



รายละเอียดของรายวิชา(Course Specification)

รหัสวิชา AAM ๓๒๐๑ รายวิชา กลยุทธ์การวางแผนสื่อเพื่อการสื่อสารแบรนด์

สาขาวิชา การโฆษณาและสื่อสารการตลาด วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ภาคการศึกษา ๒ ปีการศึกษา ๒๕๖๗

หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา	AAM ๓๒๐๑
ชื่อรายวิชาภาษาไทย	กลยุทธ์การวางแผนสื่อเพื่อการสื่อสารแบรนด์
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ	Brand Channel Planning Strategy

๒. จำนวนหน่วยกิต ๓ (๒-๒-๕)

๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร	นศ.บ.(การโฆษณาและสื่อสารการตลาด)
๓.๒ ประเภทของรายวิชา	วิชาบังคับเรียน

๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา	ผศ.ชิโนรส ถิ่นวิไลสกุล
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน	ผศ.ชิโนรส ถิ่นวิไลสกุล

๕. สถานที่ติดต่อ ห้องพักอาจารย์ อาคาร ๓๔ / E – Mail chinoros.th@ssru.ac.th

๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่	๒ / ๒๕๖๗ ชั้นปีที่ ๒
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้ ประมาณ	๓๐ คน/ห้องเรียน

๗. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน(Pre-requisite) -

๘. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน(Co-requisites) -

๙. สถานที่เรียน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา และวิทยาเขตนครปฐม

๑๐. วันที่จัดทำหรือปรับปรุง วันที่ ๑๐ เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๗

รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

หมวดที่๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

๑.๑ เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจ แนวคิดที่เกี่ยวข้อง คุณสมบัติ บทบาท และความสำคัญของเครื่องมือสื่อสารการตลาดต่างๆ

๑.๒ เพื่อให้สามารถวิเคราะห์เครื่องมือสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมสำหรับใช้เป็นสื่อในการสื่อสารตราผลิตภัณฑ์

๑.๓ เพื่อให้สามารถวางแผนกลยุทธ์การใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดเป็นสื่อ นำสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสมและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

- เพื่อให้ทันสมัยกับสถานการณ์ในด้านการใช้สื่อเพื่อการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หมวดที่๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

(ภาษาไทย) แนวคิด และหลักการสื่อสารตราผลิตภัณฑ์แบบบูรณาการ คุณสมบัติ บทบาทและความสำคัญของเครื่องมือสื่อสารการตลาดประเภทต่างๆ กลยุทธ์การวางแผนการใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดอย่างผสมผสานเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเพื่อสื่อสารตราผลิตภัณฑ์ การประเมินผลกลยุทธ์การวางแผนสื่อสารตราผลิตภัณฑ์

(ภาษาอังกฤษ) Concepts and principles of integrated brand communication, features, roles and importance of various types of marketing communication tools, planning strategies, use of marketing communication tools, unified for brand communication, strategic evaluation, brand communication planning

๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน(ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
๓๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	-	๓๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	๗๕ ชั่วโมงต่อสัปดาห์

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

(๓ ชั่วโมง / สัปดาห์)

๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ห้องพักอาจารย์ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ ชั้น ๒

๓.๒ ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข ๐๘๐-๒๕๓-๓๑๐๕

๓.๓ ปรึกษาผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) chinoros.th@ssru.ac.th

๓.๔ ปรึกษาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook : Thin Jubja

หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

๑. คุณธรรม จริยธรรม

๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีวินัย ตรงต่อเวลา และมีความรับผิดชอบต่อสูงทั้งต่อตนเองวิชาชีพและสังคม
- (๒) มีความซื่อสัตย์สุจริต
- (๓) ปฏิบัติหน้าที่ด้วยคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณในวิชาชีพ
- (๔) เคารพในระเบียบและกฎเกณฑ์ขององค์กรและสังคม
- (๕) เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรี

๑.๒ วิธีการสอน

- (๑) ให้นักศึกษารายงานความคืบหน้าของงาน และส่งรายงานตามกำหนดเวลา
- (๒) ไม่ลอกรายงานหรือผลงานของผู้อื่นโดยนำมาเป็นของตน ไม่ลอกข้อสอบ มีการอ้างอิงแหล่งข้อมูล
- (๓) สอดแทรกเรื่องคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพไปกับเนื้อหาการเรียน
- (๔) การตั้งกฎระเบียบของห้องเรียนให้ทุกคนปฏิบัติตาม
- (๕) ให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นในระหว่างการเรียนในแต่ละสัปดาห์ รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นซึ่งกัน

และกัน

๑.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากการนำความคืบหน้าของงานที่ได้รับมอบหมายมาปรึกษา และจำนวนผู้ส่งรายงานตามกำหนดเวลา ซึ่งการส่งรายงานล่าช้าจะถูกหักคะแนนเรื่อยๆ นับจากวันที่เลยกำหนดเวลา
- (๒) ประเมินจากรายงานและการอ้างอิงผลงานผู้อื่น , สังเกตการสอบให้เป็นไปด้วยความสุจริต
- (๓) ประเมินจากรายงานที่มอบหมายว่ามีการหมั่นหม่อมหรือส่งผลด้านลบในเรื่องคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณหรือไม่
- (๔) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติตามกฎระเบียบของห้องเรียน
- (๕) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นของผู้พูดและผู้ฟัง

๒. ความรู้

๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีความรู้เกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีพื้นฐานด้านนิเทศศาสตร์และในสาขาวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง

หลักสูตรระดับปริญญา ตรี โท เอก

- (๒) มีความรู้ที่เกิดจากบูรณาการความรู้ในศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมศักยภาพในการประกอบวิชาชีพ
- (๓) มีความรู้ภาคปฏิบัติอย่างลึกซึ้งและกว้างขวาง เป็นระบบ เป็นสากล และเท่าทันสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก
- (๔) มีความรู้และความสามารถในการแสวงหาความรู้และประสบการณ์เพิ่มเติมตลอดชีวิต
- (๕) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อต่างๆ และสามารถนำมาใช้บูรณาการในการวางแผนสื่อสารตราผลิตภัณฑ์

๒.๒ วิธีการสอน

- (๑) บรรยายและศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมด้วยตนเอง
- (๒) ฝึกทำแบบฝึกหัดเรื่องเกี่ยวกับสื่อในรูปแบบต่างๆ
- (๓) ฝึกปฏิบัติการวางแผนการเลือกสื่อเพื่อสื่อสารตราผลิตภัณฑ์
- (๔) ค้นคว้าความรู้และประสบการณ์เพิ่มโดยการมอบหมายให้ไปสำรวจความเปลี่ยนแปลงด้านสื่อต่างๆ ที่เกิดขึ้นตามแหล่งศูนย์รวมสำคัญของกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมถึงการใช้สื่อเพื่อการสื่อสารการตลาดในรูปแบบต่างๆ

๒.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินผลจากการสังเกตและรายงาน
- (๒) ประเมินผลจากแบบฝึกหัด
- (๓) ประเมินผลจากการฝึกปฏิบัติ และการมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์วิจารณ์
- (๔) ประเมินผลจากการสอบ

๓. ทักษะทางปัญญา

๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลซึ่งเป็นฐานความรู้สำหรับการปฏิบัติงานในวิชาชีพ
- (๒) มีศักยภาพทางความคิด อาทิ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การคิดอย่างสร้างสรรค์ การคิดหลายมุม เพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงและความรู้ที่ถูกต้อง ชัดเจน และเป็นประโยชน์
- (๓) มีความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์ การวางแผน การบริหารจัดการและการปฏิบัติงานตามแผน และการประเมินผลในแต่ละวิชาชีพ
- (๔) มีความสามารถในการเรียบเรียงความคิดอย่างเป็นระบบและนำเสนอได้อย่างสร้างสรรค์
- (๕) มีความสามารถในการเชื่อมโยงและประยุกต์สาระความรู้ไปสู่การปฏิบัติงานด้านวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง

๓.๒ วิธีการสอน

- (๑) ให้ผู้เรียนฝึกการวิเคราะห์สื่อแต่ละชนิด
- (๒) สืบค้นตัวอย่างงานสื่อสารการตลาด แล้วนำมาวิเคราะห์ ตีความการใช้สื่อที่เกิดขึ้น
- (๓) ให้ผู้เรียนฝึกการวางแผนการใช้สื่อเพื่อสื่อสารตราผลิตภัณฑ์
- (๔) ให้ผู้เรียนค้นคว้าความรู้ใหม่ๆ มานำเสนอหน้าชั้นเรียน

๓.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินผลจากแบบฝึกหัดและรายงานที่มอบหมาย

- (๒) ประเมินผลจากการแสดงความคิดเห็นอย่างมีเหตุผล
- (๓) ประเมินผลจากการสังเกต
- (๔) ประเมินผลจากการสอบ

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- (๑) สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี
- (๒) มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย
- (๓) สามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมขององค์กรที่ไปปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี
- (๔) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานในองค์กรและกับบุคคลทั่วไป
- (๕) สามารถแก้ปัญหาและพัฒนากระบวนการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น
- (๖) มีภาวะผู้นำและผู้ตามที่ดี

๔.๒ วิธีการสอน

- (๑) มอบหมายงานกลุ่มที่ทุกคนต้องมีส่วนร่วม
- (๒) กำหนดกรอบเวลาในการส่งรายงานที่ชัดเจน
- (๓) ฝึกการแสดงความคิดเห็นและการยอมรับประชมติของคนส่วนใหญ่
- (๔) การแลกเปลี่ยนความรู้ในห้องเรียนระหว่างผู้เรียนด้วยตนเองและระหว่างผู้เรียนกับผู้สอน
- (๕) แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบกันในการทำรายงานกลุ่ม

๔.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินผลจากรายงานที่มอบหมาย
- (๒) ประเมินผลจากการแสดงความคิดเห็นและการแลกเปลี่ยนความรู้ในระหว่างเรียน
- (๓) ประเมินผลจากการสังเกต

๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีทักษะการใช้ข้อมูลเชิงตัวเลขจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิในการวิเคราะห์สถานการณ์ การตัดสินใจ การวางแผน การบริหารแผนและปฏิบัติงานและการประเมินผลการทำงาน
- (๒) มีทักษะการสื่อสารซึ่งก่อให้เกิดประสิทธิผลในการปฏิบัติงานในแต่ละวิชาชีพได้แก่ ทักษะการฟัง การพูด การอ่าน และเขียนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นพื้นฐานในการสร้างสารและการนำเสนอ
- (๓) มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนการปฏิบัติงาน อาทิ การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตด้วยรูปแบบต่าง ๆ โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์

๕.๒ วิธีการสอน

- (๑) การสอนวางแผนสื่อ โดยพิจารณาจากงบประมาณที่ได้รับ ตลอดจนความคุ้มค่าในการเลือกสื่อแต่ละชนิด

หลักสูตรระดับปริญญา ✓ ตี โท เอก

อังกฤษ (๒) การนำเสนองานที่ได้รับมอบหมายหน้าชั้นเรียน ร่วมกับการทำเล่มรายงานโดยใช้ภาษาทั้งไทยและ

(๓) การค้นหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ทางช่องทางต่างๆนำมาประกอบการนำเสนอและการทำรายงาน

๕.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินผลจากรายงาน, การนำเสนอรายงาน

(๒) ประเมินผลจากการแสดงความคิดเห็นอย่างมีเหตุผล

หมายเหตุ

สัญลักษณ์ ● หมายถึง ความรับผิดชอบหลัก

สัญลักษณ์ ○ หมายถึง ความรับผิดชอบรอง

เว้นว่าง หมายถึง ไม่ได้รับผิดชอบ

ซึ่งจะปรากฏอยู่ในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

แผนการสอน

จุดมุ่งหมายของรายวิชา

๑.๑ เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจ แนวคิดที่เกี่ยวข้อง คุณสมบัติ บทบาท และความสำคัญของ เครื่องมือสื่อสารการตลาดต่างๆ

๑.๒ เพื่อให้สามารถวิเคราะห์เครื่องมือสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมจะใช้เป็นสื่อในการนำ ข้อความ โฆษณา การสื่อสารการตลาดรูปแบบต่างๆส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายได้

๑.๓ เพื่อให้สามารถวางแผนกลยุทธ์การใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดเป็นสื่อในการนำสารไปสู่ กลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม

๑. แผนการสอน				
สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชั่วโมง)	กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อที่ใช้	การประเมินผล
๑	* วัตถุประสงค์ข้อ ๑.๑ หัวข้อและรายละเอียด	๔	- รูปแบบการสอน ONSITE/ONLINE	- ประเมินจากการมีส่วนร่วมในกลุ่ม (แบบ

หลักสูตรระดับปริญญา ✓ ตี โท เอก

	<p>๑. คำอธิบายรายวิชา วัตถุประสงค์ของรายวิชา วิธีสอน กิจกรรมการเรียนการสอน วิธีการวัดผลและประเมินผล</p> <p>๒. ความรับผิดชอบของผู้สอนและนักศึกษาที่มีต่อการเรียนการสอน ทั้งในและนอกชั้นเรียน</p> <p>๓. ข้อปฏิบัติเบื้องต้นสำหรับผู้สอนและผู้เรียน</p> <p>๔. บทที่ 1 แนวคิดและหลักการสื่อสารตราผลิตภัณฑ์แบบบูรณาการ วิวัฒนาการของการตลาดยุคต่างๆ</p>		<p>- ชี้แจงการสอนและเกณฑ์การประเมินผลบรรยาย</p> <p>- การบรรยายประกอบสื่อ Power Point และ ยกตัวอย่างประกอบ</p>	ประเมินรายกลุ่ม)
๒	<p>* วัตถุประสงค์ข้อ ๑.๑ หัวข้อและรายละเอียด</p> <p>บทที่ 1 แนวคิดและหลักการสื่อสารตราผลิตภัณฑ์แบบบูรณาการ แนวคิดการตลาดยุค 5.0 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ</p>	๔	<p>- รูปแบบการสอน ONSITE/ONLINE</p> <p>- บรรยายประกอบสื่อ Power Point</p>	- ประเมินจากการมีส่วนร่วมในกลุ่ม (แบบประเมินรายกลุ่ม)
๓	<p>* วัตถุประสงค์ข้อ ๑.๑ และ ๑.๒ หัวข้อและรายละเอียด</p> <p>บทที่ 2 เครื่องมือสื่อสารตราผลิตภัณฑ์</p> <p>ความหมายของตราผลิตภัณฑ์ หลักในการเลือกเครื่องมือสื่อสารตราผลิตภัณฑ์</p>	๔	<p>- รูปแบบการสอน ONSITE/ONLINE</p> <p>- บรรยายประกอบสื่อ Power Point</p>	- ประเมินจากการมีส่วนร่วมในกลุ่ม (แบบประเมินรายกลุ่ม)
๔	<p>* วัตถุประสงค์ข้อ ๑.๑ และ ๑.๒ หัวข้อและรายละเอียด</p> <p>บทที่ 3 สื่อเพื่อการโฆษณา</p> <p>ความหมาย ความสำคัญ หลักสำคัญในการวางแผนสื่อ ปัจจัยทั่วไปในการเลือกสื่อโฆษณา สื่อหลัก สื่อรอง</p>	๔	<p>- รูปแบบการสอน ONSITE/ONLINE</p> <p>- บรรยายประกอบสื่อ Power Point</p> <p>- งานชิ้นที่ 1 : หาข้อมูลเกี่ยวกับสื่อโฆษณา เตรียมการนำเสนอ</p>	- ประเมินจากการมีส่วนร่วมในกลุ่ม (แบบประเมินรายกลุ่ม)
๕	<p>* วัตถุประสงค์ข้อ ๑.๑ และ ๑.๒ หัวข้อและรายละเอียด</p> <p>บทที่ 3 สื่อเพื่อการโฆษณา</p> <p>นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสื่อโฆษณา</p>	๔	<p>- รูปแบบการสอน ONSITE/ONLINE</p> <p>- บรรยายประกอบสื่อ Power Point</p> <p>- วิเคราะห์วิจารณ์งานนำเสนอ</p> <p>- นำเสนองานชิ้นที่ 1</p>	- ประเมินจากงานที่นำมาเสนอ
๖	<p>* วัตถุประสงค์ข้อ ๑.๑ และ ๑.๒ หัวข้อและรายละเอียด</p> <p>บทที่ 4 สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์</p> <p>ความหมาย ประเภทของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์</p>	๔	<p>- รูปแบบการสอน ONSITE/ONLINE</p> <p>- บรรยายประกอบสื่อ Power Point</p>	- ประเมินจากการมีส่วนร่วมในกลุ่ม (แบบประเมินรายกลุ่ม)
๗	<p>* วัตถุประสงค์ข้อ ๑.๑ และ ๑.๒ หัวข้อและรายละเอียด</p> <p>บทที่ 5 สื่อเพื่อการส่งเสริมการขาย</p>	๔	<p>- รูปแบบการสอน On demand ผ่าน VDO Clip โดยใช้สื่อ Power</p>	- ประเมินจากการตอบคำถามจากคลิป (แบบประเมิน

หลักสูตรระดับปริญญา ✓ ตี โท เอก

	เทคนิคและเครื่องมือการส่งเสริมการขาย การส่งเสริมการขายที่เน้นผู้บริโภค การส่งเสริมการขายที่เน้นคนกลาง		Point ประกอบในคลิปวิดีโอ	รายบุคคลจากการตอบคำถาม)
๘	สอบกลางภาค		ไม่มีสอบกลางภาค	
๙	* วัตถุประสงค์ข้อ ๑.๑ และ ๑.๒ หัวข้อและรายละเอียด บทที่ 6 สื่อเพื่อการตลาดทางตรง ความหมาย ลักษณะเด่นของการตลาดทางตรง ช่องทาง สำคัญของการตลาดทางตรง	๔	- รูปแบบการสอน On demand ผ่าน VDO Clip โดยใช้สื่อ Power Point ประกอบในคลิปวิดีโอ	- ประเมินจากการ ตอบคำถามจากคลิป (แบบประเมิน รายบุคคลจากการ ตอบคำถาม)
๑๐	* วัตถุประสงค์ข้อ ๑.๑ และ ๑.๒ หัวข้อและรายละเอียด บทที่ 7 สื่อเพื่อการใช้ตัวแทนการขาย ความหมาย ลักษณะการขาย หน้าที่ของพนักงานขาย กระบวนการขาย ข้อดีข้อเสียของการใช้พนักงานขาย Influencer	๔	- รูปแบบการสอน On demand ผ่าน VDO Clip โดยใช้สื่อ Power Point ประกอบในคลิปวิดีโอ	- ประเมินจากการ ตอบคำถามจากคลิป (แบบประเมิน รายบุคคลจากการ ตอบคำถาม)
๑๑	* วัตถุประสงค์ข้อ ๑.๑ และ ๑.๒ หัวข้อและรายละเอียด บทที่ 8 สื่อเพื่อการจัดกิจกรรมพิเศษ ความหมาย ลักษณะกิจกรรมพิเศษ รูปแบบกิจกรรมพิเศษ หลักการจัดกิจกรรมพิเศษ	๔	- รูปแบบการสอน ONSITE/ONLINE - บรรยายประกอบสื่อ Power Point	- ประเมินจากการมี ส่วนร่วมในกลุ่ม (แบบ ประเมินรายกลุ่ม)
๑๒	บทที่ 9 การสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล	๔	- รูปแบบการสอน ONSITE/ONLINE - บรรยายประกอบสื่อ Power Point - งานชิ้นที่ 2 : หาข้อมูลเกี่ยวกับ สื่อดิจิทัลที่ใช้สื่อสารแบรนด์ เช่น สื่อในไลน์ สื่อใน TikTok สื่อในเฟ ซบุ๊ก สื่อใน Youtube ทำคลิป นำเสนอความรู้เกี่ยวกับสื่อ ประเภทนั้นๆ	- ประเมินจากการมี ส่วนร่วมในกลุ่ม (แบบ ประเมินรายกลุ่ม)
๑๓	นำเสนองานชิ้นที่ 2		- รูปแบบการสอน ONSITE/ONLINE - ระดมความคิดเห็น วิเคราะห์ วิจารณ์	- ประเมินจากการมี ส่วนร่วมในกลุ่ม (แบบ ประเมินรายกลุ่ม)

หลักสูตรระดับปริญญา ตรี โท เอก

๑๔	บทที่ 10 กลยุทธ์การวางแผนสื่อเพื่อการสื่อสารตราผลิตภัณฑ์ โดยใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ : ขั้นตอนการวางแผน	๔	- รูปแบบการสอน ONSITE/ONLINE - บรรยายประกอบสื่อ Power Point - งานชิ้นที่ 3 : วางแผนสื่อ	- ประเมินจากการมีส่วนร่วมในกลุ่ม (แบบประเมินรายกลุ่ม)
๑๕	บทที่ 10 กลยุทธ์การวางแผนสื่อเพื่อการสื่อสารตราผลิตภัณฑ์ โดยใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ : ขั้นตอนการวางแผน		- รูปแบบการสอน ONSITE/ONLINE - บรรยายประกอบสื่อ Power Point - ศึกษางานชิ้นที่ 3	- ประเมินจากการมีส่วนร่วมในกลุ่ม (การปรึกษาและรายงานความคืบหน้าของงานชิ้นที่ 3)
๑๖	ตัวอย่างการวางแผนงานในการใช้สื่อเพื่อสื่อสารแบรนด์		- รูปแบบการสอน On demand ผ่าน VDO Clip การใช้สื่อเพื่อการสื่อสารแบรนด์ - ส่งรายงานชิ้นที่ 3	- ประเมินจากการส่งรายงานชิ้นที่ 3 ตามเวลา
๑๗	สอบปลายภาค			

๒.แผนการประเมินผลการเรียนรู้			
ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมิน
๑.๑,๑.๒,๑.๓	๑. คะแนนจิตพิสัย (การเข้าชั้นเรียนตรงต่อเวลา/การมีส่วนร่วมในห้องเรียน)	ตลอดภาคการศึกษา	๑๐%
๑.๑,๑.๒,๑.๓,๒.๑,๒.๒,๓.๑,๓.๒,๓.๓,๔.๑ ๔.๒,๔.๓,๕.๑,๕.๒,๕.๓	๒. คะแนนแบบฝึกหัดตามบทเรียน และคลิปวิดีโอนำเสนอความรู้ (ความลึก ความละเอียด การสรุป)	๕, ๑๓	๔๐%
และ ๑.๑,๑.๒,๑.๓,๒.๑,๒.๒,๓.๑,๓.๒,๓.๓,๔.๑	๓. คะแนนรายงานและการนำเสนอ (เนื้อหา /การนำเสนอและ ปรึกษางาน /ความคิดสร้างสรรค์ในการวางแผน)	๑๕, ๑๖	๕๐%

หลักสูตรระดับปริญญา ตรี โท เอก

๔.๒,๔.๓,๔.๔,๔.๕,๔.๖,๔.๗,๔.๘			
๑.๒,๑.๓,๑.๔,๑.๕,๑.๖,๑.๗,๑.๘,๑.๙	๔. คะแนนสอบกลางภาค	-	-
๑.๒,๑.๓,๑.๔,๑.๕,๑.๖,๑.๗,๑.๘,๑.๙	๔. คะแนนสอบปลายภาค	๑๗	๓๐%
	รวม		๑๐๐%

หมวดที่๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

- ๑) ชีโนรส ถิ่นวิไลสกุล.(2567). กลยุทธ์การวางแผนสื่อเพื่อการสื่อสารแบรนด์ : เอกสารประกอบการสอน

๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

- ๑) ชูลท์, ดี. อี., แทนเนนโบม, เอส. โอ., และเลาเทอร์บอร์น, อาร์. เอฟ. (2544). ไอเอ็มซี การสื่อสารการตลาดแนวใหม่ [The New Marketing Paradigm : Integrated Marketing Communications] (ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ, ผู้แปลและเรียบเรียง). กรุงเทพฯ: สยามศิลป์ พรินท์ แอนด์ แพ็ค.

- ๒) เสริมยศ ธรรมรักษ์.การวางแผนกลยุทธ์เพื่อการตลาดทางตรงและการส่งเสริมการขาย. กรุงเทพฯ :

สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ๒๕๕๑.

- ๒) กัญจณิพัลล์ วงศ์สุเมธรัตน์. กระบวนการดำเนินงานโฆษณา, กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา,

๒๕๕๙

๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- ๑) เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา อาทิ www.positioning.com, www.kosanathai.com, www.adintrend.com, www.thaiadvertising.com

- ๒) เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด อาทิ www.marketeer.com, www.brandage.com

หมวดที่๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา ถึงข้อเสนอแนะต่าง ๆ

๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- ๒.๑ การประเมินโดยเน้นการมีส่วนร่วมของผู้เรียน พิจารณาจากการสังเกตพฤติกรรมการมีส่วนร่วม
- ๒.๒ การสอบถามผลประเมินการเรียนรู้ ของผู้เรียน หลังจากสอบปลายภาค
- ๒.๓ ประเมินจากผลการประเมินการสอนของผู้เรียนผ่านเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย

๓. การปรับปรุงการสอน

- ๓.๑ ประมวลสรุปการประเมินการสอน เพื่อหาจุดเด่น จุดด้อย ปัญหาและอุปสรรค แล้วนำไปใช้พิจารณาปรับปรุงการสอนในเทอมต่อไป
- ๓.๒ แสวงหาเทคนิคการสอน วิธีการผลิตสื่อการสอน และการกระตุ้นการเรียนรู้ของผู้เรียน

๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในวิชา ได้จากการสอบถามนักศึกษาหรือการสุ่มตรวจผลงานนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผลการทำแบบฝึกหัด และหลังการออกผลการเรียนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์โดยรวมในวิชาได้ ดังนี้

- ๔.๑ มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ รายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม

๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

จากผลการดำเนินงาน และทวนสอบสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชา ได้มีการวางแผนการปรับปรุงการสอนและรายละเอียดวิชาเพื่อให้เกิดคุณภาพมากขึ้น ดังนี้

- ๕.๑ การปรับปรุงรายวิชาทุก ๕ ปี หรือตามข้อเสนอแนะผลการสอบทวนมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ ๔
- ๕.๒ การปรับกรณีศึกษาและตัวอย่างในการเรียนการสอนเป็นประจำทุก ๑ ปี ให้ทันสมัยต่อสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อให้ นักศึกษามีมุมมองในเรื่องการประยุกต์ความรู้ที่ได้กับวิชาชีพโฆษณาอย่างแท้จริง

หลักสูตรระดับปริญญา ตรี โท เอก

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม					ความรู้					ทักษะทางปัญญา					ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ					ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสาร ฯ			
	●ความรับผิดชอบหลัก					○ความรับผิดชอบรอง																		
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	๑	๒	๓	๔	๕	๑	๒	๓	๔	๕	๑	๒	๓	๔	๕	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๑	๒	๓
รหัสวิชา AAM ๓๒๐๑																								
ชื่อรายวิชา																								
กลยุทธ์การวางแผนสื่อ	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
เพื่อการสื่อสารแบรนด์																								
Brand Channel Planning																								
Strategy																								