

รายละเอียดของรายวิชา
Course Specification (TQF3/OBE3)
หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป
Section 1 General Information

1. รหัสและชื่อรายวิชา

ไทย FAM3310 การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในยุคดิจิทัล
อังกฤษ Integrated Digital Marketing Communication

2. จำนวนหน่วยกิต

3(3-0-6) หน่วยกิต

3. หมวดวิชา

วิชาเลือก

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา : ดร.ปุณรภา ประดิษฐพงษ์

อาจารย์ผู้สอน : ผศ. สมิตินันท์ ไทยรุ่งโรจน์

ผศ. อีสริ ไพเราะ

ดร.ปุณรภา ประดิษฐพงษ์

สถานที่ติดต่อ : อาคารวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ วิทยาเขตนครปฐม

e-mail : punrapha.pr@ssru.ac.th

5. ภาคการศึกษาและชั้นปีที่เรียน

ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568 ชั้นปีที่ 3

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

-

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

-

8. สถานที่เรียน

อาคารวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ วิทยาเขตนครปฐม

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

18 กรกฎาคม 2568

10. ความสอดคล้องระหว่างรายวิชากับวิสัยทัศน์ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน และข้อกำหนดตามเกณฑ์มาตรฐานอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี

วิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย “ผู้นำการสร้างมืออาชีพเพื่อพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน”		ส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเองในการปฏิบัติงานและการปรับปรุงพัฒนางานเพื่อการประกอบอาชีพ (Lifelong learning)	ส่งเสริมทักษะด้านดิจิทัล
ผู้นำการสร้างมืออาชีพ	พัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน (SDGs)		
พัฒนาทักษะการบูรณาการสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัลเพื่อส่งเสริมให้นักศึกษาเป็นมืออาชีพ	ทักษะความสามารถทางความคิด สามารถนำความรู้ไปใช้ทำงานในอุตสาหกรรมและพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน	สร้างกระบวนการเรียนรู้ผ่านการฝึกคิด วิเคราะห์ และพัฒนาเพื่อนำไปใช้ในงานวิชาชีพ	พัฒนาองค์ความรู้ด้านการสืบค้น การใช้ฐานข้อมูลเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนการสื่อสารการตลาด

หมวดที่ 2 คำอธิบายรายวิชาและผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

Section 2 Course Description and Course Learning Outcomes: CLOs

1. คำอธิบายรายวิชา

ภาษาไทย

หลักการ แนวคิดการสื่อสารการตลาดสมัยใหม่ กรอบแนวคิดทางทฤษฎี ศึกษา และปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการของการตลาดดิจิทัล สถานการณ์ทางการตลาด การวิเคราะห์ความต้องการ และพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล บทบาทของการตลาดดิจิทัลกับการสื่อสาร กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล แบบบูรณาการ การออกแบบและสร้างร้านค้าดิจิทัล การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ยุคดิจิทัล การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และสื่อใหม่ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม

ภาษาอังกฤษ

Principles and concepts of modern marketing communication, theoretical framework, study and practice the principles of digital marketing, market situation, analysis consumer demand and behavior in the digital age, the role of digital marketing in communication, integrated digital marketing strategy, designing and building a digital store, customer relationship management in the digital age, appropriately apply online social networks and new media

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

รหัสวิชา FAM3310

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในยุคดิจิทัล

หน่วยกิต 3(3-0-6)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

บรรยาย	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชั่วโมง/ภาคเรียน 3 ชั่วโมง/สัปดาห์	- ชั่วโมง/ภาคเรียน - ชั่วโมง/สัปดาห์	90 ชั่วโมง/ภาคเรียน 6 ชั่วโมง/สัปดาห์

ประเภทรายวิชา บรรยาย ฝึกปฏิบัติ

3. จำนวนชั่วโมงให้คำปรึกษานักศึกษารายบุคคล

- 3.1 การให้คำปรึกษาทางวิชาการ (อย่างน้อย 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์)
- 3.2 การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการให้คำปรึกษาทางวิชาการ

4. จุดมุ่งหมายรายวิชา

- 4.1 พัฒนาให้ผู้เรียนสามารถอธิบายได้ถึงกระบวนการสื่อสารทางการตลาด
- 4.2 วิเคราะห์จิตวิทยาผู้บริโภคในยุคต่างๆพื้นฐานทางจิตวิทยาสังเคราะห์บูรณาการประโยชน์ของการสื่อสารทางการตลาด
- 4.3 ประยุกต์ใช้หลักการ แนวคิดและทฤษฎีหรือกฎเกณฑ์ทางพฤติกรรมศาสตร์มาใช้ในการวางแผนการสื่อสารการตลาดภาพยนตร์ยุคดิจิทัลให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

5. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs ในหลักสูตร OBE) (LOs ในหลักสูตร TQF)

CLO/LO 1 ศึกษาหลักการ แนวคิดการสื่อสารการตลาดสมัยใหม่ กรอบแนวคิดทางทฤษฎี การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล บทบาทของการตลาดดิจิทัลกับการสื่อสาร

CLO/LO 2 ฝึกปฏิบัติวางแผนจัดการออกแบบ กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลแบบบูรณาการ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ยุคดิจิทัล การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และสื่อใหม่ เพื่อตอบสนองการรับชมทุกแพลตฟอร์มอย่างสร้างสรรค์

CLO/LO 3 มีความอดทน รับผิดชอบ ทำงานที่ได้รับมอบหมายร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6. ความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (Program Learning Outcomes – PLOs) และผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course Learning Outcomes - CLOs)

PLOs	ความรู้ (K)	ทักษะ (S)	จริยธรรม (E)	คุณลักษณะ (C)
PLO 1	✓			
PLO 2		✓		
PLO 3			✓	
PLO 4				✓
PLO 5	✓			
PLO 6		✓		
PLO 7			✓	
PLO 8				✓

รหัสวิชา FAM3310

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในยุคดิจิทัล

หน่วยกิต 3(3-0-6)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

ความสอดคล้องของ PLOs/CLOs	CLO 1	CLO 2	CLO 3
PLO 1			
PLO 2			
PLO 3			
PLO 4			✓
PLO 5		✓	
PLO 6	✓		
PLO 7			
PLO 8			✓

CLOs	Cognitive Domain (Knowledge)						Psychomotor Domain (Skills)	Affective Domain (Attitude)
	R	U	Ap	An	Ev	C		
CLO1	✓	✓					2	1
CLO2		✓					2	2
CLO3		✓					3	1

Cognitive Domain

R=Remembering U=Understanding Ap=Applying An=Analyzing Ev=Evaluating C=Creating

Psychomotor Domain

1.เลียนแบบ 2.ทำตามคำสั่ง 3.ทำเพื่อความถูกต้อง 4.ทำอย่างสร้างสรรค์ต่อเนื่อง 5.ทำได้เหมือนธรรมชาติ

Affective Domain

1.การรับ 2.การตอบสนอง 3.การให้คำนิยม 4.การจัดรวบรวม 5.การพัฒนาลักษณะนิสัยจากคำนิยม

เกณฑ์ประการประกันคุณภาพ: 1.2 หลักสูตรแสดงถึงการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของทุกรายวิชา โดยถูกออกแบบและได้รับการจัดรูปแบบอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course Learning Outcomes - CLOs) กรณีไม่ได้ใช้หลักสูตรแบบ OBE

LOs	คุณธรรม จริยธรรม (E)	ความรู้ (K)	ทักษะ ทาง ปัญญา (S)	ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ (C)	ทักษะการ วิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยี	ทักษะการ จัดการเรียนรู้ (เฉพาะครู ศาสตร์) (L)

รหัสวิชา FAM3310

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในยุคดิจิทัล

หน่วยกิต 3(3-0-6)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

					สารสนเทศ (IT)	
LO1		✓	✓		✓	
LO2			✓		✓	
LO3				✓	✓	

7. การปรับปรุงรายวิชาตามข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (เปิดสอนรายวิชานี้ครั้งแรกไม่ต้องกรอก)

ข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	การปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ
อยากให้นักศึกษาที่มีความกล้าแสดงออกและสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม	ฝึกฝนให้นักศึกษารู้จักทักษะในการประเมินตนเองและผู้อื่นผ่านการแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน และนอกชั้นเรียนผ่านระบบออนไลน์

เกณฑ์ประการประกันคุณภาพ: 3.6 ข้อมูลการปรับปรุงรายวิชาตามข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อแสดงว่ากระบวนการเรียนการสอนมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าตอบโจทย์ความต้องการของภาคอุตสาหกรรมการทำงาน และสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง

หมวดที่ 3 การพัฒนาผู้เรียนที่สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)
Section 3 Student Improvement in relation to Course Learning Outcomes (CLOs)

1. ความสอดคล้องระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs/LOs) กับวิธีการสอน การวัดและการประเมินผล

CLOs LOs	ระบุ ผลลัพธ์	กลยุทธ์การสอนและการให้ผลป้อนกลับ (Active Learning) (ต้องสัมพันธ์กับหมวด 2 ข้อ 6)	วิธีวัดและประเมินผล
CLO 1	K,S	- การบรรยายพร้อมกรณีตัวอย่าง - การวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง	1. ประเมินจากการสอบปฏิบัติ 2. ประเมินจากการสังเกต พฤติกรรม
CLO 2	S	- การฝึกปฏิบัติ	1. ประเมินจากการสอบปฏิบัติ 2. ประเมินจากการสังเกต พฤติกรรม 3. ประเมินจากผลงานที่ มอบหมายและการนำเสนอ
CLO 3	C	- การทำงานกลุ่ม - การนำเสนองาน	1. ประเมินจากการสอบปฏิบัติ 2. ประเมินจากการสังเกต พฤติกรรม 3. ประเมินจากผลงานที่ มอบหมายและการนำเสนอ

* หลักสูตร OBE ทุกรายวิชาต้องมี CLO ให้ครบ K S E C

* หลักสูตร TQF ทุกรายวิชาต้องมี LO ให้ครบ K S E C IT

2. การกำหนดดัชนีผลลัพธ์การเรียนรู้ (Outcome Index) เกณฑ์การให้คะแนน (Rubrics) ในการวัดและประเมินต้องสอดคล้องกับ ดัชนีผลลัพธ์การเรียนรู้ (Outcome Index)

CLO 1/LO 1: ระดับ (ตาม Bloom's Taxonomy): เช่น Understanding หรือ Applying หรือ Analysis พฤติกรรมที่แสดงออกที่ต้องประเมิน (Action Verb):		
Below Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก ต่ำกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 0% - 49%)	Meet Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก ตรงตามเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 50% - 79%)	Exceeds Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก สูงกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 80% - 100%)
เข้าใจหลักการ แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด แต่ไม่	เข้าใจหลักการ แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด	เข้าใจหลักการ แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด

รหัสวิชา FAM3310

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในยุคดิจิทัล

หน่วยกิต 3(3-0-6)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล	สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล	สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัลได้เป็นอย่างดี
--	--	--

CLO 2/LO 2:

ระดับ (ตาม Bloom's Taxonomy):

พฤติกรรมที่แสดงออกที่ต้องประเมิน (Action Verb):

Below Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก ต่ำกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 0% - 49%)	Meet Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก ตรงตามเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 50% - 79%)	Exceeds Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก สูงกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 80% - 100%)
ไม่สามารถฝึกปฏิบัติวางแผนจัดการออกแบบ กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลแบบบูรณาการ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ยุคดิจิทัล การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และสื่อใหม่	สามารถฝึกปฏิบัติวางแผนจัดการออกแบบ กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลแบบบูรณาการ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ยุคดิจิทัล การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และสื่อใหม่	สามารถฝึกปฏิบัติวางแผนจัดการออกแบบ กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลแบบบูรณาการ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ยุคดิจิทัล การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และสื่อใหม่ ได้อย่างสร้างสรรค์

CLO 3/LO 3:

ระดับ (ตาม Bloom's Taxonomy):

พฤติกรรมที่แสดงออกที่ต้องประเมิน (Action Verb):

Below Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก ต่ำกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 0% - 49%)	Meet Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก ตรงตามเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 50% - 79%)	Exceeds Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก สูงกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 80% - 100%)
ไม่มีความอดทน ขาดรับผิดชอบ ไม่สามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายร่วมกับผู้อื่นได้	มีความอดทน รับผิดชอบ ทำงานที่ได้รับมอบหมายร่วมกับผู้อื่นได้	มีความอดทน รับผิดชอบ ทำงานที่ได้รับมอบหมายร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เกณฑ์ประการประกันคุณภาพ:

3.3 มีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่หลากหลาย โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

3.4 มีกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ การเรียนรู้วิธีการเรียนรู้ และปลูกฝังให้ผู้เรียนมีทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต (เช่น การตั้งคำถามอย่างสร้างสรรค์และมีวิจารณญาณ ทักษะในการประมวลผลข้อมูล ทักษะการนำเสนอแนวคิดใหม่ ๆ และแนวทางปฏิบัติใหม่ ๆ)

3.5 มีกิจกรรมการเรียนการสอนที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดความคิดใหม่ ๆ ความคิดสร้างสรรค์ การสร้างนวัตกรรม และแนวคิดของผู้ประกอบการ

4.1 มีวิธีการประเมินผู้เรียนที่หลากหลาย โดยสอดคล้องกับการบรรลุผลสำเร็จของผลการเรียนรู้ที่คาดหวังและวัตถุประสงค์การเรียนการสอน

4.2 นโยบายการประเมินผู้เรียน การอุทธรณ์ผลการประเมินถูกแสดงไว้อย่างชัดเจน มีการสื่อสารไปยังผู้เรียนและนำไปใช้อย่างสม่ำเสมอ

4.3 การประเมินผู้เรียนต้องมีมาตรฐานและกระบวนการที่แสดงความก้าวหน้าและการสำเร็จการศึกษาของผู้เรียนไว้อย่างชัดเจน มีการสื่อสารไปยังผู้เรียน และนำไปใช้อย่างสม่ำเสมอ

4.4 วิธีการประเมินผู้เรียนต้องแสดงให้เห็นถึงเกณฑ์การให้คะแนน (rubrics) การเฉลยคำตอบ (marking schemes) เวลาในการประเมิน (timelines) และกฎระเบียบในการประเมิน (regulations) โดยวิธีการประเมินเหล่านี้ต้องมีความเที่ยงตรง คงเส้นคงวา และยุติธรรม

4.5 วิธีการประเมินผู้เรียนต้องแสดงถึงการบรรลุผลสำเร็จของผลการเรียนรู้ที่คาดหวังระดับหลักสูตร และผลการเรียนรู้ระดับรายวิชา

4.6 มีการป้อนกลับผลการประเมินให้แก่ผู้เรียนอย่างทันท่วงที

4.7 การประเมินผู้เรียนและกระบวนการ มีการทบทวนและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าตอบโจทย์ความต้องการของภาคอุตสาหกรรมการทำงาน และสอดคล้องกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

หมวดที่ 4 แผนการสอนและการประเมิน

Section 4 Lesson Plan and Assessments

1. แผนการสอน (จัดการเรียนการสอนไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์)

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน และสื่อการเรียนรู้	ผังการ ทดสอบ	อาจารย์ผู้สอน
1	- คำอธิบายรายวิชา วัตถุประสงค์ของรายวิชา วิธี สอน กิจกรรมการเรียน การ สอน วิธีการวัดผลและ ประเมินผล - ข้อปฏิบัติเบื้องต้นสำหรับ ผู้สอนและผู้เรียน		ท3	- การแนะนำตัวผู้สอนและผู้ เรียน - การอธิบายคำอธิบายรายวิชา กิจกรรมการเรียนการสอน การ วัดผลและการประเมินผล - ชักถามและตอบคำถาม		PRP/ISR/SMN
2	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณา การ กระบวนการสื่อสารทางการ ตลาดแบบบูรณาการ	CLO1	ท3	- การบรรยาย - การศึกษากรณีตัวอย่าง - การแลกเปลี่ยนความคิด - การซักถาม		PRP/ISR/SMN
3	Branding	CLO1	ท3	- การบรรยาย - การศึกษากรณีตัวอย่าง - การแลกเปลี่ยนความคิด - การซักถาม		PRP/ISR/SMN
4	พฤติกรรมผู้บริโภค	CLO1	ท3	- การบรรยาย - การศึกษากรณีตัวอย่าง - การแลกเปลี่ยนความคิด - การซักถาม		PRP/ISR/SMN
5	วิเคราะห์สถานการณ์เพื่อพัฒนา แผนการสื่อสารการตลาดแบบ บูรณาการ	CLO2	ท2, ป1	- การบรรยาย - การศึกษากรณีตัวอย่าง - การแลกเปลี่ยนความคิด - การซักถาม		PRP/ISR/SMN
6	เครื่องมือสื่อสารการตลาด	CLO1	ท2, ป1	- การบรรยาย - การศึกษากรณีตัวอย่าง - การแลกเปลี่ยนความคิด - การซักถาม		PRP/ISR/SMN
7	การสื่อสารการตลาดดิจิทัล	CLO1	ท2, ป1	- การบรรยาย		PRP/ISR/SMN

รหัสวิชา FAM3310

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในยุคดิจิทัล

หน่วยกิต 3(3-0-6)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

ลำดับที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน และสื่อการเรียนรู้	ฝั่งการ ทดสอบ	อาจารย์ผู้สอน
				- การศึกษากรณีตัวอย่าง - การแลกเปลี่ยนความคิด - การซักถาม		
8	สอบกลางภาค	CLO1			M(40 ข้อ)	
9	Influencer & KOL Strategy	CLO1	ท3	- การบรรยาย - การศึกษากรณีตัวอย่าง - การแลกเปลี่ยนความคิด - การซักถาม		PRP/ISR/SMN
10	การบริหาร การวางแผนสื่อและ กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดยุค ดิจิทัล	CLO2	ท1, ป2	- การบรรยาย - การศึกษากรณีตัวอย่าง - การแลกเปลี่ยนความคิด - การซักถาม		PRP/ISR/SMN
11	การจัดการแคมเปญและ กรณีศึกษา	CLO2	ป3	- การบรรยาย - การศึกษากรณีตัวอย่าง - การแลกเปลี่ยนความคิด - การซักถาม		PRP/ISR/SMN
12	จริยธรรมและจรรยาบรรณใน การสื่อสารทางการตลาดเพื่อ งานภาพยนตร์ในยุคดิจิทัล	CLO3	ท3	- การบรรยาย - การศึกษากรณีตัวอย่าง - การแลกเปลี่ยนความคิด - การซักถาม		PRP/ISR/SMN
13	นำเสนองานกลุ่ม	CLO1-3	ป3	- การบรรยาย - การศึกษากรณีตัวอย่าง - การแลกเปลี่ยนความคิด - การซักถาม		PRP/ISR/SMN
14	นำเสนองานกลุ่ม	CLO1-3	ป3	- การบรรยาย - การศึกษากรณีตัวอย่าง - การแลกเปลี่ยนความคิด - การซักถาม		PRP/ISR/SMN
15	สอบปลายภาค	CLO1-3			F (2 ข้อ)	

หมายเหตุ:

1. ท คือ ภาคทฤษฎี และ ป คือ ภาคปฏิบัติ

2. ระบุด้วยชื่ออาจารย์ผู้สอน XXX ชื่อ สกุล เช่น NTP: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐภัทร

รหัสวิชา FAM3310

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในยุคดิจิทัล

หน่วยกิต 3(3-0-6)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

3. กิจกรรมการสอน (Teaching Activities) หมายถึง กิจกรรมและสื่อที่ผู้สอนนำมาใช้เพื่อนำพาการเรียนรู้ และ กิจกรรมการเรียนรู้ (Learning Activities) หมายถึง กิจกรรมที่ผู้สอนต้องกำหนดและมอบหมายให้ในชั้นเรียน (หรือนอกชั้นเรียน) เพื่อให้ผู้เรียนได้เกิด “ประสบการณ์การเรียนรู้” ด้วยตนเอง
4. ระบุตัวย่อผังการทดสอบ เช่น Q: แบบทดสอบย่อย (Quiz) A: การมอบหมายงาน (Assignments) M: การทดสอบกลางภาค (Midterm)

2. แผนการประเมิน (ระบุสัดส่วนที่ประเมิน)

การวัดและประเมินผล	สัดส่วน	CLO 1	CLO 2	CLO 3
งานท้ายคาบเรียน	10%	✓		
การมอบหมายงาน A	20%	✓		
โครงงานและการนำเสนอ P	40%		✓	✓
สอบปลายภาค F	20%	✓	✓	
จิตพิสัย	10%			✓

3. ผังการทดสอบ (Test Blueprint ระบุหัวข้อและจำนวนข้อสอบ/ข้อประเมิน/การมอบหมายงาน)

หัวข้อ	สัดส่วน	CLO 1	CLO 2	CLO 3
งานท้ายคาบเรียน	10%	2 ข้อ		
การมอบหมายงาน A	20%	3 ข้อ		
โครงงานและการนำเสนอ P	40%		2 ข้อ	
สอบปลายภาค F	20%		2 ข้อ	

4. เกณฑ์ประเมินผลการเรียน

ร้อยละ	ระดับผลการเรียน	ความหมาย
86 – 100	A	ดีเยี่ยม
82 – 85	A-	ดีเยี่ยม
78 – 81	B+	ดีมาก
74 – 77	B	ดี
70 – 73	B-	ค่อนข้างดี
66 – 69	C+	ปานกลางค่อนข้างดี

รหัสวิชา FAM3310

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในยุคดิจิทัล

หน่วยกิต 3(3-0-6)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

62 – 65	C	ปานกลาง
58 – 61	C-	ปานกลางค่อนข้างอ่อน
54 – 57	D+	ค่อนข้างอ่อน
50 – 53	D	อ่อน
46 – 49	D-	อ่อนมาก
0 – 45	F	ตก

5. เกณฑ์ประเมินการบรรลุผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

ระดับการบรรลุผล	เกณฑ์การบรรลุผล	คำอธิบาย
บรรลุผลระดับที่ 3	จำนวนผู้เรียนไม่น้อย 80% อยู่ในหมวดหมู่ใดหมวดหมู่หนึ่ง “ระดับ 2 ตรงตามความคาดหวัง” หรือ “ระดับ 3 สูงกว่าความคาดหวัง”	แสดงถึงผลการเรียนรู้ที่มีความโดดเด่น โดยผู้เรียนส่วนใหญ่สามารถทำได้เกินความคาดหวังตามที่กำหนดไว้ เช่น การทำคะแนนเกินเกณฑ์มาตรฐาน และแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน
บรรลุผลระดับที่ 2	จำนวนผู้เรียน 60-79% อยู่ในหมวดหมู่ใดหมวดหมู่หนึ่ง “ระดับ 2 ตรงตามความคาดหวัง” หรือ “ระดับ 3 สูงกว่าความคาดหวัง”	แสดงถึงผลการเรียนรู้ที่เป็นไปตามความคาดหวัง ผู้เรียนส่วนใหญ่สามารถบรรลุเป้าหมายขั้นต่ำได้ โดยผลการเรียนสะท้อน

รหัสวิชา FAM3310

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในยุคดิจิทัล

หน่วยกิต 3(3-0-6)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

		ให้เห็นถึงความเข้าใจและการนำความรู้ไปใช้ในระดับพื้นฐานได้ดี
บรรลุผลระดับที่ 1	จำนวนผู้เรียนน้อยกว่า 60% อยู่ในหมวดหมู่ใดหมวดหมู่หนึ่ง “ระดับ 2 ตรงตามความคาดหวัง” หรือ “ระดับ 3 สูงกว่าความคาดหวัง”	แสดงถึงผลการเรียนรู้ที่ยังต่ำกว่าเกณฑ์ ความคาดหวัง ผู้เรียนส่วนใหญ่อาจยังไม่สามารถบรรลุผลลัพธ์ที่ตั้งไว้ในระดับที่น่าพึงพอใจ และจำเป็นต้องมีการปรับปรุงหรือพัฒนาการเรียนรู้เพิ่มเติม

เกณฑ์ประการประกันคุณภาพ:

4.5 วิธีการประเมินผู้เรียนต้องแสดงถึงการบรรลุผลสำเร็จของผลการเรียนรู้ที่คาดหวังระดับหลักสูตร และผลการเรียนรู้ระดับรายวิชา

หมวด 5 สื่อการเรียนรู้และสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ Section 5 Learning Resources and Support Facilities

1. สื่อการเรียนรู้และสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

- 1.1 เอกสารประกอบการสอน
- 1.2 หนังสือ ตำรา หรือ ทรัพยากรเรียนรู้จากสำนักวิทยบริการ
- 1.3 ห้องปฏิบัติการ
- 1.4 เว็บไซต์ ซอฟต์แวร์ หรืออุปกรณ์
- 1.5 สถานที่ฝึกปฏิบัติและฝึกประสบการณ์

2. แพลตฟอร์มการเรียนรู้

<https://ssrudlp.ssru.ac.th/>

3. สื่อการเรียนรู้จากแหล่งภายนอก

บอกแหล่ง Web Site, YouTube , Social Media, e-learning ฯลฯ

3.1 Dave Chaffey & Fiona Ellis-Chadwick. (2022). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice.

3.2 Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan. (2021). Marketing 5.0: Technology for Humanity.

4. งานวิจัยประกอบการเรียนรู้ในรายวิชา (ถ้ามี)

- 2.1 ชื่องานวิจัย 1
- 2.2 ชื่องานวิจัย 2

เกณฑ์ประการประกันคุณภาพ:

3.4 มีกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ การเรียนรู้วิธีการเรียนรู้ และปลูกฝังให้ผู้เรียนมีทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต (เช่น การตั้งคำถามอย่างสร้างสรรค์และมีวิจารณญาณ ทักษะในการประมวลผลข้อมูล ทักษะการนำเสนอแนวคิดใหม่ ๆ และแนวทางปฏิบัติใหม่ ๆ)

หมวด 6 การประเมินและการปรับปรุงรายวิชา

Section 6 Course Evaluation and Improvement

1. การประเมินรายวิชาโดยนักศึกษา

- แบบประเมินรายวิชา
- แบบประเมินสำหรับการประเมินอาจารย์ (เว็บไซต์ reg)
- การสนทนา แลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างอาจารย์และนักศึกษา
- การสะท้อนพฤติกรรมของนักศึกษา
- การรับข้อเสนอแนะจากนักศึกษา ผ่านช่องทางการสื่อสารที่อาจารย์กำหนด
- อื่นๆ (ระบุ) ...

2. กลยุทธ์ในการประเมินการจัดการเรียนการสอน

- ผลการสอบของนักศึกษา
- การตรวจสอบ/การยืนยันผลการเรียนรู้ทางวิชาการและผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษา
- การประเมินโดยคณะกรรมการสอบ
- การสังเกตการณ์โดยทีมผู้สอน
- การสังเกตการณ์โดยผู้มีส่วนได้เสีย (ระบุ) ...
- อื่นๆ (ระบุ) ...

3. แผนการปรับปรุงการดำเนินการรายวิชา

- การจัดสัมมนาหรือการประชุมเกี่ยวกับการสอนและการเรียนรู้ กับ ผู้มีส่วนได้เสีย
- การทำวิจัยด้านการจัดการเรียนรู้ทั้งในและนอกห้องเรียน
- อื่นๆ (ระบุ) ...

4. การทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษาที่สอดคล้องกับ PLOs และ CLOs

- การจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อตรวจสอบผลการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้
เช่น การตรวจสอบข้อสอบ การตรวจสอบการมอบหมายงาน การให้คะแนน และการประเมินผล
- การทบทวนการให้คะแนนและการประเมินโดยคณะกรรมการวิชาการของคณะ/ภาควิชา
- การตรวจสอบผลการให้คะแนนโดยการสุ่มตรวจจากอาจารย์/ผู้เชี่ยวชาญที่ไม่ได้
รับผิดชอบหลักสูตรนั้น
- อื่นๆ (ระบุ) ...

5. แผนการทบทวนและปรับปรุงรายวิชา

- การปรับปรุงรายวิชาประจำปีตามข้อเสนอแนะของผู้ตรวจสอบในข้อ 4
- การปรับปรุงรายวิชาประจำปีโดยพิจารณาจากการประเมินและความคิดเห็นของนักศึกษา
- อื่นๆ (ระบุ) ...



รหัสวิชา FAM3310

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในยุคดิจิทัล

หน่วยกิต 3(3-0-6)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

[คลิกพิมพ์]

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

วันที่ [คลิกพิมพ์]