



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 การสร้างสรรค์และการผลิตงานโฆษณา
(Advertising Creativity and Production)
- จำนวนหน่วยกิต : 3 หน่วยกิต 3(2-2-5)
- หลักสูตรและประเภทของรายวิชา:
เป็นรายวิชาในหมวดวิชาเอกบังคับ กลุ่มวิชาการโฆษณา
- อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน:
อาจารย์กาญจนา สมพิน
สถานที่ติดต่อ : ห้องพักอาจารย์ คณะนิเทศศาสตร์ โทร.098-3299733
- ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน : ภาคการศึกษา 1/2557 ชั้นปีที่ 3 SEC 1
- รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) : ไม่มี
- รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน (Co-requisites) : ไม่มี
- สถานที่เรียน : อาคารบรรณรักษ์ฯ ห้อง 1145 มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
- วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด : 23 กรกฎาคม 2558

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

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

ความเข้าใจและสามารถอธิบายพฤติกรรมของมนุษย์ที่มีต่อการโฆษณาได้ และเพื่อให้นักศึกษาเกิดความตระหนักในวิชาชีพการโฆษณาต่อการรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม เมื่อสำเร็จการศึกษา

หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาการกำหนดกลยุทธ์ กระบวนการสร้างสรรค์ และการถ่ายทอดสู่ชิ้นงานโฆษณา เพื่อให้ได้ภาพและ/หรือข้อความโฆษณาสำหรับสื่อประเภทต่างๆ ศึกษาเปรียบเทียบถึงความแตกต่างของกลยุทธ์การสร้างสรรคสื่อแต่ละประเภท ปฏิบัติการสร้างสรรคและผลิตชิ้นงานโฆษณา

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา:

บรรยาย 30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

ฝึกปฏิบัติการ 30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

ศึกษาด้วยตนเอง 75 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษาเฉพาะราย

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

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

หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

วิชา การสร้างสรรค์และการผลิตงานโฆษณา มีการกำหนดมาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม (Ethics and Moral)

ความรับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
○	1.1 มีความรู้ ความเข้าใจในหลักจรรยาบรรณวิชาชีพ
○	1.2 ปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพ
○	1.3 มีวินัย ตรงต่อเวลา ซื่อสัตย์ และรับผิดชอบต่อตนเองวิชาชีพและสังคม
○	1.4 เคารพสิทธิมนุษยชนและยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น
○	1.5 ยึดฐานความคิดทางศีลธรรมทั้งในเรื่องส่วนตัวและสังคม มีจิตสาธารณะ
○	1.6 เคารพกฎระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ ขององค์กรและสังคม

วิธีการสอนที่จะพัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

บรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาเกี่ยวกับประเด็นทางด้านคุณธรรม จริยธรรมในการทำหน้าที่ของนักโฆษณาที่ดี การนำเสนอสื่อโฆษณาโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวม รวมไปถึงการให้ความสำคัญของการมีวินัย การตรงต่อเวลา การส่งงานตามกำหนดและความซื่อสัตย์ในการทำกิจกรรมหรืองานที่ผู้สอนได้มอบหมาย และมีการมอบหมายงานกลุ่มเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและเคารพสิทธิของผู้อื่น

วิธีการประเมินผล

สังเกตจากพฤติกรรมการแสดงออก ด้านคุณธรรม จริยธรรม กริยามารยาท การพูดจา การเข้าเรียน การทำงานร่วมกันเป็นทีม รวมไปถึงการส่งงานที่ได้รับมอบหมายตามเวลาที่กำหนด มีการอ้างอิงเอกสารหรือแหล่งข้อมูลต่างๆ อย่างถูกต้องและเหมาะสมตามหลักจรรยาบรรณ และประเมินผลงานที่รับมอบหมาย

2. ด้านความรู้ (Knowledge)

ความ รับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
•	2.1 มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชา นิเทศศาสตร์
•	2.2 สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชา นิเทศศาสตร์กับความรู้ในศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
•	2.3 สามารถใช้ความรู้และทักษะในสาขาวิชา นิเทศศาสตร์ในการประยุกต์แก้ไขปัญหาในงานจริงได้
○	2.4 มีความรู้และทักษะของการวิจัยทางด้านนิเทศศาสตร์
•	2.5 มีประสบการณ์ทางการฝึกปฏิบัติงานทางด้านนิเทศศาสตร์

วิธีการสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

บรรยาย อภิปราย ใช้สื่อประกอบการสอน คือ Power Point , ตัวอย่างงานโฆษณา และวีดิทัศน์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาในการสร้างสรรค์และการผลิตงานโฆษณา ให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด และได้ฝึกปฏิบัติการใช้อุปกรณ์เครื่องมือและฝึกปฏิบัติผลิตงานโฆษณาตามโจทย์ที่กำหนดให้

วิธีการประเมินผล

แฟ้มสะสมงาน แบบฝึกหัด นำเสนอข้อมูลจากการค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องในชั้นเรียน วิเคราะห์กรณีศึกษาทั้งงานเดี่ยวและงานกลุ่ม การนำเสนอรายงานภาคปฏิบัติ และการสอบปลายภาค

3. ด้านทักษะทางปัญญา (Cognitive Skills)

ความ รับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
•	3.1 สามารถคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ โดยการใช้องค์ความรู้ทางวิชา นิเทศศาสตร์และวิชาชีพที่เกี่ยวข้องโดยใช้ประสบการณ์เป็นฐานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพทางด้านงานนิเทศศาสตร์

•	3.2 ใช้ปัญญาสร้างสรรค์องค์ความรู้ด้านการสื่อสารที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาตนเอง สังคมและส่วนรวม
•	3.3 สามารถเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงความรู้ทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและประสบการณ์ในภาคปฏิบัติจริง

วิธีการสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะปัญญา

ฝึกตอบปัญหาและแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน การอภิปรายกลุ่ม วิเคราะห์กรณีศึกษาจากงานโฆษณาถึงกระบวนการผลิต เทคนิคการสร้างสรรค์ชิ้นงานโฆษณา เพื่อสื่อสารกับผู้รับสารให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ และมอบหมายให้นักศึกษาสร้างสรรค์และการผลิตงานโฆษณา

วิธีการประเมินผล

ประเมินจาก งานภาคปฏิบัติ คือ การสร้างสรรค์และการผลิตงานโฆษณาตามโจทย์ที่ได้กำหนดให้ และสอบปลายภาคโดยเน้นข้อสอบที่นำความรู้ที่ได้จากทฤษฎีมาใช้ในการผลิตงานโฆษณา และวิเคราะห์สถานการณ์เพื่อมาวางแผนการสร้างสรรค์และการผลิตงานโฆษณา

4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ (Interpersonal Skills and Responsibility)

ความรับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
•	4.1 สามารถสื่อสารระหว่างบุคคลและกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ
•	4.2 มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย ทั้งรายงานรายบุคคลและงานกลุ่ม
•	4.3 มีความรับผิดชอบการพัฒนาการเรียนรู้ทั้งของตนเองและทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง
•	4.4 สามารถปรับตัวและทำงานร่วมกับผู้อื่นทั้งในฐานะผู้นำและสมาชิกกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ
○	4.5 สามารถใช้ความรู้ในศาสตร์มาชี้นำสังคมในประเด็นที่เหมาะสม
•	4.6 วางตัวและแสดงความคิดเห็นได้อย่างเหมาะสมกับบทบาท หน้าที่ และสำนึกความรับผิดชอบ

วิธีการสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

การแบ่งกลุ่มอภิปรายกรณีศึกษาตัวอย่างการสร้างสรรค์และการผลิตงานโฆษณาประเภทต่างๆ แล้วร่วมกันวิเคราะห์พร้อมก็นำเสนอผลงาน รวมไปถึงการมอบหมายงานภาคปฏิบัติ ซึ่งเป็นงานกลุ่ม เพื่อแบ่งหน้าที่การทำงานในแต่ละฝ่ายในการระดมความคิดเพื่อผลิตงานโฆษณา พร้อมนำเสนอผลงานต่อผู้สอน

วิธีการประเมินผล

ใช้วิธีการสังเกตจากพฤติกรรมการทำงานร่วมกัน และสัมภาษณ์สมาชิกที่ทำงานด้วยกัน

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

ความ รับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
•	5.1 สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งทางวาจาและการเขียน พร้อมทั้งเลือกใช้รูปแบบของสื่อการนำเสนอได้อย่างเหมาะสม
•	5.2 สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสมกับงานนิเทศศาสตร์
•	5.3 เลือกใช้สถิติพื้นฐานเพื่อการวิเคราะห์และตัดสินใจ วางแผนการวิจัยสื่อสารอย่างเป็นระบบ
•	5.4 แนะนำประเด็นการแก้ไขปัญหาโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทางนิเทศศาสตร์ต่อปัญหาที่เกี่ยวข้องอย่างสร้างสรรค์

วิธีการสอนที่ใช้การพัฒนาจากการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

การสอนวิธีการใช้เครื่องมืออุปกรณ์ในการสร้างสรรค์และการผลิตงานโฆษณา การมอบหมายงานด้วยการสืบค้นข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ จาก Website และสื่อการสอน ใช้ Power point โปรแกรมตัดต่องานโฆษณา และการนำเสนอผลงานโดยใช้รูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม

วิธีการประเมินผล

วัดผลจากงานที่ปฏิบัติและการนำเสนอผลงานที่เชื่อมโยงกับผลการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และ การใช้เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการสร้างสรรค์และการผลิตงานโฆษณา

หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1.แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ / รายละเอียดการสอน	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการสอน/สื่อการเรียนรู้	ชื่อผู้สอน
1	บทที่ 1 แนวคิดในการสร้างสรรค์และการผลิตงานโฆษณา - ความหมาย ความสำคัญ ของการสร้างสรรค์สิ่งโฆษณา - กระบวนการและอุปสรรคการสร้างความคิดในการสร้างสรรค์สิ่งโฆษณา - คุณสมบัติของผู้สร้างสรรค์ ลักษณะงานและแนวทางการสร้างสรรค์สิ่งโฆษณา	4	- การประเมินความรู้อ่อนเรียน - อินเทอร์เน็ต - การบรรยาย การซักถาม - เอกสารการสอน - PowerPoint - ร่วมอภิปราย - สรุปสาระสำคัญจากบทเรียน - ตัวอย่างของจริง - บทความ สื่อมวลชน - แบบฝึกหัดชุดที่ 1	อ.กาญจนา สมพันธ์
2	บทที่ 2 กระบวนการสร้างสรรค์และผลิตสิ่งโฆษณา - กระบวนการโฆษณาและข้อมูลที่ใช้ในการสร้างสรรค์และผลิตสิ่งโฆษณา - การวิเคราะห์ข้อมูล การสร้างสรรค์ และการทดสอบสิ่งโฆษณาก่อนการผลิต - การผลิตและการประเมินประสิทธิภาพสิ่งโฆษณา	4	- อินเทอร์เน็ต - การบรรยาย การซักถาม - เอกสารการสอน - PowerPoint - ร่วมอภิปราย - สรุปสาระสำคัญจากบทเรียน - ตัวอย่างของจริง - บทความ สื่อมวลชน - แบบฝึกหัดชุดที่ 2	อ.กาญจนา สมพันธ์
3	บทที่ 3 การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ - ความหมายและแนวคิดทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ - การจำแนกประเภทของผลิตภัณฑ์ - กลยุทธ์ทางการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ - การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่	4	- อินเทอร์เน็ต - การบรรยาย การซักถาม - เอกสารการสอน - PowerPoint - ร่วมอภิปราย - สรุปสาระสำคัญจากบทเรียน - ตัวอย่างของจริง - บทความ สื่อมวลชน - แบบฝึกหัดชุดที่ 3	อ.กาญจนา สมพันธ์
4	บทที่ 4 การวิเคราะห์ผู้บริโภค - การวิเคราะห์อิทธิพลภายนอกต่อผู้บริโภค	4	- อินเทอร์เน็ต - การบรรยาย การซักถาม	อ.กาญจนา สมพันธ์

ลำดับที่	หัวข้อ / รายละเอียดการสอน	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการสอน/สื่อการเรียนรู้	ชื่อผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - การวิเคราะห์อิทธิพลภายในต่อผู้บริโภค - การวิเคราะห์อิทธิพลของสื่อโฆษณาต่อผู้บริโภค 		<ul style="list-style-type: none"> - เอกสารการสอน - PowerPoint - ร่วมอภิปราย - สรุปสาระสำคัญจากบทเรียน - บทความ สื่อมวลชน - แบบฝึกหัดชุดที่ 4 	
5-6	บทที่ 5 การใช้ภาษาเพื่อการโฆษณา <ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะของภาษาที่ใช้ในการโฆษณา - สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการใช้ภาษาเพื่อการโฆษณา - ภาษาที่ใช้การโฆษณาตามสื่อมวลชนต่างๆ - ข้อควรคำนึงในการใช้ภาษาเพื่อการโฆษณา 	8	<ul style="list-style-type: none"> - อินเทอร์เน็ต - การบรรยาย การซักถาม - เอกสารการสอน - PowerPoint - ร่วมอภิปราย - สรุปสาระสำคัญจากบทเรียน - บทความ สื่อมวลชน - ตัวอย่างการใช้ภาษา - การโฆษณาผลิตภัณฑ์และสื่อ - ฝึกปฏิบัติการ - แบบฝึกหัดชุดที่ 5 	อ.กาญจนา สมพันธ์
7	บทที่ 6 การเขียนบทโฆษณา <ul style="list-style-type: none"> - การสร้างสรรค์บทโฆษณา - หน้าที่และรูปแบบของบทโฆษณา - การเขียนบทโฆษณาตามสื่อต่างๆ 	4	<ul style="list-style-type: none"> - อินเทอร์เน็ต - การบรรยาย การซักถาม - เอกสารการสอน - PowerPoint - ร่วมอภิปราย - สรุปสาระสำคัญจากบทเรียน - บทความ สื่อมวลชน - ตัวอย่างบทโฆษณา - ฝึกปฏิบัติการ - แบบฝึกหัดชุดที่ 6 	อ.กาญจนา สมพันธ์
8	สอบกลางภาค			
9-10	บทที่ 7 การออกแบบโฆษณา <ul style="list-style-type: none"> - แนวคิดการออกแบบสิ่งโฆษณา - เครื่องมือและเทคนิคในการเลย์เอาท์ - ขั้นตอนและชนิดของการเลย์เอาท์ในงานโฆษณา 	8	<ul style="list-style-type: none"> - อินเทอร์เน็ต - การบรรยาย การซักถาม - เอกสารการสอน - PowerPoint 	อ.กาญจนา สมพันธ์

ลำดับที่	หัวข้อ / รายละเอียดการสอน	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการสอน/สื่อการเรียนรู้	ชื่อผู้สอน
	- เทคนิคการออกแบบสิ่งโฆษณา		- ร่วมอภิปราย - สรุปสาระสำคัญจากบทเรียน - ตัวอย่างการออกแบบโฆษณา - ฝึกปฏิบัติการ - แบบฝึกหัดชุดที่ 7	
11	บทที่ 8 การวิเคราะห์สิ่งโฆษณา - ความหมาย วัตถุประสงค์และความสำคัญของการวิเคราะห์สิ่งโฆษณา - สิ่งที่ต้องพิจารณาในการวิเคราะห์สิ่งโฆษณา - กระบวนการของการวิเคราะห์สิ่งโฆษณา	4	- อินเทอร์เน็ต - การบรรยาย การซักถาม - เอกสารการสอน - PowerPoint - ร่วมอภิปราย - สรุปสาระสำคัญจากบทเรียน - แบบฝึกหัดชุดที่ 8	อ.กาญจนา สมพันธ์
12	บทที่ 9 การผลิตสิ่งโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ - ลักษณะการผลิตสิ่งโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ - ขั้นตอนการผลิตสิ่งโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ - เทคนิคพิเศษต่างๆ ในการผลิตสิ่งโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์	4	- อินเทอร์เน็ต - วิดีโอการผลิตฯ - การบรรยาย การซักถาม - เอกสารการสอน - PowerPoint - ร่วมอภิปราย - สรุปสาระสำคัญจากบทเรียน - แบบฝึกหัดชุดที่ 9	อ.กาญจนา สมพันธ์
13	บทที่ 10 การผลิตสิ่งโฆษณาทางสื่อวิทยุกระจายเสียง - ความหมาย วัตถุประสงค์ และปัจจัยในการผลิตสิ่งโฆษณาทางสื่อวิทยุกระจายเสียง - เทคนิคในการผลิตการผลิตสิ่งโฆษณาทางสื่อวิทยุกระจายเสียง	4	- อินเทอร์เน็ต - วิดีโอการผลิตฯ - การบรรยาย การซักถาม - เอกสารการสอน - PowerPoint - ร่วมอภิปราย - สรุปสาระสำคัญจากบทเรียน - แบบฝึกหัดชุดที่ 10	อ.กาญจนา สมพันธ์
14	บทที่ 11 การผลิตสิ่งโฆษณาทางสื่อประเภทแพรรูปภาพ - กระบวนการผลิตภาพยนตร์ในการโฆษณา - องค์ประกอบสำคัญในการผลิตภาพยนตร์โฆษณา	4	- อินเทอร์เน็ต - วิดีโอการผลิตฯ - การบรรยาย การซักถาม - เอกสารการสอน - PowerPoint	อ.กาญจนา สมพันธ์

ลำดับที่	หัวข้อ / รายละเอียดการสอน	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการสอน/สื่อการเรียนรู้	ชื่อผู้สอน
	- การใช้เทคนิคพิเศษในการผลิตภาพยนตร์ การโฆษณา		- ร่วมอภิปราย - สรุปสาระสำคัญจากบทเรียน	
15	บทที่ 12 สิ่งโฆษณาประเภทอื่น - รูปแบบสิ่งโฆษณาประเภทอื่น - การผลิตและการใช้สิ่งโฆษณาประเภทอื่น	4	- อินเทอร์เน็ต - การบรรยาย การซักถาม - เอกสารการสอน - PowerPoint - สรุปสาระสำคัญจากบทเรียน	อ.กาญจนา สมพันธ์
16	สอบปลายภาค			

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

ผลการเรียนรู้ตาม TQF	วิธีการประเมินผล	ลำดับที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
2.2 2.3 2.5 3.2 3.3 5.1 5.2 5.3 5.4	- แบบฝึกหัด - ฝึกปฏิบัติการ (งานเดี่ยว) - ฝึกปฏิบัติการและผลิตงานโฆษณา (งานกลุ่ม)	1-15	40%
4.1 4.2 4.3 4.4 4.6	- การเข้าชั้นเรียนอย่างสม่ำเสมอ / ความรับผิดชอบ / ตรงต่อเวลา / การมีส่วนร่วมในกิจกรรม / มารยาททางสังคม / การแต่งกายที่ถูกต้องเหมาะสม	1-15	10%
2.1 3.1	สอบกลางภาค	8	20%
2.1 3.1	สอบปลายภาค	16	30%
รวม			100 %

หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. ตำราและเอกสารหลักที่ใช้ในการเรียนการสอน

1.1 ตำราที่ใช้ในการเรียนการสอน

สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. เอกสารการสอนชุดวิชาการสร้างสรรค์และการผลิตสิ่งโฆษณาหน่วยที่

1-8. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2534.

สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. เอกสารการสอนชุดวิชาการสร้างสรรค์และการผลิตสิ่งโฆษณาหน่วยที่

9-15. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2534.

1.2 เอกสารอื่นๆ

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

กัลยา จยุติรัตน์. (2550). หลักการสื่อสารการตลาด . กรุงเทพฯ : บริษัท ออลบู๊คส์พับลิชชิ่ง จำกัด.

ชูชัย สมบัติไกร. (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.

ปรเมศ สตะเวทิน. (2541). เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร (หน่วยที่ 1).

(พิมพ์ครั้งที่ 15). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

ประภาศรี อมรสิน. (2539). หลักการตลาด . (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์บพิชการพิมพ์.

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

พิบูล ทีปะปาล. (2545). การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย. กรุงเทพฯ : มิตรสัมพันธ์กราฟฟิค.

วิมลพรรณ อาภาเวท. (2553). หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ:

โอ.เอส.พรินติ้ง เฮ้าส์.

วิเชียร วิทยอดม. (2555). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัท ธนัชการพิมพ์ จำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: บริษัท วิสิทธิพัฒนา จำกัด.

_____. (2539). พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์วิสิทธิโฆษณา.

ศุดาพร กุณฑลบุตร. (2552). หลักการตลาดสมัยใหม่ . กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬามหาวิทยาลัย.

สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. เอกสารการสอนชุดวิชาการสร้างสรรค์งานโฆษณา.

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

สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. เอกสารการสอนชุดวิชาการสร้างสรรค์งานโฆษณา.

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

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

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

_____. (2546). **หลักการโฆษณา**. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

Armstrong, Gary and Philip Kotler. (2003). **Marketing and Introduction**. 6th 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**. 10th 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**. 12th ed. Boston : McGraw-Hill, Inc.

Loudon, D. L. & Della Bitta, A. J. (1993). **Consumer behavior: Concepts and application**. 4th 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.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 มีการประชุมผู้สอนเพื่อหารือปัญหาการเรียนรู้ของนักศึกษาและหาแนวทางแก้ไข

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา:

คณะนิเทศศาสตร์กำหนดให้มีการสอบถามนักศึกษา หรือตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาถึงผลการทำข้อสอบ และความเหมาะสมของการให้คะแนนทั้งคะแนนดิบและระดับคะแนน มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้ทุกภาคการศึกษาโดยการตรวจข้อสอบ รายงาน วิธีการสอนและการให้คะแนนแก่นักศึกษา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา:


คณะนิเทศศาสตร์จัดให้มีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษา คณะกรรมการประเมินของหลักสูตร/ภาควิชา การรายงานรายวิชาหลังการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา การทบทวนเนื้อหาที่สอน กลยุทธ์การสอน และเสนอแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาวิชาเสนอต่อประธานหลักสูตรหรือหัวหน้าภาค เสนอต่อกรรมการประจำคณะพิจารณาให้ความคิดเห็นและสรุปเพื่อวางแผนปรับปรุงในปีการศึกษาต่อไป

จัดทำโดย 

(อาจารย์ภาัญญา สมพิน)

ผู้สอนรายวิชาการสร้างสรรค์และการผลิตงานโฆษณา

วันที่ 23 กรกฎาคม 2558

อนุมัติโดย 

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี)

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

วันที่ 23 / ก.ค. / 2558