



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรนิเทศศาสตร์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ประจำภาคเรียนที่ 1/2561

รหัสวิชา 3053504 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การวางแผนรณรงค์การโฆษณา

(ภาษาอังกฤษ) Advertising Campaign Planning

อาจารย์ผู้สอน

ผศ.ดร.ฐานะวัฒนา สุขวงศ์

คำนำ

รายวิชาการวางแผนรณรงค์การโฆษณา เป็นรายวิชาเลือกของหลักสูตรนิเทศศาสตร์ซึ่งจัดการเรียนการสอนให้กับนักศึกษาชั้นปีที่ 3 และ 4 เป็นรายวิชาที่มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้แนวคิด หลักการวางแผน และวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดเพื่อนำมาวางแผนรณรงค์การโฆษณา ฝึกปฏิบัติวางแผนรณรงค์การโฆษณาและสร้างเสริมประสบการณ์ตรงด้วยการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพในอนาคต

สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	4
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	4
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	5
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	5
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	9
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	14
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	15

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

- 1.1 เพื่อศึกษาแนวคิดและองค์ความรู้ด้านการวางแผนรณรงค์การโฆษณา
- 1.2 เพื่อสามารถนำแนวคิดและองค์ความรู้ด้านการวางแผนรณรงค์โฆษณามาประยุกต์ในการวางแผนกลยุทธ์การรณรงค์การโฆษณา
- 1.3 เพื่อสามารถคิด วิเคราะห์และวางแผนรณรงค์การโฆษณาได้เชิงประจักษ์

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เป็นรายวิชาเลือกของหลักสูตรนิเทศศาสตร์ เน้นศึกษาแนวคิดและองค์ความรู้ด้านการรณรงค์การโฆษณา ตลอดจนการวางแผนกลยุทธ์และผลิตรายการรณรงค์การโฆษณาที่เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานและสังคมโดยรวม

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา (ระบุทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)

ศึกษาหลักการรณรงค์การโฆษณา กระบวนการวางแผนรณรงค์การโฆษณา การกำหนดวัตถุประสงค์การตลาดและการโฆษณา องค์ประกอบในการวางแผนรณรงค์การโฆษณา กลยุทธ์และเทคนิคการวางแผนรณรงค์การโฆษณา การประเมินผลแผนการรณรงค์การโฆษณา

Study principles advertising campaign, advertising campaign planning process, identify marketing and advertising objectives ,elements of advertising campaign planning, strategies and tactics advertising campaign planning, evaluation advertising campaign planning.

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
30 ชั่วโมง	ไม่มี	30 ชั่วโมง	75 ชั่วโมง

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

รายบุคคล

30 นาที/สัปดาห์

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- 1.1.1 มีวินัย ตรงต่อเวลาและมีความรับผิดชอบในการศึกษา
- 1.1.2 มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น
- 1.1.3 มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพในการวางแผนรณรงค์การโฆษณา

1.2 วิธีการสอน

- เน้นการมีส่วนร่วมระหว่างผู้สอนและผู้เรียน เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปราย แสดงความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับคุณธรรม จริยธรรมในการรณรงค์การโฆษณา
- ยกตัวอย่างกรณีศึกษาการรณรงค์การโฆษณาและตัวอย่างงานโฆษณาที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมที่ขาดความรับผิดชอบต่อผู้อื่นและสังคม ตลอดจนการมีจิตบริการและจิตสาธารณะ
- อาจารย์ปฏิบัติตนเป็นตัวอย่าง ให้ความสำคัญต่อจรรยาบรรณวิชาชีพและวิชาการ การมีวินัยเรื่องเวลาและ การเปิดโอกาสให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นและรับฟังความคิดเห็นของนักศึกษา เป็นต้น

1.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินผลจากการแสดงความคิดเห็น การวิเคราะห์ การอภิปราย และพฤติกรรมที่แสดงออก ในชั้นเรียนและในโอกาสต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทางด้านคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ โฆษณา
- การตรวจสอบการมีวินัยต่อการเรียน การตรงต่อเวลาในการเข้าชั้นเรียนและการส่งงาน
- ประเมินจากกระบวนการและผลสัมฤทธิ์ของการทำงานเดี่ยวและงานกลุ่มตามที่ได้รับมอบหมาย

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- 2.1.1 ความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิด และองค์ความรู้ด้านการวางแผนรณรงค์การโฆษณา ยุทธวิธีและกระบวนการรณรงค์การโฆษณา การวิเคราะห์วิจัยตลอดจนกลุ่มเป้าหมาย การใช้สื่อ การวัดผลและประเมินผล
- 2.1.2 สามารถกำหนดกลยุทธ์การรณรงค์การโฆษณา รวมทั้งประยุกต์กระบวนการวางแผนสามารถเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

2.2 วิธีการสอน

- เน้นการเรียนการสอนแบบ Active learning โดยการตั้งประเด็นและให้นักศึกษาออกเป็น แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ร่วมนำเสนอ วิเคราะห์ วิพากษ์ ช่วยเหลือสนับสนุนซึ่งกันและกัน และมีความ รับผิดชอบร่วมกันทั้งในส่วนตนและส่วนรวม โดยเน้นให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์ อภิปรายแสดงความคิดเห็น และศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมด้วยตนเอง

- เน้นการเรียนการสอนแบบฝึกปฏิบัติโดยมีอาจารย์เป็นผู้คอยแนะนำให้คำปรึกษา และที่ เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เช่น กิจกรรมที่ส่งเสริมกระบวนการคิด นักศึกษาได้ฝึกวิธีคิดในหลายลักษณะ กิจกรรมที่ผู้เรียนได้ค้นพบสาระสำคัญหรือองค์ความรู้ใหม่ด้วยตนเอง อันเกิดจากการ แลกเปลี่ยน เรียนรู้และปฏิบัติจริงโดยเน้นความรับผิดชอบต่อสังคมการมีจรรยาบรรณต่อการโฆษณาและการทำงานเป็น ทีม

2.3 วิธีการประเมินผล

- ความสนใจ
- การมีส่วนร่วม
- การทำงานกลุ่ม
- การศึกษากรณีศึกษา
- การสอบปลายภาค

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

● 3.1.1 สามารถคิดวิเคราะห์ วิพากษ์ แสดงความคิดเห็นต่อกรณีศึกษาและตัวอย่างงาน โฆษณา

● 3.1.2 สามารถประยุกต์ความรู้ด้านการรณรงค์โฆษณา จากองค์ความรู้มาประยุกต์ใน การวางแผนรณรงค์เพื่อสร้างสรรค์สังคมได้อย่างเป็นรูปธรรมในการประยุกต์สร้างสรรค์งานโฆษณาทางสื่อ ประเภทต่างๆ ได้

3.2 วิธีการสอน

- บรรยายเนื้อหาให้นักศึกษามีความรู้
- ฝึกคิดและวิเคราะห์จากงานโฆษณาทั้งที่สร้างสรรค์สังคมและการมีจิตสาธารณะที่ดีที่ ส่งผลต่อความรับผิดชอบต่อสังคม
- ปฏิบัติการวางแผนการรณรงค์การโฆษณาโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

3.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากการสังเกต ความสนใจ การมีส่วนร่วมในชั้นเรียนตลอดจนวิเคราะห์ แสดงความคิดเห็นต่อกรณีศึกษาและตัวอย่างในชั้นเรียน ทั้งรายบุคคลและกลุ่ม
- ชิ้นงาน ผลงานกลุ่ม
- ชิ้นงาน ผลงานเดี่ยว

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- 4.1.1 สามารถสื่อสาร ประสานงาน และทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 4.1.2 สามารถแสดงบทบาทของผู้นำ หรือบทบาทของผู้ร่วมทีมในการทำงานเพื่อหาข้อสรุปเชิงวิเคราะห์ และการวางแผน
- 4.1.3 มีความรับผิดชอบในการทำงานที่ได้รับมอบหมายทั้งรายบุคคลและงานกลุ่ม

4.2 วิธีการสอน

- มอบหมายงานกลุ่ม เพื่อให้ให้นักศึกษาได้มีโอกาสสื่อสาร ประสานงานและทำงานร่วมกับผู้อื่น
- Group Discussion แสดงความคิดเห็น วิเคราะห์ อภิปรายต่อกรณีศึกษาและตัวอย่างผลงานโฆษณา ตลอดจนแนวทางการปฏิบัติในการวางแผนรณรงค์การโฆษณา

4.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินการมีส่วนร่วมในชั้นเรียนความสนใจใฝ่รู้ และความตรงต่อเวลา
- ประเมินจากรายงานกลุ่มและการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน
- ประเมินจากคุณภาพและความสมบูรณ์งานกลุ่มที่มอบหมาย
- ประเมินจากการประมวลความรู้นำไปประยุกต์ใช้

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- 5.1.1 สามารถสื่อสารอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ด้วยวัจนะและอวัจนะ ภาษา และ เลือกใช้รูปแบบของสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพโดยเหมาะสมกับอาจารย์และเพื่อนร่วมชั้นเรียน
- 5.1.2 สามารถเลือกใช้เทคโนโลยี และสื่อสมัยใหม่ในสร้างสรรค์ผลงานโฆษณาทางสื่อประเภทต่างๆ อย่างเหมาะสม

5.2 วิธีการสอน

- การวิเคราะห์กรณีศึกษา/ตัวอย่างงานโฆษณา โดยใช้สารสนเทศเป็นข้อมูล
- การมอบหมายงานโดยการสืบค้นข้อมูล และใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในการวางแผน
รณรงค์โฆษณา
- การมอบหมายงานที่ให้นักศึกษานำเสนอทั้งในรูปแบบที่เป็นเอกสารและวาจา ประกอบการใช้เทคโนโลยี การสื่อสารที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

5.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากการแสดงความคิดเห็นต่อกรณีศึกษา/ตัวอย่างงานโฆษณา
- ประเมินจากผลงานที่สืบค้นและใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในการรณรงค์การโฆษณา
- ประเมินจากผลงานกลุ่มที่นำเสนอด้วยเอกสารรายงาน การใช้สื่อและการนำเสนอหน้า
ชั้นเรียน
- ประเมินจากการปฏิบัติกิจกรรมรณรงค์การโฆษณาที่เป็นรูปธรรม

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
1	<p>- หัวข้อการสอน แนะนำเนื้อหาารายวิชาการเรียน การสอน และเกณฑ์การประเมิน ความหมาย แนวคิด และ บทบาทของการรณรงค์การ โฆษณา</p> <p>- Learning Outcome นักศึกษา มีความเข้าใจ ความหมาย แนวคิด และ บทบาทของการรณรงค์การ โฆษณา</p>	4	<p>- อธิบายเนื้อหาารายวิชา วัตถุประสงค์ เกณฑ์การวัดผล การประเมินผล และ แนะนำหนังสือ</p> <p>- บรรยาย ยกตัวอย่าง</p> <p>- แสดงความคิดเห็นและร่วมอภิปราย</p>	<p>-เอกสารประกอบการ สอน</p> <p>-Power point</p>	1.1,1.2	<p>ผศ.ดร. ฐานะ วัฒนา สุขวงศ์</p>

2	<p>- หัวข้อการสอน กระบวนการวางแผนรณรงค์การ โฆษณา</p> <p>- Learning Outcome นักศึกษาสามารถอธิบาย กระบวนการวางแผนรณรงค์การ โฆษณา</p>	4	<p>- บรรยายสรุปเนื้อหา</p> <p>- ยกตัวอย่าง</p> <p>- แสดงความคิดเห็นและร่วมอภิปราย</p> <p>- อาจารย์มอบหมายงานเดี่ยวและให้ ข้อมูลย้อนกลับ</p>	<p>-เอกสารประกอบการ สอน</p> <p>-Power point</p>	1.1,1.2	<p>ผศ.ดร. ฐานะ พัฒนา สุขวงศ์</p>
3	<p>- หัวข้อการสอน การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการ ตลาด</p> <p>- Learning Outcome นักศึกษารู้ถึงความสำคัญและ สามารถการกำหนด วัตถุประสงค์ทางการตลาด</p>	4	<p>- บรรยายสรุปเนื้อหา</p> <p>- ศึกษาข้อมูลการตลาดจากข้อมูลจริง จากสื่อ</p>	<p>-เอกสารประกอบการ สอน</p> <p>-Power point</p>	1.1,1.2,1.3	<p>ผศ.ดร. ฐานะ พัฒนา สุขวงศ์</p>
4	<p>- หัวข้อการสอน องค์ประกอบในการวางแผน รณรงค์การโฆษณา</p>	4	<p>- บรรยายสรุปเนื้อหา และอภิปรายกลุ่ม ย่อย</p> <p>- กรณีศึกษาและตัวอย่าง</p>	<p>-เอกสารประกอบการ สอน</p> <p>-Power point</p>	1.1,1.2	<p>ผศ.ดร. ฐานะ พัฒนา</p>

	<p>- Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาทราบและอธิบายได้ว่าองค์ประกอบในการวางแผนรณรงค์การโฆษณา มีอะไรบ้าง</p>		- การระดมสมอง	-case study		สุขวงศ์
5-6	<p>- หัวข้อการสอน</p> <p>การวิเคราะห์และวิจัยข้อมูลทางการตลาด</p> <p>ข้อมูลสำหรับการวางแผนรณรงค์การโฆษณา</p> <p>- Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาเข้าใจการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดและสามารถสืบค้นข้อมูลทางการตลาดได้</p>	8	- บรรยายสรุปเนื้อหา - กรณีศึกษาและตัวอย่าง	-เอกสารประกอบการสอน -Power point -case study	1.1,1.2,1.3	ผศ.ดร. ฐานะ วัฒนา สุขวงศ์
7-8	<p>- หัวข้อการสอน</p> <p>การวิเคราะห์และวิจัยข้อมูลทางการตลาด</p> <p>ข้อมูลสำหรับการวางแผนรณรงค์การโฆษณา</p> <p>- Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถนำเสนอข้อมูล</p>	8	- บรรยายสรุปเนื้อหา และอภิปรายกลุ่มย่อย - กรณีศึกษาและตัวอย่าง เน้นการเรียนการสอนแบบปฏิบัติ	-เอกสารประกอบการสอน -Power point -case study	1.1,1.2,1.3	ผศ.ดร. ฐานะ วัฒนา สุขวงศ์

	การวิเคราะห์และวิจัยข้อมูลทางการตลาด					
9-10	<p>- หัวข้อการสอน</p> <p>-เครื่องมือสนับสนุนการรณรงค์การโฆษณาการประเมินผลรณรงค์การโฆษณา</p> <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถเลือกเครื่องมือสนับสนุนการรณรงค์การโฆษณาได้เหมาะสม</p>	8	<p>- บรรยายสรุปเนื้อหาและอภิปรายกลุ่มย่อย</p> <p>- ยกตัวอย่าง</p> <p>- แสดงความคิดเห็นและร่วมอภิปราย</p> <p>- อาจารย์มอบหมายงานเดี่ยวและให้ข้อมูลย้อนกลับ</p>	<p>-เอกสารประกอบการสอน</p> <p>-Power point</p> <p>-case study</p>	1.1,1.2,1.3	ผศ.ดร. ฐานะ วัฒนา สุขวงศ์
11-12	<p>- หัวข้อการสอน</p> <p>-กลยุทธ์และเทคนิคการวางแผนรณรงค์การโฆษณา</p> <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถกำหนดกลยุทธ์และเทคนิคการวางแผนรณรงค์การโฆษณา ได้</p>	8	<p>- บรรยายสรุปเนื้อหาและอภิปรายกลุ่มย่อย</p> <p>- ยกตัวอย่าง</p>	<p>-เอกสารประกอบการสอน</p> <p>-Power point</p> <p>-case study</p>	1.1,1.2	ผศ.ดร. ฐานะ วัฒนา สุขวงศ์

13	- หัวข้อการสอน การประเมินผลแผนรณรงค์การ โฆษณา Learning Outcome นักศึกษา รู้ถึงการประเมินผลแผนรณรงค์การ โฆษณา	4	- บรรยายสรุปเนื้อหา และอภิปรายกลุ่มย่อย - ยกตัวอย่าง	-เอกสารประกอบการ สอน -Power point -case study	1.1,1.2,1.3	ผศ.ดร. ฐานะ วัฒนา สุขวงศ์
14-15	- หัวข้อการสอน ฝึกปฏิบัติการวางแผน รณรงค์การโฆษณา Learning Outcome นักศึกษา สามารถนำเสนอแผนการรณรงค์ การโฆษณาได้จริง กลุ่มละ 1 โครงการ	4	- มอบหมายงานให้นักศึกษาวางแผน รณรงค์การโฆษณาและนำเสนอเชิง ประจักษ์	-เอกสารประกอบการ สอน -case study	1.1,1.2,1.3	ผศ.ดร. ฐานะ วัฒนา สุขวงศ์
16	-สอบปลายภาค					

หมายเหตุ : ระบุทุกสัปดาห์ จำนวน 15 สัปดาห์

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้ที่ได้ (ระบุข้อ)	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1	1.1.1,1.1.2,1.1.3	การมีส่วนร่วมในการอภิปราย แสดงความคิดเห็น และวินัยในการเรียน ความรับผิดชอบ	1-15	10 %
2	2.1.1,2.1.2,3.1.1,4.1.3	รายงานเดี่ยวการวิเคราะห์ วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ กลุ่มเป้าหมายและตลาด	3-4	10 %
3	2.1.2,3.1.1,3.1.2,4.1.2, ,5.1.15.1.2,	วางแผนธุรกิจโฆษณาผลิตภัณฑ์หรือบริการ	7-11	20 %
4	1.1.1,1.1.2,1.1.3, 2.1.1,2.1.2,3.1.1,3.1.2,4.1.1 ,4.1.2,4.1.3,5.1.1,5.1.2	ปฏิบัติวางแผนธุรกิจการโฆษณา โดยนำเสนองานเชิงประจักษ์	11-15	30 %

หมวดที่ 6 ทฤษฎีการประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

ฐานะวัฒนา สุขวงศ์. (2560). การวางแผนธุรกิจการโฆษณา. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ ศูนย์บริการสื่อและสิ่งพิมพ์กราฟิกไซท์.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2552). เอกสารการสอนชุดวิชาการรณรงค์และผลิิตงานโฆษณา (หน่วยที่ 1-7) พิมพ์ครั้งที่ 2.นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2552). เอกสารการสอนชุดวิชาการรณรงค์และผลิิตงานโฆษณา.

(หน่วยที่ 8-15) พิมพ์ครั้งที่ 2.นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

นิตยสาร :

นิตยสาร Marketeer

นิตยสาร BrandAge

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>

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2552). *เอกสารการสอนชุดวิชาการรรณรงค์และผลิตงานโฆษณา*. (หน่วยที่ 1-7) พิมพ์ครั้งที่ 2.นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2552). *เอกสารการสอนชุดวิชาการรรณรงค์และผลิตงานโฆษณา*.

(หน่วยที่ 8-15) พิมพ์ครั้งที่ 2.นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

สุมาลี เล็กประยูร (2552). *การวางแผนรณรงค์โฆษณา*. กรุงเทพฯ ฯ.สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

ให้นักศึกษาทุกคนประเมินประสิทธิผลของรายวิชา ซึ่งรวมถึง วิธีการสอน การจัดกิจกรรมในและนอกห้องเรียน สิ่งสนับสนุนการเรียนการสอน ซึ่งมีผลกระทบต่อการเรียนรู้ และผลการเรียนรู้ที่ได้รับ และเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงรายวิชา

2.กลยุทธ์การประเมินการสอน

การประเมินการสอนของอาจารย์ผู้สอน โดยนักศึกษาและ การสังเกตการณ์ขอกรรมการบริหาร หลักสูตรที่ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้ประเมิน

3.การปรับปรุงการสอน

หลักสูตรกำหนดให้อาจารย์ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์และวิธีการสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลของรายวิชา แล้วจัดทำรายงานรายวิชาตามรายละเอียดที่ สกอ. กำหนดทุกภาคการศึกษา รวมถึงมหาวิทยาลัยมีนโยบายให้อาจารย์ผู้สอนทำการวิจัยในชั้นเรียนเพื่อพัฒนาการจัดการเรียนการสอน และแก้ไขปัญหาการเรียนการสอนที่เกิดขึ้นในชั้นเรียน

4.การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

หลักสูตรแต่งตั้งอาจารย์ผู้ประสานงานรายวิชาในการจัดทำข้อสอบในรายวิชาที่มีอาจารย์ผู้สอนหลายท่านเพื่อพิจารณาความเหมาะสมข้อสอบข้อเขียนทำหน้าที่ทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

หลักสูตรมีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยให้อาจารย์ผู้สอนจัดทำสรุปผลและนำเสนอแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาในรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา เสนอต่อคณะ เพื่อพิจารณาให้ความคิดเห็นและสรุปวางแผนพัฒนาปรับปรุงสำหรับใช้ในปีการศึกษาถัดไป