



## มคอ. 3 รายละเอียดรายวิชา

รหัสวิชา 8133003

ชื่อวิชา การวางแผนรณรงค์เพื่อการโฆษณา  
(Campaign for Advertising)

รายวิชานี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

## สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	3
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	4
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	4
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	5
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	8
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	11
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	12

## รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

คณะ/ภาควิชา คณะนิเทศศาสตร์

### หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป

#### 1. รหัสและชื่อวิชา

รหัสวิชา 8133003 ชื่อวิชา การวางแผนรณรงค์เพื่อการโฆษณา (Campaign for Advertising)

#### 2. จำนวนหน่วยกิต

3 หน่วยกิต 3(2-2-5)

#### 3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

รายวิชาในหมวดวิชาเอกบังคับ กลุ่มวิชาการโฆษณา

#### 4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์เหมือนฝัน คงสมแสง สถานที่ติดต่อ: ห้องพักอาจารย์ อาคารห้องสมุด ชั้น 3

โทร. 0840210743 E-mail: fernernrn@hotmail.com

#### 5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษา 1/2559 ชั้นปีที่ 3

#### 6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)

ไม่มี

#### 7. รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน (Co-requisites)

ไม่มี

#### 8. สถานที่เรียน

1145

#### 9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

27 กรกฎาคม 2559

## หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เมื่อนักศึกษาเรียนรายวิชานี้แล้ว นักศึกษามีสมรรถนะที่ต้องการในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ กระบวนการและเทคนิคในการจัดทำแผนการ  
รณรงค์โฆษณาได้ (หมายรวมถึงเนื้อหาทั้งด้านนิเทศศาสตร์ การตลาด และการประยุกต์ใช้อื่น ๆ)
2. นักศึกษาสามารถคิดสร้างสรรค์ ร่วมกับสามารถวิเคราะห์อย่างมีเหตุผลในการวางแผนรณรงค์  
เพื่อการโฆษณา
3. นักศึกษาสามารถนำแผนรณรงค์เพื่อการโฆษณาที่จัดทำไปใช้ได้จริง

### 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ พร้อมทั้งมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และ  
สามารถวางแผนรณรงค์เพื่อการโฆษณา เพื่อการนำไปใช้ได้จริงได้ โดยเป็นไปเพื่อประโยชน์ทั้งทางด้านวิชาการ  
และด้านอื่น ๆ ของสังคม

## หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ

### 1. คำอธิบายรายวิชา

ความรู้ทั่วไปในการรณรงค์โฆษณา กระบวนการวางแผนรณรงค์การโฆษณา การกำหนด  
วัตถุประสงค์การตลาด และการโฆษณา การกำหนดกลยุทธ์และกลวิธีในการโฆษณา องค์ประกอบในการ  
วางแผนรณรงค์การโฆษณา ปฏิบัติการวางแผนรณรงค์การโฆษณาเพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ และความ  
ต้องการของตลาด

### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย 30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

ฝึกปฏิบัติการ 30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

ศึกษาดูด้วยตนเอง 75 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษาเฉพาะราย

### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

ตามแต่นัดหมาย ณ ห้องพักอาจารย์ อาคารห้องสมุด ชั้น 3

## หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

มาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ 5 ด้าน มีดังนี้

### 1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม (Ethics and Moral)

ความรับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
●	1.1 มีความรู้ ความเข้าใจในหลักจรรยาบรรณวิชาชีพ
●	1.2 ปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพ
●	1.3 มีวินัย ตรงต่อเวลา ซื่อสัตย์ และรับผิดชอบต่อตนเอง ต่อวิชาชีพและสังคม
●	1.4 เคารพสิทธิมนุษยชนและยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น
●	1.5 ยึดฐานความคิดทางศีลธรรมทั้งในเรื่องส่วนตัวและสังคม มีจิตสาธารณะ
●	1.6 เคารพกฎระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม

### วิธีการสอน

1. บรรยายพร้อมยกตัวอย่างชิ้นงานที่เป็นไปตามจรรยาบรรณวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชน
2. อาจารย์ผู้สอนเป็นแบบอย่างที่ดีในด้านคุณธรรมจริยธรรม
3. แลกเปลี่ยนและรับฟังความเห็นกันอย่างเสมอภาค
4. ให้ความสำคัญของการมีวินัย การตรงต่อเวลา การส่งงานตามกำหนดและความซื่อสัตย์ในการทำกิจกรรมหรืองานที่มอบหมาย

### วิธีการประเมินผล

1. สังเกตพฤติกรรมการแสดงออกตามปกติของนักศึกษา
2. การตรงต่อเวลา ความรับผิดชอบของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียนการส่งงานและการเข้าร่วมกิจกรรมตามกำหนด
3. การอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลและไม่คัดลอกผลงานผู้อื่นแล้วอ้างว่าเป็นผลงานของตนเอง

### 2. ด้านความรู้ (Knowledge)

ความรับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
●	2.1 มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีที่สำคัญในการใช้วางแผนรณรงค์เพื่อการโฆษณาได้อย่างเหมาะสม
●	2.2 มีการบูรณาการความรู้ในสาขาวิชานิตศาสตร์กับความรู้ในศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ ศิลปะ การตลาด ภาษา เพื่อวางแผนรณรงค์อย่างสร้างสรรค์
●	2.3 สามารถนำความรู้และทักษะในสาขาวิชาชีพนิตศาสตร์มาประยุกต์ใช้และแก้ไขปัญหาสำหรับการวางแผนรณรงค์เพื่อการโฆษณาได้

●	2.4 มีความรู้และทักษะของการวิจัยทางด้านนิเทศศาสตร์ ซึ่งนำมาประยุกต์ใช้กับการวางแผนรณรงค์เพื่อการโฆษณาที่น่าสนใจและมีความสมบูรณ์ได้
○	2.5 มีประสบการณ์ทางการฝึกปฏิบัติ สามารถสร้างสรรค์ คติวิเคราะห์ จัดทำ และนำแผนรณรงค์เพื่อการโฆษณาเผยแพร่สู่สาธารณะได้

### วิธีการสอน

1. บรรยายพร้อมยกตัวอย่างเนื้อหาครบถ้วนตามคำอธิบายรายวิชา โดยเน้นให้มีการประยุกต์ รวมทั้งบูรณาการความรู้และทักษะทางวิชาชีพ
2. จัดให้มีโครงการรณรงค์และการฝึกปฏิบัติอื่น ๆ

### วิธีการประเมินผล

1. การผลิตและนำเสนอชิ้นงาน ทั้งงานกลุ่มและงานส่วนบุคคล
2. การสอบปลายภาคเรียน
3. โครงการรณรงค์และการนำเสนอ
4. พิจารณาจากการฝึกปฏิบัติภายในชั้นเรียน

### 3) ด้านทักษะทางปัญญา (Cognitive Skills)

ความรับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
●	3.1 สามารถคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ เพื่อวางแผนรณรงค์เพื่อการโฆษณาได้อย่างสมบูรณ์และมีความน่าสนใจ
●	3.2 สามารถสร้างสรรค์ชิ้นงานที่ใช้ในการพัฒนาได้ ทั้งต่อตนเองและส่วนรวม
●	3.3 สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างสร้างสรรค์ ภายใต้การนำทั้งความรู้จาก ทฤษฎีและการปฏิบัติจริงมาปรับใช้

### วิธีการสอน

1. ฝึกทักษะทั้งด้านความคิดสร้างสรรค์ กระบวนการ และการปฏิบัติจริงในการวางแผนรณรงค์เพื่อการโฆษณา
2. มีการบรรยายแบบแลกเปลี่ยนความเห็นผ่านกรณีศึกษาที่น่าสนใจและจากประสบการณ์โดยตรงของผู้สอน
3. บรรยายพร้อมยกตัวอย่างแผนรณรงค์ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

### วิธีการประเมินผล

1. พิจารณาจากชิ้นงาน รวมถึงกระบวนการแก้ไขปัญหาที่พบอย่างสร้างสรรค์และเป็นระบบ
2. พิจารณาจากการฝึกปฏิบัติภายในชั้นเรียน

#### 4) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ (Interpersonal Skills and Responsibility)

ความรับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
○	4.1 สามารถสื่อสารระหว่างบุคคลและทำงานกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
●	4.2 รับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมาย ทั้งงานรายบุคคลและงานกลุ่ม
○	4.3 มีการพัฒนากระบวนการทางความคิดและการวางแผนรณรงค์อย่างต่อเนื่อง
●	4.4 สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นทั้งในฐานะผู้นำและสมาชิกกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ
●	4.5 สามารถนำความรู้ที่ได้รับด้านการวางแผนรณรงค์มาปรับใช้เพื่อชี้นำสังคมในประเด็นที่เหมาะสมได้
●	4.6 สามารถวางตัวและนำเสนอความคิดเห็นได้อย่างเหมาะสมกับบทบาท หน้าที่ และสำนึกความรับผิดชอบ

#### วิธีการสอน

1. บรรยายแบบปฏิสัมพันธ์ เน้นการยกกรณีตัวอย่าง แลกเปลี่ยนความเห็น และการระดมสมอง
2. มอบหมายทั้งการทำงานรายบุคคลและกลุ่ม

#### วิธีการประเมินผล

1. สังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาขณะฝึกปฏิบัติ งานรายบุคคลและงานกลุ่ม
2. พิจารณาจากชิ้นงานทั้งงานรายบุคคลและงานกลุ่ม
3. ประเมินโดยเพื่อนร่วมชั้น

#### 5) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Numerical Analysis, Communication, and Information Technology Skills)

ความรับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
●	5.1 สามารถจัดทำและนำเสนอการรณรงค์เพื่อการโฆษณาได้อย่างเหมาะสม
●	5.2 สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ เพื่อการวางแผนรณรงค์เพื่อการโฆษณาได้อย่างเหมาะสม
○	5.3 สามารถวิเคราะห์ ตัดสินใจ และวางแผนรณรงค์เพื่อการโฆษณาได้อย่างเป็นระบบ
○	5.4 สามารถนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการวางแผนรณรงค์เพื่อการโฆษณาได้อย่างเหมาะสม

**วิธีการสอน**

1. ฝึกทักษะทั้งด้านความคิดสร้างสรรค์ กระบวนการ และการปฏิบัติจริงอย่างเป็นระบบ
2. บรรยายแบบปฏิสัมพันธ์ เน้นการยกกรณีตัวอย่าง แลกเปลี่ยนความเห็น และการแก้ไขปัญหา

**วิธีการประเมินผล**

1. สังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาขณะฝึกปฏิบัติ งานรายบุคคลและงานกลุ่ม
2. พิจารณาจากชิ้นงานทั้งงานรายบุคคลและงานกลุ่ม

**หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล****1. แผนการสอน**

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อที่ใช้	ผู้สอน
1	<p><b>ทำความเข้าใจกับขอบข่ายรายวิชา</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- อธิบายแนวการสอน จุดประสงค์ เนื้อหา ของวิชาและเกณฑ์การให้คะแนน</li> </ul> <p><b>บทที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการวางแผนธุรกิจเพื่อการโฆษณา</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความหมาย ความสำคัญของการวางแผนธุรกิจเพื่อการโฆษณา</li> <li>- ประเภทของการวางแผนธุรกิจเพื่อการโฆษณา</li> <li>- กรณีศึกษาการวางแผนธุรกิจเพื่อการโฆษณา</li> <li>- การสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับการวางแผนธุรกิจเพื่อการโฆษณา</li> </ul>	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ชี้แจงรายละเอียดของรายวิชา ตาม มคอ.3</li> <li>- บรรยายแบบปฏิสัมพันธ์ (ใช้ PowerPoint และอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก)</li> <li>- แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อ ทบทวนความรู้ความเข้าใจ</li> <li>- นักศึกษาทดลองสืบค้นข้อมูลการวางแผนธุรกิจเพื่อการโฆษณา</li> </ul>	อ.เหมือนฝัน คงสมแสง
2	<p><b>บทที่ 2 กระบวนการวางแผนธุรกิจ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การวิจัย (ความสำคัญและวิธีการ ออกแบบวิจัย)</li> </ul>	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรยายแบบปฏิสัมพันธ์ (ใช้ PowerPoint และอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก)</li> <li>- แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อ ทบทวนความรู้ความเข้าใจ</li> <li>- แลกเปลี่ยนและปรึกษาเกี่ยวกับงานกลุ่ม</li> <li>- มอบหมายงานส่วนบุคคล <u>ขั้นที่ 1</u></li> </ul>	อ.เหมือนฝัน คงสมแสง
3	<p><b>บทที่ 2 กระบวนการวางแผนธุรกิจ (ต่อ)</b></p>	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นำเสนองานส่วนบุคคล <u>ขั้นที่ 1</u></li> <li>- บรรยายแบบปฏิสัมพันธ์</li> </ul>	อ.เหมือนฝัน คงสมแสง



ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อที่ใช้	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การวิเคราะห์สถานการณ์</li> <li>- การกำหนดวัตถุประสงค์</li> <li>- การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย</li> <li>- การกำหนดกลยุทธ์</li> </ul>		(ใช้ PowerPoint และอินเทอร์เน็ต เป็นหลัก) - แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อ ทบทวนความรู้ความเข้าใจ - <u>มอบหมายโครงการรณรงค์ (งาน กลุ่ม)</u>	
4	<b>บทที่ 2 กระบวนการวางแผนรณรงค์ (ต่อ)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การกำหนดกลยุทธ์ (ต่อ)</li> <li>- การกำหนดประเด็นหลักในการสื่อสาร</li> <li>- การออกแบบสาร</li> </ul>	4	- บรรยายแบบปฏิสัมพันธ์ (ใช้ PowerPoint และอินเทอร์เน็ต เป็นหลัก) - แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อ ทบทวนความรู้ความเข้าใจ	อ.เหมือนฝัน คงสมแสง
5	<b>บทที่ 2 กระบวนการวางแผนรณรงค์ (ต่อ)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การออกแบบสาร (ต่อ)</li> <li>- สื่อประเภทต่าง ๆ และการเลือกใช้สื่อ</li> </ul>	4	- บรรยายแบบปฏิสัมพันธ์ (ใช้ PowerPoint และอินเทอร์เน็ต เป็นหลัก) - แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อ ทบทวนความรู้ความเข้าใจ - นักศึกษารายงานความคืบหน้าของ โครงการรณรงค์ (งานกลุ่ม)	อ.เหมือนฝัน คงสมแสง
6	<b>บทที่ 2 กระบวนการวางแผนรณรงค์ (ต่อ)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สื่อประเภทต่าง ๆ และการเลือกใช้สื่อ (ต่อ)</li> <li>- การทดสอบสื่อ</li> <li>- การกำหนดระยะเวลาของแผนรณรงค์</li> <li>- งบประมาณ</li> </ul>	4	- บรรยายแบบปฏิสัมพันธ์ (ใช้ PowerPoint และอินเทอร์เน็ต เป็นหลัก) - แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อ ทบทวนความรู้ความเข้าใจ - <u>มอบหมายงานส่วนบุคคล ชั้นที่ 2</u>	
7	<b>บทที่ 3 การวางแผนรณรงค์ในรูปแบบ ของการโฆษณาเพื่อสังคมและสื่อสารเพื่อ การพัฒนา</b>	4	- บรรยายแบบปฏิสัมพันธ์ (ใช้ PowerPoint และอินเทอร์เน็ต เป็นหลัก) - แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อ ทบทวนความรู้ความเข้าใจ - นักศึกษาฝึกการระดมสมอง	อ.เหมือนฝัน คงสมแสง
8	<b>บทที่ 3 การวางแผนรณรงค์ในรูปแบบ ของการโฆษณาเพื่อสังคมและสื่อสารเพื่อ การพัฒนา (ต่อ)</b>	4	- บรรยายแบบปฏิสัมพันธ์ (ใช้ PowerPoint และอินเทอร์เน็ต เป็นหลัก)	อ.เหมือนฝัน คงสมแสง

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อที่ใช้	ผู้สอน
			- แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อ ทบทวนความรู้ความเข้าใจ - นักศึกษารายงานการทดสอบสื่อ ของโครงการรณรงค์ (งานกลุ่ม)	
9	<b>บทที่ 4 การประเมินผล</b> - ความหมาย ความสำคัญ ระดับและ วิธีการประเมินผล	4	- บรรยายแบบปฎิสัมพันธ์ (ใช้ PowerPoint และอินเทอร์เน็ต เป็นหลัก) - แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อ ทบทวนความรู้ความเข้าใจ	อ.เหมือนฝัน คงสมแสง
10	<b>นำเสนอรายงานกลุ่ม</b>	4	- <u>นำเสนอรายงานกลุ่ม (รูปแบบการ รายงานหน้าชั้นเรียน)</u> - <u>นำเสนอรายงานส่วนบุคคล ชั้นที่ 2</u> - บรรยายแบบปฎิสัมพันธ์ (ใช้ PowerPoint และอินเทอร์เน็ต เป็นหลัก) - แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อ ทบทวนความรู้ความเข้าใจ	อ.เหมือนฝัน คงสมแสง
11	<b>บทที่ 5 สถานการณ์ปัจจุบันของการ วางแผนรณรงค์เพื่อการโฆษณา</b>	4	- บรรยายแบบปฎิสัมพันธ์ (ใช้ PowerPoint และอินเทอร์เน็ต เป็นหลัก) - แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อ ทบทวนความรู้ความเข้าใจ	อ.เหมือนฝัน คงสมแสง
12	<b>การศึกษารณการวางแผนรณรงค์ของ จริง แบบเจาะลึกรายละเอียด</b>	4	- บรรยายแบบปฎิสัมพันธ์ (ใช้ PowerPoint และอินเทอร์เน็ต เป็นหลัก) - แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อ ทบทวนความรู้ความเข้าใจ	อ.เหมือนฝัน คงสมแสง
13	<b>โครงการรณรงค์ (งานกลุ่ม) วันรณรงค์ใหญ่</b>	4	- <u>นำเสนอรายงานกลุ่ม (นักศึกษานำแผน รณรงค์ที่จัดทำไว้มาปฏิบัติจริง)</u>	อ.เหมือนฝัน คงสมแสง
14	<b>สรุปแผนการรณรงค์และฝึกระดม ความคิด</b>	4	- นักศึกษาส่งรูปเล่มและแลกเปลี่ยน เพื่อสรุปโครงการรณรงค์ - นักศึกษาฝึกระดมความคิด	อ.เหมือนฝัน คงสมแสง
15	<b>สรุปภาพรวมของรายวิชา</b> - ทบทวนเนื้อหาการเรียนทั้งหมด	4	- แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อ ทบทวนความรู้ความเข้าใจ และสรุป การเรียนการสอน	อ.เหมือนฝัน คงสมแสง

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อที่ใช้	ผู้สอน
16	สอบปลายภาค			

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมการประเมิน (เรียงตามลำดับเวลา)	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของ การประเมินผล
- ประเมินจากการมีส่วนร่วมในห้องเรียน การแต่งกาย การส่งใบลา	ตลอดภาคการศึกษา	ร้อยละ 10
- งานส่วนบุคคล ชั้นที่ 1	3	ร้อยละ 10
- งานส่วนบุคคล ชั้นที่ 2	10	ร้อยละ 20
- โครงการณรงค์ (งานกลุ่ม)	10 และ 13	ร้อยละ 40
- สอบปลายภาค	16	ร้อยละ 20

## 3. เกณฑ์การประเมินผล

คะแนน	ค่าระดับคะแนน	เกรด
80 ขึ้นไป	A	4.0
75 – 79	B+	3.5
70 – 74	B	3.0
65 – 69	C+	2.5
60 – 64	C	2.0
55 – 59	D+	1.5
50 - 54	D	1.0
ต่ำกว่า 50	F	0.0

## หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

### ตำราและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการเรียนการสอน

กฤษฎา ศุภวรรธนะกุล และคณะ. (ม.ป.ป.). มาตรา 61 รู้แล้วรอด (พิมพ์ครั้งที่ 2). สมุทรสาคร: พิมพ์ดี.

กฤษฏารัตน์ วัฒนสุวรรณ และสุทธิศักดิ์ ไกรสรสุธาสินี. (2553). การตลาด 311. ม.ป.ท.: ม.ป.พ.

กลุ่มงานรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม, สำนักงาน กสทช. (2556).

การ์ตูน"สิทธิผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม". กรุงเทพฯ: ฐานการพิมพ์.

เกศินี จุฑาวิจิตร. (2548). การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น (พิมพ์ครั้งที่ 3). นครปฐม: สถาบันราชภัฏนครปฐม.

จำเริญ ธนะวังน้อย. (2555). เอกสารประกอบการเรียนการสอนวิชาหลักและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนา. ม.ป.ท.: ม.ป.พ.

พรจิต สมบัติพานิช. (2551). ยุทธวิธีการวางแผนสื่อโฆษณา. กรุงเทพฯ: สามลดา.

เมษ พิชญพล, บรรณาธิการ. (2559). Dream On ฉบับที่ 2. นนทบุรี: ปราณ.

วงหทัย ต้นชีวะวงศ์. (2554). การโฆษณาข้ามวัฒนธรรม. ปทุมธานี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อลิสรา ชรินทร์สาร. (2553). Integrated Marketing Communication. ปทุมธานี: ม.ป.พ.

อัจฉรา ปันทรานวงศ์. (2555). การรณรงค์สำหรับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.

<http://marketeer.co.th/>

<http://positioningmag.com/>

[www.adintrend.com](http://www.adintrend.com)

## หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### 1.การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- ให้นักศึกษาประเมินประสิทธิผลของรายวิชา ได้แก่ การสอน วิธีการสอน การจัดกิจกรรม การมอบหมายงาน สิ่งสนับสนุนการเรียนการสอน ซึ่งส่งผลกระทบต่อการเรียนรู้ และผลการเรียนรู้ที่ได้รับ พร้อมข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง

- ประเมินผลการสอนของอาจารย์โดยนักศึกษา (ระบบออนไลน์)
- สนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียนเกี่ยวกับประสิทธิผลการเรียนรู้

### 2. การประเมินการสอน

- ประเมินผลการเรียนของนักศึกษา
- อาจารย์ผู้สอนประเมินตนเองเกี่ยวกับข้อที่ควรปรับปรุงแก้ไขหรือพัฒนาตนเองในครั้งต่อไป
- ประเมินจากการสังเกตผู้เรียน
- ประเมินผลการสอนของอาจารย์โดยนักศึกษา (ระบบออนไลน์)

### 3. การปรับปรุงการสอน

หลักสูตรฯ กำหนดให้อาจารย์ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์และวิธีการสอน ผลการประเมินประสิทธิผลรายวิชา แล้วจัดทำรายงานเมื่อสอนจบภาคเรียน นอกจากนี้ควรกำหนดให้อาจารย์ผู้สอนเข้ารับการอบรมฝึกกลยุทธ์การสอนหรือการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน ควรมีการประชุมอาจารย์ทั้งหลักสูตรฯ เพื่อหารือปัญหาการเรียนรู้ของนักศึกษาและร่วมกันหาแนวทางแก้ไข

### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

หลักสูตรนิเทศศาสตร์กำหนดให้มีการสอบถามนักศึกษา หรือตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาถึงผลการทำข้อสอบ และความเหมาะสมของการให้คะแนน ทั้งคะแนนดิบและระดับคะแนน มีการตั้ง

คณะกรรมการในสาขาตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้ทุกภาคการศึกษาโดยการตรวจสอบ รายงาน  
วิธีการสอนและการให้คะแนนแก่นักศึกษา

#### 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

จัดให้มีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษา  
คณะกรรมการประเมินของหลักสูตร/ภาควิชา การรายงานรายวิชาหลังการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา  
การทบทวนเนื้อหาที่สอน กลยุทธ์การสอน และเสนอแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาวิชาเสนอต่อ  
ประธานหลักสูตรหรือหัวหน้าภาค เสนอต่อกรรมการประจำคณะพิจารณาให้ความคิดเห็นและสรุปเพื่อ  
วางแผนปรับปรุงในปีการศึกษาต่อไป