รายละเอียดของรายวิชาตามเกณฑ์คุณภาพหลักสูตรแบบมุ่งเน้นผลลัพธ์การเรียนรู้

รายละเอียดของรายวิชา.....การโฆษณากับพฤติกรรมผู้บริโภคสมัยใหม่

สาขาวิชา...นิเทศศาสตร์บัณฑิต(สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน**.....**

คณะ.....วิทยาการจัดการ..... มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ภาคเรียนที่ .....2..... ประจำปีการศึกษา .....2569.....

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสวิชา... 3001402 ชื่อวิชา..การโฆษณากับพฤติกรรมผู้บริโภคสมัยใหม่ จำนวนหน่วยกิต..3(2-2-5)**.....**

2. หลักสูตร

ชื่อหลักสูตรที่ใช้รายวิชานี้ หลักสูตร...นิเทศศาสตร์บัณฑิต(สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน.....

ประเภทหมวดวิชา

☐ **หมวดวิชาศึกษาทั่วไป**

- ☐ กลุ่มวิชาภาษา
- ☐ กลุ่มวิชามนุษยศาสตร์
- ☐ กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์
- ☐ กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ และเทคโนโลยี
- ☐ วิชาเลือก

☑ **หมวดวิชาเฉพาะ**

- ☐ วิชาแกน
- ☑ วิชาเฉพาะด้าน
- ☐ วิชาพื้นฐานวิชาชีพและวิชาชีพ หรือหกิจศึกษา

☐ **หมวดวิชาเลือกเสรี**

3. อาจารย์ผู้สอน

3.1 อาจารย์.....อาจารย์ภัคณิษา อภิศุภกรกุล

4. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่.....2..... ของชั้นปีที่ .....1.....

5. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre - requisite) (ถ้ามี)

.....-.....

6. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

.....-.....

7. สถานที่เรียน

อาคาร...24.....ชั้นเรียน.....7.....ห้องเรียน (หมายเลขห้อง).....240702.....

8. ข้อมูลประกอบการประกันคุณภาพการศึกษา

☐ มีระบบการเลือกกิจกรรมการเรียนการสอนที่เหมาะสมสอดคล้องกับปรัชญาการศึกษาและนำไปสู่ความสำเร็จตามผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง รวมถึงควรนำข้อมูลเสียงสะท้อนจากผู้มีส่วนได้เสีย ผลการประเมิน และผลการศึกษาของนักศึกษาไปใช้เพื่อการกำหนดกิจกรรมการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพ

☐ มีกิจกรรมการเรียนการสอนที่จัดส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตและส่งเสริมให้นักศึกษาบรรลุตามผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง

☑ มีการติดตามตรวจสอบ ประเมิน และปรับปรุงคุณภาพของกิจกรรมการเรียนการสอน โดยเครื่องมือที่นำมาใช้ในการติดตามตรวจสอบและประเมิน เช่น การประเมินหรือข้อเสนอแนะโดยนักศึกษาที่มีต่อหลักสูตร การประเมินหรือการสังเกตโดยผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิ

☐ มีการปรับปรุงกิจกรรมการเรียนการสอนต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง มีการจัดการเรียนการสอนที่มีคุณภาพ และส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต

☐ การเรียนการสอนในรายวิชานี้มีส่วนที่ได้รับการพัฒนาขึ้นใหม่หรือปรับปรุงจากที่สอนเมื่อครั้งก่อน

9. ปีที่ปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

.....2569.....
...

หมวดที่ 2 การดำเนินการจัดการเรียนการสอน

1. คำอธิบายรายวิชา

รหัสวิชา ชื่อวิชา หน่วยกิต(ทฤษฎี - ปฏิบัติ - ศึกษาด้วยตนเอง)

3001402 การโฆษณากับพฤติกรรมผู้บริโภคสมัยใหม่ 3(2-2-5) แนวคิด ความหมาย ความสำคัญ หลักทฤษฎี การแบ่งประเภทของผู้บริโภคตาม หลักการโฆษณา พฤติกรรมของผู้บริโภคสมัยใหม่ด้านต่าง ๆ การวางแผนสร้างสารโฆษณาที่เหมาะและเป็นปัจจุบัน เข้ากับยุคสมัย และเหมาะสมกับประเภทของผู้บริโภค และวิเคราะห์จิตวิทยาผู้บริโภค ผู้บริโภคสมัยใหม่กับสถานการณ์ทางการตลาดปัจจุบัน ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า การโฆษณาที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์ผู้บริโภคในฐานะผู้รับสารและเป้าหมายหลักและเป้าหมายรอง กรณีศึกษากลุ่มต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ

2. จุดประสงค์ของรายวิชา

1.สามารถอธิบายความหมาย ความสำคัญ หลักทฤษฎี การแบ่งประเภทของผู้บริโภคตาม หลักการโฆษณา พฤติกรรมของผู้บริโภคสมัยใหม่ด้านต่าง ๆได้

2.สามารถอธิบายการวางแผนสร้างสารโฆษณาที่เหมาะและเป็นปัจจุบัน เข้ากับยุคสมัย และเหมาะสมกับประเภทของผู้บริโภค และวิเคราะห์จิตวิทยาผู้บริโภค ผู้บริโภคสมัยใหม่กับสถานการณ์ทางการตลาดปัจจุบันได้

3. สามารถอธิบายปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า การโฆษณาที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์ผู้บริโภคในฐานะผู้รับสารและเป้าหมายหลักและเป้าหมายรอง กรณีศึกษากลุ่มต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศได้

4.สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ด้านการสื่อสารมวลชน รวมถึงเทคโนโลยีการสื่อสารมวลชน เพื่อเกิดทักษะในการปฏิบัติงานด้านการสื่อสารมวลชนและตอบสนองความต้องการขององค์กร

3. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

ทฤษฎี (ชั่วโมง)	**ฝึกปฏิบัติ** (ชั่วโมง)	**การศึกษาด้วยตนเอง** (ชั่วโมง)	**กิจกรรมเพิ่มเติม** (ชั่วโมง)
45 ชั่วโมง (3 ชั่วโมง/สัปดาห์)	30 ชั่วโมง	15 ชั่วโมง (3 ชั่วโมง/สัปดาห์)	นำเสนองานในคาบเรียนน

ลักษณะรายวิชา ☑ **บรรยาย** ☑ **ปฏิบัติการ**

การวัดและประเมินผล ☑ A - F, I ☐ S/U

4. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่จะให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษา

4.1 ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาอย่างน้อย 1 ชั่วโมง/สัปดาห์

4.2 ให้คำปรึกษาแนะนำผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ

5. ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชา (Course Learning Outcomes: CLOs)

CLO 1 : สามารถอธิบายแนวคิด การเขียนคำขวัญ วิธีการการผลิตสื่อโฆษณา เทคนิคในการผลิตสื่อ โฆษณาทั้งในและนอกสถานที่ในยุคดิจิทัลได้

CLO 2 : สามารถถ่ายภาพชิ้นงานสินค้าอุปโภคและบริโภค งานบริการรูปแบบต่างๆสำหรับงานโฆษณายุคดิจิทัล ประมวลความรู้ความสามารถในการการผลิตงานโฆษณาสำหรับกลุ่มเป้าหมายประเภทต่างๆได้

CLO 3 : สามารถสร้างความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสามารถผลิตผลงานด้านการสื่อสารมวลชน และเผยแพร่สู่สาธารณะได้อย่างมีประสิทธิภาพทันสมัยประเภทต่างๆและสามารถการออกแบบและการเขียนบทโฆษณาสำหรับสื่อประเภทต่างๆ กรณีศึกษาทั้งในและต่างประเทศได้

CLO 4 : สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ด้านการสื่อสารมวลชน รวมถึงเทคโนโลยีการสื่อสารมวลชนเพื่อเกิดทักษะในการปฏิบัติงานด้านการสื่อสารมวลชนและตอบสนองความต้องการขององค์กร**6. ความ**

สอดคล้องของผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs) และผลลัพธ์การเรียนรู้คาดหวังของรายวิชา (Course Learning Outcomes: CLOs)

PLOs / CLOs	CLO 1	CLO 2	CLO 3	PLO n.....
PLO 4 : มีหลักการ แนวคิด ทฤษฎี การสื่อสารมวลชนและหลักพื้นฐานด้านเทคโนโลยีการสื่อสารมวลชนได้	✓			
PLO 5 สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ด้านการสื่อสารมวลชน รวมถึงเทคโนโลยีการสื่อสารมวลชน เพื่อเกิดทักษะในการปฏิบัติงานด้านการสื่อสารมวลชนและตอบสนองความต้องการขององค์กร		✓	✓	
PLO 6 :ตระหนักด้านจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อสารมวลชน กล้าแสดงออก มีบุคลิกภาพที่ดีและสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้				✓

PLO 7 : : สามารถผลิตผลงานด้านการสื่อสารมวลชน และเผยแพร่สู่สาธารณะได้อย่างมีประสิทธิภาพ	✓	✓		

หมายเหตุ : ให้ใส่เครื่องหมายถูก (✓) รายการที่มีความสอดคล้อง

7. ความสอดคล้องของกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญา.....(ตรี/โท/เอก) และ CLOs

ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี / CLOs	CLO 4	CLO 5	CLO 6	PLO 7.....
1. ความรู้ (Knowledge)	✓	✓	✓	✓
2. ทักษะ (Skills)		✓		✓
3. จริยธรรม (Ethics)			✓	
4. ลักษณะบุคคล (Character)				✓
4.1 คุณลักษณะตามอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย		✓	✓	✓
4.2 คุณลักษณะเฉพาะของหลักสูตร	✓	✓	✓	✓

8. แผนการสอนและแผนการประเมินตามผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชา

สัปดาห์ที่	CLOs	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		วัตถุประสงค์รายข้อ (Lesson Learning Outcome : LLO)	กิจกรรมการเรียนรู้/สื่อที่ใช้/เครื่องมือในการ	วิธีการวัดผลและประเมินผล	สัดส่วนการประเมิน (100%)	ผู้สอน
			ทฤษฎี	ปฏิบัติ					
1	แนะนำรายวิชา/รายละเอียด มคอ.3 **บทที่ 1 บทนำเข้าสู่รายวิชา** -ความหมายโดยตรงและรวมของผู้บริโภคและพฤติกรรมผู้บริโภคขั้นพื้นฐาน - ประเภทของกลุ่มผู้บริโภคแบบต่างๆ		3	2	LLO1 อธิบายความหมายได้ LLO2 วิเคราะห์และสังเคราะห์และประยุกต์ใช้ได้ LLO3 เชื่อมโยงเทคโนโลยีกับการประยุกต์ใช้ได้	การทำแบบทดสอบก่อนเรียน -บรรยาย/อภิปรายในชั้นเรียน -ซักถาม -สื่อที่ใช้คือสไลด์และสื่อออนไลน์ -ฝึกวิเคราะห์จากแบบฝึก/กรณีศึกษา -ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร/ตารา	-ให้เป็นคะแนนเก็บตามความเหมาะสมของชิ้นงาน -ประเมินพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	ชิ้นละ 10 คะแนน	อาจารย์ภัคณิษา อภิศุภกรกุล
2	**บทที่ 2** ศึกษาบุคลิกภาพของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มและแรงจูงใจในการเลือกรับสื่อ -ศึกษาประเภทของกลุ่มผู้บริโภคที่มีในปัจจุบันประเภทต่างๆ		3	2	LLO1 อธิบายความหมายได้ LLO2 วิเคราะห์และสังเคราะห์และประยุกต์ใช้ได้	การทำแบบทดสอบก่อนเรียน -บรรยาย/อภิปรายในชั้นเรียน -ซักถาม -สื่อที่ใช้คือสไลด์และสื่อออนไลน์	-ให้เป็นคะแนนเก็บตามความเหมาะสมของชิ้นงาน -ประเมินพฤติกรรมและ	ชิ้นละ 10 คะแนน	อาจารย์ภัคณิษา อภิศุภกรกุล

สัปดาห์ที่	CLOs	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		วัตถุประสงค์รายข้อ (Lesson Learning Outcome : LLO)	กิจกรรมการเรียนรู้/สื่อที่ใช้/เครื่องมือในการ	วิธีการวัดผลและประเมินผล	สัดส่วนการประเมิน (100%)	ผู้สอน
			ทฤษฎี	ปฏิบัติ					
	- วิเคราะห์ประเภทของกลุ่มผู้บริโภคที่มีในปัจจุบันประเภทต่างๆ				LLO3 เชื่อมโยงเทคโนโลยีกับการประยุกต์ใช้ได้	-ฝึกวิเคราะห์จากแบบฝึก/กรณีศึกษา -ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร/ตารา	การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน		
3	**บทที่ 3** ศึกษาบุคลิกภาพของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มและแรงจูงใจในการเลือกรับสื่อ -ศึกษาประเภทของกลุ่มผู้บริโภคที่มีในปัจจุบันประเภทต่างๆ - วิเคราะห์ประเภทของกลุ่มผู้บริโภคที่มีในปัจจุบันประเภทต่างๆ ประเภทต่างๆ		3	2	LLO1 อธิบายความหมายได้ LLO2 วิเคราะห์และสังเคราะห์และประยุกต์ใช้ได้ LLO3 เชื่อมโยงเทคโนโลยีกับการประยุกต์ใช้ได้	การทำแบบทดสอบก่อนเรียน -บรรยาย/อภิปรายในชั้นเรียน -ซักถาม -สื่อที่ใช้คือสไลด์และสื่อออนไลน์ -ฝึกวิเคราะห์จากแบบฝึก/กรณีศึกษา -ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร/ตารา	-ให้เป็นคะแนนเก็บตามความเหมาะสมของชิ้นงาน -ประเมินพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	ชิ้นละ 10 คะแนน	อาจารย์ภัคณิษา อภิศุภกรกุล
4	**บทที่ 4** การคิดและผลิตสื่อโฆษณาที่เหมาะสมกับผู้บริโภคประเภทต่างๆ		3	2	LLO1 อธิบายความหมายได้	การทำแบบทดสอบก่อนเรียน	-ให้เป็นคะแนนเก็บตามความ	ชิ้นละ 10 คะแนน	อาจารย์ภัคณิษา

สัปดาห์ที่	CLOs	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		วัตถุประสงค์รายข้อ (Lesson Learning Outcome : LLO)	กิจกรรมการเรียนรู้/สื่อที่ใช้/เครื่องมือในการ	วิธีการวัดผลและประเมินผล	สัดส่วนการประเมิน (100%)	ผู้สอน
			ทฤษฎี	ปฏิบัติ					
	- ฝึกปฏิบัติการออกแบบตราสินค้าและสื่อโฆษณาที่เหมาะสมกับผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ ในปัจจุบัน - วิเคราะห์สื่อต่างๆตามความเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคหรือไม่				LLO2 วิเคราะห์และสังเคราะห์และประยุกต์ใช้ได้ LLO3 เชื่อมโยงเทคโนโลยีกับการประยุกต์ใช้ได้	-บรรยาย/อภิปรายในชั้นเรียน -ซักถาม -สื่อที่ใช้คือสไลด์และสื่อออนไลน์ -ฝึกวิเคราะห์จากแบบฝึก/กรณีศึกษา -ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร/ตารา	เหมาะสมของชิ้นงาน -ประเมินพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน		อ ภิศุภกรกุล
5	**บทที่ 5** การคิดและผลิตสื่อโฆษณาที่เหมาะสมกับผู้บริโภคประเภทต่างๆ - ฝึกปฏิบัติการออกแบบตราสินค้าและสื่อโฆษณาที่เหมาะสมกับผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ ในปัจจุบัน - วิเคราะห์สื่อต่างๆตามความเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคหรือไม่		3	2	LLO1 อธิบายความหมายได้ LLO2 วิเคราะห์และสังเคราะห์และประยุกต์ใช้ได้ LLO3 เชื่อมโยงเทคโนโลยีกับการประยุกต์ใช้ได้	การทำแบบทดสอบก่อนเรียน -บรรยาย/อภิปรายในชั้นเรียน -ซักถาม -สื่อที่ใช้คือสไลด์และสื่อออนไลน์ -ฝึกวิเคราะห์จากแบบฝึก/กรณีศึกษา -ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร/ตารา	-ให้เป็นคะแนนเก็บตามความเหมาะสมของชิ้นงาน -ประเมินพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	ชิ้นละ 10 คะแนน	อาจารย์ภัคณิษา อ ภิศุภกรกุล

สัปดาห์ที่	CLOs	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		วัตถุประสงค์รายข้อ (Lesson Learning Outcome : LLO)	กิจกรรมการเรียนรู้/สื่อที่ใช้/เครื่องมือในการ	วิธีการวัดผลและประเมินผล	สัดส่วนการประเมิน (100%)	ผู้สอน
			ทฤษฎี	ปฏิบัติ					
6	**บทที่ 6** ประเภทของสื่อโฆษณาและสื่อสารมวลชนในปัจจุบันและข้อดีข้อเสียของสื่อในปัจจุบัน-ศึกษาตราสินค้าที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย -ออกแบบตราสินค้าที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย - สื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายอุตสาหกรรมหนักและเฉพาะกิจและกลุ่มเป้าหมาย		3	2	LLO1 อธิบายความหมายได้ LLO2 วิเคราะห์และสังเคราะห์และประยุกต์ใช้ได้ LLO3 เชื่อมโยงเทคโนโลยีกับการประยุกต์ใช้ได้	การทำแบบทดสอบก่อนเรียน -บรรยาย/อภิปรายในชั้นเรียน -ซักถาม -สื่อที่ใช้คือสไลด์และสื่อออนไลน์ -ฝึกวิเคราะห์จากแบบฝึก/กรณีศึกษา -ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร/ตารา	-ให้เป็นคะแนนเก็บตามความเหมาะสมของชิ้นงาน -ประเมินพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	ชิ้นละ 10 คะแนน	อาจารย์ภัคณิษา อภิศุภกรกุล
7	-**บทที่ 7** ประเภทของสื่อโฆษณาและสื่อสารมวลชนในปัจจุบันและข้อดีข้อเสียของสื่อในปัจจุบัน-ศึกษาตราสินค้าที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย -ออกแบบตราสินค้าที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย - สื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย		3	2	LLO1 อธิบายความหมายได้ LLO2 วิเคราะห์และสังเคราะห์และประยุกต์ใช้ได้	การทำแบบทดสอบก่อนเรียน -บรรยาย/อภิปรายในชั้นเรียน -ซักถาม -สื่อที่ใช้คือสไลด์และสื่อออนไลน์ -ฝึกวิเคราะห์จากแบบฝึก/กรณีศึกษา	-ให้เป็นคะแนนเก็บตามความเหมาะสมของชิ้นงาน -ประเมินพฤติกรรมและ	ชิ้นละ 10 คะแนน	อาจารย์ภัคณิษา อภิศุภกรกุล

สัปดาห์ที่	CLOs	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		วัตถุประสงค์รายข้อ (Lesson Learning Outcome : LLO)	กิจกรรมการเรียนรู้/สื่อที่ใช้/เครื่องมือในการ	วิธีการวัดผลและประเมินผล	สัดส่วนการประเมิน (100%)	ผู้สอน
			ทฤษฎี	ปฏิบัติ					
					LLO3 เชื่อมโยงเทคโนโลยีกับการประยุกต์ใช้ได้	-ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร/ตารา	การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน		
8	สอบกลางภาค								
9	**บทที่ 8** อิทธิพลของการโฆษณาต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภค - ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับและส่งอิทธิพลในการโฆษณาไปยังผู้บริโภค - ขั้นตอนการวางแผนงานโฆษณาไปยังผู้บริโภคให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด	CLO 1 CLO 2 CLO 3 CLO 4	3	2	LLO1 อธิบายความหมายได้ LLO2 วิเคราะห์และสังเคราะห์และประยุกต์ใช้ได้ LLO3 เชื่อมโยงเทคโนโลยีกับการประยุกต์ใช้ได้	การทำแบบทดสอบก่อนเรียน -บรรยาย/อภิปรายในชั้นเรียน -ซักถาม -สื่อที่ใช้คือสไลด์และสื่อออนไลน์ -ฝึกวิเคราะห์จากแบบฝึก/กรณีศึกษา -ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร/ตารา	-ให้เป็นคะแนนเก็บตามความเหมาะสมของชิ้นงาน -ประเมินพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	ชิ้นละ 10 คะแนน	อาจารย์ภัคณิษา อภิศุภกรกุล
10	**บทที่ 9** อิทธิพลของการโฆษณาต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภค	CLO 1 CLO 2 CLO 3	3	2	LLO1 อธิบายความหมายได้	การทำแบบทดสอบก่อนเรียน	-ให้เป็นคะแนนเก็บตามความ	ชิ้นละ 10 คะแนน	อาจารย์ภัคณิษา

สัปดาห์ที่	CLOs	หัวข้อ/ รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		วัตถุประสงค์รายข้อ (Lesson Learning Outcome : LLO)	กิจกรรมการเรียนรู้/สื่อที่ใช้/ เครื่องมือในการ	วิธีการวัดผลและประเมินผล	สัดส่วนการประเมิน (100%)	ผู้สอน
			ทฤษฎี	ปฏิบัติ					
	- ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับและส่งอิทธิพลในการโฆษณาไปยังผู้บริโภค - ขั้นตอนการวางแผนงานโฆษณาไปยังผู้บริโภคให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด	CLO 4			LLO2 วิเคราะห์และสังเคราะห์และประยุกต์ใช้ได้ LLO3 เชื่อมโยงเทคโนโลยีกับการประยุกต์ใช้ได้	-บรรยาย/อภิปรายในชั้นเรียน -ซักถาม -สื่อที่ใช้คือสไลด์และสื่อออนไลน์ -ฝึกวิเคราะห์จากแบบฝึก/กรณีศึกษา -ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร/ตารา	เหมาะสมของชิ้นงาน -ประเมินพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน		อภิศุภกรกุล
11	**บทที่ 10** จิตวิทยากับพฤติกรรมผู้บริโภค -การวิเคราะห์พฤติกรรมการรับสือของผู้บริโภค -วิเคราะห์ความชอบหรือไม่ชอบและการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค	CLO 1 CLO 2	3	2	LLO1 อธิบายความหมายได้ LLO2 วิเคราะห์และสังเคราะห์และประยุกต์ใช้ได้ LLO3 เชื่อมโยงเทคโนโลยีกับการประยุกต์ใช้ได้	การทำแบบทดสอบก่อนเรียน -บรรยาย/อภิปรายในชั้นเรียน -ซักถาม -สื่อที่ใช้คือสไลด์และสื่อออนไลน์ -ฝึกวิเคราะห์จากแบบฝึก/กรณีศึกษา -ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร/ตารา	-ให้เป็นคะแนนเก็บตามความเหมาะสมของชิ้นงาน -ประเมินพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	ชิ้นละ 10 คะแนน	อาจารย์ภัคณิษา อภิศุภกรกุล

สัปดาห์ที่	CLOs	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		วัตถุประสงค์รายข้อ (Lesson Learning Outcome : LLO)	กิจกรรมการเรียนรู้/สื่อที่ใช้/เครื่องมือในการ	วิธีการวัดผลและประเมินผล	สัดส่วนการประเมิน (100%)	ผู้สอน
			ทฤษฎี	ปฏิบัติ					
12	-**บทที่ 11** กฎเกณฑ์ทางพฤติกรรมศาสตร์มาใช้เพื่อกลวิธีในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ -การวางแผนการส่งเสริมการขายที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและตลาดเป้าหมาย -ศึกษารูปแบบการรณรงค์ประเภทต่างๆในปัจจุบัน -	CLO 1 CLO 2	3	2	LLO1 อธิบายความหมายได้ LLO2 วิเคราะห์และสังเคราะห์และประยุกต์ใช้ได้ LLO3 เชื่อมโยงเทคโนโลยีกับการประยุกต์ใช้ได้	การทำแบบทดสอบก่อนเรียน -บรรยาย/อภิปรายในชั้นเรียน -ซักถาม -สื่อที่ใช้คือสไลด์และสื่อออนไลน์ -ฝึกวิเคราะห์จากแบบฝึก/กรณีศึกษา -ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร/ตารา	-ให้เป็นคะแนนเก็บตามความเหมาะสมของชิ้นงาน -ประเมินพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	ชิ้นละ 10 คะแนน	อาจารย์ภัคณิษา อภิศุภกรกุล
13	**บทที่ 12** กฎเกณฑ์ทางพฤติกรรมศาสตร์มาใช้เพื่อกลวิธีในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ -ศึกษาพฤติกรรมด้านต่างๆของกลุ่มเป้าหมายที่สามารถเชื่อโยงต่อการซื้อขายสินค้าหรือบริการ	CLO 1 CLO 2	3	2	LLO1 อธิบายความหมายได้ LLO2 วิเคราะห์และสังเคราะห์และประยุกต์ใช้ได้ LLO3 เชื่อมโยงเทคโนโลยีกับการประยุกต์ใช้ได้	การทำแบบทดสอบก่อนเรียน -บรรยาย/อภิปรายในชั้นเรียน -ซักถาม -สื่อที่ใช้คือสไลด์และสื่อออนไลน์ -ฝึกวิเคราะห์จากแบบฝึก/กรณีศึกษา	-ให้เป็นคะแนนเก็บตามความเหมาะสมของชิ้นงาน -ประเมินพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	ชิ้นละ 10 คะแนน	อาจารย์ภัคณิษา อภิศุภกรกุล

สัปดาห์ที่	CLOs	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		วัตถุประสงค์รายข้อ (Lesson Learning Outcome : LLO)	กิจกรรมการเรียนรู้/สื่อที่ใช้/เครื่องมือในการ	วิธีการวัดผลและประเมินผล	สัดส่วนการประเมิน (100%)	ผู้สอน
			ทฤษฎี	ปฏิบัติ					
						-ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร/ตารา			
14	**บทที่13** กลุ่มเป้าหมายต่างวัฒนธรรม -ศึกษาความหลากหลายของวัฒนธรรมกลุ่มต่างๆในปัจจุบันที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค	CLO 1 CLO 2 CLO 3 CLO 4	3	2	LLO1 อธิบายความหมายได้ LLO2 วิเคราะห์และสังเคราะห์และประยุกต์ใช้ได้ LLO3 เชื่อมโยงเทคโนโลยีกับการประยุกต์ใช้ได้	การทำแบบทดสอบก่อนเรียน -บรรยาย/อภิปรายในชั้นเรียน -ซักถาม -สื่อที่ใช้คือสไลด์และสื่อออนไลน์ -ฝึกวิเคราะห์จากแบบฝึก/กรณีศึกษา -ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร/ตารา	-ให้เป็นคะแนนเก็บตามความเหมาะสมของชิ้นงาน -ประเมินพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	ชิ้นละ 10 คะแนน	อาจารย์ภัคณิษา อภิศุภกรกุล
15	- นำเสนอรายงานกลุ่มและรายงานโครงการ - สรุปเนื้อหาแต่ละกลุ่มงาน	CLO 1 CLO 2 CLO 3 CLO 4	3	2	LLO1 อธิบายความหมายได้ LLO2 วิเคราะห์และสังเคราะห์และประยุกต์ใช้ได้	การทำแบบทดสอบก่อนเรียน -บรรยาย/อภิปรายในชั้นเรียน -ซักถาม -สื่อที่ใช้คือสไลด์และสื่อออนไลน์	-ให้เป็นคะแนนเก็บตามความเหมาะสมของชิ้นงาน -ประเมินพฤติกรรมและ	ชิ้นละ 10 คะแนน	อาจารย์ภัคณิษา อภิศุภกรกุล

สัปดาห์ที่	CLOs	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		วัตถุประสงค์รายข้อ (Lesson Learning Outcome : LLO)	กิจกรรมการเรียนรู้/สื่อที่ใช้/เครื่องมือในการ	วิธีการวัดผลและประเมินผล	สัดส่วนการประเมิน (100%)	ผู้สอน
			ทฤษฎี	ปฏิบัติ					
					LLO3 เชื่อมโยงเทคโนโลยีกับการประยุกต์ใช้ได้	-ฝึกวิเคราะห์จากแบบฝึก/กรณีศึกษา -ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร/ตารา	การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน		
16	- นำเสนอรายงานกลุ่มและรายงานโครงการ - สรุปเนื้อหาแต่ละกลุ่มงาน	CLO 1 CLO 2 CLO 3 CLO 4	3	2	LLO1 อธิบายความหมายได้ LLO2 วิเคราะห์และสังเคราะห์และประยุกต์ใช้ได้ LLO3 เชื่อมโยงเทคโนโลยีกับการประยุกต์ใช้ได้	การทำแบบทดสอบก่อนเรียน -บรรยาย/อภิปรายในชั้นเรียน -ซักถาม -สื่อที่ใช้คือสไลด์และสื่อออนไลน์ -ฝึกวิเคราะห์จากแบบฝึก/กรณีศึกษา -ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร/ตารา	-ให้เป็นคะแนนเก็บตามความเหมาะสมของชิ้นงาน -ประเมินพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	ชิ้นละ 10 คะแนน	อาจารย์ภัคณิษา อภิศุภกรกุล
17	สอบปลายภาค								

เมื่อสิ้นสุดช่วงการสอบปลายภาค อาจารย์ผู้สอนดำเนินการประเมินผลการศึกษาแบบอิงเกณฑ์เท่านั้นจากคะแนนรวม 100 คะแนน โดยประเมินผลตามเกณฑ์การประเมินผลการเรียนด้วยระบบค่าคะแนน 8 ระดับ และให้คะแนนการเรียนรายวิชา ดังนี้ คือ

ระดับ	ความหมายของผลการเรียน	ช่วงคะแนน	ค่าระดับคะแนน
A	ยอดเยี่ยม (Excellent)	80 - 100	4.00
B^+	ดีมาก (Very Good)	75 - 79	3.50
B	ดี (Good)	70 - 74	3.00
C^+	ดีพอใช้ (Fairly Good)	65 - 69	2.50
C	พอใช้ (Average)	60 - 64	2.00
D^+	อ่อน (Poor)	55 - 59	1.50
D	อ่อนมาก (Very Poor)	50 - 54	1.00
F	ตก (Fail)	0 - 49	0.00

หมวดที่ 3 การพัฒนานักศึกษาตามผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง

1. วิธีการจัดประสบการณ์การเรียนรู้เพื่อพัฒนาความรู้หรือทักษะ และการวัดผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชาที่สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชา (CLOs) ในหมวดที่ 2 ข้อ 5

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชา (CLOs)	วิธีการจัดการสอน/ประสบการณ์การเรียนรู้ตาม CLOs	วิธีการวัดผลลัพธ์การเรียนรู้ตาม CLOs
1.สามารถอธิบายความหมาย ความสำคัญ หลักทฤษฎี การแบ่งประเภทของผู้บริโภคตาม หลักการโฆษณา พฤติกรรมของผู้บริโภคสมัยใหม่ด้านต่าง ๆได้	การทำแบบทดสอบก่อนเรียน -บรรยาย/อภิปรายในชั้นเรียน -ซักถาม -ฝึกวิเคราะห์จากแบบฝึก/กรณีศึกษา -ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร/ตารา	นักศึกษาสามารถสร้างผลงานจากความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบ และการนำเสนอชิ้นงานได้ตามโจทย์
2.สามารถอธิบายการวางแผนสร้างสารโฆษณาที่เหมาะและเป็นปัจจุบัน เข้ากับยุคสมัย และเหมาะสมกับประเภทของผู้บริโภค และวิเคราะห์จิตวิทยาผู้บริโภค ผู้บริโภคสมัยใหม่กับสถานการณ์ทางการตลาดปัจจุบันได้	การทำแบบทดสอบก่อนเรียน -บรรยาย/อภิปรายในชั้นเรียน -ซักถาม -ฝึกวิเคราะห์จากแบบฝึก/กรณีศึกษา -ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร/ตารา	นักศึกษาสามารถสร้างผลงานจากความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบ และการนำเสนอชิ้นงานได้ตามโจทย์
3.สามารถอธิบายปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า การโฆษณาที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์ผู้บริโภคในฐานะผู้รับสารและเป้าหมายหลักและเป้าหมายรอง กรณีศึกษากลุ่มต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศได้	การทำแบบทดสอบก่อนเรียน -บรรยาย/อภิปรายในชั้นเรียน -ซักถาม -ฝึกวิเคราะห์จากแบบฝึก/กรณีศึกษา -ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร/ตารา	นักศึกษาสามารถสร้างผลงานจากความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบ และการนำเสนอชิ้นงานได้ตามโจทย์
4.สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ด้านการสื่อสารมวลชน รวมถึงเทคโนโลยีการสื่อสารมวลชน เพื่อเกิดทักษะในการปฏิบัติงานด้านการสื่อสารมวลชนและตอบสนองความต้องการขององค์กร	การทำแบบทดสอบก่อนเรียน -บรรยาย/อภิปรายในชั้นเรียน -ซักถาม -ฝึกวิเคราะห์จากแบบฝึก/กรณีศึกษา -ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร/ตารา	นักศึกษาสามารถสร้างผลงานจากความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบ และการนำเสนอชิ้นงานได้ตามโจทย์

2. แผนการประเมินตามผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชา [ให้ตรงกับแผนที่แสดงการกระจายผลการเรียนรู้ฯ Mapping ตามที่ระบุไว้ในรายละเอียดของหลักสูตร]

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง ของรายวิชา (CLOs)	กิจกรรมการประเมินผลการเรียนรู้ของผู้เรียน	กำหนดการประเมิน (สัปดาห์ที่)	สัดส่วนของการประเมินผล
1.สามารถอธิบายความหมาย ความสำคัญ หลักทฤษฎี การแบ่งประเภทของผู้บริโภคตามหลักการโฆษณา พฤติกรรมของผู้บริโภคสมัยใหม่ด้านต่าง ๆได้	1.สร้างสรรค์ชิ้นงาน ส่งตามโจทย์ที่ได้รับมอบหมาย 2.นำเสนองานกลุ่มและเดี่ยว	2-3	*ชิ้นละ 10 คะแนน*
2.สามารถอธิบายการวางแผนสร้างสารโฆษณาที่เหมาะและเป็นปัจจุบัน เข้ากับยุคสมัยและเหมาะสมกับประเภทของผู้บริโภค และวิเคราะห์จิตวิทยาผู้บริโภค ผู้บริโภคสมัยใหม่กับสถานการณ์ทางการตลาดปัจจุบันได้	1.สร้างสรรค์ชิ้นงาน ส่งตามโจทย์ที่ได้รับมอบหมาย 2.นำเสนองานกลุ่มและเดี่ยว	5-7	*ชิ้นละ 10 คะแนน*
3.สามารถอธิบายปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า การโฆษณาที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์ผู้บริโภคในฐานะผู้รับสารและเป้าหมายหลักและเป้าหมายรอง กรณีศึกษากลุ่มต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศได้	1.สร้างสรรค์ชิ้นงาน ส่งตามโจทย์ที่ได้รับมอบหมาย 2.นำเสนองานกลุ่มและเดี่ยว	8-12	*ชิ้นละ 10 คะแนน*
4.สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ด้านการสื่อสารมวลชน รวมถึงเทคโนโลยีการ	1.สร้างสรรค์ชิ้นงาน ส่งตามโจทย์ที่ได้รับมอบหมาย	13-16	*ชิ้นละ 10 คะแนน*

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชา (CLOs)	กิจกรรมการประเมินผลการเรียนรู้ของผู้เรียน	กำหนดการประเมิน (สัปดาห์ที่)	สัดส่วนของการประเมินผล
สื่อสารมวลชน เพื่อเกิดทักษะในการปฏิบัติงานด้านการสื่อสารมวลชนและตอบสนองความต้องการขององค์กร	2.นำเสนองานกลุ่มและเดี่ยว		

แผนการประเมินตามผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชา

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชา (CLOs)	กิจกรรมการประเมินผลการเรียนรู้ของผู้เรียน	กำหนดการประเมิน (สัปดาห์ที่)	สัดส่วนของการประเมินผล
CLO 1	ทดสอบย่อยครั้งที่ 1	4	20%
CLO 1, 2	สอบกลางภาคเรียน	8	30%
CLO 3	ทดสอบย่อยครั้งที่ 2	12	20%
CLO 3, 4	สอบปลายภาคเรียน	16	30%

หมวดที่ 4 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก (เขียนในลักษณะอ้างอิง)

- ไพโรจน์ อาจรักษา.กฎหมายสำหรับการโฆษณากับการโฆษณาให้ถูกใจและถูกต้อง. สำนักพิมพ์วิญญชนจำกัด. กรุงเทพ.2544
- ศิริกุล เลากัยกุล. สร้างแบรนด์.บริษัทอัมรินทร์พริ้นติ้งแอนพับลิชชิ่ง.กรุงเทพ.2546

1. ฉันทนิช อัศวนนท์.เทคนิคและการพัฒนาบุคลิกภาพ.สำนักพิมพ์สูนยีส่งเสริมวิชาการ.กรุงเทพ : 2548

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ (ถ้ามี) (เขียนในลักษณะอ้างอิง)

.....-.....

....

3. เอกสาร แหล่งเรียนรู้และข้อมูลแนะนำ (เขียนในลักษณะอ้างอิง)

.....-.....

....

หมวดที่ 5 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชาโดยนักศึกษา ได้นำแนวคิดและความเห็นจากนักศึกษาจาก

☐ การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน

☐ การสะท้อนคิดจากพฤติกรรมของผู้เรียน

☐ การสังเกตพฤติกรรมของผู้เรียน

☑ แบบประเมินผู้สอน ฯลฯ

☑ แบบประเมินรายวิชา

☐ ข้อเสนอแนะผ่านช่องทางออนไลน์ที่อาจารย์ผู้สอนได้จัดทำเป็นช่องทางการสื่อสารกับนักศึกษา

☐ อื่นๆ (ระบุ) .....

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

☑ ประเมินผลการสอนโดยหน่วยประเมินผลกลางของมหาวิทยาลัย

☑ ประเมินผลการสอนโดยคณะกรรมการประเมินการสอนของคณะ/สาขาวิชา

☐ ประเมินผลการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญทางออนไลน์

☐ สังเกตการณ์การสอน และการเสนอแนะของผู้ร่วมทีมสอน

☐ วิเคราะห์ผลจากสัมฤทธิ์ของการเรียน

3. กลไกการปรับปรุงการจัดการเรียนรู้

☑ สัมมนาการจัดการเรียนการสอน

☐ การวิจัยในและนอกชั้นเรียน

☐ อื่นๆ (ระบุ) .....

4. กระบวนการทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชาของนักศึกษา

☐ มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชาตรวจสอบผลการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบรายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม

☐ การทวนสอบการให้คะแนนการตรวจผลงานของนักศึกษาโดยกรรมการประจำหลักสูตรและคณะวิชา

☑ การทวนสอบการให้คะแนนจากการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษาโดยอาจารย์ผู้สอน อาจารย์ประจำหลักสูตร หรือผู้ทรงคุณวุฒิอื่น ๆ ที่ไม่ใช่อาจารย์ประจำหลักสูตร

☐ อื่นๆ (ระบุ) .....

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

☐ ปรับปรุงรายวิชาในแต่ละปี ตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบตามข้อ 4

☐ ปรับปรุงรายวิชาในแต่ละปี ตามผลการประเมินผู้สอนโดยนักศึกษา

☐ อื่นๆ (ระบุ) .....

6. การปรับปรุงการสอน

..... ปรับปรุงเนื้อหาให้ทันสมัยสม่ำเสมอทุกปีการศึกษาเพื่อให้เกิดความทันสมัยและตรงกับความต้องการของผู้เรียนและตลาดงานที่เป็นปัจจุบัน.....

.