รายละเอียดของรายวิชาตามเกณฑ์คุณภาพหลักสูตรแบบมุ่งเน้นผลลัพธ์การเรียนรู้

รายละเอียดของรายวิชา.....หลักการโฆษณา

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

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

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

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. **รหัสวิชา... 3003405.....ชื่อวิชา...**การโฆษณากับงานสื่อสารมวลชน**..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 .....3.....

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)

3003405 การโฆษณากับงานสื่อสารมวลชน **3(2-2-5)** ประเภทของสื่อมวลชน บทบาท หน้าที่ อิทธิพล ผลกระทบของการโฆษณาในยุค ดิจิทัล กิจกรรมการตลาดที่มีต่อบุคคล ชุมชน สังคม จรรยาบรรณในยุคดิจิทัล ความรับผิดชอบของนักโฆษณา กฎหมายในการควบคุมโฆษณา การวางแผนการรณรงค์ผ่านสื่อโฆษณา การโฆษณากับเป้าหมายทางการตลาด ทักษะในการวิเคราะห์ปัญหาการโฆษณา การ ประเมินคุณค่าทางการโฆษณากับงานสื่อสารมวลชนในยุคปัจจุบันกรณีศึกษาในประเทศไทย

2. จุดประสงค์ของรายวิชา

1. สามารถอธิบาย ประเภทของสื่อมวลชน บทบาท หน้าที่ อิทธิพล ผลกระทบของการโฆษณาในยุคดิจิทัลได้

2.สามารถออกแบบกิจกรรมการตลาดที่มีต่อบุคคล ชุมชน สังคมจรรยาบรรณในยุคดิจิทัล ความรับผิดชอบของนักโฆษณาได้

3.สามารถเข้าใขหลักกฎหมายในการควบคุมโฆษณา การวางแผนการรณรงค์ผ่านสื่อโฆษณา การโฆษณากับเป้าหมายทางการตลาดได้

4. สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ด้านการสื่อสารมวลชน รวมถึงทักษะในการวิเคราะห์ปัญหาการโฆษณาการ ประเมินคุณค่าทางการโฆษณากับงานสื่อสารมวลชนในยุคปัจจุบันกรณีศึกษาในประเทศไทยได้

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 : 1. สามารถอธิบาย ประเภทของสื่อมวลชน บทบาท หน้าที่ อิทธิพล ผลกระทบของการโฆษณาในยุคดิจิทัลได้

CLO 2 : สามารถออกแบบกิจกรรมการตลาดที่มีต่อบุคคล ชุมชน สังคมจรรยาบรรณในยุคดิจิทัล ความรับผิดชอบของนักโฆษณาได้

CLO 3 : สามารถเข้าใขหลักกฎหมายในการควบคุมโฆษณา การวางแผนการรณรงค์ผ่านสื่อโฆษณา การโฆษณากับเป้าหมายทางการตลาดได้

CLO 4 : สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ด้านการสื่อสารมวลชน รวมถึงทักษะในการวิเคราะห์ปัญหาการโฆษณา การประเมินคุณค่าทางการโฆษณากับงานสื่อสารมวลชนในยุคปัจจุบันกรณีศึกษาในประเทศไทยได้**6. ความสอดคล้องของผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs) และผลลัพธ์การเรียนรู้คาดหวังของรายวิชา (Course Learning Outcomes: CLOs)**

PLOs / CLOs	CLO 1	CLO 2	CLO 3	PLO n.....
PLO 4 : 1. สามารถอธิบาย ประเภทของสื่อมวลชน บทบาท หน้าที่ อิทธิพล ผลกระทบของการโฆษณาในยุคดิจิทัลได้	✓			
PLO 5 สามารถเข้าใขหลักกฎหมายในการควบคุมโฆษณา การวางแผนการรณรงค์ผ่านสื่อโฆษณา การโฆษณากับเป้าหมายทางการตลาดได้		✓	✓	
PLO 6 :ตระหนักด้านจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อสารมวลชน กล้าแสดงออก มีบุคลิกภาพที่ดีและสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้				✓
PLO 7 : : สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ด้านการสื่อสารมวลชน รวมถึงทักษะในการวิเคราะห์ปัญหาการโฆษณา การ ประเมินคุณค่าทางการโฆษณากับงานสื่อสารมวลชนในยุคปัจจุบันกรณีศึกษาในประเทศไทยได้	✓	✓		

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	**บทนำเข้าสู่รายวิชา** -ความหมาย ของการโฆษณาและการสื่อสารมวลชน - ประเภทของการสื่อสารรูปแบบต่างๆในการโฆษณาและการสื่อสารมวลชนต่างๆ	CLO 1	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** ส่วนประกอบทางการโฆษณากับการสื่อสารมวลชน -การออกตราสินค้าแบบต่างๆเชื่อมโยงกับการโฆษณาและการสื่อสารมวลชน	CLO 1 CLO 2	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					
	- วิเคราะห์ประเภทของสื่อที่มีในปัจจุบันประเภทต่างๆที่สามารถผลิตสื่อโฆษณาส่งไปทำแผนการตลาดได้				LLO3 เชื่อมโยงเทคโนโลยีกับการประยุกต์ใช้ได้	-ฝึกวิเคราะห์จากแบบฝึก/กรณีศึกษา -ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร/ตารา	การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน		
3	**บทที่ 3** กิจกรรมการตลาดที่มีต่อบุคคล ชุมชน สังคม -การออกแบบกิจกรรมทางการตลาดที่ทันสมัย งานโฆษณาโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัล - ศึกษารูปแบบตลาดชุมชนและพฤติกรรมผู้บริโภคตลาดชุมชน	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					
4	**บทที่4** จรรยาบรรณ และกฎหมายในการควบคุมโฆษณา ในยุคดิจิทัล -จรรยาบรรณของนักสื่อสารมวลชน - จรรยาบรรณของนักโฆษณาที่มีต่อการผลิตสื่อโฆษณาทางสื่อมวลชนประเภทต่างๆ	CLO 1 CLO 2 CLO 3	3	2	LLO1 อธิบายความหมายได้ LLO2 วิเคราะห์และสังเคราะห์และประยุกต์ใช้ได้ LLO3 เชื่อมโยงเทคโนโลยีกับการประยุกต์ใช้ได้	การทำแบบทดสอบก่อนเรียน -บรรยาย/อภิปรายในชั้นเรียน -ซักถาม -สื่อที่ใช้คือสไลด์และสื่อออนไลน์ -ฝึกวิเคราะห์จากแบบฝึก/กรณีศึกษา -ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร/ตารา	-ให้เป็นคะแนนเก็บตามความเหมาะสมของชิ้นงาน -ประเมินพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	ชิ้นละ 10 คะแนน	อาจารย์ภัคณิษา อภิศุภกรกุล
5	**บทที่ 5 การสื่อสารมวลชนในยุคดิจิทัล** - สื่อสิ่งพิมพ์และข้อดีข้อจำกัด - สื่อวิทยุและข้อดีข้อจำกัด - สื่อวิทยุโทรทัศน์และข้อดีข้อจำกัด - สื่อดิจิทัลและข้อดีข้อจำกัด	CLO 1 CLO 2 CLO 3	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					
	- สื่อบุคคลและข้อดีข้อจำกัด					-ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร/ตารา			
6	**บทที่ 6** การผลิตสื่อโฆษณา - ฝึกปฏิบัติการออกแบบตราสินค้าและสื่อโฆษณาที่เหมาะสมกับสื่อประเภทต่างๆในปัจจุบัน - วิเคราะห์สื่อต่างๆตามความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	CLO 1 CLO 2 CLO 3	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** 7ตราสินค้ากับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในยุคปัจจบัน -ศึกษาตราสินค้าที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	CLO1 CLO 2	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					
	-ออกแบบตราสินค้าที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย - สื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย				LLO3 เชื่อมโยงเทคโนโลยีกับการประยุกต์ใช้ได้	-ฝึกวิเคราะห์จากแบบฝึก/กรณีศึกษา -ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร/ตารา	การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน		
8	สอบกลางภาค								
9	**บทที่ 8** การวางแผนการใช้สื่อในงานโฆษณาทางการสื่อสารมวลชนประเภทต่างๆ - ประเภทของการใช้สื่อโฆษณา - ขั้นตอนการวางแผนการศึกษาและใช้สื่อโฆษณาให้เหมาะสม - วิเคราะห์และเปรียบเทียบสื่อโฆษณาจากหน่วยงานต่างๆทั่งรัฐและเอกชนเชิงแข่งขัน	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 การวางแผนการใช้สื่อมวลชนเพื่อการสร้างสรรค์งานโฆษณาบน	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					
	รูปแบบสื่อออนไลน์ในยุคดิจิทัล - ประเภทของการใช้สื่อโฆษณา - ขั้นตอนการวางแผนการศึกษาและใช้สื่อโฆษณาให้เหมาะสม - วิเคราะห์และเปรียบเทียบสื่อโฆษณาจากหน่วยงานต่างๆทั่งรัฐและเอกชนเชิงแข่งขัน	CLO 4			LLO2 วิเคราะห์และสังเคราะห์และประยุกต์ใช้ได้ LLO3 เชื่อมโยงเทคโนโลยีกับการประยุกต์ใช้ได้	-บรรยาย/อภิปรายในชั้นเรียน -ซักถาม -สื่อที่ใช้คือสไลด์และสื่อออนไลน์ -ฝึกวิเคราะห์จากแบบฝึก/กรณีศึกษา -ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร/ตารา	เหมาะสมของชิ้นงาน -ประเมินพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน		อ ภิศุภกรกุล
11	**บทที่ 10** กลยุทธ์การออกแบบสื่อโฆษณาที่เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายทางการสื่อสารมวลชน -การสร้างสรรค์ออกแบบตราสินค้าที่ทันสมัยและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ -วิเคราะห์การนำเสนอผ่านสื่อประเภทต่างๆ	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 อ ภิศุภกรกุล

สัปดาห์ที่	CLOs	หัวข้อ/ รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		วัตถุประสงค์รายข้อ (Lesson Learning Outcome : LLO)	กิจกรรมการเรียนรู้/สื่อที่ใช้/ เครื่องมือในการ	วิธีการวัดผลและประเมินผล	สัดส่วนการประเมิน (100%)	ผู้สอน
			ทฤษฎี	ปฏิบัติ					
						-ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร/ตารา			
12	**บทที่ 11** กลุ่มเป้าหมายในงานโฆษณากับงานสื่อสารมวลชน -ประเภทของกลุ่มเป้าหมายกับกลุ่มสื่อสารมวลชนในปัจจุบัน -ประเภทของกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง -ประเภทของกลุ่มเป้าหมายแบบทั่วไป	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** ทักษะในการวิเคราะห์ปัญหาการโฆษณา การ ประเมินคุณค่าทางการโฆษณากับงานสื่อสารมวลชนในยุคปัจจุบัน -คุณค่าทางการโฆษณา	CLO 1 CLO 2	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					
	-ประเภทของกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจงบนสื่อประเภทต่างๆ -คุณค่าของสื่อมวลชนแขนงต่างๆในยุคปัจจุบัน				LLO3 เชื่อมโยงเทคโนโลยีกับการประยุกต์ใช้ได้	-ฝึกวิเคราะห์จากแบบฝึก/กรณีศึกษา -ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร/ตารา	การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน		
14	**บทที่13** กฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณาและกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค -ศึกษากฎหมายพื้นฐาน ตัวกฎหมาย บทลงโทษ กรณีศึกษา	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	การทำแบบทดสอบก่อนเรียน -บรรยาย/อภิปรายในชั้นเรียน	-ให้เป็นคะแนนเก็บตามความเหมาะสมของชิ้นงาน	ชิ้นละ 10 คะแนน	อาจารย์ภัคณิษา อภิ

สัปดาห์ที่	CLOs	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		วัตถุประสงค์รายข้อ (Lesson Learning Outcome : LLO)	กิจกรรมการเรียนรู้/สื่อที่ใช้/เครื่องมือในการ	วิธีการวัดผลและประเมินผล	สัดส่วนการประเมิน (100%)	ผู้สอน
			ทฤษฎี	ปฏิบัติ					
					LLO2 วิเคราะห์และสังเคราะห์และประยุกต์ใช้ได้ LLO3 เชื่อมโยงเทคโนโลยีกับการประยุกต์ใช้ได้	-ซักถาม -สื่อที่ใช้คือสไลด์และสื่อออนไลน์ -ฝึกวิเคราะห์จากแบบฝึก/กรณีศึกษา -ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร/ตารา	-ประเมินพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน		ศุภกรกุล
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	อาจารย์อภิภัคณิษา ศุภกรกุล
	สอบปลายภาค								

สัปดาห์ที่	CLOs	หัวข้อ/ รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		วัตถุประสงค์รายข้อ (Lesson Learning Outcome : LLO)	กิจกรรมการเรียนรู้/สื่อที่ใช้/ เครื่องมือในการ	วิธีการวัดผลและประเมินผล	สัดส่วนการประเมิน (100%)	ผู้สอน
			ทฤษฎี	ปฏิบัติ					
17									

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. สามารถอธิบาย ประเภทของสื่อมวลชน บทบาท หน้าที่ อิทธิพล ผลกระทบของการโฆษณาในยุคดิจิทัลได้	การทำแบบทดสอบก่อนเรียน -บรรยาย/อภิปรายในชั้นเรียน -ซักถาม -ฝึกวิเคราะห์จากแบบฝึก/กรณีศึกษา -ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร/ตารา	นักศึกษาสามารถสร้างผลงานจากความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบ และการนำเสนอชิ้นงานได้ตามโจทย์
2.สามารถออกแบบกิจกรรมการตลาดที่มีต่อบุคคล ชุมชน สังคมจรรยาบรรณในยุคดิจิทัล ความรับผิดชอบของนักโฆษณาได้	การทำแบบทดสอบก่อนเรียน -บรรยาย/อภิปรายในชั้นเรียน -ซักถาม -ฝึกวิเคราะห์จากแบบฝึก/กรณีศึกษา -ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร/ตารา	นักศึกษาสามารถสร้างผลงานจากความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบ และการนำเสนอชิ้นงานได้ตามโจทย์
3. .สามารถเข้าใขหลักกฎหมายในการควบคุมโฆษณา การวางแผนการรณรงค์ผ่านสื่อโฆษณา การโฆษณากับเป้าหมายทางการตลาดได้	การทำแบบทดสอบก่อนเรียน -บรรยาย/อภิปรายในชั้นเรียน -ซักถาม -ฝึกวิเคราะห์จากแบบฝึก/กรณีศึกษา -ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร/ตารา	นักศึกษาสามารถสร้างผลงานจากความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบ และการนำเสนอชิ้นงานได้ตามโจทย์
4.สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ด้านการสื่อสารมวลชน รวมถึงทักษะในการวิเคราะห์ปัญหาการโฆษณา การ ประเมินคุณค่าทางการโฆษณากับงานสื่อสารมวลชนในยุคปัจจุบันกรณีศึกษาในประเทศไทยได้	การทำแบบทดสอบก่อนเรียน -บรรยาย/อภิปรายในชั้นเรียน -ซักถาม -ฝึกวิเคราะห์จากแบบฝึก/กรณีศึกษา -ค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร/ตารา	นักศึกษาสามารถสร้างผลงานจากความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบ และการนำเสนอชิ้นงานได้ตามโจทย์

2. แผนการประเมินตามผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชา [ให้ตรงกับแผนที่แสดงการกระจายผลการเรียนรู้ฯ Mapping ตามที่ระบุไว้ในรายละเอียดของหลักสูตร]

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชา (CLOs)	กิจกรรมการประเมินผลการเรียนรู้ของผู้เรียน	กำหนดการประเมิน (สัปดาห์ที่)	สัดส่วนของการประเมินผล
1.สามารถอธิบาย ประเภท ของสื่อมวลชน บทบาท หน้าที่ อิทธิพล ผลกระทบ ของการโฆษณาในยุคดิจิทัลได้	1.สร้างสรรค์ชิ้นงาน ส่งตามโจทย์ที่ได้รับมอบหมาย 2.นำเสนองานกลุ่มและเดี่ยว	2-3	*ชิ้นละ 10 คะแนน*
2.สามารถออกแบบกิจกรรมการตลาดที่มีต่อบุคคล ชุมชน สังคม จรรยาบรรณในยุคดิจิทัล ความรับผิดชอบของนักโฆษณาได้กฎหมายโฆษณาได้	1.สร้างสรรค์ชิ้นงาน ส่งตามโจทย์ที่ได้รับมอบหมาย 2.นำเสนองานกลุ่มและเดี่ยว	5-7	*ชิ้นละ 10 คะแนน*
3.สามารถเข้าใขหลักกฎหมายในการควบคุมโฆษณา การวางแผนการรณรงค์ผ่านสื่อโฆษณา การโฆษณากับเป้าหมายทางการตลาดได้	1.สร้างสรรค์ชิ้นงาน ส่งตามโจทย์ที่ได้รับมอบหมาย 2.นำเสนองานกลุ่มและเดี่ยว	8-12	*ชิ้นละ 10 คะแนน*
4.สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ด้านการสื่อสารมวลชน รวมถึงทักษะในการวิเคราะห์ปัญหาการโฆษณา การ ประเมินคุณค่าทางการโฆษณากับงานสื่อสารมวลชนในยุคปัจจุบันกรณีศึกษาในประเทศไทยได้	1.สร้างสรรค์ชิ้นงาน ส่งตามโจทย์ที่ได้รับมอบหมาย 2.นำเสนองานกลุ่มและเดี่ยว	13-16	*ชิ้นละ 10 คะแนน*

แผนการประเมินตามผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชา

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง ของรายวิชา (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)

กัญจณิพัฐ วงศ์สุเมธรรต์.(2559) **กระบวนการดำเนินงานโฆษณา.**กรุงเทพ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

ณัฐชา กาญจนภาชน์. (2560). **การเปิดรับสื่อโฆษณาและพฤติกรรมการหลีกเลี่ยงโฆษณาบนสื่อดิจิทัลของผู้บริโภค**. (สารนิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

- **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.....

.