



## มคอ. 3 รายละเอียดรายวิชา

รหัสวิชา 8133313

ชื่อวิชา ภาษาอังกฤษเพื่องานโฆษณา

(English 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 8133313 ชื่อวิชา ภาษาอังกฤษเพื่องานโฆษณา (English for Advertising)

**2. จำนวนหน่วยกิต**

3 หน่วยกิต 3(2-2-5)

**3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา**

รายวิชาในหมวดวิชาเอกเลือก 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**

35605

**9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด**

27 กรกฎาคม 2559

## หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เมื่อนักศึกษาเรียนรายวิชานี้แล้ว นักศึกษามีสมรรถนะที่ต้องการในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. นักศึกษาได้เรียนรู้วิธีการถ่ายภาพเพื่องานโฆษณา
2. นักศึกษามีความเข้าใจในหลักการและเทคนิคการจัดองค์ประกอบ แสง มุมกล้อง เพื่อการสื่อ

ความหมายทางการโฆษณา

3. นักศึกษาสามารถใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการถ่ายภาพได้
4. นักศึกษาสามารถคิดสร้างสรรค์การถ่ายภาพเพื่องานโฆษณาได้

1. นักศึกษาได้เรียนรู้คำศัพท์ที่ใช้ในการสื่อสารและศัพท์เฉพาะที่ใช้ในแวดวงโฆษณา

2. นักศึกษาได้เรียนรู้วิธีการฟัง พูด อ่านและเขียนภาษาอังกฤษเพื่อนำไปใช้ในงานโฆษณาได้
3. นักศึกษามีความเข้าใจในหลักการและเทคนิคการนำเสนอผ่านการใช้ภาษาอังกฤษเพื่องานโฆษณา
4. นักศึกษาสามารถใช้ภาษาอังกฤษเพื่องานโฆษณาในสถานการณ์จริง รวมถึงการแก้ไขปัญหาเฉพาะ

หน้าได้อย่างเหมาะสม

### 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ภาษา คำศัพท์ เทคนิค และบริบทของงานโฆษณา พร้อมทั้งมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถนำเสนอผ่านการสื่อสารภาษาอังกฤษอันเกี่ยวข้องกับวงการสื่อสารมวลชนได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการสื่อสาร โดยนำหลักการที่ได้เรียนมาประยุกต์ใช้

## หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ

### 1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาเกี่ยวกับศัพท์และวลีที่จำเป็นต้องใช้ในงานโฆษณา อาทิ การวางแผน การผลิตงาน การบริหาร งาน การดำเนินธุรกิจงานโฆษณา สื่อโฆษณา ฯลฯ ฝึกทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการประกอบอาชีพทางการโฆษณา

### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย 30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

ฝึกปฏิบัติการ 30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

ศึกษาด້วยตนเอง 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
<input type="radio"/>	1.1 มีความรู้ ความเข้าใจในหลักจรรยาบรรณวิชาชีพ
<input type="radio"/>	1.2 ปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพ
<input type="radio"/>	1.3 มีวินัย ตรงต่อเวลา ซื่อสัตย์ และรับผิดชอบต่อตนเอง ต่อวิชาชีพและสังคม
<input type="radio"/>	1.4 เคารพสิทธิมนุษยชนและยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น
<input type="radio"/>	1.5 ยึดฐานความคิดทางศีลธรรมทั้งในเรื่องส่วนตัวและสังคม มีจิตสาธารณะ
<input checked="" type="radio"/>	1.6 เคารพกฎระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม

### วิธีการสอน

- บรรยายพร้อมยกตัวอย่างชิ้นงานที่เป็นไปตามจรรยาบรรณวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชน
- อาจารย์ผู้สอนเป็นแบบอย่างที่ดีในด้านคุณธรรมจริยธรรม
- แลกเปลี่ยนและรับฟังความเห็นกันอย่างเสมอภาค
- ให้ความสำคัญของการมีวินัย การตรงต่อเวลา การส่งงานตามกำหนดและความซื่อสัตย์ในการทำกิจกรรมหรืองานที่มอบหมาย

### วิธีการประเมินผล

- สังเกตพฤติกรรมการแสดงออกตามปกติของนักศึกษา
- การตรงต่อเวลา ความรับผิดชอบของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียนการส่งงานและการเข้าร่วมกิจกรรมตามกำหนด
- การอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลและไม่คัดลอกผลงานผู้อื่นแล้วอ้างว่าเป็นผลงานของตนเอง

### 2. ด้านความรู้ (Knowledge)

ความรับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
<input checked="" type="radio"/>	2.1 มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีที่สำคัญในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่องานโฆษณา และนำไปใช้ได้เหมาะสม
<input type="radio"/>	2.2 มีการบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์กับความรู้ในศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ การตลาด ศิลปะ สังคม
<input type="radio"/>	2.3 สามารถนำความรู้และทักษะในสาขาวิชาชีพวิทยาศาสตร์มาประยุกต์ใช้และแก้ไขปัญหาสำหรับการใช้ภาษาอังกฤษเพื่องานโฆษณาได้

●	2.4 มีความรู้และทักษะของการวิจัยทางด้านนิเทศศาสตร์ ซึ่งนำมาประยุกต์ใช้กับภาษาอังกฤษเพื่องานโฆษณาได้
●	2.5 มีประสบการณ์ทางการฝึกปฏิบัติ สามารถใช้ภาษาอังกฤษเพื่องานโฆษณาต่อสาธารณชนได้

### วิธีการสอน

1. บรรยายพร้อมยกตัวอย่างเนื้อหาครบถ้วนตามคำอธิบายรายวิชา โดยเน้นให้มีการประยุกต์ รวมทั้งบูรณาการความรู้และทักษะทางวิชาชีพ
2. จัดให้การฝึกปฏิบัติที่เน้นการใช้งานจริงในแวดวงโฆษณาและการฝึกปฏิบัติอื่น ๆ

### วิธีการประเมินผล

1. การผลิตและนำเสนอชิ้นงาน ทั้งงานกลุ่มและงานส่วนบุคคล
2. การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน
3. การทดสอบย่อย
4. พิจารณาจากการฝึกปฏิบัติภายในชั้นเรียน

### 3) ด้านทักษะทางปัญญา (Cognitive Skills)

ความรับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
●	3.1 สามารถคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ สำหรับใช้ภาษาอังกฤษเพื่องานโฆษณาได้อย่างสมบูรณ์และมีความน่าสนใจ
○	3.2 สามารถใช้ภาษาอังกฤษเพื่องานโฆษณาที่ใช้ในการพัฒนาได้ ทั้งต่อตนเองและส่วนรวม
●	3.3 สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างสร้างสรรค์ ภายใต้การนำทั้งความรู้จากทฤษฎีและการปฏิบัติจริงมาปรับใช้

### วิธีการสอน

1. ฝึกทักษะทั้งด้านความคิดสร้างสรรค์ กระบวนการ และการปฏิบัติจริงในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่องานโฆษณา
2. มีการบรรยายแบบแลกเปลี่ยนความเห็นผ่านกรณีศึกษาที่น่าสนใจ

### วิธีการประเมินผล

1. พิจารณาจากการใช้ภาษาอังกฤษเพื่องานโฆษณา ชิ้นงาน รวมถึงกระบวนการแก้ไขปัญหาที่พบอย่างสร้างสรรค์และเป็นระบบ
2. พิจารณาจากการฝึกปฏิบัติภายในชั้นเรียน

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

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

#### วิธีการสอน

1. บรรยายแบบปฏิสัมพันธ์ เน้นการยกกรณีตัวอย่าง แลกเปลี่ยนความเห็น และการระดมสมอง
2. มอบหมายชิ้นงานทั้งรายบุคคลและกลุ่ม

#### วิธีการประเมินผล

1. สังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาขณะฝึกปฏิบัติ งานรายบุคคลและงานกลุ่ม
2. พิจารณาจากชิ้นงานทั้งรายบุคคลและงานกลุ่ม
3. ประเมินโดยเพื่อนร่วมชั้น

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

ความรับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
○	5.1 สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งทางวาจาและการเขียน พร้อมทั้งเลือกใช้รูปแบบของสื่อการนำเสนอได้อย่างเหมาะสม
○	5.2 สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ อาทิ อุปกรณ์ โปรแกรม ที่เหมาะสมในการนำเสนอ สำหรับภาษาอังกฤษเพื่องานโฆษณา
○	5.3 สามารถวิเคราะห์ ตัดสินใจ และวางแผนการสื่อสารได้อย่างเป็นระบบ
○	5.4 สามารถนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการใช้ภาษาอังกฤษเพื่องานโฆษณาได้อย่างเหมาะสม

**วิธีการสอน**

1. ฝึกทักษะทั้งด้านความคิดสร้างสรรค์ กระบวนการ และการปฏิบัติจริงอย่างเป็นระบบ
2. บรรยายแบบปฏิสัมพันธ์ เน้นการยกกรณีตัวอย่าง แลกเปลี่ยนความเห็น และการแก้ไขปัญหา

**วิธีการประเมินผล**

1. สังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาขณะฝึกปฏิบัติ งานรายบุคคลและงานกลุ่ม
2. พิจารณาจากชิ้นงานและการนำเสนอ ทั้งงานรายบุคคลและงานกลุ่ม

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

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อที่ใช้	ผู้สอน
1	<p>ทำความเข้าใจกับขอบข่ายรายวิชา</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- อธิบายแนวการสอน จุดประสงค์ เนื้อหาของวิชาและเกณฑ์การให้คะแนน</li> </ul> <p><b>บทที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษาอังกฤษเพื่องานโฆษณา</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความหมาย ความสำคัญ</li> <li>- ส่วนต่าง ๆ ของแวดวงโฆษณา</li> <li>- กรณีศึกษาในการสมัครงาน</li> <li>- Phonetic &amp; vocabularies</li> </ul>	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ชี้แจงรายละเอียดของรายวิชา ตามมคอ.3</li> <li>- บรรยายแบบปฏิสัมพันธ์ (ใช้ PowerPoint และอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก)</li> <li>- แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อ ทบทวนความรู้ความเข้าใจ</li> <li>- <u>แจ้งล่วงหน้าการทดสอบรายบุคคล (การออกเสียง)</u></li> </ul>	อ.เหมือนฝัน คงสมแสง
2	<p><b>บทที่ 2 Branding</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความหมาย ความสำคัญ</li> <li>- แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง</li> <li>- กรณีศึกษาตราสินค้า/ บริการ</li> </ul>	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>ทดสอบรายบุคคล (การออกเสียง)</u></li> <li>- บรรยายแบบปฏิสัมพันธ์ (ใช้ PowerPoint และอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก)</li> <li>- แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อ ทบทวนความรู้ความเข้าใจ</li> </ul>	อ.เหมือนฝัน คงสมแสง
3	<p><b>บทที่ 3 How to present yourself</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความหมาย ความสำคัญ</li> <li>- เทคนิคในการนำเสนอ/ ตอบคำถาม</li> <li>- กรณีศึกษา</li> </ul>	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรยายแบบปฏิสัมพันธ์ (ใช้ PowerPoint และอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก)</li> <li>- แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อ ทบทวนความรู้ความเข้าใจ</li> <li>- นักศึกษาฝึกสนทนา</li> <li>- มอบหมายงานส่วนบุคคล <u>ขั้นที่ 1</u></li> </ul>	อ.เหมือนฝัน คงสมแสง



ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อที่ใช้	ผู้สอน
4	<b>บทที่ 4 Research &amp; data</b> - การวิจัยและหาข้อมูลเพื่อสนับสนุนงานโฆษณา - กรณีศึกษาการหาข้อมูลแบบลง/ไม่ลงพื้นที่	4	- บรรยายแบบปฎิสัมพันธ์ (ใช้ PowerPoint และอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก) - แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อ ทบทวนความรู้ความเข้าใจ	อ.เหมือนฝัน คงสมแสง
5	<b>บทที่ 5 การวางแผนงานโฆษณา</b> - การวางแผนในองค์กรโฆษณา - การวางแผนและกลยุทธ์สื่อ - การวางแผนการผลิต - แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	4	- บรรยายแบบปฎิสัมพันธ์ (ใช้ PowerPoint และอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก) - แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อ ทบทวนความรู้ความเข้าใจ - นักศึกษาฝึกถ่ายภาพ	อ.เหมือนฝัน คงสมแสง
6	<b>บทที่ 5 การวางแผนงานโฆษณา (ต่อ)</b> - การวางแผนในองค์กรโฆษณา - การวางแผนและกลยุทธ์สื่อ - การวางแผนการผลิต - แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	4	- บรรยายแบบปฎิสัมพันธ์ (ใช้ PowerPoint และอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก) - แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อ ทบทวนความรู้ความเข้าใจ	
7	<b>บทที่ 6 การผลิตงานโฆษณา</b> - Pre-production - Production - Post – production - แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	4	- บรรยายแบบปฎิสัมพันธ์ (ใช้ PowerPoint และอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก) - แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อ ทบทวนความรู้ความเข้าใจ	อ.เหมือนฝัน คงสมแสง
8	นำเสนอผลงานส่วนบุคคลและสอบกลางภาค	4	- <u>นำเสนอผลงานส่วนบุคคล ชั้นที่ 1</u> - สอบกลางภาค	อ.เหมือนฝัน คงสมแสง
9	<b>บทที่ 6 การผลิตงานโฆษณา (ต่อ)</b> - Pre-production - Production - Post – production - แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	4	- บรรยายแบบปฎิสัมพันธ์ (ใช้ PowerPoint และอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก) - แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อ ทบทวนความรู้ความเข้าใจ - มอบหมายงานกลุ่ม	อ.เหมือนฝัน คงสมแสง
10	<b>บทที่ 7 การบริหารจัดการและสภาพการณ์</b> - การบริหารงานโฆษณา - การดำเนินธุรกิจงานโฆษณา	4	- บรรยายแบบปฎิสัมพันธ์ (ใช้ PowerPoint และอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก) - แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อ ทบทวนความรู้ความเข้าใจ	อ.เหมือนฝัน คงสมแสง

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อที่ใช้	ผู้สอน
	- กรณีศึกษาการยุบ ควบรวมและ Re-brand		- <u>มอบหมายงานส่วนบุคคลชั้นที่ 2</u>	
11	<b>บทที่ 8 สื่อโฆษณา</b> - Above-the-Line - Below-the-Line - Through-the-Line - กรณีศึกษา	4	- <u>นำเสนองานกลุ่ม</u> - บรรยายแบบปฏิสัมพันธ์ (ใช้ PowerPoint และอินเทอร์เน็ต เป็นหลัก) - แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อ ทบทวนความรู้ความเข้าใจ	อ.เหมือนฝัน คงสมแสง
12	<b>บทที่ 8 สื่อโฆษณา (ต่อ)</b> - Above-the-Line - Below-the-Line - Through-the-Line - กรณีศึกษา	4	- บรรยายแบบปฏิสัมพันธ์ (ใช้ PowerPoint และอินเทอร์เน็ต เป็นหลัก) - แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อ ทบทวนความรู้ความเข้าใจ	อ.เหมือนฝัน คงสมแสง
13	<b>บทที่ 9 NGO กับโฆษณา</b> - ความหมายและบทบาท - วิธีการนำเสนอ - กรณีศึกษา	4	- บรรยายแบบปฏิสัมพันธ์ (ใช้ PowerPoint และอินเทอร์เน็ต เป็นหลัก) - แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อ ทบทวนความรู้ความเข้าใจ	อ.เหมือนฝัน คงสมแสง
14	<b>นำเสนองานส่วนบุคคลชั้นที่ 2</b>	4	- <u>นำเสนองานส่วนบุคคลชั้นที่ 2</u>	อ.เหมือนฝัน คงสมแสง
15	<b>สรุปงานและภาพรวมของรายวิชา</b> - สรุปภาพรวมงานส่วนบุคคลชั้นที่ 2 - ทบทวนเนื้อหาการเรียนทั้งหมด	4	- แลกเปลี่ยนเพื่อสรุปงานส่วนบุคคล ชั้นที่ 2 - แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อ ทบทวนความรู้ความเข้าใจ และสรุป การเรียนการสอน	อ.เหมือนฝัน คงสมแสง
16	<b>สอบปลายภาค</b>			

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมการประเมิน (เรียงตามลำดับเวลา)	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
- ประเมินจากการมีส่วนร่วมในห้องเรียน การแต่งกาย การส่งใบลา	ตลอดภาคการศึกษา	ร้อยละ 10
- ทดสอบรายบุคคล	2	ร้อยละ 5
- งานส่วนบุคคล ชั้นที่ 1	8	ร้อยละ 10
- สอบกลางภาค	8	ร้อยละ 15
- งานกลุ่ม	11	ร้อยละ 10
- งานส่วนบุคคล ชั้นที่ 2	14	ร้อยละ 30
- 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

โคทาโร่ ชูกิยามะ. (2555). The Dentsu Way. แปลโดย SHURIKEN by DENTSU PLUS. สมุทรปราการ: ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย).

ณัฐพล ไยไพโรจน์. (2558). Digital Marketing Concept & Case Study. นนทบุรี: ไอดีซี พรีเมียร์.

ณัฐพล ไยไพโรจน์. (2559). Digital Marketing Concept & Case Study 3<sup>rd</sup> edition. นนทบุรี: ไอดีซี พรีเมียร์.

ดร. ฌอง-มารี. ปียอนด์ ดิสรัปชั่น: ฉีกแนวเหนือชั้น สร้างสรรค์เกมตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 2). เรียบเรียงโดย ชัยประนิน วิสุทธิผล ศุภกร ชินวรรโณ และอมรินทร์ จันทนะศิริ. กรุงเทพฯ: ทรัพย์จรรยา การพิมพ์.

- ดลชัย บุญยรัตเวช. (2545). Brand Voice. กรุงเทพฯ: เลิฟ แอนด์ เลิฟ.
- ทัศนีย์ บุณนาค. (2546). ถอดรหัสสื่อ (Advertising Branding Capital DNA). กรุงเทพฯ: เลิฟ แอนด์ เลิฟ.
- พรจิต สมบัติพานิช. (2551). ยุทธวิธีวางแผนสื่อโฆษณา. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- วงหทัย ต้นชีวะวงศ์. (2554). การโฆษณาข้ามวัฒนธรรม. ปทุมธานี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อลิสรา ชรินทร์สาร. (2553). Integrated Marketing Communication. ปทุมธานี: ม.ป.พ.
- Belch, George E. and Belch, Michael A. (2558). การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. แปลโดย กมลชัยวัฒน์. กรุงเทพฯ: อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอ็นเตอร์ไพรส์ แอลแอลซี.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2005). Theories of Human Communication (8<sup>th</sup> ed.). Canada: Thomson Wadsworth.
- Gore, Sylee. (2007). English for Marketing and Advertising. Oxford: Oxford business english.
- <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

หลักสูตรนิติศาสตร์กำหนดให้มีการสอบถามนักศึกษา หรือตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาถึงผลการทำข้อสอบ และความเหมาะสมของการให้คะแนน ทั้งคะแนนดิบและระดับคะแนน มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้ทุกภาคการศึกษาโดยการตรวจข้อสอบ รายงานวิธีการสอนและการให้คะแนนแก่นักศึกษา

#### 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

จัดให้มีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษา คณะกรรมการประเมินของหลักสูตร/ภาควิชา การรายงานรายวิชาหลังการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา การทบทวนเนื้อหาที่สอน กลยุทธ์การสอน และเสนอแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาวิชาเสนอต่อประธานหลักสูตรหรือหัวหน้าภาค เสนอต่อกรรมการประจำคณะพิจารณาให้ความคิดเห็นและสรุปเพื่อวางแผนปรับปรุงในปีการศึกษาต่อไป