

---

## รายงานผลดำเนินการของรายวิชา Course Report (TQF5/OBE5)

### หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

#### Section 1 General Information

##### 1. รหัสและชื่อรายวิชา

ไทย AAM2303 การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล

อังกฤษ Digital Marketing Communication

##### 2. จำนวนหน่วยกิต

หน่วยกิต 3(2-5-5) หน่วยกิต

##### 3. หมวดวิชา วิชาเลือกเรียน

##### 4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา : ผศ. อีสริ ไพเราะ

อาจารย์ผู้สอน : ผศ. อีสริ ไพเราะ

สถานที่ติดต่อ : ห้องพักอาจารย์ชั้น 2 วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

e-mail : [isari.pa@ssru.ac.th](mailto:isari.pa@ssru.ac.th)

##### 5. ภาคการศึกษาและชั้นปีที่เรียน

ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568

ชั้นปีที่ 3

##### 6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

-

##### 7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

-

##### 8. สถานที่เรียน

วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

## 9. ข้อมูลประกอบการประกันคุณภาพการศึกษา

### 9.1 ทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่ดำเนินการ / จำเป็นต้องมีทุกข้อ)

✓ รายวิชานี้ได้ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนการสอนหรือกิจกรรมการเรียนการสอนในชั้นเรียน ดังนี้ (Criterion 3.2)

รับผิดชอบต่อการเรียนรู้ของตนเอง โดยสร้างกระบวนการเรียนรู้ที่พัฒนาการวางแผนกลยุทธ์ การสื่อสารการตลาดดิจิทัล ด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์และนำเสนองานด้านการโฆษณาและสื่อสารการตลาดตรงตามความต้องการของลูกค้า

✓ CLOs ของรายวิชานี้ สอดคล้องกับ YLOs ของชั้นปี 3 ดังนี้ (Criterion 1.5)

CLO/LO 1 สามารถวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัล ด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์

CLO/LO 2 สามารถนำเสนองานด้านการโฆษณาและสื่อสารการตลาดตรงตามความต้องการของลูกค้า

### 9.2 ทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่ดำเนินการ / ไม่จำเป็นต้องมีทุกข้อ

○ รายวิชานี้ได้มีการเพิ่มเติมผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs) ที่นอกเหนือจากในเล่มหลักสูตร และ /หรือมีการปรับปรุงรูปแบบ วิธีการ เนื้อหา หลังจากได้รับข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ในระหว่างการจัดกระบวนการเรียนการสอนที่ผ่านมา ดังนี้ (Criterion 2.3)

.....  
.....  
.....

○ รายวิชานี้มีการบูรณาการร่วมกับรายวิชาอื่นและ/หรือร่วมกับการฝึกปฏิบัติงานกับผู้ประกอบการภายนอก (WIL) หรือบูรณาการกับงานวิจัย หรืองานบริการวิชาการอื่นๆ ดังนี้ (Criterion 2.5)

.....  
.....  
.....

○ รายวิชานี้ได้ใช้แนวทางในการปลูกฝังทักษะดังต่อไปนี้ (Criterion 3.4)

✓ ทักษะการส่งเสริมการเรียนรู้ (Promote Learning) ด้วยวิธี

พัฒนาการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัล ด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์และนำเสนองานด้านการโฆษณาและสื่อสารการตลาดตรงตามความต้องการของลูกค้า

ทักษะการเรียนรู้วิธีเรียนรู้ (Learning How to Learn) ด้วยวิธี

.....

□ ทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) ด้วยวิธี

.....

○ รายวิชานี้มีแนวทางปลูกฝังเรื่องต่อไปนี้ ด้วยวิธีการดังนี้ (Criterion 3.5)

✓ “ความคิดใหม่” (New Idea) ด้วยวิธี

สามารถพัฒนาการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัล ด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์และนำเสนองานด้านการโฆษณาและสื่อสารการตลาดตรงตามความต้องการของลูกค้า

□ “การสร้างนวัตกรรม” (Innovation) ด้วยวิธี

.....

□ “ทัศนคติของผู้ประกอบการ” (Entrepreneurial Mindset) ด้วยวิธี

.....

10. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

8 กรกฎาคม 2568

## หมวดที่ 2 การจัดการเรียนการสอนที่เปรียบเทียบกับแผนการสอน

1. รายงานชั่วโมงการสอนจริงที่คลาดเคลื่อนจากแผนการสอน (ถ้ามี)

-

2. หัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน (ถ้ามี)

-

**3. จัดสิ่งสนับสนุนเพื่อประสิทธิผลในการเรียนรู้ของนักศึกษา**

สิ่งสนับสนุน	ผลการดำเนินการ		
	มีการดำเนินการ	ไม่ได้ดำเนินการ	แผนการปรับปรุง
1.เอกสารประกอบการสอนที่เป็นปัจจุบัน	ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568		
2.การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	เว็บไซต์ DLP Google Classroom		
3.ระบบในการรับทราบปัญหา	นักศึกษาสามารถแจ้งและปรึกษาอาจารย์ผู้สอนผ่านช่องทางติดต่อที่แจ้งไป		
4.ระบบช่วยเหลือนักศึกษาที่มีปัญหา	นักศึกษาสามารถแจ้งและปรึกษาอาจารย์ผู้สอนผ่านช่องทางติดต่อที่แจ้งไป		
5.อื่นๆ ...(ระบุ).....			

**4. ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (Course Learning Outcomes: CLOs) : นักศึกษาสามารถ**

CLO 1 สามารถวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัล ด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์

CLO 2 สามารถนำเสนองานด้านการโฆษณาและสื่อสารการตลาดตรงตามความต้องการของลูกค้า

5. ประสิทธิภาพของวิธีการจัดการเรียนรู้และวิธีการประเมินผลที่ดำเนินการเพื่อทำให้เกิดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามที่ระบุในรายละเอียดรายวิชา

(อ้างอิงจาก OBE3 หมวดที่ 4)

ผลลัพธ์การเรียนรู้ ที่คาดหวังของ รายวิชา (CLOs)	ผลที่เกิดกับนัก ศึกษาตาม CLOs (บรรลุ/ ไม่บรรลุ)	กิจกรรมการเรียนกา รสอนที่ระบุ	วิธีการจัดการ สอน (เหมาะสม/ไม่ เหมาะสม)	วิธีการวัดผลและประเมินผล	วิธีการวัดผล (เหมาะสม/ไม่ เหมาะสม)	แนวทางการพัฒนาปรับปรุง เพื่อให้นักศึกษาบรรลุตามแต่ละ CLO หรือแนวทางที่ทำให้มีวิธีการจัดการสอนหรือวิธีกา รวัดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่เหมาะสม
CLO1	✓	บรรยาย  มอบหมายงาน	✓	- การสอบกลางภาคและปลาย ภาค -การประเมินผลงานที่ได้ มอบหมาย peer assessment)	✓	โดยทั่วไป นักศึกษาที่เข้าใจจะสามารถฝึก ปฏิบัติตามที่ได้รับมอบหมายได้ แต่บางกรณี ผู้สอนอาจต้องเน้นย้ำ และอธิบาย กระบวนการเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสาร การตลาดดิจิทัล ด้วยฐานข้อมูลทาง เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ เนื่องจาก นักศึกษาจะต้องทำการศึกษาข้อมูลอย่าง เพียงพอเพื่อนำมาวิเคราะห์ได้

รหัสวิชา AAM2303

ระดับปริญญาตรี

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

หน่วยกิต 3(2-5-5)

คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

ผลลัพธ์การเรียนรู้ ที่คาดหวังของ รายวิชา (CLOs)	ผลที่เกิดกับนัก ศึกษาตาม CLOs (บรรลุ/ ไม่บรรลุ)	กิจกรรมการเรียนกา รสอนที่ระบุ	วิธีการจัดการ สอน (เหมาะสม/ไม่ เหมาะสม)	วิธีการวัดผลและประเมินผล	วิธีการวัดผล (เหมาะสม/ไม่ เหมาะสม)	แนวทางการพัฒนาปรับปรุง เพื่อให้นักศึกษาบรรลุตามแต่ละ CLO หรือแนวทางที่ทำให้มีวิธีการจัดการสอนหรือวิธีกา รวัดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่เหมาะสม
CLO2	✓	กรณีศึกษาเรียนรู้ จากการศึกษา ธุรกิจที่อยู่ในตลาด และนำมาข้อมูลที่ ศึกษามาวิเคราะห์	✓	การประเมินการนำเสนอและผล งานของโครงการกลุ่ม	✓	โดยทั่วไป นักศึกษาที่เข้าใจจะสามารถ ฝึกปฏิบัติตามที่ได้รับมอบหมายได้ แต่บาง กรณี ผู้สอนอาจต้องเน้นย้ำ และอธิบาย กระบวนการทางการสื่อสารการตลาดจาก ตัวอย่าง เพื่อวิเคราะห์ และสามารถนำเสนอ งานด้านการโฆษณาและสื่อสารการตลาด ตรงตามความต้องการของลูกค้า
<b>หมายเหตุ:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้สอนแสดงปัญหาของการที่นักศึกษาไม่สามารถเรียนรู้ CLO ได้ตามเกณฑ์ที่กำหนด และ/หรือปัญหาที่เกี่ยวกับประสบการณ์การเรียนรู้ของนักศึกษา โดยแสดง</li> </ul>						

รหัสวิชา AAM2303

ระดับปริญญาตรี

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

หน่วยกิต 3(2-5-5)

คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

ผลลัพธ์การเรียนรู้ ที่คาดหวังของ รายวิชา (CLOs)	ผลที่เกิดกับนัก ศึกษาตาม CLOs (บรรลุ/ ไม่บรรลุ)	กิจกรรมการเรียนกา รสอนที่ระบุ	วิธีการจัดการ สอน (เหมาะสม/ไม่ เหมาะสม)	วิธีการวัดผลและประเมินผล	วิธีการวัดผล (เหมาะสม/ไม่ เหมาะสม)	แนวทางการพัฒนาปรับปรุง เพื่อให้นักศึกษาบรรลุตามแต่ละ CLO หรือแนวทางที่ทำให้มีวิธีการจัดการสอนหรือวิธีกา รวัดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่เหมาะสม
<p>อย่างน้อย 1 ปัญหาในแต่ละภาคการศึกษา</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>สามารถบรรยายปัญหา วิธีการแก้ไข รวมถึงผลลัพธ์การแก้ปัญหา ต่อเนื่องกันหลายภาคการศึกษาได้</li> </ul> <p>* หลักสูตรกำหนดเกณฑ์ซึ่งเป็นร้อยละของนักศึกษาที่ต้องผ่านเกณฑ์ในแต่ละ CLO</p>						

### หมวดที่ 3 ระบบการวัดและการประเมินผลการเรียนรู้

#### 1. การประเมินผลแบบ Formative Evaluation (criterion 4.3) :

- มีการประเมิน (กรุณาให้ข้อมูลในตาราง เพิ่มเติม)
- ไม่มีการประเมิน

วิธีจัดการประเมินผลแบบ Formative Evaluation	แผนที่กำหนดไว้		แนวทางการปรับปรุงพัฒนา
	มี	ไม่มี	
ก. กำหนดระยะเวลา/ช่วงเวลาประเมินชัดเจน	✓		
ข. กำหนดเครื่องมือที่ใช้ ถ้ามี ระบุเครื่องมือที่ใช้..... (เช่น การสอบเก็บคะแนนการซักถามในชั้นเรียน การให้การบ้านรายสัปดาห์ การเขียน Reflection การทำ Peer Evaluation เป็นต้น)	✓		
ค. มีการให้ข้อมูลป้อนกลับแก่นักศึกษา รายบุคคล ถ้ามี ระบุวิธีการที่ใช้.....	✓		
ง. นำผลประเมินมาวางแผนเพื่อพัฒนานักศึกษา			

#### 2. การประเมินผลแบบ Summative Evaluation (criterion 4.5)

มาตรฐานและการประกันคุณภาพระบบการวัดและประเมินผลผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษา

กระบวนการวัดและประเมิน ผลลัพธ์การเรียนรู้	การดำเนินการ		แนวทางการพัฒนาคุณภาพ
	มี	ไม่มี	
1. ใช้การวัดผลด้วยการสอบ	✓		
2. จัดทำ Rubrics เป็นเครื่องมือในการวัดผล (ในกรณีวัดผลด้วย โครงงาน, รายงาน, สอบปฏิบัติ, นำเสนองาน เป็นต้น)	✓		
3. กำหนดเกณฑ์ตัดสินผลการประเมินไว้ชัดเจน	✓		
4. ใช้ระบบการตัดสินผล/การตัดเกรดที่เป็นไปตาม	✓		

รหัสวิชา AAM2303

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล

หน่วยกิต 3(2-5-5)

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

มาตรฐาน <input type="checkbox"/> อิงเกณฑ์ <input type="checkbox"/> อิงกลุ่ม <input type="checkbox"/> อื่น ๆ ระบุ.....			
5. จัดการทวนสอบการวัดและประเมินผลสัมฤทธิ์ การเรียนรู้	✓		

หมายเหตุ:

- **Formative Evaluation** คือ การประเมินเพื่อพัฒนา จะทำเป็นระยะๆ บ่อยๆ ตลอดทั้งเทอม (เปรียบเหมือน “การชิมรสก่อนเสิร์ฟ” → ปรับปรุงได้เรื่อยๆ เพื่อให้ผลสุดท้ายดี)
- **Summative Evaluation** คือการประเมินเพื่อสรุปผลว่าบรรลุ CLOs หรือไม่ จะทำเพียงครั้งเดียว หรือเมื่อสิ้นสุดกิจกรรม (เปรียบเหมือน “การตัดสินรสชาติเมื่ออาหารถูกเสิร์ฟ” → บ่งชี้ว่าผลสุดท้าย (CLOs) เป็นอย่างไร)

#### หมวดที่ 4 สรุปผลการจัดการเรียนการสอนของรายวิชา

1. ผลการจัดการเรียนการสอนของรายวิชา (ลิ้งค์ข้อมูลจากระบบบริการการศึกษา)
  - 1.1 จำนวนนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียน  
จำนวน 22 คน
  - 1.2 จำนวนนักศึกษาที่คงอยู่เมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษา  
จำนวน 22 คน
  - 1.3 จำนวนนักศึกษาที่ถอน (W)  
จำนวน - คน
  - 1.3 การกระจายของระดับคะแนน (เกรด)

ระดับคะแนน	จำนวน	ร้อยละ
A-	1	4.55
B+	1	4.55
B	3	13.64
B-	9	40.91
C+	3	13.64
C	1	4.55
D+	3	13.64
F	1	4.55

2. ปัจจัยที่ทำให้ระดับคะแนนผิดปกติ (ถ้ามี)

.....

.....

.....

3. ความคลาดเคลื่อนจากแผนการประเมินที่กำหนดไว้ในรายละเอียดรายวิชาทั้งด้านกำหนดเวลาและวิธีการประเมินผล (ถ้ามี)

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน		สัปดาห์ที่ประเมิน		สัดส่วนของการประเมิน	
	ตามแผน	ตามจริง	ตามแผน	ตามจริง	ตามแผน	ตามจริง
CLO 1 สามารถวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัล ด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์	✓		✓		✓	✓
CLO 2 สามารถนำเสนองานด้านการโฆษณาและสื่อสารการตลาดตรงตามความต้องการของลูกค้า	✓		✓		✓	✓

4. การทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

(ให้อ้างอิงจากรายละเอียดของหลักสูตรและรายละเอียดของรายวิชา)

- ผู้เรียนประเมินตนเอง (self-assessment)
- ผู้สอนประเมินการสอน (Teaching Reflection)
- กรรมการบริหารหลักสูตรประเมินภาพรวม (Program Assessment Review)
- ผู้ใช้บัณฑิตให้ข้อเสนอแนะ (Employer Feedback)
- อื่นๆ (ระบุ) .....

หมายเหตุ: การทวนสอบ เป็นไปเพื่อตรวจสอบว่า กระบวนการเรียนการสอนนั้น

1. ตอบโจทย์ภาคการทำงานหรือไม่? 2. สอดคล้องกับ CLOs หรือไม่?

---

หมวดที่ 5 ปัญหาและผลกระทบต่อการดำเนินการ

1. ประเด็นด้านทรัพยากรประกอบการเรียนและสิ่งอำนวยความสะดวก (ถ้ามี)

ระบุปัญหาในการใช้ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน (ถ้ามี) และผลกระทบ

.....  
.....  
.....

2. ประเด็นด้านการบริหารจัดการ (ถ้ามี)

ระบุปัญหาด้านการบริหารจัดการ (ถ้ามี) และผลกระทบต่อการเรียนรู้ของนักศึกษา

.....  
.....  
.....

## หมวดที่ 6 การประเมินรายวิชา

### 1. ผลการประเมินรายวิชาโดยนักศึกษา

1.1 ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยนักศึกษา (ลิงค์ข้อมูลจากระบบบริการการศึกษา)  
ระบุข้อวิพากษ์ทั้งที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อน

.....  
.....  
.....

1.2 ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อข้อวิพากษ์ตามข้อ 1.1

.....  
.....  
.....

### 2. ผลการประเมินรายวิชาโดยวิธีอื่น

2.1 ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยวิธีอื่น

นักศึกษาบอกว่าโดยรวมสามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติงานได้ แต่อยากให้เพิ่มการศึกษาการธุรกิจในตลาดมากขึ้น

2.2 ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อข้อวิพากษ์ตามข้อ 2.1

ผู้สอนมอบหมายงานที่มีการศึกษาการธุรกิจในตลาดมากขึ้น

รหัสวิชา AAM2303

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล

หน่วยกิต 3(2-5-5)

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

---

### หมวดที่ 7 แผนการปรับปรุง

1. การดำเนินการเพื่อการปรับปรุงการเรียนการสอน/รายวิชา (นอกเหนือจากที่ระบุไว้ในหมวดที่ 2)  
ผู้สอนนำกรณีศึกษามาสอนให้มากขึ้น เพื่อเป็นแนวทางการวิเคราะห์การสื่อสารการตลาด
2. ข้อเสนอแนะของอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาต่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

.....  
.....  
.....



ผู้ช่วยศาสตราจารย์อิสรี ไพเราะ

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

วันที่ 25 พฤศจิกายน 2568