อมูลประกอบการความรู้เพิ่มเติมในแต่ละบทเรียน

#### 4.3 วิธีการประเมินผล

ประเมินการตรวจงานตามวันเวลาที่กำหนดส่ง การตอบข้อซักถาม การมีส่วนร่วมต่อกิจกรรมที่กำหนดขึ้นในแต่ละสัปดาห์

#### 5) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

##### (Numerical Analysis, Communication and Information Technology Skills)

#### 5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

สามารถใช้ภาษาในการติดต่อสื่อความหมายได้ดี ทั้งการฟัง พูด อ่าน เขียน และการพิมพ์ สามารถคำนวณตัวเลขเกี่ยวกับต้นทุนได้ดี สามารถวิเคราะห์ข้อมูลจากกรณีศึกษา สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสืบค้นข้อมูล และนำเสนอผลงานด้วยรูปแบบที่ทันสมัยจากการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม

#### 5.2 วิธีการสอน

การแนะนำเทคนิคการสืบค้นข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการเรียนและการนำเสนองาน การสร้างสรรค์และการผลิตงานโฆษณาทางWebsite ของหน่วยงาน สถาบัน สื่อมวลชนและอื่นๆ นักศึกษาและผู้สอนนำเสนอเนื้อหาของบทเรียนโดย Power point วิธีดีการสร้างสรรค์และการผลิตงานโฆษณาจากบริษัทเอเจนซี่ชั้นนำของเมืองไทย การซักถามนักศึกษาเป็นรายบุคคลก่อน ระหว่าง และหลังการเรียนแต่ละสัปดาห์อย่างสม่ำเสมอ

#### 5.3 วิธีการประเมินผล

ประเมินจากความรู้ความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีสืบค้นข้อมูลทางการสื่อสาร การนำเสนอผลงานการออกแบบและสร้างสรรค์เทคโนโลยีในการนำเสนองานการสร้างสรรค์และการผลิตงานโฆษณา

### หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล

#### 1.แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อ / รายละเอียดการสอน	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการสอน/สื่อการเรียนรู้	ชื่อผู้สอน
1	<b>บทที่ 1 แนวคิดในการสร้างสรรค์และการผลิตงานโฆษณา</b> - ความหมาย ความสำคัญ ของการสร้างสรรค์สิ่งโฆษณา - กระบวนการและอุปสรรคการสร้างความคิดในการสร้างสรรค์สิ่งโฆษณา - คุณสมบัติของผู้สร้างสรรค์ ลักษณะงานและ	4	- การประเมินความรู้ก่อนเรียน - อินเทอร์เน็ต - การบรรยาย การซักถาม - เอกสารการสอน - PowerPoint - ร่วมอภิปราย - สรุปสาระสำคัญจากบทเรียน	อาจารย์พรพิมล สงกระสันต์

ลำดับที่	หัวข้อ / รายละเอียดการสอน	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการสอน/สื่อการเรียนรู้	ชื่อผู้สอน
	แนวทางการสร้างสรรค์สิ่งโฆษณา		- ตัวอย่างของจริง - บทความ สื่อมวลชน - แบบฝึกหัดชุดที่ 1	
2	<b>บทที่ 2 กระบวนการสร้างสรรค์และผลิตสิ่งโฆษณา</b> - กระบวนการโฆษณาและข้อมูลที่ใช้ในการสร้างสรรค์และผลิตสิ่งโฆษณา - การวิเคราะห์ข้อมูล การสร้างสรรค์ และการทดสอบสิ่งโฆษณาก่อนการผลิต - การผลิตและการประเมินประสิทธิภาพสิ่งโฆษณา	4	- อินเทอร์เน็ต - การบรรยาย การซักถาม - เอกสารการสอน - PowerPoint - ร่วมอภิปราย - สรุปสาระสำคัญจากบทเรียน - ตัวอย่างของจริง - บทความ สื่อมวลชน - แบบฝึกหัดชุดที่ 2	อาจารย์พรพิมล สงกระสันต์
3	<b>บทที่ 3 การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์</b> - ความหมายและแนวคิดทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ - การจำแนกประเภทของผลิตภัณฑ์ - กลยุทธ์ทางการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ - การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่	4	- อินเทอร์เน็ต - การบรรยาย การซักถาม - เอกสารการสอน - PowerPoint - ร่วมอภิปราย - สรุปสาระสำคัญจากบทเรียน - ตัวอย่างของจริง - บทความ สื่อมวลชน - แบบฝึกหัดชุดที่ 3	อาจารย์พรพิมล สงกระสันต์
4	<b>บทที่ 4 การวิเคราะห์ผู้บริโภค</b> - การวิเคราะห์อิทธิพลภายนอกต่อผู้บริโภค - การวิเคราะห์อิทธิพลภายในต่อผู้บริโภค - การวิเคราะห์อิทธิพลของสื่อโฆษณาต่อผู้บริโภค	4	- อินเทอร์เน็ต - การบรรยาย การซักถาม - เอกสารการสอน - PowerPoint - ร่วมอภิปราย - สรุปสาระสำคัญจากบทเรียน - บทความ สื่อมวลชน - แบบฝึกหัดชุดที่ 4	อาจารย์พรพิมล สงกระสันต์



ลำดับที่	หัวข้อ / รายละเอียดการสอน	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการสอน/สื่อการเรียนรู้	ชื่อผู้สอน
5-6	<b>บทที่ 5 การใช้ภาษาเพื่อการโฆษณา</b> - ลักษณะของภาษาที่ใช้ในการโฆษณา - สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการใช้ภาษาเพื่อการโฆษณา - ภาษาที่ใช้การโฆษณาตามสื่อมวลชนต่างๆ - ข้อควรคำนึงในการใช้ภาษาเพื่อการโฆษณา	8	- อินเทอร์เน็ต - การบรรยาย การซักถาม - เอกสารการสอน - PowerPoint - ร่วมอภิปราย - สรุปสาระสำคัญจากบทเรียน - บทความ สื่อมวลชน - ตัวอย่างการใช้ภาษา การโฆษณาผลิตภัณฑ์และสื่อ - ฝึกปฏิบัติการ - แบบฝึกหัดชุดที่ 5	อาจารย์พรพิมล สงกระสันต์
7	<b>บทที่ 6 การเขียนบทโฆษณา</b> - การสร้างสรรค์บทโฆษณา - หน้าที่และรูปแบบของบทโฆษณา - การเขียนบทโฆษณาตามสื่อต่างๆ	4	- อินเทอร์เน็ต - การบรรยาย การซักถาม - เอกสารการสอน - PowerPoint - ร่วมอภิปราย - สรุปสาระสำคัญจากบทเรียน - บทความ สื่อมวลชน - ตัวอย่างบทโฆษณา - ฝึกปฏิบัติการ - แบบฝึกหัดชุดที่ 6	อาจารย์พรพิมล สงกระสันต์
8	<b>สอบกลางภาค</b>			
9-10	<b>บทที่ 7 การออกแบบโฆษณา</b> - แนวคิดการออกแบบสิ่งโฆษณา - เครื่องมือและเทคนิคในการเลย์เอาท์ - ขั้นตอนและชนิดของการเลย์เอาท์ในงาน โฆษณา - เทคนิคการออกแบบสิ่งโฆษณา	8	- อินเทอร์เน็ต - การบรรยาย การซักถาม - เอกสารการสอน - PowerPoint - ร่วมอภิปราย - สรุปสาระสำคัญจากบทเรียน - ตัวอย่างการออกแบบโฆษณา - ฝึกปฏิบัติการ - แบบฝึกหัดชุดที่ 7	อาจารย์พรพิมล สงกระสันต์

ลำดับที่	หัวข้อ / รายละเอียดการสอน	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการสอน/สื่อการเรียนรู้	ชื่อผู้สอน
11	<b>บทที่ 8 การวิเคราะห์สิ่งโฆษณา</b> - ความหมาย วัตถุประสงค์และความสำคัญของการวิเคราะห์สิ่งโฆษณา - สิ่งที่ต้องพิจารณาในการวิเคราะห์สิ่งโฆษณา - กระบวนการของการวิเคราะห์สิ่งโฆษณา	4	- อินเทอร์เน็ต - การบรรยาย การซักถาม - เอกสารการสอน - PowerPoint - ร่วมอภิปราย - สรุปสาระสำคัญจากบทเรียน - แบบฝึกหัดชุดที่ 8	อาจารย์พรพิมล สงกระสันต์
12	<b>บทที่ 9 การผลิตสิ่งโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์</b> - ลักษณะการผลิตสิ่งโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ - ขั้นตอนการผลิตสิ่งโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ - เทคนิคพิเศษต่างๆ ในการผลิตสิ่งโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์	4	- อินเทอร์เน็ต - วิดีโอการผลิตฯ - การบรรยาย การซักถาม - เอกสารการสอน - PowerPoint - ร่วมอภิปราย - สรุปสาระสำคัญจากบทเรียน - แบบฝึกหัดชุดที่ 9	อาจารย์พรพิมล สงกระสันต์
13	<b>บทที่ 10 การผลิตสิ่งโฆษณาทางสื่อวิทยุกระจายเสียง</b> - ความหมาย วัตถุประสงค์ และปัจจัยในการผลิตสิ่งโฆษณาทางสื่อวิทยุกระจายเสียง - เทคนิคในการผลิตการผลิตสิ่งโฆษณาทางสื่อวิทยุกระจายเสียง	4	- อินเทอร์เน็ต - วิดีโอการผลิตฯ - การบรรยาย การซักถาม - เอกสารการสอน - PowerPoint - ร่วมอภิปราย - สรุปสาระสำคัญจากบทเรียน - แบบฝึกหัดชุดที่ 10	อาจารย์พรพิมล สงกระสันต์
14	<b>บทที่ 11 การผลิตสิ่งโฆษณาทางสื่อประเภทแพรภาพ</b> - กระบวนการผลิตภาพยนตร์ในการโฆษณา - องค์ประกอบสำคัญในการผลิตภาพยนตร์โฆษณา - การใช้เทคนิคพิเศษในการผลิตภาพยนตร์โฆษณา	4	- อินเทอร์เน็ต - วิดีโอการผลิตฯ - การบรรยาย การซักถาม - เอกสารการสอน - PowerPoint - ร่วมอภิปราย - สรุปสาระสำคัญจากบทเรียน	อาจารย์พรพิมล สงกระสันต์

ลำดับที่	หัวข้อ / รายละเอียดการสอน	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการสอน/สื่อการเรียนรู้	ชื่อผู้สอน
15	บทที่ 12 สิ่งโฆษณาประเภทอื่น - รูปแบบสิ่งโฆษณาประเภทอื่น - การผลิตและการใช้สิ่งโฆษณาประเภทอื่น	4	- อินเทอร์เน็ต - การบรรยาย การซักถาม - เอกสารการสอน - PowerPoint - สรุปสาระสำคัญจากบทเรียน	อาจารย์พรพิมล สงกระสันต์
16	สอบปลายภาค			

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้ Learning Outcome	วิธีการประเมิน	ลำดับที่ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
1	1.คะแนนระหว่างภาค	- แบบฝึกหัด - ฝึกปฏิบัติการ (งานเดี่ยว) - ฝึกปฏิบัติการและผลิตงาน โฆษณา (งานกลุ่ม) - พฤติกรรมภายในและภายนอกห้องเรียน		10% 10% 20% 10%
2	1.คะแนนสอบ	- คะแนนสอบระหว่างภาค - คะแนนสอบปลายภาค	7 16	20% 30%
<b>รวม</b>				<b>100 %</b>

### 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	=	0 – 49

## หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

### 1. ตำราและเอกสารหลักที่ใช้ในการเรียนการสอน

#### 1.1 ตำราที่ใช้ในการเรียนการสอน

สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. เอกสารการสอนชุดวิชา**การสร้างสรรค์และการผลิตสิ่งโฆษณา**หน่วยที่

1-8. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2534.

สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. เอกสารการสอนชุดวิชา**การสร้างสรรค์และการผลิตสิ่งโฆษณา**หน่วยที่

9-15. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2534.

#### 1.2 เอกสารอื่นๆ

กัญฉนิพัทธ์ วงศ์สุเมธรัตน์. (2549). **กระบวนการดำเนินงานโฆษณา**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

กัลยา จยุติรัตน์. (2550). **หลักการสื่อสารการตลาด**. กรุงเทพฯ : บริษัท ออลบุ๊คส์พับลิชชิ่ง จำกัด.

ชูชัย สมितिไกร. (2553). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: บริษัท วี. พรินท์ (1991) จำกัด.

ฉัตยาพร เสมอใจ และ มัทนียา สมมิ. (2545). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: บริษัท เอ็กซ์เปอร์เน็ท จำกัด.

ธัชมน ศรีแก่นจันทร์. (2544). **สื่อสารมวลชนเพื่อการโฆษณา**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ:

มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

นิตยา จิตรักษ์ธรรม. (2550). **การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.

ปรมะ สตะเวทิน. (2541). **เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร (หน่วยที่ 1)**.

(พิมพ์ครั้งที่ 15). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

ประภาศรี อมรสิน. (2539). **หลักการตลาด**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ปพิชการพิมพ์.

พะยอม วงศ์สารศรี. (2542). **องค์การและการจัดการ**. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สุภา.

พิบูล ทิปะपाल. (2545). **การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย**. กรุงเทพฯ : มิตรสัมพันธ์กราฟฟิค.

วิมลพรรณ อากาเวท. (2553). **หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ:

โอ.เอส.พรินติ้ง เฮ้าส์.

วิเชียร วิทยอุดม. (2555). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: บริษัท ธนรัชการพิมพ์ จำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: บริษัท วิสิทธิ์พัฒนา จำกัด.

\_\_\_\_\_. (2539). **พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับสมบูรณ์**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์วิสิทธิ์โฆษณา.

สุดาพร กุณฑลบุตร. (2552). **หลักการตลาดสมัยใหม่**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬามหาวิทยาลัย.

สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. เอกสารการสอนชุดวิชา**การสร้างสรรค์งานโฆษณา**.

(หน่วยที่ 1-7) พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2552.

สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. เอกสารการสอนชุดวิชาการสร้างสรรค้งานโฆษณา.

(หน่วยที่ 8-15) พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2552.

เสรี วงษ์มณฑา. (2540). **การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย**. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไอทีเก็ซ.

\_\_\_\_\_. (2540). **การโฆษณาเชิงปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ: บริษัท A.N. การพิมพ์.

\_\_\_\_\_. (2546). **หลักการโฆษณา**. กรุงเทพฯ: บริษัท ชรรมสาร จำกัด.

Armstrong, Gary and Philip Kotler. (2003). **Marketing and Introduction**. 6<sup>th</sup> ed. New Jersey : Pearson Education, Inc.

Belch, G.E & Belch, M. A. ( 2001). **Advertising and promotion An integrated Marketing Communication perspective**. Singapore: McGraw-Hill.

Blackwell, R., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2006). **Consumer Behavior**. 10<sup>th</sup> ed. Mason, OH: Thomson / South – Western.

Bovee, Courtland L., et al. (1995). **Advertising Excellence**. New York : McGraw-Hill.

Etzel, Michael J., Bruce J. Walker and William J. Stanton. (2007). **Marketing**. 12<sup>th</sup> ed. Boston : McGraw-Hill, Inc.

Loudon, D. L. & Della Bitta, A. J. (1993). **Consumer behavior: Concepts and application**. 4<sup>th</sup> ed. New York : McGraw-Hill.

### 1.3 วารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์ สื่อกระจายเสียงและภาพ

1.3.1 บทความจากหนังสือพิมพ์และสื่อมวลชนอื่นๆ

1.3.2 นิตยสารธุรกิจ นิตยสาร Marketeer นิตยสาร BrandAge

1.3.3 บทความ บทวิจารณ์จากสื่อออนไลน์

### 1.4 เว็บไซต์

[www.kosanathai.com](http://www.kosanathai.com)

<http://www.hongkiat.com/blog/28-nice-and-creative-tech-advertisements/>

<http://www.hongkiat.com/blog/60-creative-and-clever-advertisements/>

<http://www.hongkiat.com/blog/40-cool-and-creative-pepsi-advertisements/>

Article Base KCNBRAND.COM Thailand Articles Center

<http://article.kcnbrand.com/thinking/creative-thinking-thinking/7711>

### 1.5 งานวิจัย

#### 1.6 แหล่งการศึกษาค้นคว้านอกเวลา

1.6.1 สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

1.6.2 วิจัย วิทยานิพนธ์ ตำราวิชาการ

## หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### 1.การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา:

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ผู้สอนได้ให้นักศึกษาประเมินผลการเรียนการสอนระบบออนไลน์ และผู้สอนได้จัดกิจกรรมในการนำเสนอแนวคิดและความเห็นจากนักศึกษาได้แก่ การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน

### 2. การประเมินการสอน:

คณะนิเทศศาสตร์กำหนดให้มีการประเมินการสอนจากการสังเกตการณ์สอน ผลการสอน การสัมภาษณ์นักศึกษา ผลการสอบของนักศึกษา

### 3. การปรับปรุงการสอน:

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

### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา:

คณะนิเทศศาสตร์กำหนดให้มีการสอบถามนักศึกษา หรือตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาถึงผลการทำข้อสอบ และความเหมาะสมของการให้คะแนนทั้งคะแนนดิบและระดับคะแนน มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้ทุกภาคการศึกษาโดยการตรวจข้อสอบ รายงาน วิธีการสอนและการให้คะแนนแก่นักศึกษา

### 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา:


คณะนิเทศศาสตร์จัดให้มีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษา คณะกรรมการประเมินของหลักสูตร/ภาควิชา การรายงานรายวิชาหลังการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา การทบทวนเนื้อหาที่สอน กลยุทธ์การสอน และเสนอแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาวิชาเสนอต่อประธานหลักสูตรหรือหัวหน้าภาค เสนอต่อกรรมการประจำคณะพิจารณาให้ความคิดเห็นและสรุปเพื่อวางแผนปรับปรุงในปีการศึกษาต่อไป

จัดทำโดย ..... **พงษ์มว** .....

(อาจารย์พรพิมล สงกระสันต์)

ผู้สอนรายวิชาการสร้างสรรค์และการผลิตงานโฆษณา

วันที่ 30 กรกฎาคม 2557

อนุมัติโดย .....  .....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ กังคะศรี)

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

วันที่ 30 กรกฎาคม 2557