



มคอ. 3 รายละเอียดรายวิชา

รหัสวิชา 8133013
ชื่อวิชา ภาษาอังกฤษเพื่อการโฆษณา
(English for Advertising)

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	4-7
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	8-11
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	12
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	13

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

คณะ / ภาควิชา คณะนิเทศศาสตร์

หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อวิชา : รหัสวิชา 8133013 ชื่อวิชา ภาษาอังกฤษเพื่องานโฆษณา
(English for Advertising)
2. จำนวนหน่วยกิต : 3 หน่วยกิต 3 (2-2-5)
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา :
เป็นรายวิชาในหมวดวิชาบังคับ กลุ่มวิชาเอกเลือก หลักสูตรนิเทศศาสตร์ การโฆษณา
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน :
4.1 Ajarn Raajshivar Saetan อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ สถานที่ติดต่อ: ห้องพัก
อาจารย์ อาคารวิทยบริการชั้น 4 E-mail : raajshi.s@gmail.com
5. ภาคการศึกษาที่ : ภาคการศึกษา 1/2557 ชั้นปีที่เรียน : ชั้นปีที่ 3
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี): ไม่มี
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites): (ถ้ามี): ไม่มี
8. สถานที่เรียน : คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด : 10 พฤษภาคม 2556

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. 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 4th floor, 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 โดยให้ผู้เรียนเกิด การเปรียบเทียบจรรยาบรรณทางด้านวิชาชีพการประชาสัมพันธ์ระหว่างในและต่างประเทศ
- มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
- มีภาวะการเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและลำดับความสำคัญ

- เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

- เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ขององค์กรและสังคม
- การค้นคว้าโดยอ้างอิงแหล่งที่มาของการสร้างสรรค์ผลงาน

1.2 วิธีการสอนที่จะพัฒนาการเรียนรู้

- บรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาโฆษณา (advertising case) โฆษณาเพื่อการรณรงค์ (advertising campaign) เกี่ยวกับรูปแบบการทำงานด้านการโฆษณาทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

- กำหนดข้อตกลงเกี่ยวกับวินัย และพฤติกรรมในการเรียน
- มอบหมายงานให้นักศึกษาทำงานเดี่ยวและงานกลุ่มรวมถึงศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

(Self- Study) โดยให้ระบุที่มาของแหล่งข้อมูลอย่างชัดเจน

- กิจกรรมด้านจรรยาบรรณของนักโฆษณา (advertising ethic)
- อภิปรายกลุ่มและร่วมกันแสดงความคิดเห็น

1.3 วิธีการประเมินผล

- พิจารณาจากพฤติกรรม การเรียน 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 และแบบฝึกหัดจากสถานการณ์จำลองภาษาอังกฤษเพื่อการโฆษณา

- มอบหมายงานให้นักศึกษาสร้างบทสนทนา และผลงานโดยประยุกต์จากเนื้อหาในบทเรียน
- มอบหมายงานให้นักศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลภาษาอังกฤษเพื่อการโฆษณาเพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลอื่น เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต การวิเคราะห์ภาษาโฆษณา (copywriting analysis)
- ให้นักศึกษานำคำศัพท์ สำนวน ภาษาอังกฤษเพื่อการโฆษณาที่ได้จากการเรียนรู้ไปใช้ให้ถูกต้องและเหมาะสมตามสาขาการโฆษณา

2.3 วิธีการประเมินผล

เน้นการใช้วิธีการวัดหลากหลายตามเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อพัฒนาผู้เรียนจาก แฟ้มสะสมงาน แบบฝึกหัด การสังเกต การสัมภาษณ์ นำเสนอข้อมูลจากการค้นคว้าข้อมูลภาษาอังกฤษเพื่อการโฆษณาที่เกี่ยวข้องในชั้นเรียน วิเคราะห์กรณีศึกษาทำงานเดี่ยวและงานกลุ่ม สอบกลางภาค สอบปลายภาค

3. ด้านทักษะทางปัญญา (Cognitive Skills)

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

เป็นผู้ใฝ่รู้ สามารถเรียนรู้ตลอดชีวิต สามารถพัฒนาความคิดอย่างมีระบบ มีการวิเคราะห์เพื่อนำความรู้ที่ได้จากทฤษฎีมาประยุกต์ใช้แก้ไขปัญหา พัฒนาปรับปรุงในการดำรงชีวิตประจำวัน และใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการโฆษณาในการประกอบวิชาชีพต่อไป

3.2 วิธีการสอน

- ใช้วิธีการสอนแบบปัญหาเป็นฐาน (problem based-learning) และ โครงการเป็นฐาน (project based-learning)

- กำหนดให้นักศึกษาได้ศึกษาค้นคว้ากระบวนการทำงานทางการโฆษณาไทย และต่างประเทศที่จำเป็น การจดจำคำศัพท์ สำนวนภาษาอังกฤษที่จำเป็นในงานโฆษณา

- ให้ผู้เรียนมีโอกาสสนทนาภาษาอังกฤษภายในห้องเรียน ตลอดจนการฝึกออกเสียงให้ถูกต้องตามหลักของเจ้าของภาษาในงานโฆษณา ผ่านสื่อออนไลน์ และการค้นคว้าสื่อโฆษณาส่งพิมพ์

- ให้นักศึกษาวางแผนในการทำงาน โดยรู้ลำดับขั้นตอนความสำคัญและแหล่งที่มาของข้อมูล

- นักศึกษาสามารถสร้างสรรค์ชิ้นงานโฆษณาภาษาอังกฤษตามโครงการ การวางแผน และวัตถุประสงค์การสื่อสารเพื่อการโฆษณา วรรณคดีต่างๆ ได้

3.3 วิธีการประเมินผล

- พิจารณาจากการอภิปรายงานกลุ่มเล็กและกลุ่มใหญ่

- พิจารณาจากการนำเสนอผลงาน

- นักศึกษาในกลุ่มเรียนร่วมกันประเมินผลการเรียนรู้ และให้คะแนน

4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ (Interpersonal Skills and Responsibility)

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

การเรียนรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เรียนจะเกิดประสิทธิผลก็ต่อเมื่อผู้สอนพยายามออกแบบมอบหมายงานให้ผู้เรียนได้ทำงานเป็นกลุ่ม และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ศึกษาสำรวจเพื่อสร้างสรรค์สื่อโฆษณากับกลุ่มเป้าหมายตั้งกิจกรรมต่อไปนี้

- การสร้างมนุษยสัมพันธ์ การสร้างกลุ่มการทำงาน การมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบ

- ภาวะผู้นำและผู้ตาม ความสามารถในการทำงานเป็นกลุ่ม

- การรู้จักเคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

4.2 วิธีการสอน

- มอบหมายให้นักศึกษาร่วมกันทำงานเป็นกลุ่ม

- นำเสนอผลงานกลุ่ม

- อภิปราย และให้ข้อเสนอแนะในชั้นเรียน

4.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินผลจากงานที่ได้รับมอบหมายในแต่ละบท

- สังเกตจากพฤติกรรมการทำงานภายในกลุ่ม

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

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข กำหนดให้ผู้เรียนค้นคว้าข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ซึ่งมีเนื้อหาด้านการวิเคราะห์ตัวเลขประกอบการนำเสนอหน้าชั้น โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับการวิเคราะห์สถิติกับการโฆษณา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดลำดับความสำคัญของรูปแบบโฆษณา

- ทักษะการสื่อสาร การเรียนการสอนพยายามสร้างความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารกับบุคคลอื่นได้อย่างเหมาะสม โดยกำหนดให้ผู้เรียน ได้ใช้ทักษะการสื่อสาร ได้แก่ การฟัง การพูด การอ่าน และการเขียนตามบทเรียนภาษาอังกฤษเพื่อการโฆษณาที่เรียนในชั้นเรียน ดังนี้ (1) การฟัง ผู้เรียนมีโอกาสฟังบทสนทนาจากบทเรียนภาษาอังกฤษเพื่อการโฆษณา (2) การพูด เปิดโอกาสให้นักศึกษาสร้างบทสนทนาเพื่อฝึกสนทนาการสื่อสาร ในรูปแบบการเลียนแบบเสียงบทสนทนาจากการฟัง การออกเสียง และปรับบทสนทนาตามความต้องการของตนเอง และกลุ่มเรียน (3) การอ่าน นักศึกษาจะต้องอ่านบทความ ข่าว ที่เกี่ยวข้องกับโฆษณาเป็นภาษาอังกฤษ และสามารถจับใจความจากเรื่องที่อ่านได้ และ (4) การเขียน ผู้เรียนสามารถเขียนภาษาด้านการโฆษณา โดยศึกษาภาษา และการเขียนภาษาอังกฤษจาก slogan ต่างๆ ทางด้านงานโฆษณาเป็นภาษาอังกฤษ

- ทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนค้นคว้าเพิ่มเติมผ่านสื่อออนไลน์ และนำเสนอโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมนำเสนอในชั้นเรียนในรูปแบบ video clip, การออกแบบเว็บไซต์ประกอบการเสนอภาษาอังกฤษเพื่อการโฆษณา

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 	Raajshivar S.	Request the students to buy the book
2	4	Unit 1: Introduction to marketing and advertising Jobs and responsibilities corporate identity, logos Branding	To learn, understand and practice: <ul style="list-style-type: none"> - 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 	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	To learn, understand and practice: <ul style="list-style-type: none"> - giving and asking for opinions - agreeing and disagreeing market research terms - asking question - writing reports 	<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
5-6	8	Unit 3: Planning a marketing strategy	To learn, understand and practice: <ul style="list-style-type: none"> - writing emails 	<ul style="list-style-type: none"> - Lecture - Exercise - Discuss about the ad. strategy 	<ul style="list-style-type: none"> - Text book - CD for listening 		<ul style="list-style-type: none"> - subtest unit 3 - Assign the students' work

		The marketing plan The four Ps Pricing and positioning strategies	- writing a positioning strategy - giving a presentation			Raajshivar S.	
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	and or The Guest Lecturer	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
11-12	8	Unit 6: Presenting your public face Public relations Websites as a marketing tool Sponsoring Effective press releases	To learn, understand, and practice: - getting customer quotes - writing press releases - writing holiday letter	- Lecture - Discuss about Public relations regulation - listen a conversation	- Text book - CD for listening	Raajshivar S. and or The Guest Lecturer	Subtest Unit 6
13-14	8	Unit 7: Marketing through trade fairs	To learn, understand, and practice:	- Lecture - Discuss about Public relations	- Text book - CD for listening		Subtest Unit 7

		Giveaways Organizing events Attending a trade fair	- the language if trade fairs - socializing - reporting on a trade fair visit	and marketing - listen a conversation			
15	4	Independent study	To present the IS in each group or individual paper	- Lecture - Discuss about ads topic - Seminar	- Text book - CD for listening		
<p><i>Notification:</i> <i>The subtest can be an exercise in each unit.</i> <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

Rate 75 - 79

Rate 70 - 74

Rate 65 - 69

Rate 60 - 64

Rate 55 - 59

Rate 50 - 54

Rate 49 - 0

Grade A

Grade B⁺

Grade B

Grade C⁺

Grade C

Grade D⁺

Grade D

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 ได้จัดกิจกรรมในการนำเสนอแนวคิด และความเห็นจากนักศึกษาได้แก่ การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน แบบประเมินผู้สอนและข้อเสนอแนะ

2. การประเมินการสอน:

คณะนิเทศศาสตร์กำหนดให้มีการประเมินการสอนจากการสังเกตการณ์สอน ผลการสอน การสัมภาษณ์นักศึกษา ผลการสอบของนักศึกษา

3. การปรับปรุงการสอน :

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

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา :

คณะนิเทศศาสตร์กำหนดให้มีการสอบถามนักศึกษา หรือตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาถึงผลการทำข้อสอบ และความเหมาะสมของการให้คะแนนทั้งคะแนนดิบและระดับคะแนน มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้ทุกภาคการศึกษาโดยการตรวจข้อสอบ รายงาน วิธีการสอนและการให้คะแนนแก่นักศึกษา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา :

คณะนิเทศศาสตร์จัดให้มีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษา คณะกรรมการประเมินของหลักสูตร/ภาควิชา การรายงานรายวิชาหลังการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา การทบทวนเนื้อหาที่สอน กลยุทธ์การสอน และเสนอแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาวิชาเสนอต่อประธานหลักสูตรหรือหัวหน้าภาค เสนอต่อกรรมการประจำคณะพิจารณาให้ความคิดเห็นและสรุปเพื่อวางแผนปรับปรุงในปีการศึกษาต่อไป

Signature 'Raajshivar Saetan' .

(Ajam Raajshivar Saetan)

The Lecturer of English for Advertising

Date ...04.../...August...../...2014.....

Signature
(Assit.Prof. Dr. Chamroen Kangkasri)

Dean of Faculty of Communication Arts

Date/...August...../.....2014.....