



## รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต  
คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
ประจำภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562

รหัสวิชา 3053504 ชื่อรายวิชา การวางแผนรณรงค์การโฆษณา

Advertising Campaign Planning

อาจารย์ผู้สอน

ผศ.ศิริมา คงทัพ

## คำนำ

รายละเอียดของรายวิชา รหัสวิชา 3053504 ชื่อรายวิชา การวางแผนรณรงค์การโฆษณา มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจหลักการรณรงค์การโฆษณา กระบวนการวางแผนรณรงค์การโฆษณา การกำหนดวัตถุประสงค์การตลาดและการโฆษณา องค์ประกอบในการวางแผนรณรงค์การโฆษณา กลยุทธ์และเทคนิคการวางแผนรณรงค์การโฆษณา การประเมินผลแผนการรณรงค์การโฆษณา ตลอดจนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการผลิตการรณรงค์การโฆษณาที่เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานและสังคมโดยรวม รายละเอียดวิชานี้จึงเป็นส่วนสำคัญต่อผู้เรียน ที่เน้นทั้งการเรียนการสอนที่เป็นทฤษฎีและการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง จากกรณีศึกษา และกิจกรรมการเรียนการสอนในห้องเรียน โดยผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้จากการรายวิชาไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้ในอนาคต

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
กรกฎาคม 2562

## สารบัญ

หมวด	หน้า	
หมวด 1	ข้อมูลทั่วไป	4
หมวด 2	จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	5
หมวด 3	ลักษณะและการดำเนินการ	5
หมวด 4	การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	6
หมวด 5	แผนการสอนและการประเมินผล	9
หมวด 6	ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	12
หมวด 7	การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	14

## รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
คณะ	คณะวิทยาการจัดการ

## หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

## 1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 3053504 การวางแผนรณรงค์การโฆษณา

Advertising Campaign Planning

## 2. จำนวนหน่วยกิต

3 (2-2-5) หน่วยกิต

## 3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

ประเภทของรายวิชา วิชาเลือก

## 4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผศ.ศิริมา คงทัพบ

อาจารย์ผู้ประสานงานรายวิชา ผศ.ศิริมา คงทัพบ

## 5. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 1 ชั้นปีที่ 4

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

ไม่มี

## 7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

## 8. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

## 9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

10 กรกฎาคม 2562

## หมวดที่ 2. จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

- 1.1 เพื่อศึกษาแนวคิดและองค์ความรู้ด้านการวางแผนรณรงค์การโฆษณา
- 1.2 เพื่อสามารถนาแนวคิดและองค์ความรู้ด้านการวางแผนรณรงค์โฆษณามาประยุกต์ในการวางแผนกลยุทธ์การรณรงค์การโฆษณา
- 1.3 เพื่อสามารถคิด วิเคราะห์และวางแผนรณรงค์การโฆษณาได้ อย่างสร้างสรรค์และเป็น เชิงประจักษ์

### 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา / ปรับปรุงรายวิชา

เป็นรายวิชาบังคับของหลักสูตรนิเทศศาสตร์ เน้นศึกษาแนวคิดและองค์ความรู้ด้านการรณรงค์การโฆษณา ตลอดจนการวางแผนกลยุทธ์และผลิการรณรงค์การโฆษณาที่เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานและสังคมโดยรวม

## หมวดที่ 3. ลักษณะและการดำเนินการ

### 1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาหลักการรณรงค์การโฆษณา กระบวนการวางแผนรณรงค์การโฆษณา การกำหนดวัตถุประสงค์การตลาดและการโฆษณา องค์ประกอบในการวางแผนรณรงค์การโฆษณา กลยุทธ์และเทคนิคการวางแผนรณรงค์การโฆษณา การประเมินผลแผนการรณรงค์การโฆษณา

Study principles of advertising campaign, process of advertising campaign planning, setting marketing and advertising objectives, components of advertising campaign planning, strategies and techniques of advertising campaign planning, evaluation of advertising campaign planning

### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษด้วยตนเอง
30 ชั่วโมง	ไม่มี	30 ชั่วโมง	75 ชั่วโมง

### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

อาจารย์ผู้สอนกำหนดวัน เวลา ในการให้คำปรึกษา (Office Hour) สัปดาห์ละ 4 ชั่วโมง และประกาศให้ผู้เรียนทราบและนอกจากนั้น ยังอนุญาตให้นักศึกษาติดต่อผ่านโทรศัพท์ รวมถึง e-mail

address และสื่อสังคมออนไลน์ line ฯลฯ

## หมวดที่ 4. การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 1. คุณธรรม จริยธรรม

#### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- 1.1.1 มีวินัย ตรงต่อเวลาและมีความรับผิดชอบในการศึกษา
- 1.1.2 มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น
- 1.1.3 มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพในการวางแผนรณรงค์การโฆษณา (1.3)
- 1.1.4 เคารพในกฎระเบียบ กติกา กฎเกณฑ์ขององค์กรและสังคม โดยตระหนักในคุณค่าของ

ความเป็นมนุษย์

#### 1.2 วิธีการสอน

1.2.1 เน้นการมีส่วนร่วมระหว่างผู้สอนและผู้เรียน เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปราย แสดงความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับคุณธรรม จริยธรรมในการรณรงค์การโฆษณา

1.2.2 ยกตัวอย่างกรณีศึกษาการรณรงค์การโฆษณาและตัวอย่างงานโฆษณาที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมที่ขาดความรับผิดชอบต่อผู้อื่นและสังคมตลอดจนการมีจิตบริการและจิตสาธารณะ

1.2.3 อาจารย์ปฏิบัติตนเป็นตัวอย่าง ให้ความสำคัญต่อจรรยาบรรณวิชาชีพและวิชาการ การมีวินัยเรื่องเวลาและ การเปิดโอกาสให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นและรับฟังความคิดเห็นของนักศึกษา

#### 1.3 วิธีการประเมินผล

1.3.1 ประเมินผลจากการแสดงความคิดเห็น การวิเคราะห์ การอภิปราย และพฤติกรรมที่แสดงออก ในชั้นเรียนและในโอกาสต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทางด้านคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ โฆษณา

1.3.2 การตรวจสอบการมีวินัยต่อการเรียน การตรงต่อเวลาในการเข้าชั้นเรียนและการส่งงาน

1.3.3 ประเมินจากกระบวนการและผลสัมฤทธิ์ของการทำงานเดี่ยวและงานกลุ่มตามที่ได้รับ

มอบหมาย

### 2. ความรู้

#### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- 2.1.1 ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดองค์ความรู้ด้านการวางแผนรณรงค์การโฆษณา
- 2.2.2 มีความสามารถเชิงการคิดวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ และคิดสร้างสรรค์ สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการประกอบอาชีพ และสร้างงานสร้างอาชีพได้อย่างเหมาะสม
- 2.2.3 สามารถบูรณาการความรู้ต่าง ๆ นำมาประยุกต์ใช้เป็นพื้นฐานในการประกอบอาชีพได้
- 2.2.4 มีความสามารถในการศึกษาค้นคว้า และพัฒนาความรู้ ความเข้าใจของตนเองได้อย่าง

ต่อเนื่อง

## 2.2 วิธีการสอน

2.2.1 เน้นการเรียนการสอนแบบร่วมมือ (cooperative learning groups) โดยการแบ่งให้นักศึกษาออกเป็นกลุ่ม เพื่อการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ช่วยเหลือสนับสนุนซึ่งกันและกัน และมีความรับผิดชอบร่วมกันทั้งในส่วนตัวและส่วนรวม เพื่อให้กลุ่มประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด โดยเน้นให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์ อภิปรายแสดงความคิดเห็น และศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมด้วยตนเอง เป็นต้น

2.2.2 เน้นการเรียนการสอนแบบฝึกปฏิบัติโดยมีอาจารย์เป็นผู้คอยแนะนำให้คาปรึกษา และที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เช่น กิจกรรมที่ส่งเสริมกระบวนการคิด นักศึกษาได้ฝึกวิคิดในหลายลักษณะ กิจกรรมที่ผู้เรียนได้ค้นพบสาระสำคัญหรือองค์ความรู้ใหม่ด้วยตนเอง อันเกิดจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และปฏิบัติจริงโดยเน้นความรับผิดชอบต่อสังคมการมีจรรยาบรรณต่อการโฆษณาและการทำงานเป็นทีม

## 2.3 วิธีการประเมินผล

2.3.1 ประเมินจากการทดสอบย่อย

2.3.2 ประเมินจากความสมบูรณ์ของรายงานเดี่ยว รายงานกลุ่ม

2.3.3 ประเมินจากผลการอภิปราย และการวิเคราะห์กรณีศึกษา

2.3.4 ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน

## 3. ทักษะทางปัญญา

### 3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

● 3.1.1 สามารถคิดวิเคราะห์ วิพากษ์ สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน ประเด็นปัญหาทางสังคม การสื่อสาร ประยุกต์ใช้ทักษะทางสื่อสารเสนอปัญหา และแนวทางแก้ไขได้อย่างสร้างสรรค์

○ 3.1.2 สามารถประยุกต์ความรู้ด้านการรณรงค์โฆษณา จากองค์ความรู้มาประยุกต์ในการวางแผนรณรงค์เพื่อสร้างสรรค์สังคมได้อย่างเป็นรูปธรรมในการประยุกต์สร้างสรรค์งานโฆษณาทางสื่อประเภทต่างๆ ได้

● 3.1.3 มีความคิดสร้างสรรค์ และสามารถนำนวัตกรรมการสื่อสารไปใช้ในงานเชิงวิชาชีพทางนิเทศศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

● 3.1.4 มีความใฝ่รู้ รอบรู้ รู้จักใช้แหล่งข้อมูลในการสืบค้นหาข้อเท็จจริง สามารถพิจารณาและตัดสินใจนำไปใช้ได้อย่างเหมาะสมกับงานในแต่ละด้าน

### 3.2 วิธีการสอน

3.2.1 ใช้การจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ได้แก่ การเรียนรู้ที่เน้นการวางแผนและการเรียนรู้แบบแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง เน้นให้นักศึกษาศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งสารสนเทศรูปแบบต่าง ๆ

3.2.2 บรรยายเนื้อหาให้นักศึกษามีความรู้ ยกตัวอย่าง กรณีศึกษา

- 3.2.3 การอภิปรายกลุ่ม การระดมความคิด
- 3.2.4 มอบหมายงานให้ผู้เรียนได้ฝึกปฏิบัติการวางแผนการรณรงค์การโฆษณาโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญทั้งเดี่ยวและกลุ่ม
- 3.2.5 การให้ข้อมูลย้อนกลับ
- 3.2.6 ฝึกคิดและวิเคราะห์จากงานโฆษณาทั้งที่สร้างสรรค์สังคมและการมีจิตสาธารณะที่ดีที่ส่งผลต่อความรับผิดชอบต่อสังคม
- 3.2.7 สนับสนุนและส่งเสริมให้นักศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมการประกวดแผน การรณรงค์โฆษณา เพื่อนำความรู้ไปต่อยอดเป็นแนวคิดการรณรงค์โฆษณา เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์

### 3.3 วิธีประเมินผล

- 3.3.1 ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยเน้นอรรถนัยที่มีการประยุกต์ความรู้และทักษะตลอดจนการวิเคราะห์ กับการวางแผนการรณรงค์โฆษณา
- 3.3.2 ประเมินจากการตอบปัญหาและการแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน ทั้งรายบุคคลและกลุ่ม
- 3.3.3 ประเมินจากความสมบูรณ์ของรายงานเดี่ยว รายงานกลุ่ม
- 3.3.4 ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน
- 3.3.5 ประเมินจากผลการตัดสินของคณะกรรมการประกวดภายนอก \*\*\* (หมายเหตุ: หากเข้าร่วมกิจกรรมการประกวดแผนการรณรงค์โฆษณา)
- 3.3.6 ชิ้นงาน ผลงานรายกลุ่มและรายบุคคล

## 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

### 4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- 4.1.1 สามารถสื่อสาร ประสานงาน และทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 4.1.2 สามารถแสดงบทบาทของผู้นำ หรือบทบาทของผู้ร่วมทีมในการทำงานเพื่อหาข้อสรุปเชิงวิเคราะห์ และการวางแผน
- 4.1.3 สามารถพัฒนาความรู้ด้วยตนเองและมีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย
- 4.1.4 สามารถใช้ความรู้ ทักษะการสื่อสารนำเสนอความคิดเห็นต่อประเด็นสาธารณะชั้นนำสังคมได้อย่างเหมาะสม

### 4.2 วิธีการสอน

- 4.2.1 การมอบหมายการทำงานแบบเดี่ยวและรายกลุ่ม
- 4.2.2 Group Discussion แสดงความคิดเห็น วิเคราะห์ อภิปรายต่อกรณีศึกษาและตัวอย่างผลงานโฆษณา ตลอดจนแนวทางการปฏิบัติในการวางแผนรณรงค์การโฆษณา



4.2.3 การวิเคราะห์กรณีศึกษาโดยเน้นการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ให้ผู้เรียนมีกระบวนการกลุ่มร่วมกันวางแผนและแก้ปัญหาในประเด็นที่อาจารย์และนักศึกษาร่วมกันกำหนดและนำเสนอในชั้นเรียน

#### 4.3 วิธีการประเมินผล

- 4.3.1 ประเมินจากบทบาทและความรับผิดชอบในการทำงานร่วมกับเพื่อนทั้งในและนอกกลุ่ม
- 4.3.2 ประเมินจากความสมบูรณ์ของรายงานเดี่ยว รายงานกลุ่ม (4.4)
- 4.3.3 ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน
- 4.3.4 ประเมินจากแบบฟอร์มที่กำหนด (ประเมินตนเองและเพื่อน)

### 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

#### 5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- 5.1.1 สามารถสื่อสารอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ด้วยวัจนะและอวัจนะภาษา และเลือกใช้รูปแบบของสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพโดยเหมาะสมกับอาจารย์และเพื่อนร่วมชั้นเรียน
- 5.1.2 สามารถเลือกใช้เทคโนโลยี และสื่อสมัยใหม่ในสร้างสรรค์ผลงานโฆษณาทางสื่อประเภทต่างๆ อย่างเหมาะสม
- 5.1.3 สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประมวลผล และนำเสนองานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### 5.2 วิธีการสอน

- 5.2.1 มอบหมายให้นักศึกษาทำรายงานเดี่ยวและกลุ่มที่ต้องมีการสืบค้นข้อมูล
- 5.2.2 การวิเคราะห์กรณีศึกษา ในประเด็นที่อาจารย์กำหนดและวิเคราะห์ตัวอย่างงานโฆษณาโดยการสืบค้นทางเทคโนโลยีสารสนเทศ
- 5.2.3 การนำเสนอในชั้นเรียนโดยใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารพร้อมส่งรูปเล่มรายงานและนำเสนอด้วยวาจา

#### 5.3 วิธีการประเมินผล

- 5.3.1 ประเมินจากการแสดงความคิดเห็นต่อกรณีศึกษา/ตัวอย่างงานโฆษณา
- 5.3.2 ประเมินจากผลงานที่สืบค้นและใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในการณรงค์การโฆษณา
- 5.3.3 ประเมินจากผลงานกลุ่มที่นำเสนอด้วยเอกสารรายสัปดาห์ใช้สื่อและการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
- 5.3.4 ประเมินจากการปฏิบัติกิจกรรมณรงค์การโฆษณาที่เป็นรูปธรรม

## หมวดที่ 5. แผนการสอนและการประเมินผล

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน/ Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
1	<p>- แนะนำเนื้อหารายวิชาการเรียนการสอน และเกณฑ์การประเมิน</p> <p>- บทที่ 1 ความหมาย แนวคิด และบทบาทของการรณรงค์การโฆษณา</p> <p>- Learning Outcome</p> <p>1) ผู้เรียนสามารถอธิบายความหมาย แนวคิด และบทบาทของการรณรงค์การโฆษณา ได้</p> <p>2) ผู้เรียน มีความรู้ความเข้าใจในแนวคิด และบทบาทของการรณรงค์การโฆษณา</p>	4	<p>- อธิบายเนื้อหาวิชา</p> <p>วัตถุประสงค์ เกณฑ์การวัดผล การประเมินผล และแนะนำหนังสือ</p> <p>- บรรยาย ยกตัวอย่าง</p> <p>- แสดงความคิดเห็นและร่วมอภิปราย</p>	Power Point/ เอกสารประกอบการเรียน/ใบงาน/กรณีตัวอย่างจากสื่อ/คลิปวิดีโอฯลฯ	ข้อ 1.1,1.2	ผศ.ศิริมา
2	<p>บทที่ 2 กระบวนการวางแผนรณรงค์การโฆษณา</p> <p>- Learning Outcome</p> <p>1) ผู้เรียนสามารถอธิบายกระบวนการ</p>	4	<p>- บรรยายสรุปเนื้อหา</p> <p>- ยกตัวอย่าง</p> <p>- แสดงความคิดเห็นและร่วมอภิปราย</p> <p>- อาจารย์มอบหมายงานเดี่ยว</p>	PowerPoint/ เอกสารประกอบการเรียน/ใบงาน/กรณีตัวอย่างจากสื่อ/คลิปวิดีโอฯลฯ	ข้อ 1.1,1.2	ผศ.ศิริมา

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	วางแผนรณรงค์การโฆษณา 2) ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจในขั้นตอน ของกระบวนการวางแผนรณรงค์การ โฆษณา		และให้ข้อมูลย้อนกลับ			
3	บทที่ 3 การกำหนดวัตถุประสงค์ ทางการตลาด  - Learning Outcome 1) ผู้เรียนสามารถอธิบายความหมาย และความสำคัญของการกำหนด วัตถุประสงค์ทางการตลาดได้ 2) ผู้เรียนสามารถการกำหนด วัตถุประสงค์ทางการตลาดได้	4	- บรรยาย - ศึกษาข้อมูลการตลาด - กรณีศึกษา อภิปราย - ตัวอย่างการวางแผนรณรงค์ โฆษณา - มอบหมายงานกลุ่มวางแผน การรณรงค์โฆษณา	PowerPoint/ เอกสารประกอบการ เรียน/ใบงาน/กรณี ตัวอย่างจากสื่อ/คลิป วิดีโอ ฯลฯ	ข้อ 1.1,1.2	ผศ.ศิริมา
4	บทที่ 4 องค์ประกอบในการวางแผน รณรงค์การโฆษณา  - Learning Outcome 1) ผู้เรียนสามารถอธิบาย	4	- บรรยายสรุปเนื้อหา และ อภิปรายกลุ่มย่อย - กรณีศึกษาและตัวอย่าง - การระดมสมอง	PowerPoint/ เอกสารประกอบการ เรียน/ใบงาน/กรณี ตัวอย่างจากสื่อ/คลิป วิดีโอ ฯลฯ	ข้อ 1.1,1.2	ผศ.ศิริมา

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	องค์ประกอบ ต่าง ๆ ในการวางแผน รณรงค์การโฆษณาได้ 2) ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ องค์ประกอบ ต่าง ๆ ในการวางแผน รณรงค์การโฆษณา					
5-6	บทที่ 5 การวิเคราะห์และวิจัยข้อมูล ทางการตลาด  - Learning Outcome 1) ผู้เรียน มีความรู้ความเข้าใจในการ วิเคราะห์และวิจัยข้อมูลทางการตลาด 2) ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์และวิจัย ข้อมูลทางการตลาดได้	8	- บรรยาย - กรณีศึกษา อภิปราย - ตัวอย่างข้อมูลต่างๆ ที่ใช้เพื่อ การวางแผนการรณรงค์โฆษณา	PowerPoint/ เอกสารประกอบการ เรียน/ใบงาน/กรณี ตัวอย่างจากสื่อ/คลิป วิดีโอ ฯลฯ	ข้อ 1.1,1.2	ผศ.ศิริมา

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
7-8	บทที่ 5 ข้อมูลสำหรับการวางแผน รณรงค์การโฆษณา  - Learning Outcome 1) ผู้เรียน มีความรู้ความเข้าใจใน การ วิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการ วางแผนรณรงค์การโฆษณา 2) ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์ ข้อมูลสา หรับการวางแผนรณรงค์การโฆษณาได้	8		PowerPoint/ เอกสารประกอบการ เรียน/ใบงาน/กรณี ตัวอย่างจากสื่อ/คลิป วิดีโอ ฯลฯ	ข้อ 1.1,1.2	ผศ.ศิริมา
9-10	บทที่ 6 เครื่องมือสนับสนุนการรณรงค์ก โฆษณา  Learning Outcome 1) ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ เครื่องมือสนับสนุนการรณรงค์การโฆษณ 2) ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์และเลือกใช้ เครื่องมือสนับสนุนการรณรงค์การโฆษณ ได้	8	- บรรยายสรุปเนื้อหา - อภิปรายกลุ่มย่อย - ยกตัวอย่าง - แสดงความคิดเห็นและร่วม อภิปราย - อาจารย์มอบหมายงานเดี่ยว และให้ข้อมูลย้อนกลับ	PowerPoint/ เอกสารประกอบการ เรียน/ใบงาน/กรณี ตัวอย่างจากสื่อ/คลิป วิดีโอ ฯลฯ	ข้อ 1.1,1.2	ผศ.ศิริมา

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
11-12	บทที่ 7 กลยุทธ์และเทคนิคการวางแผนรณรงค์การโฆษณา  -Learning Outcome 1) ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกลยุทธ์และเทคนิคการวางแผนรณรงค์การโฆษณา 2) ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์และเลือกใช้กลยุทธ์และเทคนิคการวางแผนรณรงค์การโฆษณาได้	8	- บรรยายสรุปเนื้อหา - อภิปรายกลุ่มย่อย - การนำเสนอ	PowerPoint/ เอกสารประกอบการเรียน/ใบงาน/กรณีตัวอย่างจากสื่อ/คลิปวิดีโอ ฯลฯ	ข้อ 1.1,1.2	ผศ.ศิริมา
13	บทที่ 8 การประเมินผลรณรงค์การโฆษณา  -Learning Outcome 1) ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจในแนวคิดเกี่ยวกับการประเมินผล	4	- บรรยายสรุปเนื้อหา - อภิปรายกลุ่มย่อย	PowerPoint/ เอกสารประกอบการเรียน/ใบงาน/กรณีตัวอย่างจากสื่อ/คลิปวิดีโอ ฯลฯ	ข้อ 1.1,1.2	ผศ.ศิริมา

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p>รณรงค์การโฆษณา</p> <p>2) ผู้เรียนสามารถอธิบายแนวคิดเกี่ยวกับ ประเมินผลรณรงค์การโฆษณา</p>					
14-15	<p>ฝึกปฏิบัติการวางแผนรณรงค์การ โฆษณา</p> <p>-Learning Outcome</p> <p>1) ผู้เรียนสามารถวางแผนรณรงค์การ โฆษณาจากโจทย์ที่กำหนดให้ได้ อย่าง สร้างสรรค์</p>	8	<p>มอบหมายโจทย์ให้นักศึกษา</p> <p>วางแผนรณรงค์การโฆษณาและ</p> <p>นำเสนอเชิงประจักษ์ ร่วมกัน</p> <p>แสดงความคิดเห็น อาจารย์ให้</p> <p>ข้อเสนอแนะ</p>	<p>PowerPoint/</p> <p>เอกสารประกอบการ</p> <p>เรียน/ใบงาน/กรณี</p> <p>ตัวอย่างจากสื่อ/คลิป</p> <p>วิดีโอ ฯลฯ</p>	ข้อ 1.1,1.2,1.3	ผศ.ศิริมา
16	สอบปลายภาค					

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1	1.1, 1.2, 1.3,	การมีส่วนร่วมในการอภิปราย แสดงความคิดเห็น และวินัยในการเรียน ความรับผิดชอบ การมีส่วนร่วมในการอภิปราย แสดงความคิดเห็น และวินัยในการเรียน ความรับผิดชอบ	1-15 สัปดาห์	10%
2	2.1, 2.3, 3.1	รายงานเดี่ยวการวิเคราะห์วิเคราะห์ ผลิตภัณฑ์หรือบริการ กลุ่มเป้าหมายและตลาด	3-4	20%
3	2.2, 3.1, 3.4, 5.1, 5.2	วางแผนธุรกิจโฆษณาผลิตภัณฑ์ หรือบริการ	7-10	20%
4	2.1, 2.2, 2.3, 3.1, 3.4, 4.1, 4.3, 4.4, 5.1, 5.2	ผลการประเมินกรณีศึกษา	11-15	30%
5		สอบปลายภาค	16	20%

### หมวดที่ 6. ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

#### 1. เอกสารและตำราหลัก

ฐานะวัฒนา สุขวงศ์. (2554). การวางแผนธุรกิจการค้าโฆษณา. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์  
ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอ็มแอนด์เอ็ม เลเซอร์พริ้นต์.

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

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2552). เอกสารการสอนชุดวิชาการธุรกิจและผลิตงานโฆษณา.  
(หน่วยที่ 8-15) พิมพ์ครั้งที่ 2.นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

#### 2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ



นิตยสาร :

นิตยสาร Marketeer

นิตยสาร BrandAge

เว็บไซต์ :

[www.kosanathai.com](http://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). เอกสารการสอนชุดวิชาการณรงค์และผลิตงานโฆษณา.

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

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2552). เอกสารการสอนชุดวิชาการณรงค์และผลิตงานโฆษณา.

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

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

## หมวดที่ 7. การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### 1. การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

ให้นักศึกษาทุกคนประเมินประสิทธิผลของรายวิชา ซึ่งรวมถึงวิธีการสอน การจัดกิจกรรมในและนอกห้องเรียน สิ่งสนับสนุนการเรียนการสอน ซึ่งมีผลกระทบต่อการเรียนรู้ และผลการเรียนรู้ที่ได้รับ และเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงรายวิชา

### 2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

การประเมินการสอนของอาจารย์ผู้สอน โดยนักศึกษาและ การสังเกตการณ์ของกรรมการบริหารหลักสูตรที่ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้ประเมิน

### 3. การปรับปรุงการสอน

หลักสูตรกำหนดให้อาจารย์ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์และวิธีการสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลของรายวิชา แล้วจัดทำรายงานรายวิชาตามรายละเอียดที่ สกอ. กำหนดทุกภาคการศึกษา รวมถึงมหาวิทยาลัยมีนโยบายให้อาจารย์ผู้สอนทำการวิจัยในชั้นเรียนเพื่อพัฒนาการจัดการเรียนการสอน และแก้ไขปัญหาการเรียนการสอนที่เกิดขึ้นในชั้นเรียน

#### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

หลักสูตรมีคณะกรรมการประเมินการสอนทำหน้าที่ทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา โดยการสุ่มประเมินข้อสอบและความเหมาะสมของการให้คะแนน ทั้งคะแนนดิบและระดับคะแนนของรายวิชา

#### 5. การดำเนินการทบทวนและวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

หลักสูตรมีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยให้อาจารย์ผู้สอนจัดทำสรุปผล และนำเสนอแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาในรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา เสนอต่อคณะ เพื่อพิจารณาให้ความคิดเห็นและสรุปวางแผนพัฒนาปรับปรุงสำหรับใช้ในปีการศึกษาถัดไป