

รายงานผลการดำเนินการของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา

คณะนิเทศศาสตร์

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 8133003 : การวางแผนรณรงค์เพื่อการโฆษณา

2. รายวิชาที่ต้องเรียนก่อนรายวิชานี้

ไม่มี

3. อาจารย์ผู้รับผิดชอบ อาจารย์ผู้สอนและกลุ่มเรียน (Section)

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อาจารย์ภารดี พึ่งสำราญ

4. ภาคการศึกษา/ปีการศึกษาที่เปิดสอนรายวิชา

ภาคเรียนที่ 1/2557 ชั้นปีที่ 3

5. สถานที่เรียน

อาคารดนตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

หมวดที่ 2 การจัดการเรียนการสอนที่เปรียบเทียบกับแผนการสอน

1. รายงานชั่วโมงการสอนจริงเทียบกับแผนการสอน

หัวข้อ	จำนวนชั่วโมงตามแผนการสอน	จำนวนชั่วโมงที่ได้สอนจริง	ระบุสาเหตุที่การสอนจริงต่างจากแผนการสอนหากมีความแตกต่างเกิน 25%
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการรณรงค์โฆษณา (Advertising Campaign) -ความหมาย แนวคิด และหลักพิจารณาที่จะใช้สำหรับการตั้งประเด็นการรณรงค์การโฆษณา ตลอดจนปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง	๔	๔	
กระบวนการวางแผนรณรงค์การโฆษณา -วิเคราะห์สถานการณ์สภาพแวดล้อมทั่วไป -การวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน	๔	๘	มอบหมายให้นักศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์ SWOT BRAND ผลิตภัณฑ์

หัวข้อ	จำนวนชั่วโมง ตามแผนการสอน	จำนวนชั่วโมง ที่ได้สอนจริง	ระบุสาเหตุที่การสอนจริงต่างจาก แผนการสอนหากมีความแตกต่าง เกิน 25%
ยุทธวิธีการวิจัยและประเมินผลทางการ รณรงค์โฆษณา -ความสำคัญของการวิจัยเพื่อการบริหารงาน โฆษณา -การใช้งานวิจัยเป็นข้อมูลการวางแผนการ โฆษณา -การใช้งานวิจัยในการประเมินผลการโฆษณา	๔	๔	
ข้อมูลสำหรับการวางแผนรณรงค์การ โฆษณา -ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ -ข้อมูลกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย -ข้อมูลทางการตลาด	๔	๘	เพิ่มทักษะการวิเคราะห์ campaign สินค้า ตามสภาพแวดล้อมที่อาจ เปลี่ยนแปลง ซึ่งไม่อาจคาดการณ์ได้
การวางแผนการรณรงค์โฆษณา -ลักษณะของแผนการรณรงค์การโฆษณา -การกำหนดแผนการรณรงค์การโฆษณา -การกำหนดวัตถุประสงค์ของแผนการรณรงค์ การโฆษณา	๔	๘	ทดลองให้นักศึกษากำหนด วัตถุประสงค์ของแผนการรณรงค์ การโฆษณา ฉบับย่อ
ขั้นตอนการวางแผนการรณรงค์การโฆษณา -วัตถุประสงค์ในการโฆษณา -กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย -การวางตำแหน่งสินค้า -การกำหนดแนวคิดในการโฆษณา -การกำหนดกลยุทธ์ในการสร้างสรรค์โฆษณา -การวางแผนสื่อโฆษณา	๑๒	๘	กิจกรรมของทางมหาวิทยาลัย ผู้สอนจึงต้องรวบรัดบทเรียนให้มี ความกระชับมากยิ่งขึ้น
การกำหนดกลยุทธ์ในการสร้างสรรค์โฆษณา (ต่อ) -รูปแบบวิธีการนำเสนอ -ลีลาบรรยากาศที่แสดงออกของการโฆษณา -จุดกระตุ้นความรู้สึก	๔	๔	

หัวข้อ	จำนวนชั่วโมง ตามแผนการสอน	จำนวนชั่วโมง ที่ได้สอนจริง	ระบุสาเหตุที่การสอนจริงต่างจาก แผนการสอนหากมีความแตกต่าง เกิน 25%
-จุดสนับสนุนการขาย			
การวางแผนสื่อโฆษณา (ต่อ) -การวิเคราะห์การโฆษณาของคู่แข่งชั้น -ลักษณะของสินค้าบริการ -การกำหนดวัตถุประสงค์ในการวางแผนสื่อ โฆษณา -การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย -กลยุทธ์การใช้สื่อโฆษณา -ประสิทธิภาพของการใช้งบประมาณในสื่อแต่ละประเภท	๔	๔	
การประเมินผลรณรงค์การโฆษณา -วัตถุประสงค์ของการประเมินผลรณรงค์การ โฆษณา -เทคนิคการประเมินผลรณรงค์การโฆษณา	๔	๔	
ฝึกปฏิบัติการวางแผนรณรงค์การโฆษณา พร้อมนำเสนอ	๘	๘	

2. หัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน

หัวข้อที่ทำการสอนไม่ ครอบคลุมหรือไม่ได้สอน (ถ้ามี)	ผลต่อผลการเรียนรู้ของรายวิชานี้	วิธีแก้ไข
ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

(ระบุหัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน และพิจารณานัยสำคัญของหัวข้อต่อผลการเรียนรู้ของ
รายวิชาและหลักสูตร ในกรณีที่มีนัยสำคัญให้เสนอแนวทางชดเชย)

3. ประสิทธิภาพของวิธีสอนที่ทำให้เกิดผลการเรียนรู้ตามที่ระบุในรายละเอียดของรายวิชา

มาตรฐานผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอนที่ระบุในรายละเอียดของรายวิชา	ประสิทธิภาพ		อุปสรรคของการใช้กลยุทธ์พร้อมข้อเสนอแนะในการลดอุปสรรค
		มี	ไม่มี	
ระดับดี ถึง ปานกลาง	ให้นักศึกษาฝึกทักษะการคิด และการวิเคราะห์ SWOT และ campaign สินค้าที่เน้นการประยุกต์เข้ากับงานนิเทศศาสตร์ในวงการโฆษณาในปัจจุบัน พร้อมส่งและแก้ไขให้คำแนะนำภายในชั่วโมง	/		เนื่องจากภาคเรียนที่ผ่านมา มีกิจกรรมของทางมหาวิทยาลัยค่อนข้างมาก ผู้สอนจึงต้องรวบรัดบทเรียนให้มีความกระชับมากยิ่งขึ้น

4. ข้อเสนอการดำเนินการเพื่อปรับปรุงวิธีสอน

ไม่มี

หมวดที่ 3 สรุปผลการจัดการเรียนการสอนของรายวิชา

1. จำนวนนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียน (ณ วันหมดกำหนดการเพิ่มถอน)

7 คน

2. จำนวนนักศึกษาที่คงอยู่เมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษา

7 คน

3.จำนวนนักศึกษาที่ถอน (W)

-

A	2	28.57
B ⁺	0	00.00
B	1	14.29
C ⁺	2	28.57
C	0	00.00
D ⁺	0	00.00
D	2	28.57
F	0	00.00
ไม่สมบูรณ์ (I)	-	-
ผ่าน (P)	-	-

ไม่ผ่าน (NP)	-	-
ถอน (W)	0	0

4. การกระจายของระดับคะแนน (เกรด)

5. ปัจจัยที่ทำให้ระดับคะแนนผิดปกติ

ปัจจัย	ความคลาดเคลื่อน	เหตุผล
ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

6. ความคลาดเคลื่อนจากแผนการประเมินที่กำหนดไว้ในรายละเอียดรายวิชา

6.1 ความคลาดเคลื่อนด้านกำหนดการประเมิน

ความคลาดเคลื่อน	เหตุผล
ไม่มี	

6.2 ความคลาดเคลื่อนด้านวิธีการประเมินผลการเรียนรู้

ความคลาดเคลื่อน	เหตุผล
ความกลัว การที่ต้องเผชิญหน้าส่งงานกับผู้สอน ณ เวลานั้น	นักศึกษาบางคนกลัวการนำเสนอ ทำให้ขาดความมั่นใจในการมาเรียนและนำเสนอผลงานภายในชั้นเรียน ในแต่ละครั้งของการเก็บคะแนน

7. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

วิธีการทวนสอบ	สรุปผล
ไม่มี	ไม่มี

(ระบุความคลาดเคลื่อนจากแผนการประเมินผลการเรียนรู้ที่กำหนดไว้ใน มคอ.3 หมวด 5 ข้อ 2)

หมวดที่ 4 ปัญหา และผลกระทบต่อกระทำการดำเนินการ

ประเด็น	อุปสรรค	ผลกระทบต่อการเรียนรู้
กิจกรรมของทางมหาวิทยาลัย	กระทบต่อเวลาเรียน	นักศึกษามีเวลาเรียนไม่พอ ทำให้บางครั้งผู้สอนต้องสั่งเป็นการบ้านและรวบรัดกระชับบทเรียนให้มากยิ่งขึ้น

หมวดที่ 5 การประเมินรายวิชา

1. ผลการประเมินรายวิชาโดยนักศึกษา (แนบเอกสาร)

1.1 ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยนักศึกษา

ผลการประเมินออนไลน์.

1.2 ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อข้อวิพากษ์ตามข้อ 1.1

-ไม่มี-

2. ผลการประเมินรายวิชาโดยวิธีอื่น

2.1 ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยวิธีอื่น

ไม่มี

2.2 ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อข้อวิพากษ์ตามข้อ 2.1

ไม่มี

หมวดที่ 6 แผนการปรับปรุง

1. ความก้าวหน้าของการปรับปรุงการเรียนการสอนตามที่เสนอในรายงานของรายวิชาครั้งที่ผ่านมา

แผนการปรับปรุงของภาคเรียน/ปีการศึกษาที่ผ่านมา	ผลการดำเนินการ
ปรับเนื้อหาให้ทันสมัยและทันต่อ เทคนิค วิธีการของวงการ โฆษณา ตลอดจนปรับเนื้อหาให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น	จะดำเนินการทุกๆครั้งในการจัดทำแผนการสอน

(ระบุแผนการปรับปรุงที่เสนอในภาคการศึกษา/ปีการศึกษาที่ผ่านมาและอธิบายผลการดำเนินการตามแผนถ้าไม่ได้ดำเนินการหรือไม่เสร็จสมบูรณ์ให้ระบุเหตุผล)

2. การดำเนินการอื่นๆ ในการปรับปรุงรายวิชา

ไม่มี


3. ข้อเสนอแผนการปรับปรุงสำหรับภาคการศึกษา/ปีการศึกษาต่อไป

กิจกรรมที่ต้องการ	วันสิ้นสุดกิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ
โครงการศึกษาดูงานสินค้าที่ประสบความสำเร็จ ในด้านการวางแผน campaign สินค้าบริการ	ภายในภาคการศึกษา	ผู้สอนในรายวิชาดังกล่าว

4. ข้อเสนอแนะของอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาต่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ไม่มี

ชื่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา



(อาจารย์ภารตี พิงสำราญ)

วันที่รายงาน 3/ม.ค. /58

ชื่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร



(อาจารย์วิษเนศวร ทะกอง)

ประธานหลักสูตร

วันที่รับรายงาน 4 /ม.ค. /58