

**มคอ.3**

**วิชาการวางแผนรณรงค์การโฆษณา**

**3053504**

## สารบัญ

| หมวด   |   | หน้า |
|--------|---|------|
| หมวด 1 | <b>ข้อมูลทั่วไป</b>   | 3    |
|        | 1. รหัสและชื่อรายวิชา   |      |
|        | 2. จำนวนหน่วยกิต  |      |
|        | 3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา  |      |
|        | 4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน   |      |
|        | 5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน   |      |
|        | 6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)                                    |      |
|        | 7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)                                  |      |
|        | 8. สถานที่เรียน   |      |
|        | 9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด                               |      |
| หมวด 2 | <b>จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์</b>   | 4    |
|        | 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา  |      |
|        | 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา   |      |
| หมวด 3 | <b>ลักษณะและการดำเนินการ</b>  | 4    |
|        | 1. คำอธิบายรายวิชา  |      |
|        | 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา   |      |
|        | 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล |      |
| หมวด 4 | <b>การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา</b>   | 5    |
|        | 1. คุณธรรม จริยธรรม   | 5    |
|        | 2. ความรู้  | 5    |
|        | 3. ทักษะทางปัญญา  | 6    |
|        | 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ  | 7    |
|        | 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ                    | 7    |
| หมวด 5 | <b>แผนการสอนและการประเมินผล</b>   | 9    |
|        | 1. แผนการสอน  | 9    |
|        | 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้   | 11   |

|               |  |           |
|---------------|--|-----------|
| <b>หมวด 6</b> | <b>ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน</b>                          | <b>11</b> |
|               | 1. เอกสารและตำราหลัก   | 11        |
|               | 2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ                                      | 12        |
|               | 3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ                                      | 12        |
| <b>หมวด 7</b> | <b>การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา</b>           | <b>13</b> |
|               | 1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา          |           |
|               | 2. กลยุทธ์การประเมินการสอน                                   |           |
|               | 3. การปรับปรุงการสอน   |           |
|               | 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา            |           |
|               | 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา |           |

## รายละเอียดของรายวิชา

|                      |  |
|----------------------|--|
| ชื่อสถาบันอุดมศึกษา  | มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต                    |
| วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา | หลักสูตรนิเทศศาสตร์ (นศ.บ) คณะวิทยาการจัดการ |

### หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา  
3053504 การวางแผนรณรงค์การโฆษณา
2. จำนวนหน่วยกิต  
3 (2-2-5) หน่วยกิต
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา
  - 3.1 หลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต
  - 3.2 ประเภทของรายวิชา วิชาบังคับ
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
  - 4.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผศ.ดร.ฐานะวัฒนา สุขวงศ์
  - 4.2 อาจารย์ผู้สอน ผศ.ดร.ฐานะวัฒนา สุขวงศ์, ผศ.ดร.ชนิษฐา ปาลโมกข์, อาจารย์ วันพุฒ เขียวขวัญ
5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน  
ภาคการศึกษาที่ 2 / 2554
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)  
ไม่มี
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)  
ไม่มี
8. สถานที่เรียน  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด  
กันยายน 2554

## หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

- 1.1 เพื่อศึกษาแนวคิดและองค์ความรู้ด้านการวางแผนรณรงค์การโฆษณา
- 1.2 เพื่อสามารถนำแนวคิดและองค์ความรู้ด้านการวางแผนรณรงค์โฆษณามาประยุกต์ในการวางแผนกลยุทธ์การรณรงค์การโฆษณาให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
- 1.3 เพื่อสามารถคิด วิเคราะห์และวางแผนรณรงค์การโฆษณาได้เชิงประจักษ์

### 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เป็นรายวิชาบังคับของหลักสูตรนิเทศศาสตร์ เน้นศึกษาแนวคิดและองค์ความรู้ด้านการรณรงค์การโฆษณา ตลอดจนการวางแผนกลยุทธ์และผลิตรายการรณรงค์การโฆษณาที่เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานและสังคมโดยรวม

## หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

### 1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาแนวคิด และความหมายของการรณรงค์การโฆษณา ยุทธวิธีของการวางแผนรณรงค์การโฆษณา กระบวนการวางแผนรณรงค์การโฆษณา การวิเคราะห์และวิจัยข้อมูลทางการตลาด การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การกำหนดวัตถุประสงค์ การวางแผนการใช้สื่อ การกำหนดยุทธวิธีในการสร้างสรรค์ดำเนินการรณรงค์ การวัดและประเมินผลการรณรงค์การโฆษณา

### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

| บรรยาย การฝึก | สอนเสริม | ปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน | การศึกษด้วยตนเอง |
|---------------|----------|------------------------------|------------------|
| 30 ชั่วโมง    | ไม่มี    | 30 ชั่วโมง                   | 75 ชั่วโมง       |

### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

30 นาที/สัปดาห์

## หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 1. คุณธรรม จริยธรรม

#### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- มีวินัย ตรงต่อเวลาและมีความรับผิดชอบในการศึกษา (1.1)
- มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น (1.2)
- มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพในการวางแผนรณรงค์การโฆษณา (1.3)

#### 1.2 วิธีการสอน

- เน้นการมีส่วนร่วมระหว่างผู้สอนและผู้เรียน เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปราย แสดงความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับคุณธรรม จริยธรรมในการรณรงค์การโฆษณา
- ยกตัวอย่างกรณีศึกษาการรณรงค์การโฆษณาและตัวอย่างงานโฆษณาที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมรับผิดชอบต่อผู้อื่นและสังคมตลอดจนการมีจิตบริการและจิตสาธารณะ
- อาจารย์ปฏิบัติตนเป็นตัวอย่าง ให้ความสำคัญต่อจรรยาบรรณวิชาชีพและวิชาการ การมีวินัย เรื่องเวลาและ การเปิดโอกาสให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นและรับฟังความคิดเห็นของนักศึกษา เป็นต้น

#### 1.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินผลจากการแสดงความคิดเห็น การวิเคราะห์ การอภิปราย และพฤติกรรมที่แสดงออกในชั้นเรียนและในโอกาสต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทางด้านคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพโฆษณา
- การตรวจสอบการมีวินัยต่อการเรียน การตรงต่อเวลาในการเข้าชั้นเรียนและการส่งงาน
- ประเมินจากกระบวนการและผลสัมฤทธิ์ของการทำงานเดี่ยวและงานกลุ่มตามที่ได้รับมอบหมาย

### 2. ความรู้

#### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- ความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิด และองค์ความรู้ด้านการวางแผนรณรงค์การโฆษณา ยุทธวิธีและกระบวนการรณรงค์การโฆษณา การวิเคราะห์วิจัยตลอดจนกลุ่มเป้าหมาย การใช้สื่อ การวัดผลและประเมินผล

- สามารถกำหนดกลยุทธ์การรณรงค์การโฆษณา รวมทั้งประยุกต์กระบวนการวางแผนสามารถเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ (2.2)

## 2.2 วิธีการสอน

- เน้นการเรียนการสอนแบบร่วมมือ (cooperative learning groups) โดยการแบ่งให้นักศึกษาออกเป็นกลุ่ม เพื่อการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ช่วยเหลือสนับสนุนซึ่งกันและกัน และมีความรับผิดชอบร่วมกันทั้งในส่วนตนและส่วนรวม เพื่อให้กลุ่มประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด โดยเน้นให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์ อภิปรายแสดงความคิดเห็น และศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมด้วยตนเอง เป็นต้น

- เน้นการเรียนการสอนแบบฝึกปฏิบัติโดยมีอาจารย์เป็นผู้คอยแนะนำให้คำปรึกษา และที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เช่น กิจกรรมที่ส่งเสริมกระบวนการคิด นักศึกษาได้ฝึกวิธีคิดในหลายลักษณะ กิจกรรมที่ผู้เรียนได้ค้นพบสาระสำคัญหรือองค์ความรู้ใหม่ด้วยตนเอง อันเกิดจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และปฏิบัติจริงโดยเน้นความรับผิดชอบต่อสังคมการมีจรรยาบรรณต่อการโฆษณาและการทำงานเป็นทีม

## 2.3 วิธีการประเมินผล

- ความสนใจ
- การมีส่วนร่วม
- การทำงานกลุ่ม
- การศึกษากรณีศึกษา
- การสอบปลายภาค

## 3. ทักษะทางปัญญา

### 3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- สามารถคิดวิเคราะห์ วิพากษ์ แสดงความคิดเห็นต่อกรณีศึกษาและตัวอย่างงานโฆษณา (3.1)
- สามารถประยุกต์ความรู้ด้านการรณรงค์โฆษณา จากองค์ความรู้มาประยุกต์ในการวางแผนรณรงค์เพื่อสร้างสรรค์สังคมได้อย่างเป็นรูปธรรมในการประยุกต์สร้างสรรค์งานโฆษณาทางสื่อประเภทต่างๆ ได้ (3.4)

### 3.2 วิธีการสอน

- บรรยายเนื้อหาให้นักศึกษามีความรู้

- ฝึกคิดและวิเคราะห์จากงานโฆษณาทั้งที่สร้างสรรค์สังคมและการมีจิตสาธารณะที่ดีที่ส่งผลต่อความรับผิดชอบต่อสังคม

- ปฏิบัติการวางแผนการรณรงค์การโฆษณาโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

### 3.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากการสังเกต ความสนใจ การมีส่วนร่วมในชั้นเรียนตลอดจนวิเคราะห์ แสดงความคิดเห็นต่อกรณีศึกษาและตัวอย่างในชั้นเรียน ทั้งรายบุคคลและกลุ่ม

- ชิ้นงาน ผลงานกลุ่ม

- ชิ้นงาน ผลงานเดี่ยว

## 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบต่อสังคม

### 4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบต่อสังคมที่ต้องพัฒนา

- สามารถสื่อสาร ประสานงาน และทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ (4.1)

- สามารถแสดงบทบาทของผู้นำ หรือบทบาทของผู้ร่วมทีมในการทำงานเพื่อหาข้อสรุปเชิงวิเคราะห์ และการวางแผน(4.3)

- มีความรับผิดชอบต่อการทำงานที่ได้รับมอบหมายทั้งรายบุคคลและงานกลุ่ม (4.4)

### 4.2 วิธีการสอน

- มอบหมายงานกลุ่ม เพื่อให้นักศึกษาได้มีโอกาสสื่อสาร ประสานงานและทำงานร่วมกับผู้อื่น

- Group Discussion แสดงความคิดเห็น วิเคราะห์ อภิปรายต่อกรณีศึกษาและตัวอย่างผลงาน

โฆษณา ตลอดจนแนวทางการปฏิบัติในการวางแผนรณรงค์การโฆษณา

### 4.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินการมีส่วนร่วมในชั้นเรียนความสนใจใฝ่รู้ และความตรงต่อเวลา

- ประเมินจากรายงานกลุ่มและการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน

- ประเมินจากคุณภาพและความสมบูรณ์งานกลุ่มที่มอบหมาย

- ประเมินจากการประมวลความรู้นำไปประยุกต์ใช้

## 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

### 5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- สามารถสื่อสารอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ด้วยวัจนะและอวัจนะภาษา และ เลือกรูปแบบของสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพโดยเหมาะสมกับอาจารย์และเพื่อนร่วมชั้นเรียน (5.1)