

## 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	6
	3. ทักษะทางปัญญา	6
	4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	7
	5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	8
หมวด 5	<b>แผนการสอนและการประเมินผล</b>	9
	1. แผนการสอน	9
	2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้	11

<b>หมวด 6</b>	<b>ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน</b>	<b>12</b>
	1. เอกสารและตำราหลัก	12
	2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ	12
	3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ	12
<b>หมวด 7</b>	<b>การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา</b>	<b>12</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  
3054504 กลยุทธ์การวางแผนสื่อโฆษณา  
Media Planning Strategy
2. จำนวนหน่วยกิต  
3 (2-2-5) หน่วยกิต
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา
  - 3.1 หลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต
  - 3.2 ประเภทของรายวิชา หมวดวิชาเฉพาะด้าน กลุ่มวิชาเลือก
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน  
อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนิษฐา ปาลโมกข์
5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน  
ภาคการศึกษาที่ 1 / ชั้นปีที่ 4
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)  
ไม่มี
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)  
ไม่มี
8. สถานที่เรียน  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด  
29 เมษายน 2554

## หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

- 1.1 เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจความหมาย ความสำคัญและวัตถุประสงค์การวางแผนสื่อโฆษณา
- 1.2 เพื่อให้ผู้เรียนได้รู้หลักเกณฑ์การพิจารณาในการจัดทำแผนสื่อโฆษณา องค์ประกอบและกระบวนการในการวางแผนสื่อโฆษณา ปัจจัยกำหนดการใช้สื่อโฆษณา
- 1.3 เพื่อให้ผู้เรียนสามารถใช้สื่อให้เกิดประสิทธิผล การกำหนดกลยุทธ์สื่อโฆษณา กลยุทธ์ส่วนผสมสื่อโฆษณา กลยุทธ์การจัดสรรงบประมาณสื่อโฆษณาได้อย่างเหมาะสม
- 1.4 เพื่อให้ผู้เรียนสามารถปฏิบัติการวางแผนและสร้างตารางการกำหนดสื่อโฆษณา

### 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เป็นรายวิชาเปิดใหม่ เน้นให้บูรณาการความรู้ทางวิชาการสู่การปฏิบัติจริง ประยุกต์มาใช้ในสถานการณ์ด้านการตลาดและการโฆษณา

## หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

### 1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาความหมาย ความสำคัญ และวัตถุประสงค์การวางแผนสื่อโฆษณา หลักเกณฑ์การพิจารณาในการจัดทำแผนสื่อโฆษณา องค์ประกอบและกระบวนการในการวางแผนสื่อโฆษณา ปัจจัยกำหนดการใช้สื่อโฆษณา วิธีการใช้สื่อให้เกิดประสิทธิผล การกำหนดกลยุทธ์สื่อโฆษณา กลยุทธ์ส่วนผสมสื่อโฆษณา กลยุทธ์การจัดสรรงบประมาณสื่อโฆษณา ปฏิบัติการวางแผนและสร้างตารางการกำหนดสื่อโฆษณา

Study meaning, importance, and objectives of advertising media planning. This course includes components and processes of media planning, media selecting to effectiveness and efficiency, media mix strategy, budget allocation and implementation.

### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง
30 ชั่วโมง	ไม่มี	30 ชั่วโมง	75 ชั่วโมง

### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษานอกชั้นเรียนอย่างน้อย 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ และมีการนัดหมายในการเข้าพบล่วงหน้าอย่างน้อย 1 สัปดาห์ ตามวันเวลานัดหมายให้คำปรึกษาดังนี้ 0868875262, paobao9@hotmail.com

ทุกวันจันทร์ เวลา 13.30-15.30 น.

ทุกวันพฤหัสบดี เวลา 8.30-11.30 น. และเวลา 13.00-15.00 น.

## หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 1. คุณธรรม จริยธรรม

#### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

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

#### 1.2 วิธีการสอน

- เน้นการมีส่วนร่วมระหว่างผู้สอนและผู้เรียน เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปราย แสดงความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับคุณธรรม จริยธรรมในการวางแผนสื่อโฆษณา
- ยกตัวอย่างกรณีศึกษาการวางแผนสื่อโฆษณา และตัวอย่างแผนงานโฆษณาที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและตัวอย่างที่ขาดความรับผิดชอบต่อผู้อื่นและสังคม (ลูกค้าหรือเจ้าของสินค้าและผู้บริโภค)
- อาจารย์ปฏิบัติตนเป็นตัวอย่าง ทั้งด้านบุคลิกภาพ ตลอดจนให้ความสำคัญต่อจรรยาบรรณวิชาชีพและวิชาการ และการมีวินัยเรื่องเวลา
- การเปิดโอกาสให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นและรับฟังความคิดเห็นของนักศึกษา

#### 1.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินผลจากการแสดงความคิดเห็น การวิเคราะห์ การอภิปราย และพฤติกรรมที่แสดงออกในชั้นเรียนและในโอกาสต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทางด้านคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณ
- การตรวจสอบการมีวินัยต่อการเรียน การตรงต่อเวลาในการเข้าชั้นเรียนและการส่งผลงาน
- ประเมินจากกระบวนการและผลสัมฤทธิ์ของการทำงานเดี่ยวและงานกลุ่มตามที่ได้รับมอบหมาย

## 2. ความรู้

### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- ความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิด และองค์ความรู้ด้านสื่อโฆษณา และการวางแผนสื่อโฆษณา หลักเกณฑ์ องค์ประกอบและกระบวนการในการวางแผนสื่อโฆษณา ตลอดจนกลยุทธ์การวางแผนสื่อโฆษณาและกลยุทธ์การจัดสรรงบประมาณสื่อโฆษณา (2.1)

- สามารถกำหนดกลยุทธ์การวางแผนสื่อโฆษณารวมทั้งประยุกต์ใช้สื่อโฆษณา กระบวนการวางแผนสื่อโฆษณา กลยุทธ์การวางแผนสื่อโฆษณา การจัดทำตารางสื่อโฆษณาและการจัดสรรงบประมาณสื่อโฆษณาได้อย่างเหมาะสมกับบริบทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้ (2.2)

### 2.2 วิธีการสอน

- การสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และการบูรณาการ ได้แก่ การบรรยายสรุป (Lecture) กรณีตัวอย่าง (Case Study) การเรียนการสอนแบบร่วมมือ (cooperative learning groups) โดยการแบ่งนักศึกษาออกเป็นกลุ่ม เพื่อการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ช่วยเหลือสนับสนุนซึ่งกันและกันและมีความรับผิดชอบร่วมกันทั้งในส่วนตนและส่วนรวม เพื่อให้กลุ่มได้รับความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด โดยเน้นให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์ อภิปรายแสดงความคิดเห็น และศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมด้วยตนเอง

- เน้นการเรียนการสอนแบบลงมือปฏิบัติโดยมีอาจารย์เป็นผู้คอยแนะนำให้คำปรึกษา มีการเพิ่มกิจกรรมที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เช่น กิจกรรมที่ส่งเสริมกระบวนการคิด (Thinking) นักศึกษาได้ฝึกวิธีคิดในหลายลักษณะ กิจกรรมที่ผู้เรียนได้ค้นพบสาระสำคัญหรือองค์ความรู้ใหม่ด้วยตนเอง (Construct) อันเกิดจากการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้และลงมือปฏิบัติจริง และกิจกรรมที่นักศึกษาได้พัฒนาคุณลักษณะนิสัยที่ดีงาม (Good Habit) เช่น ความรับผิดชอบ ความขยัน ความมีระเบียบวินัย ความ และ ลักษณะนิสัยในการทำงานอย่างเป็นกระบวนการการทำงานร่วมกับผู้อื่น การยอมรับผู้อื่น

### 2.3 วิธีการประเมินผล

- การสอบปลายภาค
- การวิเคราะห์กรณีศึกษา
- การฝึกปฏิบัติงานกลุ่ม (การวางแผนสื่อโฆษณา)
- การมีส่วนร่วมในชั้นเรียนและการแสดงความคิดเห็น

## 3. ทักษะทางปัญญา

### 3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- สามารถคิดวิเคราะห์ แสดงความคิดเห็นต่อการเลือกใช้สื่อโฆษณา กลยุทธ์การวางแผนสื่อโฆษณา กรณีศึกษาและตัวอย่างการวางแผนสื่อโฆษณา (3.1)

- สามารถประยุกต์ความรู้ด้านสื่อโฆษณา กลยุทธ์การวางแผนสื่อโฆษณา มาใช้ในการวางแผนสื่อโฆษณา และจัดทำตารางสื่อโฆษณา(3.4)

### 3.2 วิธีการสอน

- การอภิปรายกลุ่มย่อย (Small - Group Discussion) โดยให้นักศึกษารับผิดชอบต่อบทบาทหน้าที่ของตนเองในฐานะผู้นำกลุ่มหรือสมาชิกกลุ่มทั้งในบทบาทการทำงานและบทบาทเกี่ยวกับการรวมกลุ่ม ในการสร้างผลงานกลุ่ม
  - กรณีศึกษา (Case Studies) โดยให้นักศึกษา ได้ฝึกคิดวิเคราะห์หรืออภิปรายเพื่อสร้างความเข้าใจ
- เทคนิคการระดมพลังสมอง (Brainstorming)
  - ให้นักศึกษาการฝึกปฏิบัติการวางแผนสื่อโฆษณา และการจัดทำตารางสื่อโฆษณา

### 3.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากตามสภาพจริง (Perform and Authentic assessment) จากผลงาน การมีส่วนร่วม การวิเคราะห์ แสดงความคิดเห็นต่อกรณีศึกษาและตัวอย่างในชั้นเรียน และการปฏิบัติของนักศึกษา ทั้งแบบรายบุคคลและกลุ่ม
  - ประเมินจากผลงานกลุ่มในการวางแผนสื่อโฆษณา แบบกลุ่ม
  - ประเมินการทดสอบโดยใช้แบบทดสอบ

## 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

### 4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- สามารถสื่อสาร ประสานงาน และทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ (4.1)
- สามารถแสดงบทบาทของผู้นำ หรือบทบาทของผู้ร่วมทีมในการทำงานเพื่อหาข้อสรุปเชิงวิเคราะห์ และการปฏิบัติ (4.3)
- มีความรับผิดชอบในการทำงานที่ได้รับมอบหมายทั้งรายบุคคลและกลุ่ม (4.4)

### 4.2 วิธีการสอน

- การเรียนแบบร่วมมือ โดยการมอบหมายงานกลุ่ม เพื่อให้นักศึกษาได้มีโอกาสสื่อสาร ประสานงานและทำงานร่วมกับผู้อื่น
  - Group Discussion การมีส่วนร่วม แสดงความคิดเห็น วิเคราะห์ อภิปรายต่อกรณีศึกษาและตัวอย่างผลงานโฆษณา ตลอดจนแนวทางการปฏิบัติการวางแผนสื่อโฆษณาและจัดทำตารางสื่อโฆษณา

### 4.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน และความตรงต่อเวลา
- ประเมินจากผลงาน (การวางแผนสื่อโฆษณาและการจัดทำตารางสื่อโฆษณา) และการนำเสนอแผนสื่อโฆษณาในชั้นเรียน
  - ประเมินจากคุณภาพและความสมบูรณ์งานกลุ่มที่มอบหมาย

## 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

### 5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- สามารถสื่อสารอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ด้วยวัจนะและอวัจนะภาษา และเลือกใช้รูปแบบของสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับอาจารย์และเพื่อนร่วมชั้นเรียน (5.1)

- สามารถเลือกใช้เทคโนโลยี และสื่อสมัยใหม่ในการศึกษาค้นคว้า การนำเสนอแผนงานในชั้นเรียน การปฏิบัติกรวางแผนสื่อโฆษณาและตารางสื่อโฆษณาได้อย่างเหมาะสม (5.2)

### 5.2 วิธีการสอน

- การวิเคราะห์กรณีศึกษา/ตัวอย่างการวางแผนสื่อโฆษณา โดยใช้สารสนเทศเป็นข้อมูล

- การมอบหมายงานที่ต้องมีการสืบค้นข้อมูล และใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในการวางแผนสื่อโฆษณาและตารางสื่อโฆษณา

- การมอบหมายงานที่ต้องนำเสนอทั้งในรูปเอกสารและด้วยวาจา ประกอบการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร

### 5.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากการแสดงความคิดเห็นต่อกรณีศึกษา/ตัวอย่างการวางแผนสื่อโฆษณา

- ประเมินจากผลงานที่สืบค้นและใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในวางแผนสื่อโฆษณาและตารางสื่อโฆษณา

- ประเมินจากผลงานกลุ่มที่นำเสนอด้วยการพิมพ์เป็นเอกสารรายงาน รูปเล่ม การใช้สื่อและการนำเสนอผลงานแผนสื่อโฆษณาและตารางสื่อโฆษณาในชั้นเรียน



## หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

### 1. แผนการสอน

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
1-2	<p>1. แนะนำเนื้อหาทฤษฎีวิชาการ เรียน การสอน และเกณฑ์การ ประเมิน</p> <p>2. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ สื่อโฆษณา และการวางแผน สื่อโฆษณา</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความหมาย ความสำคัญ</li> <li>- ประเภทสื่อโฆษณาและการ วิเคราะห์สื่อโฆษณา</li> <li>- วัตถุประสงค์ของการวางแผน สื่อโฆษณา</li> <li>- หลักเกณฑ์การพิจารณาใน การวางแผนสื่อโฆษณา</li> </ul>	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อธิบายเนื้อหาทฤษฎีวิชา วัตถุประสงค์ เกณฑ์การวัดผล การประเมินผล และแนะนำ หนังสือ</li> <li>- บรรยายสรุปและ ยกตัวอย่าง สื่อโฆษณา</li> <li>- ให้นักศึกษาร่วมแสดง ความคิดเห็นและอภิปราย</li> <li>- อาจารย์มอบหมายงานกลุ่มให้ ศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับ สื่อโฆษณา</li> </ul>	[คลีกพิมพ์]
3-4	<p>3. องค์ประกอบและ กระบวนการวางแผนสื่อ โฆษณา</p> <p>4. คำสำคัญ/ศัพท์เฉพาะใน การวางแผนสื่อโฆษณา</p>	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรยายสรุปเนื้อหา</li> <li>- เน้นการเรียนการสอนแบบ ร่วมมือ โดยให้นักศึกษามีส่วน ร่วม แสดงความคิดเห็นและร่วม อภิปราย</li> <li>- ศึกษานำส่งข้อมูลศึกษา ค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับสื่อและ อาจารย์ให้ข้อมูลย้อนกลับ</li> <li>- การทดสอบโดยใช้แบบทดสอบ</li> </ul>	[คลีกพิมพ์]
5-6	<p>5. ปัจจัยกำหนดการใช้สื่อ โฆษณา</p> <p>6. การใช้ประเมินประสิทธิ ภาพในการใช้สื่อ</p>	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรยายสรุปเนื้อหา</li> <li>- กรณีศึกษาและตัวอย่าง</li> <li>- เทคนิคการระดมพลังสมอง (Brainstorming) โดยให้</li> </ul>	[คลีกพิมพ์]

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
5-6	-การประเมินความถี่ การ เข้าถึง ผลกระทบและความ ต่อเนื่องในการใช้สื่อ -การคำนวณการใช้ งบประมาณในการเลือกใช้สื่อ โฆษณา		นักศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยในการ กำหนดใช้สื่อโฆษณาในชั้นเรียน -การทดสอบโดยใช้แบบทดสอบ	
7-8	7. การกำหนดกลยุทธ์การ วางแผนสื่อโฆษณา 8. การจัดทำตารางสื่อ โฆษณา - กรณีศึกษา	8	- บรรยายสรุปเนื้อหา และ อภิปรายกลุ่มย่อย - กรณีศึกษาและตัวอย่าง - เทคนิคการระดมพลังสมอง (Brainstorming) เน้นการเรียน การสอนแบบลงมือปฏิบัติการ วางแผนสื่อโฆษณาและตาราง สื่อโฆษณาในชั้นเรียน	
9-10	9. กลยุทธ์การจัดสรรงบประมาณสื่อโฆษณา - กรณีศึกษา	8	- บรรยายสรุปเนื้อหาและ อภิปรายกลุ่มย่อย - กรณีศึกษาและตัวอย่าง	[คลิกพิมพ์]
11-15	10. ฝึกปฏิบัติการวางแผนสื่อ โฆษณาและจัดทำตารางสื่อ โฆษณา 11. การนำเสนอแผนสื่อ โฆษณา	20	- เน้นการเรียนการสอนแบบลง มือปฏิบัติปฏิบัติการวางแผน สื่อโฆษณาและตารางสื่อ โฆษณา - มอบหมายงานกลุ่มและ นำเสนอผลงานการวางแผน สื่อโฆษณาและตารางสื่อ	[คลิกพิมพ์]
16	สอบปลายภาค			

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1	1.1, 1.2,1.3,	การมีส่วนร่วมในการอภิปราย แสดงความคิดเห็น และวินัยใน การเรียนรู้ ความรับผิดชอบ	1-15	10%
2	2.1, 2.2, 3.1	การศึกษาค้นคว้าและการ วิเคราะห์สื่อโฆษณาประเภท ต่างๆ	3-4	10%
3	2.1,2.2,3.1,3.4	การทดสอบโดยใช้ แบบทดสอบ (2 ครั้ง) - คำสำคัญ/ศัพท์เฉพาะฯ - การคำนวณการใช้ งบประมาณในการเลือกใช้สื่อ โฆษณา	4 และ 6	20%
4	2.1, 2.2, 3.1, 3.4, 4.1, 4.3, 4.4, 5.1, 5.2	- ปฏิบัติการวางแผนสื่อ โฆษณาและการจัดทำตาราง สื่อโฆษณา และนำเสนอ ผลงานรูปแบบรายงานและ การนำเสนอในชั้นเรียน	7-8, 11-15	30% -แผนสื่อโฆษณา (กลุ่ม) 20% -การนำเสนอ (กลุ่ม) 10%
5		สอบปลายภาค	16	30%

## หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

### 1. เอกสารและตำราหลัก

วรินทร์ วสุนันต์. (2551). การวางแผนสื่อโฆษณา.พิมพ์ครั้งที่ 2 .กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

วรินทร์ วสุนันต์. (2553). กลยุทธ์การวางแผนสื่อโฆษณา

### 2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

พรทิพย์ ศรีสุวัทษ์,ยุทธวิธีในการใช้สื่อโฆษณา, เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาการจัดการโฆษณา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช,มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช,2551

ไพจิตร เทียนทอง,Media Plan Management,Co-publishing ,กรุงเทพฯ,2547

Barban,Arnold M,Steven M.Criatal,Frank J. Kopec. Essentials of media Planning and edition,NTC Business Book, 1993

Jack G.Wiechmann,NTC's Dictionary of Advertising,2<sup>nd</sup> edition,NTC Publishing Group,1996

### 3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

www. Adasso thai.com

## หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### 1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- สังเกตพฤติกรรมผู้เรียน
- ให้นักศึกษาทุกคนประเมินประสิทธิผลของรายวิชา ซึ่งรวมถึง วิธีการสอน การจัดกิจกรรมในและนอกห้องเรียน สิ่งสนับสนุนการเรียนการสอน ซึ่งมีผลกระทบต่อการเรียนรู้ และผลการเรียนรู้ที่ได้รับ และเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงรายวิชา

### 2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

การประเมินการสอนของอาจารย์ผู้สอน โดยนักศึกษา และการสังเกตการณ์ของกรรมการบริหารหลักสูตรที่ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้ประเมิน

### 3. การปรับปรุงการสอน

หลักสูตรกำหนดให้อาจารย์ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์และวิธีการสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลของรายวิชา แล้วจัดทำรายงานรายวิชาตามรายละเอียดที่ สกอ. กำหนดทุกภาค

การศึกษา รวมถึงมหาวิทยาลัยมีนโยบายให้อาจารย์ผู้สอนทำการวิจัยในชั้นเรียนเพื่อพัฒนาการจัดการเรียนการสอนและแก้ไขปัญหาการเรียนการสอนที่เกิดขึ้นในชั้นเรียน

#### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

มีการแต่งตั้งอาจารย์ในสาขาวิชาการโฆษณาตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบแผนงานการวางแผนสื่อโฆษณาและการจัดทำตารางสื่อโฆษณา

#### 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

หลักสูตรมีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยให้อาจารย์ผู้สอนจัดทำสรุปผล และนำเสนอแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาในรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา เสนอต่อคณะ เพื่อพิจารณาให้ความคิดเห็นและสรุปวางแผนพัฒนาปรับปรุงสำหรับใช้ในปีการศึกษาถัดไป