

รหัสวิชา AAM3303  
ชื่อรายวิชา ธุรกิจงานสื่อสารการตลาด  
หน่วยกิต 3(2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี  
หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต  
คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

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

**1. รหัสและชื่อรายวิชา**

ไทย AAM3303 ธุรกิจงานสื่อสารการตลาด  
อังกฤษ Marketing Communication Business

**2. จำนวนหน่วยกิต**

3(2-2-5) หน่วยกิต

**3. หมวดวิชา**

วิชาเลือก

**4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน**

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา : ผศ. อีสรี ไพเราะ

อาจารย์ผู้สอน : ผศ. อีสรี ไพเราะ

สถานที่ติดต่อ : อาคารวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ วิทยาเขตนครปฐม

e-mail : isari.pa@ssru.ac.th

**5. ภาคการศึกษาและชั้นปีที่เรียน**

ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2568 ชั้นปีที่ 3

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

-

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

-

**8. สถานที่เรียน**

อาคารวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ วิทยาเขตนครปฐม

**9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด**

16 พฤศจิกายน 2568

10. ความสอดคล้องระหว่างรายวิชากับวิสัยทัศน์ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน และข้อกำหนดตามเกณฑ์มาตรฐานอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี

วิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย “ผู้นำการสร้างมืออาชีพเพื่อพัฒนาสังคมอย่าง ยั่งยืน”		ส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ ด้วยตนเองในการปฏิบัติ และการปรับปรุงพัฒนา งานเพื่อการประกอบอาชีพ (Lifelong learning)	ส่งเสริมทักษะด้าน ดิจิทัล
ผู้นำการสร้างมืออาชีพ	พัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน (SDGs)		
พัฒนาทักษะการบูรณา การสื่อสารการตลาดใน ยุคดิจิทัลเพื่อส่งเสริมให้ นักศึกษาเป็นมืออาชีพ	ทักษะความสามารถทาง ความคิด สามารถนำ ความรู้ไปใช้ทำงานใน อุตสาหกรรมและพัฒนา สังคมอย่างยั่งยืน	สร้างกระบวนการเรียนรู้ ผ่านการฝึกคิด วิเคราะห์ และพัฒนาเพื่อนำไปใช้ใน งานวิชาชีพ	พัฒนาองค์ความรู้ด้าน การสืบค้น การใช้ ฐานข้อมูลเพื่อเป็นส่วน หนึ่งของการวางแผน แผนการสื่อสาร การตลาด

หมวดที่ 2 คำอธิบายรายวิชาและผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

Section 2 Course Description and Course Learning Outcomes: CLOs

1. คำอธิบายรายวิชา

ภาษาไทย

บทบาท หน้าที่ และความสำคัญขององค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจงานโฆษณาและสื่อสารการตลาด โครงสร้างองค์กรบริษัทตัวแทนโฆษณา และสื่อสารการตลาด บริษัทวางแผนสื่อโฆษณา และสื่อสารการตลาด การแสวงหาและการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสียกับองค์กร หลักบริหารและการจัดการธุรกิจ โฆษณาและสื่อสารการตลาด การจัดการงบประมาณ บุคลากร การวิเคราะห์และประเมินผลเพื่อปรับปรุงการดำเนินงานของหน่วยงาน กฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง

ภาษาอังกฤษ

The roles, duties and importance of organizations that related to advertising and marketing communications business, advertising agency organizational structure and marketing communication, advertising media planning company and marketing communication, Seeking and maintaining customer relation and stakeholders of the organization, principles of administration and management of advertising and marketing communications business, budget management, human resource, analysis and evaluation to improve the operations of the agency, laws and related regulations

## 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

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

เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจถึงบทบาทและหน้าที่ของธุรกิจงานสื่อสารการตลาดประเภทต่าง ๆ

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

CLO/LO 5 สามารถวางแผนกลยุทธ์ ผลิตภัณฑ์ นำเสนองานโฆษณาและสื่อสารการตลาด ด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์

CLO/LO 6 สามารถผลิต นำเสนองานด้านการโฆษณาและสื่อสารการตลาดตรงตามความต้องการของลูกค้า

CLO/LO 7 สามารถทำงานตรงตามข้อเท็จจริง ซื่อสัตย์ต่อผู้บริโภคและถูกกฎหมาย

รหัสวิชา AAM3303

ชื่อรายวิชา ธุรกิจงานสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3(2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

6. ความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (Program Learning Outcomes – PLOs) และ  
ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (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				✓

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		
CLO5	✓	✓					2	1
CLO6		✓					2	2
CLO7		✓					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

รหัสวิชา AAM3303

ชื่อรายวิชา ธุรกิจงานสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3(2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

### Affective Domain

1.การรับ 2.การตอบสนอง 3.การให้ค่านิยม 4.การจัดรวบรวม 5.การพัฒนาลักษณะนิสัยจากค่านิยม

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 สารสนเทศ (IT)	ทักษะการ จัดการเรียนรู้ (เฉพาะครู ศาสตร์) (L)
LO5		✓	✓		✓	
LO6			✓		✓	
LO7				✓	✓	

### 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 5	K,S	- การบรรยายพร้อมกรณีตัวอย่าง - การวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง	1. ประเมินจากการสอบปฏิบัติ 2. ประเมินจากการสังเกต พฤติกรรม
CLO 6	S	- การฝึกปฏิบัติ	1. ประเมินจากการสอบปฏิบัติ 2. ประเมินจากการสังเกต พฤติกรรม 3. ประเมินจากผลงานที่ มอบหมายและการนำเสนอ
CLO 7	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 5/LO 5: สามารถวางแผนกลยุทธ์ ผลิต นำเสนองานโฆษณาและสื่อสารการตลาด ด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์

ระดับ (ตาม Bloom's Taxonomy): เช่น Understanding หรือ Applying หรือ Analysis

พฤติกรรมที่แสดงออกที่ต้องประเมิน (Action Verb):

รหัสวิชา AAM3303

ชื่อรายวิชา ธุรกิจงานสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3(2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

Below Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก ต่ำกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 0% - 49%)	Meet Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก ตรงตามเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 50% - 79%)	Exceeds Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก สูงกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 80% - 100%)
ไม่สามารถวางแผนกลยุทธ์ ผลิต นำเสนองานโฆษณาและสื่อสาร การตลาด ด้วยฐานข้อมูลทาง เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์	สามารถวางแผนกลยุทธ์ ผลิต นำเสนองานโฆษณาและสื่อสาร การตลาด ด้วยฐานข้อมูลทาง เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ได้	สามารถวางแผนกลยุทธ์ ผลิต นำเสนองานโฆษณาและสื่อสาร การตลาด ด้วยฐานข้อมูลทาง เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ได้เป็น อย่างดี

CLO 6/LO 6: สามารถผลิต นำเสนองานด้านการโฆษณาและสื่อสารการตลาดตรงตามความต้องการของลูกค้า  
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%)
ไม่สามารถผลิต นำเสนองานด้าน การโฆษณาและสื่อสารการตลาด ตรงตามความต้องการของลูกค้า	สามารถผลิต นำเสนองานด้านการ โฆษณาและสื่อสารการตลาดตรง ตามความต้องการของลูกค้าได้	สามารถผลิต นำเสนองานด้านการ โฆษณาและสื่อสารการตลาดตรง ตามความต้องการของลูกค้าได้เป็น อย่างดี

CLO 7/LO 7: สามารถทำงานตรงตามข้อเท็จจริง ข้อสัต์ย์ต่อผู้บริโภคและถูกกฎหมาย

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%)
ไม่สามารถทำงานตรงตาม ข้อเท็จจริง ข้อสัต์ย์ต่อผู้บริโภคและ ถูกกฎหมาย	สามารถทำงานตรงตามข้อเท็จจริง ข้อสัต์ย์ต่อผู้บริโภคและถูก กฎหมายได้	สามารถทำงานตรงตามข้อเท็จจริง ข้อสัต์ย์ต่อผู้บริโภคและถูก กฎหมายได้เป็นอย่างดี

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 โดยสอดคล้องกับการบรรลุผลสำเร็จของการเรียนรู้ที่คาดหวังและวัตถุประสงค์การเรียนการสอน

4.2 นโยบายการประเมินผู้เรียน การอุทธรณ์ผลการประเมินถูกแสดงไว้อย่างชัดเจน มีการสื่อสารไปยังผู้เรียนและนำไปใช้อย่างสม่ำเสมอ

4.3 การประเมินผู้เรียนต้องมีมาตรฐานและกระบวนการที่แสดงความก้าวหน้าและการสำเร็จการศึกษาของผู้เรียนไว้อย่างชัดเจน มีการสื่อสารไปยังผู้เรียน และนำไปใช้อย่างสม่ำเสมอ

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

รหัสวิชา AAM3303

ชื่อรายวิชา ธุรกิจงานสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3(2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

---

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	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน และสื่อการเรียนรู้	ผังการทดสอบ	อาจารย์ผู้สอน
1	๑. คำอธิบายรายวิชา วัตถุประสงค์ของรายวิชา วิธีสอน กิจกรรมการเรียนการสอน วิธีการวัดผลและประเมินผล ๒. ความรับผิดชอบของผู้สอน และนักศึกษาที่มีต่อการเรียน การสอนทั้งในและนอกชั้นเรียน ๓. ข้อปฏิบัติเบื้องต้นสำหรับผู้สอนและผู้เรียน		ท3	รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet บรรยาย โดยใช้ Power Point Presentation และ ยกตัวอย่างประกอบ		ISR
2	ความรู้พื้นฐานทางการสื่อสารการตลาด	ISR	ท3	รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet บรรยาย โดยใช้ Power Point Presentation ,ถาม – ตอบ, แสดงความคิดเห็น		ISR
3-4	โครงสร้างการจัดตั้งและการบริหารบริษัทธุรกิจการสื่อสารการตลาดรูปแบบต่าง ๆ (Business Plan)	ISR	ท3	รูปแบบการสอน On demand ผ่าน VDO Clip ใช้ Power Point Presentation ,ถาม – ตอบ, แสดงความคิดเห็น รูปแบบการสอน On demand ผ่าน VDO Clip		ISR

รหัสวิชา AAM3303

ชื่อรายวิชา ธุรกิจงานสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3(2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน และสื่อการเรียนรู้	ผังการทดสอบ	อาจารย์ผู้สอน
				ใช้ Power Point Presentation ,ถาม – ตอบ, แสดงความคิดเห็น		
5-7	บทบาทหน้าที่ของ - บริษัทตัวแทนการโฆษณา - บริษัทตัวแทนการสื่อสารการตลาด - บริษัทตัวแทนการโฆษณาดิจิทัล	ISR	ท3	4(สัปดาห์ที่ 5) <b>รูปแบบการสอน</b> <b>Online/On site</b> <b>ผ่าน Google Meet</b> ใช้ Power Point Presentation ,ถาม – ตอบ, แสดงความคิดเห็น		ISR
				4 (สัปดาห์ที่ 6) <b>รูปแบบการสอน</b> <b>Online/On site</b> <b>ผ่าน Google Meet</b> ใช้ Power Point Presentation ,ถาม – ตอบ, แสดงความคิดเห็น		
				4 (สัปดาห์ที่ 7) <b>รูปแบบการสอน</b> <b>Online/On site</b> <b>ผ่าน Google Meet</b>		

รหัสวิชา AAM3303

ชื่อรายวิชา ธุรกิจงานสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3(2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

ลำดับที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน และสื่อการเรียนรู้	ฝั่งการ ทดสอบ	อาจารย์ผู้สอน
				บรรยาย โดยใช้ Power Point Presentation , ถาม – ตอบ, แสดงความ ความคิดเห็น		
8	สอบกลางภาค					ISR
9	การเขียนแผนการการจัดตั้ง ธุรกิจการสื่อสารการตลาด	ISR	ท2, ป1	รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet - การศึกษาจากเอกสารการสอน และการนำเสนอด้วย PowerPoint - การนำเสนอของนักศึกษา		ISR
10-14	การเขียนแผนการเงินประกอบ ธุรกิจการสื่อสารการตลาด	ISR	ท2, ป1	รูปแบบการสอน On demand ผ่าน VDO Clip - การศึกษาจากเอกสารคำสอน และการนำเสนอด้วย PowerPoint - การนำเสนอของนักศึกษา		ISR
15-16	การนำเสนอการจัดตั้งธุรกิจจำลอง ธุรกิจการสื่อสารการตลาดรูปแบบ ต่าง ๆ (Business Plan) - บริษัทตัวแทนการโฆษณา - บริษัทตัวแทนการสื่อสาร การตลาด - บริษัทตัวแทนการโฆษณาดิจิทัล	ISR		รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet - ผู้สอนและผู้เรียนร่วมกัน วิพากษ์ เรียนรู้ และปรับปรุง จากงานที่นำเสนอ	M(40 ข้อ)	ISR
17	สอบปลายภาค					ISR

หมายเหตุ:

รหัสวิชา AAM3303

ชื่อรายวิชา ธุรกิจงานสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3(2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

1. ท คือ ภาคทฤษฎี และ ป คือ ภาคปฏิบัติ
2. ระบุตัวย่อชื่ออาจารย์ผู้สอน XXX ชื่อ สกุล เช่น NTP: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐภัทร ....
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 5	CLO 6	CLO 7
งานท้ายคาบเรียน	10%	✓		
โครงงานและการนำเสนอ P	40%	✓		
สอบกลางภาค F	20%		✓	✓
สอบปลายภาค F	20%	✓	✓	
จิตพิสัย	10%			✓

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

หัวข้อ	สัดส่วน	CLO 5	CLO 6	CLO 7
งานท้ายคาบเรียน	10%	2 ข้อ		
โครงงานและการนำเสนอ P	40%	3 ข้อ		
สอบกลางภาค F	20%		2 ข้อ	
สอบปลายภาค F	20%		2 ข้อ	

รหัสวิชา AAM3303

ชื่อรายวิชา ธุรกิจงานสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3(2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

#### 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
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	จำนวนผู้เรียนไม่น้อยกว่า 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 โดยผลการเรียนสะท้อนให้เห็นถึงความเข้าใจและการนำความรู้ไปใช้ในระดับพื้นฐานได้ดี
บรรลุผลระดับที่ 1	จำนวนผู้เรียนน้อยกว่า 60% อยู่ในหมวดหมู่ใดหมวดหมู่หนึ่ง “ระดับ 2 ตรงตามความคาดหวัง” หรือ “ระดับ 3 สูงกว่าความคาดหวัง”	แสดงถึงผลการเรียนรู้ที่ยังต่ำกว่าเกณฑ์ความคาดหวัง ผู้เรียนส่วนใหญ่อาจยังไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ที่ตั้งไว้ได้ในระดับที่น่าพึงพอใจ 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 Cappo, J. 2003. The Future of Advertising. Advertising Age. Mcgraw-Hill.

3.2 Jones, J. P., 1999. The Advertising Business: Operations, creativity, media planning, integrated communications. CA: SAGE Publications.

#### 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) ...

รหัสวิชา AAM3303

ชื่อรายวิชา ธุรกิจงานสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3(2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

## 5. แผนการทบทวนและปรับปรุงรายวิชา

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

ผศ.อิสรี ไพเราะ

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

วันที่ 16 พฤศจิกายน 2568