



มคอ 3 รายละเอียดรายวิชา

รหัสวิชา 81330235

ชื่อวิชาการวิเคราะห์การตลาดเพื่องานโฆษณา
(MARKETING ANALYSIS FOR ADVERTISING)

รายวิชานี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	3
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	3
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	3
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	4
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	7-8
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	9
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	11

รายละเอียดของรายวิชา

คณะนิเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อวิชา : รหัสวิชา 8133023 ชื่อวิชาการวิเคราะห์การตลาดเพื่องานโฆษณา
(MARKETING ANALYSIS FOR ADVERTISING)

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา :

เป็นรายวิชาที่อยู่ในวิชากลุ่มวิชาเอกเลือกการโฆษณา หลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน :

อ.รดาธร ศรีสายหยุด

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน : ภาคการศึกษา 2/2558 นักศึกษาชั้นปีที่ 3 รุ่น561

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) : -

7. รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน (Co-requisites) : -

8. สถานที่เรียน : มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด : 10 กุมภาพันธ์ 2559

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1.จุดมุ่งหมายของรายวิชา :

- 1.1 เพื่อศึกษาแนวทางการวิเคราะห์การตลาด อาทิ การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการตลาด การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหาและโอกาส
- 1.2 เพื่อพัฒนาทักษะในการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค
- 1.3 เพื่อนำผลการวิจัยด้านการตลาดไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนงานโฆษณาและแก้ปัญหาการสื่อสารด้านการตลาด

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา :

ปรับปรุงตามกรอบมาตรฐาน TQF

หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาแนวทางการวิเคราะห์การตลาด อาทิ การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการตลาด การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหาและโอกาส พัฒนาทักษะในการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค การนำผลการวิจัยด้านการตลาดไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนงานโฆษณาและแก้ปัญหาการสื่อสารด้านการตลาด

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา :

บรรยาย 30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

ฝึกปฏิบัติการ 30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

ศึกษาด້วยตนเอง 75 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษาเฉพาะราย -

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

2 ชั่วโมง 13.00-15.00น. วันพุธ

หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

วิชา การบริหารงานโฆษณา มีการกำหนดมาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม (Ethics and Moral)

ความ รับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
<input type="radio"/>	1.1 มีความรู้ ความเข้าใจในหลักจรรยาบรรณวิชาชีพ
<input type="radio"/>	1.2 ปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพ
<input type="radio"/>	1.3 มีวินัย ตรงต่อเวลา ซื่อสัตย์ และรับผิดชอบต่อตนเอง วิชาชีพและสังคม
<input type="radio"/>	1.4 เคารพสิทธิมนุษยชนและยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น
<input type="radio"/>	1.5 ยึดฐานความคิดทางศีลธรรมทั้งในเรื่องส่วนตัวและสังคม มีจิตสาธารณะ
<input type="radio"/>	1.6 เคารพกฎระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ ขององค์กรและสังคม

2. ด้านความรู้ (Knowledge)

ความ รับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
●	2.1 มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชาวิทยาศาสตร์
●	2.2 สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์กับความรู้ในศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
●	2.3 สามารถใช้ความรู้และทักษะในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ในการประยุกต์แก้ไขปัญหาในงานจริงได้
●	2.4 มีความรู้และทักษะของการวิจัยทางด้านวิทยาศาสตร์
○	2.5 มีประสบการณ์ทางการฝึกปฏิบัติงานทางด้านวิทยาศาสตร์

วิธีการสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

- (1) จัดการเรียนการสอนให้ครบถ้วนตามคำอธิบายรายวิชาโดยเน้นให้มีการบูรณาการความรู้และทักษะทางวิชาชีพ
- (2) จัดให้มีการเรียนรู้โดยใช้เหตุการณ์จริงมาประยุกต์ใช้กับภาคทฤษฎี

วิธีการประเมินผล

- (1) การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน
- (2) การรายงาน/แผนงาน/โครงการ
- (3) การนำเสนอผลงานภาคปฏิบัติ

3. ด้านทักษะทางปัญญา (Cognitive Skills)

ความ รับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
●	3.1 สามารถวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ โดยการใช้องค์ความรู้ทางวิชาชีพวิทยาศาสตร์และวิชาชีพที่เกี่ยวข้องโดยใช้ประสบการณ์เป็นฐานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพทางด้านงานวิทยาศาสตร์
○	3.2 ใช้ปัญญาสร้างสรรค์องค์ความรู้ด้านการสื่อสารที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาตนเอง สังคม และส่วนรวม
●	3.3 สามารถเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงความรู้ทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและประสบการณ์ในภาคปฏิบัติจริง

วิธีการสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะปัญญา

- (1) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้ฝึกทักษะด้านการใช้ความคิดและเทคโนโลยีสมัยใหม่
- (2) จัดกระบวนการเรียนการสอนที่ฝึกทักษะการคิดทั้งในระดับบุคคลและกลุ่ม

วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินตามสภาพจริงจากผลงาน และการปฏิบัติของนักศึกษา หรือสังเกตการณ์ใช้ความคิด
- (2) การใช้เทคโนโลยีสื่อสารสมัยใหม่ การแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์และเป็นระบบ

4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ (Interpersonal Skills and Responsibility)

ความ รับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
●	4.1 สามารถสื่อสารระหว่างบุคคลและกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ
●	4.2 มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย ทั้งรายงานรายบุคคลและความรับผิดชอบ
●	4.3 มีความรับผิดชอบการพัฒนาการเรียนรู้ทั้งของตนเองและทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง
●	4.4 สามารถปรับตัวทำงานร่วมกับผู้อื่นทั้งในฐานะผู้นำและสมาชิกกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ
○	4.5 สามารถใช้ความรู้ในศาสตร์มาชี้นำสังคมในประเด็นที่เหมาะสม
○	4.6 วางตัวและแสดงความคิดเห็นได้อย่างเหมาะสมกับบทบาท หน้าที่ และสำนึกความรับผิดชอบ

วิธีการสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- (1) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นการทำงานเป็นกลุ่มและงานที่ต้องมีการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล
- (2) สอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบ การมีมนุษยสัมพันธ์ การเข้าใจวัฒนธรรมขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับรายวิชา

วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินโดยการสังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาขณะทำกิจกรรมกลุ่ม
- (2) ประเมินจากการนำเสนอผลงานเป็นกลุ่ม
- (3) ประเมินความสม่ำเสมอการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
- (4) ประเมินความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมาย

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

ความ รับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
○	5.1 สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งทางวาจาและการเขียน พร้อมทั้งเลือกใช้รูปแบบของสื่อการนำเสนอได้อย่างเหมาะสม
○	5.2 สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสมกับงานนิเทศศาสตร์

●	5.3 เลือกใช้สถิติพื้นฐานและตัดสินใจ วางแผนการวิจัยสื่อสารอย่างเป็นระบบ
○	5.4 แนะนำประเด็นการแก้ไขปัญหาโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทางนิเทศศาสตร์ต่อปัญหาที่เกี่ยวข้องอย่างสร้างสรรค์

วิธีการสอนที่ใช้การพัฒนาจากการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

มอบหมายงานให้ผู้เรียนฝึกทักษะการสื่อสาร การวิเคราะห์สถิติตัวเลขด้านการวิจัยทางการตลาด

วิธีการประเมินผล

ประเมินจากความสามารถในการใช้ทักษะทางคณิตศาสตร์และสถิติเพื่ออธิบายและอภิปรายผลงานได้อย่างเหมาะสม

หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1.แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ / รายละเอียดการสอน	จำนวน ชั่วโมง	สื่อการเรียนรู้	ชื่อผู้สอน
1	แนะนำรายวิชา บทที่ 1 การวิเคราะห์การตลาดเพื่อ งานโฆษณา	3	เอกสารประกอบการสอน	อ.รดาธร ศรีสายยุด
2	บทที่ 2 ส่วนผสมทางการตลาด	3	เอกสารประกอบการสอน	อ.รดาธร ศรีสายยุด
3	บทที่ 3 การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์	3	เอกสารประกอบการสอน ข้อมูลสินค้าจากอินเทอร์เน็ต	อ.รดาธร ศรีสายยุด
4	บทที่ 4 การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ด้วย วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์	3	เอกสารประกอบการสอน ข้อมูลสินค้าจากอินเทอร์เน็ต	อ.รดาธร ศรีสายยุด
5	บทที่ 5 การวิเคราะห์คู่แข่งชั้น	3	เอกสารประกอบการสอน ข้อมูลสินค้าจากอินเทอร์เน็ต	อ.รดาธร ศรีสายยุด
6	บทที่ 6 การประเมินสถานการณ์และ สิ่งแวดล้อมโดยใช้ SWOT ANALYSIS	3	เอกสารประกอบการสอน	อ.รดาธร ศรีสายยุด
7	บทที่ 7 การวิเคราะห์ BCG MATRIX MODEL	3	เอกสารประกอบการสอน	อ.รดาธร ศรีสายยุด
8	สอบกลางภาคเรียน	3		
9	บทที่ 8 การกำหนดกลยุทธ์ทาง การตลาดตามเป้าหมาย (STP	3	เอกสารประกอบการสอน	อ.รดาธร ศรีสายยุด

สัปดาห์ที่	หัวข้อ / รายละเอียดการสอน	จำนวน ชั่วโมง	สื่อการเรียนรู้	ชื่อผู้สอน
	MARKETING)			
10	บทที่ 9 การวิเคราะห์ผู้บริโภค (CONSUMER BEHAVIORS/CONSUMER INSIGHT)	3	เอกสารประกอบการสอน	อ.รดาธร ศรีสายยุด
11	บทที่ 10 เครื่องมือในการสื่อสาร (COMMUNICATION TOOL)	3	เอกสารประกอบการสอน	อ.รดาธร ศรีสายยุด
12	บทที่ 11 การกำหนดจุดสัมผัสแบรนด์ของผู้บริโภค (CONSUMER-BRAND TOUCH POINT)	3	เอกสารประกอบการสอน	อ.รดาธร ศรีสายยุด
13	บทที่ 12 กลยุทธ์การโฆษณา (ADVERTISING STRATEGY)	3	เอกสารประกอบการสอน	อ.รดาธร ศรีสายยุด
14	บทที่ 13 การสรุปข้อมูลเพื่อการสร้างสรรค์ (CREATIVE BRIEF) และการสรุปข้อมูลเพื่อการวางแผนสื่อโฆษณา (MEDIA BRIEF)	3	เอกสารประกอบการสอน	อ.รดาธร ศรีสายยุด
15	นำเสนอผลการสรุปข้อมูลเพื่อการสร้างสรรค์ (CREATIVE BRIEF) และการสรุปข้อมูลเพื่อการวางแผนสื่อโฆษณา (MEDIA BRIEF)	3	-	อ.รดาธร ศรีสายยุด
16-17	สอบปลายภาคเรียน	-	-	-

หมายเหตุ : กำหนดการเรียนการสอน อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

ผลการเรียนรู้ตาม TOF	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของ การประเมินผล
2.2,2.3,2.4,3.1,3.3,5.3	รายงานและการพรีเซนต์		30%
2.1	สอบกลางภาค		30%
4.1,4.2,4.3,4.4	เข้าห้องเรียน (กิจกรรมประชุมกลุ่ม)		10%
2.1	สอบปลายภาค		30%
รวม			100 %

หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. ตำราและเอกสารหลักที่ใช้ในการเรียนการสอน

การวิเคราะห์การตลาดเพื่องานโฆษณา.เกียรติกิติ วัฒนศักดิ์.พิมพ์ครั้งที่ 7 : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย
กรุงเทพฯ. ปทุมธานี ,2557

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญที่นักศึกษาจำเป็นต้องศึกษาเพิ่มเติม

การวิจัยการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. ธาณินทร์ ศิลป์จารุ.พิมพ์ครั้งที่ 7 : บริษัทวีอินเตอร์พรีนซ์
จำกัด. กรุงเทพฯ, 2550
แนล เอ็นเตอร์ไพรส์ แอลแอลซี. กรุงเทพฯ.

กลยุทธ์การจัดการโฆษณา.ทัศนัย สุนทรวิภาต.สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพฯ : พิมพ์ครั้งที่ 9.ปทุมธานี,
2558

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำที่นักศึกษาควรศึกษาเพิ่มเติม

การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. GEORGE E. BELCH. กมล ชัยวัฒน์ แปล. แมคกรอ-ฮิล อินเทอร์เน็ต-
เทคนิคการโฆษณาธุรกิจย่อ. ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์.พิมพ์ครั้งแรก : 68 การพิมพ์, 2526
สื่อการโฆษณา.จุฑามาศ กิจเจริญ.บริษัท ไนน์(1984)จำกัด : กรุงเทพฯ , 2536

โฆษณาแบบไม่เสียเงิน. เรียบเรียงโดย ธีรภัทร์ มกรพันธ์.สำนักพิมพ์สุขภาพใจ,2539

การสื่อสารการตลาด. ดารา ทีปะปาล. อมรการพิมพ์. กรุงเทพฯ, 2546

กระบวนการดำเนินงานโฆษณา : บทที่ 10 สื่อโฆษณา.กัญจน์พัฐ วังศ์สุเมธรัตน์.คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. กรุงเทพฯ, 2549

กลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา. นาฤทธิ์ อัครกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 3 : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพฯ,
2551

การสื่อสารการตลาดระหว่างประเทศเบื้องต้น. วรวรรณ องค์กรุฑรรักษา. พิมพ์ครั้งที่ 1. บริษัท21 เซ็นจูรี่
จำกัด. กรุงเทพฯ , 2553

การวิเคราะห์เหตุการณ์ปัจจุบันเพื่อการสื่อสาร . ปราณี สุรสิทธิ์. สำนักพิมพ์แสงดาว : พิมพ์ครั้งที่ 3.กรุงเทพ,
2557

หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1.การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา:

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ จากระบบประเมินการเรียนการสอนออนไลน์ ข้อเสนอแนะ ผลคะแนนจากการสอบ รายงานและการจัดกิจกรรมในการนำเสนอแนวคิดและความคิดเห็นจากนักศึกษาได้แก่ การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน

2. การประเมินการสอน:

หลักสูตรนิเทศศาสตร์กำหนดให้มีการประเมินการสอนจากระบบประเมินการเรียนการสอนออนไลน์ การสังเกตการณ์สอน ผลการสอน การสัมภาษณ์นักศึกษา

3. การปรับปรุงการสอน :

หลักสูตรนิเทศศาสตร์กำหนดให้ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์และวิธีสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลรายวิชา แล้วจัดทำรายงานรายวิชาตามที่ สกอ.กำหนด ทุกภาคการศึกษา ให้ผู้สอนเข้ารับการอบรมกลยุทธ์การสอน การวิเคราะห์ผู้เรียน การวิจัยในชั้นเรียน ในรายวิชาที่มีปัญหาอย่างน้อยภาคการศึกษาละ 1 รายวิชา มีการประชุมผู้สอนเพื่อหาหรือปัญหาการเรียนรู้นักศึกษาและหาแนวทางแก้ไข

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา :

หลักสูตรมีการแต่งตั้งคณะกรรมการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา เพื่อทำการสุ่มตรวจนักศึกษามาทำการสอบสัมภาษณ์ หรือกำหนดให้มีการทดสอบความรู้ความเข้าใจ หลังเสร็จสิ้นการส่งผลการเรียนรายวิชาในภาคการศึกษานั้นๆ

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา :

จัดให้มีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษาคณะกรรมการประเมินของหลักสูตร/ภาควิชา การรายงานรายวิชาหลังการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา การทบทวนเนื้อหาที่สอน กลยุทธ์การสอน และเสนอแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนารายวิชาเสนอต่อประธานหลักสูตรหรือหัวหน้าภาค เสนอต่อกรรมการประจำคณะพิจารณาให้ความคิดเห็นและสรุปเพื่อวางแผนปรับปรุงในปีการศึกษาต่อไป

จัดทำโดย

(รดาธร ศรีสายหยุด)

ผู้สอนรายวิชาการวิเคราะห์การตลาดเพื่อการโฆษณา

...../...../.....

อนุมัติโดย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี)

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

...../...../.....