



มคอ ๓ รายละเอียดรายวิชา

รหัสวิชา ๘๑๓๓๐๐๓

ชื่อวิชา การวางแผนรณรงค์เพื่อการโฆษณา

(Camping for Advertising)

รายวิชานี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๕๒

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สารบัญ

หมวด		หน้า
หมวด ๑	ข้อมูลทั่วไป	๓
หมวด ๒	จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	๔
หมวด ๓	ลักษณะและการดำเนินการ	๔
หมวด ๔	การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	๕-๗
หมวด ๕	แผนการสอนและการประเมินผล	๘-๑๒
หมวด ๖	ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	๑๓-๑๔
หมวด ๗	การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	๑๓-๑๔

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

คณะ นิเทศศาสตร์

หมวดที่ ๑ ข้อมูลโดยทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา ๘๑๓๓๐๐๓ ชื่อวิชา การวางแผนรณรงค์เพื่อการโฆษณา (Camping for Advertising)

๒. จำนวนหน่วยกิต หรือจำนวนชั่วโมง

๓ (๒ - ๒ - ๕) หน่วยกิต

๓. หลักสูตรและประเภทรายวิชา

นิเทศศาสตร์ เป็นรายวิชาในหมวดวิชาเอกบังคับ การสื่อสารมวลชน

๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ภารดี พึ่งสำราญ

๕. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคเรียนที่ ๑/ ปีการศึกษา ๒๕๕๗

๖. รายวิชาที่เรียนมาก่อน (Pre-requisites) (ถ้ามี)

-ไม่มี-

๗. รายวิชาที่ต้องการเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

-ไม่มี-

๘. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

๙. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

๑๖ กรกฎาคม ๒๕๕๗

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

ความรู้ทั่วไปในการรณรงค์โฆษณา กระบวนการวางแผนรณรงค์การโฆษณา การกำหนดวัตถุประสงค์การตลาดและการโฆษณา การกำหนดกลยุทธ์และกลวิธีในการโฆษณา องค์ประกอบในการวางแผนรณรงค์การโฆษณา ปฏิบัติการวางแผนรณรงค์การโฆษณาเพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ และความต้องการของตลาด

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจในการรณรงค์โฆษณา กระบวนการวางแผนรณรงค์การโฆษณา การกำหนดวัตถุประสงค์การตลาดและการโฆษณา การกำหนดกลยุทธ์และกลวิธีในการโฆษณา องค์ประกอบในการวางแผนรณรงค์การโฆษณา ปฏิบัติการวางแผนรณรงค์การโฆษณาเพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ และความต้องการของตลาด ตลอดจนสามารถวิเคราะห์สถานการณ์วางแผนรณรงค์การโฆษณาได้

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

การศึกษาความหมาย แนวคิด กระบวนการ องค์ประกอบการวางแผนและลงมือทดลองฝึกปฏิบัติการวางแผนรณรงค์การโฆษณา

๑. คำอธิบายรายวิชา

๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติงานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยายและอภิปรายระหว่างอาจารย์กับนักศึกษา จำนวน ๒๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษา เฉพาะราย	ไม่มีการฝึกปฏิบัติงานภาคสนาม	การศึกษาด้วยตนเอง ๖ ชั่วโมงต่อสัปดาห์

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

๔ ชั่วโมง ทุกวันจันทร์ เวลา ๐๘.๐๐ – ๑๒.๐๐ น. ณ คณะนิเทศศาสตร์

หมวดที่ ๔ การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

๑. คุณธรรม จริยธรรม

๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- มีวินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบต่อตนเอง และสังคม
- เคารพสิทธิ และยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่า และศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์
- มีความตระหนักในคุณค่า คุณธรรม จริยธรรม เสียสละและซื่อสัตย์ สุจริต
- มีภาวะการเป็นผู้นำ และผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีม และสามารถแก้ไขข้อขัดแย้ง และลำดับความสำคัญ
- เคารพกฎระเบียบ และบังคับต่าง ๆ ขององค์กร และสังคม
- มีจรรยาบรรณทางวิชาการ และวิชาชีพ
- มีความสามารถในการเข้าใจความหมาย การสื่อความในประเด็นกลยุทธ์และกลวิธี กระบวนการวางแผนรณรงค์การโฆษณา

๑.๒ วิธีการสอน

- มอบหมายงานให้นักศึกษาไปศึกษาค้นคว้าข้อมูลรณรงค์การโฆษณาที่กำหนดก่อนเข้าสู่บทเรียนจริง ตลอดจนค้นคว้าตัวอย่างที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ประกอบในการเรียนรู้
- บรรยาย พร้อมยกตัวอย่างประกอบกระบวนการวางแผนรณรงค์การโฆษณา ที่ผู้สอนและนักศึกษาได้เตรียมมา ในขณะเดียวกันก็มีการอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน
- มีการสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรม กฎหมายควบคุม ความถูกต้อง เป็นไปได้ของข้อมูลที่นำมาซึ่งเผยแพร่บนออนไลน์
- นักศึกษาได้ค้นคว้าด้วยตนเอง และทำงานเป็นทีม

๑.๓ วิธีการประเมินผล

- พฤติกรรมการเข้าเรียน และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมในชั้นเรียน ตลอดจนการส่งงานหรือกิจกรรมที่ได้มอบหมายตามขอบเขตที่ให้ และตรงเวลา มีความถูกต้องสมบูรณ์
- กิริยามารยาท การแต่งกาย การแสดงออกต่ออาจารย์
- คะแนนสะสมระหว่างภาคเรียน การสอบเก็บคะแนนระหว่างภาคเรียน ตลอดจนการอภิปรายทำงานเป็นกลุ่มนำเสนอผลงาน

๒. ความรู้

๒.๑ ความรู้ที่ต้องได้รับ

มีความรู้ การรณรงค์โฆษณา กระบวนการวางแผนรณรงค์การโฆษณา การกำหนดวัตถุประสงค์ การตลาดและการโฆษณา การกำหนดกลยุทธ์และกลวิธีในการโฆษณา องค์ประกอบในการวางแผนรณรงค์การโฆษณา ปฏิบัติการวางแผนรณรงค์การโฆษณาเพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ และความต้องการของตลาด

๒.๒ วิธีการสอน

- บรรยายสรุปในประเด็นเนื้อหาเชิงแนวคิด การฝึกปฏิบัติในกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง
- อภิปรายเนื้อหาที่เรียนในเชิงหลักการ ที่มาที่ไปของการวางแผนรณรงค์การโฆษณา ตลอดจนการนำตัวอย่างมาศึกษาร่วมกันระหว่างผู้สอนและนักศึกษา และระหว่างนักศึกษากับนักศึกษา
- มอบหมายงานให้นักศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและสื่อเว็บไซต์ต่าง ๆ มาประกอบการศึกษาการทำงานเป็นกลุ่ม

๒.๓ วิธีการประเมินผล

- แบบฝึก ฝึกทักษะการเรียนรู้ตามหัวข้อต่างๆทำแบบท
- ตรวจสอบ กระบวนการวางแผนรณรงค์การโฆษณา ที่นักศึกษาฝึกเขียนมีความสมจริง สมเหตุผล มีความเป็นไปได้อย่างน้อยเพียงใด
- กิจกรรมที่มอบหมายให้ทำเป็นกลุ่ม
- การทดสอบระหว่างภาคและการทดสอบปลายภาค

๓. ทักษะทางปัญญา

๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- ความสามารถในการตีความหมาย คิดอย่างมีระบบ มีหลักการ มีเหตุผล รู้จักวิเคราะห์สิ่งต่าง ๆ อย่างมีเหตุผล รู้จักวางแผน และการอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างมีความสุข

๓.๒ วิธีการสอน

- ให้นักศึกษาฝึกฝนลงมือปฏิบัติ วิเคราะห์สำหรับการวางแผนรณรงค์การโฆษณา
- แบ่งกลุ่มอภิปราย ฝึกทักษะการเรียนรู้ การลงมือปฏิบัติร่วมกัน

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- พัฒนาทักษะในการสร้างความสัมพันธ์ภาพระหว่างผู้สอนด้วยกัน
- พัฒนาความเป็นผู้นำ และผู้ตามในการทำงานเป็นทีม
- พัฒนาการเรียนรู้ด้วยตนเอง และมีความรับผิดชอบในงานที่มอบหมาย

๔.๒ วิธีการสอน

- จัดกิจกรรมวิเคราะห์ศึกษาตัวอย่าง
- มอบหมายงานค้นคว้าข้อมูล เป็นรายกลุ่มและรายบุคคล

๔.๓ วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากผลงานการปฏิบัติงาน
- ประเมินจากกิจกรรมที่นำเสนอ พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม
- การศึกษาด้วยตนเอง

๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- พัฒนาทักษะในการสื่อสารทั้งการพูด การฟัง อ่าน และเขียน ตลอดจนการคิดและการใช้เหตุผล
- พัฒนาทักษะในการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต
- พัฒนาทักษะในการนำเสนอใช้สื่อเครื่องมือและเทคโนโลยีที่เหมาะสม

๕.๒ วิธีการสอน

- มอบหมายงานให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจากหนังสืองานเขียนประเภทต่างๆ เว็บไซต์
- มอบหมายให้ฝึกทักษะวิเคราะห์องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนรณรงค์การโฆษณา โดย

อ้างอิงจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ

๕.๓ วิธีการประเมินผล

- การนำเสนอกิจกรรม
- ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการอภิปราย ทักษะการนำเสนอ

หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

๑. แผนการสอน

สัปดาห์ ที่	จำนวน คาบ	เรื่อง	จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้	สื่อ อุปกรณ์	ผู้สอน	หมายเหตุ
๑	๔	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการรณรงค์ โฆษณา (Advertising Campaign) -ความหมาย แนวคิด และหลัก พิจารณาที่จะใช้สำหรับการตั้ง ประเด็นการรณรงค์การโฆษณา ตลอดจนปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง	เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเบื้องต้น เกี่ยวกับการรณรงค์โฆษณา (Advertising Campaign)	-บรรยาย -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน	-เอกสาร - สื่อ Power Point	อ.ภารดี พिंगสำราญ	
๒	๔	กระบวนการวางแผนรณรงค์การ โฆษณา -วิเคราะห์สถานการณ์ สภาพแวดล้อมทั่วไป	เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจและสามารถ อธิบายได้ถึงสภาพแวดล้อมการดำเนินธุรกิจ การ แข่งขันทางการตลาด ตลอดจนปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ต่างๆ	-บรรยาย -กรณีศึกษา -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน	-เอกสาร สื่อ Power Point - Internet -แบบฝึกหัด	อ.ภารดี พिंगสำราญ	

		-การวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน					
๓	๔	ยุทธวิธีวิจัยและประเมินผล ทางการรณรงค์โฆษณา -ความสำคัญของกรวิจัยเพื่อการ บริหารงานโฆษณา -การใช้งานวิจัยเป็นข้อมูลการวาง แผนการโฆษณา -การใช้งานวิจัยในการประเมินผล การโฆษณา	เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจและสามารถ อธิบายและวิเคราะห์ข้อมูล ตลอดจนสามารถ ประยุกต์นำข้อมูลการวิจัยและประเมินผลทางการ รณรงค์โฆษณามาใช้ประโยชน์	-บรรยาย -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน	-เอกสาร สื่อ Power Point - Internet	อ.ภาวดี ฟังสำราญ	
๔	๔	ข้อมูลสำหรับการวางแผน รณรงค์การโฆษณา -ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ -ข้อมูลกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย -ข้อมูลทางการตลาด	เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจและสามารถ นำข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาใช้สำหรับการวางแผนรณรงค์ การโฆษณา	-บรรยาย -กรณีศึกษา -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน	-เอกสาร สื่อ Power Point - Internet	อ.ภาวดี ฟังสำราญ	

๕	๔	การวางแผนการรณรงค์โฆษณา -ลักษณะของแผนการรณรงค์การโฆษณา -การกำหนดแผนการรณรงค์การโฆษณา -การกำหนดวัตถุประสงค์ของแผนการรณรงค์การโฆษณา	เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถ นำความรู้ นั้นมาต่อยอดลงมือปฏิบัติวางแผนรณรงค์การโฆษณา	-บรรยาย -กรณีศึกษา -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน	-เอกสาร สื่อ Power Point - Internet -งานเดี่ยว	อ.ภาวดี พึ่งสำราญ	
๖		สอบกลางภาค					
๗-๙	๑๒	ขั้นตอนการวางแผนการรณรงค์การโฆษณา -วัตถุประสงค์ในการโฆษณา -กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย -การวางตำแหน่งสินค้า -การกำหนดแนวคิดในการโฆษณา	เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจในหัวข้อต่างๆ โดยสามารถนำความรู้ นั้นมาต่อยอดลงมือปฏิบัติวางแผนรณรงค์การโฆษณา	-บรรยาย -กรณีศึกษา -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน	-เอกสาร สื่อ Power Point - Internet -ลงมือปฏิบัติ กิจกรรมกลุ่ม	อ.ภาวดี พึ่งสำราญ	

		-การกำหนดกลยุทธ์ในการ สร้างสรรค์โฆษณา -การวางแผนสื่อโฆษณา					
๑๐	๔	การกำหนดกลยุทธ์ในการ สร้างสรรค์โฆษณา (ต่อ) -รูปแบบวิธีการนำเสนอ -ลีลาบรรยายภาคที่แสดงออกของการ โฆษณา -จุดกระตุ้นความรู้สึก -จุดสนับสนุนการขาย	เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจในหัวข้อต่างๆ โดยสามารถนำความรู้ที่นำมาต่อยอดลงมือปฏิบัติ วางแผนรณรงค์การโฆษณา	-บรรยาย -กรณีศึกษา -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน	-เอกสาร สื่อ Power Point - Internet - ลงมือปฏิบัติ กิจกรรมกลุ่ม	อ.ภาวดี พึงสำราญ	
๑๑	๔	การวางแผนสื่อโฆษณา (ต่อ) -การวิเคราะห์การโฆษณาของคู่แข่ง ชั้น -ลักษณะของสินค้าบริการ -การกำหนดวัตถุประสงค์ในการ วางแผนสื่อโฆษณา	เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจในหัวข้อต่างๆ โดยสามารถนำความรู้ที่นำมาต่อยอดลงมือปฏิบัติ วางแผนรณรงค์การโฆษณา	-บรรยาย -กรณีศึกษา -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน	-เอกสาร สื่อ Power Point - Internet - ลงมือปฏิบัติ กิจกรรมกลุ่ม	อ.ภาวดี พึงสำราญ	

		-การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย -กลยุทธ์การใช้สื่อโฆษณา -ประสิทธิภาพของการใช้ งบประมาณในสื่อแต่ละประเภท					
๑๒	๔	การประเมินผลรณรงค์การ โฆษณา -วัตถุประสงค์ของการประเมินผล รณรงค์การโฆษณา -เทคนิคการประเมินผลรณรงค์การ โฆษณา	เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจในการ ประเมินผลรณรงค์การโฆษณา ตลอดจนนำมาปรับใช้ ในวางแผนรณรงค์การโฆษณา	-บรรยาย -กรณีศึกษา -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน	-เอกสาร สื่อ Power Point	อ.ภาวดี ฟังสำราญ	
๑๓-๑๕	๘	ฝึกปฏิบัติการวางแผนรณรงค์การ โฆษณา พร้อมนำเสนอ	มอบหมายงานให้นักศึกษาวางแผนรณรงค์การ โฆษณาและนำเสนอเชิงประจักษ์	-ลงมือปฏิบัติ -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน -นำเสนอผลงาน	-สื่อต่างๆ -Power Point - Internet -นำเสนอ ผลงานหน้า ชั้นเรียน	อ.ภาวดี ฟังสำราญ	
๑๖		สอบปลายภาค					

แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรม ที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ ที่ ประเมิน	สัดส่วนของ การ ประเมินผล
๑	๑. คะแนนระหว่างภาค	- กิจกรรมรายงานเดี่ยว รายงานกลุ่ม แบบฝึกหัด	๒ - ๑๕	๔๐%
๒	๑. คะแนนสอบ	- คะแนนสอบกลางภาค - คะแนนสอบปลายภาค	๘ ๑๖	๕๐%
๓	๑. พฤติกรรม ๒. จิตสาธารณะ	- การเข้าชั้นและมีส่วนร่วมในชั้นเรียน - การมีมารยาทและการปฏิบัติตาม กฎระเบียบของมหาวิทยาลัย - ส่งงานภายในระยะเวลาที่กำหนด	๑ - ๑๕	๑๐%
		รวม		๑๐๐%

หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

- เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารงานโฆษณา.มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- เสรี วังษ์มณฑา.(๒๕๔๐).การโฆษณาเชิงปฏิบัติ.ดวงกมล สมัย จำกัด.กรุงเทพฯ.
- วิมลพรรณ อาภาเวท.(๒๕๕๓).หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์.โอ.เอส. พรินติ้ง เฮ้าส์.
กรุงเทพฯ.

๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

- Positioning Magazine
- นิตยสาร Marketer
- เนชั่นส์สุดสัปดาห์

๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- พิชัย ศิริจันทร์พันธ์ สุดยอดแคมเปญโฆษณาโดนใจ 2543-2548
- www.google.com
- www.tu.ac.th
- www.chula.ac.th

- <http://www.positioningmag.com/>
- <http://www.marketeer.co.th/>
- <http://www.nbtc.go.th/wps/portal/NTC/OffNTC>
- เว็บไซต์ของหน่วยงาน/องค์กรและภาคเอกชน

หมวด ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ที่จัดทำโดยนักศึกษาได้จัดกิจกรรมในการนำเสนอแนวคิด และความเห็นจากนักศึกษา ดังนี้

- การร่วมอภิปรายระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การสังเกตการณ์พฤติกรรมของผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา

๒. กลยุทธ์ประเมินการสอน

ในการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินการสอน มีกลยุทธ์ ดังนี้

- แบบประเมินการสอนด้วยตนเอง
- ผลการเรียนของนักศึกษา
- การสัมภาษณ์นักศึกษา

๓. กลไกการปรับปรุงการสอน

- ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์ และวิธีสอนจากผลการประเมินรายวิชา
- ประชุมผู้สอน เพื่อหารือปัญหาการเรียนรู้อุปสรรคของนักศึกษา และหาแนวทางแก้ไขในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน

๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษารายวิชา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อ ตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในวิชาได้จากการสอบถามนักศึกษา หรือการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผลการทดสอบย่อย การตั้งคณะกรรมการในสาขาตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้อุปสรรคของนักศึกษา โดยตรวจข้อสอบ รายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม

๕. การดำเนินการทบทวน และการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา


จัดให้มีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษาคณะกรรมการประเมินของหลักสูตร/ภาควิชา การรายงานรายวิชาหลังการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา การทบทวนเนื้อหาที่สอน กลยุทธ์การสอน ปรับปรุงรายวิชาทุกปี เปลี่ยนสลับผู้สอนหรือสอนเป็นทีม

จัดทำโดย..... 

(อาจารย์ภารดี พึ่งสำราญ)

ผู้สอนรายวิชาการวางแผนรณรงค์เพื่อการโฆษณา

วันที่ 16 กรกฎาคม 2557

อนุมัติโดย..... 

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเจิญ คังคะศรี)

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

วันที่ 17 กรกฎาคม 2557