

## รายงานผลการดำเนินการของรายวิชา

## ชื่อสถาบันอุดมศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

## วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา

วิทยาเขตจันทบุรี คณะนิเทศศาสตร์ ภาควิชาการสื่อสารมวลชน (การโฆษณา)

## หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

## 1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 8133003 ชื่อวิชา การวางแผนรณรงค์เพื่อการโฆษณา (Camping for Advertising)

## 2. รายวิชาที่ต้องเรียนก่อนรายวิชานี้

ไม่มี

## 3. อาจารย์ผู้รับผิดชอบ อาจารย์ผู้สอนและกลุ่มเรียน (Section)

อาจารย์ทอมมี เจนเสน / นักศึกษาภาคปฏิบัติ โปรแกรมวิชา การโฆษณา กลุ่ม 1 ชั้นปีที่ 3

## 4. ภาคการศึกษา/ปีการศึกษาที่เปิดสอนรายวิชา

1/2558

## 5. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

## หมวดที่ 2 การจัดการเรียนการสอนที่เปรียบเทียบกับแผนการสอน

## 1. รายงานชั่วโมงการสอนจริงเทียบกับแผนการสอน

หัวข้อ	จำนวนชั่วโมงตามแผนการสอน	จำนวนชั่วโมงที่ได้สอนจริง	ระบุสาเหตุที่การสอนจริงต่างจากแผนการสอนหากมีความแตกต่างเกิน 25%
บทที่ 1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการรณรงค์โฆษณา (Advertising Campaign) -ความหมาย แนวคิด และหลักพิจารณาที่จะใช้สำหรับการตั้งประเด็นการรณรงค์การโฆษณา ตลอดจนปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง	4	4	
บทที่ 2 กระบวนการวางแผนรณรงค์การโฆษณา -วิเคราะห์สถานการณ์สภาพแวดล้อมทั่วไป -การวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน	4	4	

หัวข้อ	จำนวนชั่วโมงตามแผนการสอน	จำนวนชั่วโมงที่ได้สอนจริง	ระบุสาเหตุที่การสอนจริงต่างจากแผนการสอนหากมีความแตกต่างเกิน 25%
<b>บทที่ 3 ยุทธวิธีการวิจัยและประเมินผลทางการณรงค์โฆษณา</b> -ความสำคัญของการวิจัยเพื่อการบริหารงานโฆษณา -การใช้งานวิจัยเป็นข้อมูลการวางแผนการโฆษณา -การใช้งานวิจัยในการประเมินผลการโฆษณา	4	4	
<b>บทที่ 4 ข้อมูลสำหรับการวางแผนการณรงค์การโฆษณา</b> -ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ -ข้อมูลกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย -ข้อมูลทางการตลาด	4	4	
<b>บทที่ 5 การวางแผนการณรงค์การโฆษณา</b> -ลักษณะของแผนการณรงค์การโฆษณา -การกำหนดแผนการณรงค์การโฆษณา -การกำหนดวัตถุประสงค์ของแผนการณรงค์การโฆษณา	4	4	
<b>บทที่ 6 ขั้นตอนการวางแผนการณรงค์การโฆษณา</b> -วัตถุประสงค์ในการโฆษณา -กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย -การวางตำแหน่งสินค้า -การกำหนดแนวคิดในการโฆษณา	12	12	
<b>บทที่ 7 การกำหนดกลยุทธ์ในการสร้างสรรค์โฆษณา</b> -รูปแบบวิธีการนำเสนอ -ลีลาบรรยากาศที่แสดงออกของการโฆษณา -จุดกระตุ้นความรู้สึก -จุดสนับสนุนการขาย	4	4	
<b>บทที่ 8 การวางแผนสื่อโฆษณา</b> -การวิเคราะห์การโฆษณาของกลุ่มแข่งขัน -ลักษณะของสินค้าบริการ -การกำหนดวัตถุประสงค์ในการวางแผนสื่อโฆษณา -การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย -กลยุทธ์การใช้สื่อโฆษณา -ประสิทธิภาพของการใช้งบประมาณในสื่อแต่ละประเภท	4	4	
<b>บทที่ 9 การประเมินผลรณรงค์การโฆษณา</b> -วัตถุประสงค์ของการประเมินผลรณรงค์การโฆษณา -เทคนิคการประเมินผลรณรงค์การโฆษณา	4	4	
<b>ฝึกปฏิบัติการวางแผนการณรงค์การโฆษณา พร้อมนำเสนอรายงานกลุ่ม</b>	12	12	

## 2. หัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน

หัวข้อที่ทำการสอนไม่ครอบคลุมหรือไม่ได้สอน (ถ้ามี)	ผลต่อผลการเรียนรู้ของรายวิชานี้	วิธีแก้ไข
ไม่มี	ไม่มี	

## 3. ประสิทธิภาพของวิธีสอนที่ทำให้เกิดผลการเรียนรู้ตามที่ระบุในรายละเอียดของรายวิชา

มาตรฐานผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอนที่ระบุในรายละเอียดของรายวิชา	ประสิทธิผล		อุปสรรคของการใช้กลยุทธ์พร้อมข้อเสนอแนะในการลดอุปสรรค
		มี	ไม่มี	
<b>1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม (Ethics and Moral)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อาจารย์ผู้สอนสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ นักวางแผนธุรกิจเพื่อการโฆษณา ในชั้นเรียน และนอกชั้นเรียนเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมของคณะและมหาวิทยาลัย</li> <li>- ให้ความสำคัญของการมีวินัย การตรงต่อเวลา การส่งงานตามกำหนด และความซื่อสัตย์ในการทำกิจกรรมหรืองานที่มอบหมาย</li> <li>- อาจารย์ผู้สอนจัดกิจกรรมและกำหนดภาระงานให้นักศึกษาทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม</li> <li>- อาจารย์ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่นักศึกษา</li> </ul>	✓		
<b>2. ด้านความรู้ (Knowledge)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดการเรียนการสอนให้ครบถ้วนตามคำอธิบายรายวิชาการวางแผนการรณรงค์เพื่อการโฆษณา โดยเน้นให้มีการบูรณาการความรู้ทางด้านนิเทศศาสตร์นำมาประยุกต์ใช้ในการวางแผนโฆษณา เพื่อเพิ่ม</li> </ul>	✓		

	<p>ทักษะทางวิชาชีพนักวางแผน โฆษณา</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดให้มีการเรียนรู้โดยใช้เหตุการณ์จริงมาประยุกต์ใช้กับภาคทฤษฎี โดยประยุกต์จากเนื้อหาในบทเรียน</li> </ul> <p>มอบหมายงานให้นักศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลอื่น เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต ข่าว ให้นักศึกษานำเนื้อหาที่ได้จากการเรียนรู้ไปใช้ให้ถูกต้อง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดบรรยายพิเศษโดยวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ด้านการวางแผนโฆษณา</li> <li>- กำหนดภาระงานในนักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติงานการวางแผนโฆษณาจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง และนำเสนอเป็นรายงาน</li> </ul>			
<p><b>3. ทักษะทางปัญญา</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้ฝึกทักษะด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการวางแผนรณรงค์เพื่อการโฆษณา</li> <li>- จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง โดยให้นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติการวางแผนรณรงค์โฆษณาจากองค์กรในสถานการณ์จริง</li> <li>- มอบหมายให้นักศึกษาจัดทำรายรายเป็นกลุ่ม เพื่อเป็นการฝึกทักษะการคิดทั้งในระดับบุคคลและกลุ่ม โดยให้นักศึกษารู้จักวางแผนในการ</li> </ul>	✓		

	ทำงานทั้งงานเดี่ยว และงานกลุ่มโดยรู้ลำดับขั้นตอนความสำคัญ และแหล่งที่มาของข้อมูล ถ่ายภาพประกอบการทำงานอธิบายในรายงาน			
<b>4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นการทำงานเป็นกลุ่มและงานที่ต้องมีการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล สืบเนื่องจากการสร้างมนุษยสัมพันธ์ โดยการให้นักศึกษาร่วมกันทำงานเป็นกลุ่มจัดโครงการวางแผนรณรงค์เพื่อการโฆษณา</li> <li>- ระหว่างบรรยายในชั้นเรียนมีสอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบต่อตนเอง ความรับผิดชอบต่อสังคม การมีมนุษยสัมพันธ์ ตลอดจนการเข้าใจวัฒนธรรมขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนรณรงค์เพื่อการโฆษณา</li> </ul>	✓		
<b>5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดการเรียนการสอนที่เน้นการฝึกทักษะในด้านการวิเคราะห์ และตัดสินใจในการวางแผนรณรงค์เพื่อการโฆษณา ได้อย่างเหมาะสม</li> <li>- จัดประสบการณ์ให้ผู้เรียนนำเสนอผลงานโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทางนิเทศศาสตร์ มาประยุกต์ใช้ในการวางแผนรณรงค์เพื่อการโฆษณา ได้สร้างสรรค์</li> </ul>	✓		

## 4. ข้อเสนอการดำเนินการเพื่อปรับปรุงวิธีสอน

ไม่มี

## หมวดที่ 3 สรุปผลการจัดการเรียนการสอนของรายวิชา

## 1. จำนวนนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียน

14 คน

## 2. จำนวนนักศึกษาที่คงอยู่เมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษา

14 คน

## 3. จำนวนนักศึกษาที่ถอน (W)

ไม่มี

## 4. การกระจายของระดับคะแนน (เกรด)

A	2
B <sup>+</sup>	3
B	1
C <sup>+</sup>	3
C	2
D <sup>+</sup>	3
D	-
F	-
ไม่สมบูรณ์ (I)	-
ผ่าน (P)	-
ไม่ผ่าน (NP)	-
ถอน (W)	-

## 5. ปัจจัยที่ทำให้ระดับคะแนนผิดปกติ

ปัจจัย	ความคลาดเคลื่อน	เหตุผล
ไม่มี	ไม่มี	

## 6. ความคลาดเคลื่อนจากแผนการประเมินที่กำหนดไว้ในรายละเอียดรายวิชา

## 6.1 ความคลาดเคลื่อนด้านกำหนดการประเมิน

ความคลาดเคลื่อน	เหตุผล
ไม่มี	ไม่มี

#### 6.2 ความคลาดเคลื่อนด้านวิธีการประเมินผลการเรียนรู้

ความคลาดเคลื่อน	เหตุผล
ไม่มี	ไม่มี

#### 7. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

วิธีการทวนสอบ	สรุปผล
นักศึกษาตรวจสอบคะแนนของตนเอง	ไม่พบการร้องเรียน
ประชุมกรรมการสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา	ไม่มีการแก้ไข

### หมวดที่ 4 ปัญหา และผลกระทบต่อการดำเนินการ

ประเด็น	อุปสรรค	ผลกระทบต่อการเรียนรู้
กิจกรรมของทางมหาวิทยาลัย	กระทบต่อเวลาเรียน	นักศึกษามีเวลาเรียนไม่พอ
วันหยุดราชการที่ตรงกับเวลาเรียน	กระทบต่อเวลาเรียน	นักศึกษามีเวลาเรียนไม่พอ

### หมวดที่ 5 การประเมินรายวิชา

#### 1. ผลการประเมินรายวิชาโดยนักศึกษา

##### 1.1 ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยนักศึกษา

ผลการประเมินออนไลน์ (เอกสารแนบ)

##### 1.2 ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อข้อวิพากษ์ตามข้อ 1.1

ไม่มี

#### 2. ผลการประเมินรายวิชาโดยวิธีอื่น

##### 2.1 ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยวิธีอื่น

จากการสังเกตพฤติกรรมการเรียนของนักศึกษา พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเรียนรู้ที่ดีขึ้น

##### 2.2 ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อข้อวิพากษ์ตามข้อ 2.1

- ให้นักศึกษาเตรียมบทเรียนล่วงหน้าก่อนวันเรียน และทบทวนบทเรียนทุกครั้ง
- ถามผู้เรียนเป็นระยะๆ เพื่อตรวจสอบความเข้าใจ

## หมวดที่ 6 แผนการปรับปรุง

## 1. ความก้าวหน้าของการปรับปรุงการเรียนการสอนตามที่เสนอในรายงานของรายวิชาครั้งที่ผ่านมา

แผนการปรับปรุงของภาคเรียน/ปีการศึกษาที่ผ่านมา	ผลการดำเนินการ
ไม่มี	

## 2. การดำเนินการอื่นๆ ในการปรับปรุงรายวิชา

ไม่มี

## 3. ข้อเสนอแผนการปรับปรุงสำหรับภาคการศึกษา/ปีการศึกษาต่อไป

กิจกรรมที่ต้องการ	วันสิ้นสุดกิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ
จัดลำดับความยากง่ายของเนื้อหา และให้นักศึกษาทำกิจกรรมเสริม	ก่อนเปิดภาคเรียน	อาจารย์ผู้สอน

## 4. ข้อเสนอแนะของอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาต่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ไม่มี

ชื่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

.....

(ทอมมี เจนเสน)

วันที่รายงาน 13 มกราคม 2559

ชื่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

.....

(.....)

วันที่รับรายงาน ...../...../.....