

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

1. รหัสและชื่อรายวิชา

ไทย AAM2304 การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม
อังกฤษ AAM2304 Event Marketing Communication

2. จำนวนหน่วยกิต

3 (2-2-5) หน่วยกิต

3. หมวดวิชา

วิชาเอก เลือกเรียน

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา : ผศ.อิสรี ไพเราะ (หัวหน้าสาขาวิชา)

อาจารย์ผู้สอน : รศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา

สถานที่ติดต่อ : วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

e-mail : Prakaikavin.sr@ssru.ac.th

5. ภาคการศึกษาและชั้นปีที่เรียน

ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2568 ชั้นปีที่ 1

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

1 พฤศจิกายน 2568

10. ความสอดคล้องระหว่างรายวิชากับวิสัยทัศน์ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน และข้อกำหนดตามเกณฑ์มาตรฐานอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี

วิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย “ผู้นำการสร้างมืออาชีพเพื่อพัฒนาสังคมอย่าง ยั่งยืน”		ส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ ด้วยตนเองในการปฏิบัติ และการปรับปรุงพัฒนา งานเพื่อการประกอบอาชีพ (Lifelong learning)	ส่งเสริมทักษะด้าน ดิจิทัล
ผู้นำการสร้างมืออาชีพ	พัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน (SDGs)		
พัฒนาทักษะด้านการ แสดง การแสดงออกเพื่อ มุ่งให้นักศึกษาเข้าใจและ สามารถแสดงออกได้ อย่างเหมาะสมและเป็น มืออาชีพ	สร้างหลักประกันว่าทุก คนมีการศึกษาที่มี คุณภาพอย่างครอบคลุม และเท่าเทียมและ สนับสนุนโอกาสในการ เรียนรู้ตลอดชีวิต	สร้างกระบวนการเรียนรู้ที่ พัฒนา Growth Mindset เพื่อเตรียมความพร้อมที่จะ เรียนรู้และปรับตัวในทุก สถานการณ์ รวมไปถึงการ ออกแบบการเรียนการสอน ผ่านการลงมือทำ	พัฒนาองค์ความรู้ คิด สร้างสรรค์ สื่อสารดี เชี่ยวชาญด้าน เทคโนโลยี และใช้ ภาษาอังกฤษใน ชีวิตประจำวันได้

หมวดที่ 2 คำอธิบายรายวิชาและผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

Section 2 Course Description and Course Learning Outcomes: CLOs

1. คำอธิบายรายวิชา

ภาษาไทย

แนวคิด ความหมาย ความสำคัญ ความเป็นมา รูปแบบ องค์ประกอบ และกระบวนการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม ฝึกปฏิบัติการสร้างสรรค์ผลงานสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

ภาษาอังกฤษ

Concept, meaning, importance, background, form, composition and process of event marketing communication, practicing creative portfolio in event marketing communication

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
28 ชั่วโมง/ภาคเรียน 4 ชั่วโมง/สัปดาห์	32 ชั่วโมง/ภาคเรียน 4 ชั่วโมง/สัปดาห์	30 ชั่วโมง/ภาคเรียน 5 ชั่วโมง/สัปดาห์

ประเภทรายวิชา บรรยาย ฝึกปฏิบัติ

3. จำนวนชั่วโมงให้คำปรึกษานักศึกษารายบุคคล

3.1 การให้คำปรึกษาทางวิชาการ (อย่างน้อย 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์)

3.2 การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการให้คำปรึกษาทางวิชาการ

4. จุดมุ่งหมายรายวิชา

4.1 เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจบทบาทและวิธีการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม ในฐานะที่เป็นเครื่องมือทางการตลาดแบบสองทางที่ทรงประสิทธิภาพ และเป็นที่ยอมรับมากในปัจจุบัน

4.2 เพื่อให้ศึกษานำความรู้ในการวางแผนการสื่อสารการตลาดผ่านเครื่องมือประเภทต่าง ๆ ไปเป็นพื้นฐานในการศึกษารายวิชาขั้นสูงด้านการโฆษณาและการสื่อสารการตลาดอื่นได้ต่อไป

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

CLO/LO 1 อธิบายแนวคิด ความสำคัญ และองค์ประกอบของการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรมได้อย่างถูกต้อง

CLO/LO 2 วิเคราะห์และออกแบบรูปแบบกิจกรรมทางการตลาดให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การสื่อสาร

CLO/LO 3 วางแผนและจัดทำแผนการสื่อสารเชิงกิจกรรมโดยใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

CLO/LO 4 สร้างสรรค์ผลงานเชิงกิจกรรมที่สะท้อนความคิดสร้างสรรค์และการทำงานเป็นทีม

CLO/LO 5 ประเมินประสิทธิภาพและผลกระทบของกิจกรรมทางการตลาดต่อกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม

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	CLO 4	CLO 5
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			✓				4	2
CLO2		✓					2	2
CLO3		✓					3	3
CLO4			✓				3	4
CLO5			✓				5	3

Cognitive Domain

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

ผู้นำการสร้างมืออาชีพเพื่อพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

A leader in producing professionals for sustainable social development

รหัสวิชา AAM2304

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

Psychomotor Domain

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

Affective Domain

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

เกณฑ์ประการประกันคุณภาพ: 1.2 หลักสูตรแสดงถึงการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของทุกรายวิชา โดยถูกออกแบบและได้รับการจัดรูปแบบอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course Learning Outcomes - CLOs) กรณีหลักสูตรแบบ OBE

CLOs	ความรู้ (K)	ทักษะทางปัญญา (S)	คุณธรรม จริยธรรม (E)	ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ (C)	กรณีหลักสูตรวิชาชีพมีผลลัพธ์เฉพาะเพิ่มเติมให้ระบุ
CLO1	✓				
CLO2		✓			
CLO3		✓			
CLO4		✓			
CLO5			✓	✓	

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course Learning Outcomes - CLOs) กรณีไม่ได้ใช้หลักสูตรแบบ OBE

LOs	คุณธรรม จริยธรรม (E)	ความรู้ (K)	ทักษะทางปัญญา (S)	ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ (C)	ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (IT)	ทักษะการจัดการเรียนรู้ (เฉพาะครุศาสตร์) (L)
LO1		✓	✓		✓	
LO2		✓			✓	

รหัสวิชา AAM2304

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

LO3			✓		✓	
LO4		✓	✓		✓	
LO5	✓			✓		

7. การปรับปรุงรายวิชาตามข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (เปิดสอนรายวิชานี้ครั้งแรกไม่ต้องกรอก)

ข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	การปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ
Critical thinking, analytical thinking, การสื่อสารทั้งในรูปแบบการพูดและการเขียน การจับใจความสำคัญ การเปิดรับความรู้ใหม่ๆ และความรู้รอบตัว จำเป็นต่อการทำงาน และต้องเพิ่มเติมในการศึกษายุคปัจจุบัน	ปรับปรุงเข้ามาใน POLs ของแขนงวิชา และอยู่ใน COLs รายวิชา

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)	วิธีวัดและ ประเมินผล
CLO 1	K	อธิบายองค์ความรู้ด้วยการบรรยายพร้อมสื่อประกอบ และให้นักศึกษาได้ทดลองทำงานเสมือนจริง ผ่านรูปแบบการทำงานเดี่ยว และกลุ่ม ด้วยการสืบค้นข้อมูลที่หลากหลาย ทั้งรูปแบบดั้งเดิมและดิจิทัล	1. สอบถามจากการสัมภาษณ์ นักศึกษา 2. รายงาน ผลงานที่ มอบหมาย

รหัสวิชา AAM2304

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

			3. ทดสอบด้วยการ สอบ ทั้งสอบแบบ การสัมภาษณ์ และ ข้อสอบเชิงปรนัย และอัตนัย
CLO 2	S	จัดกิจกรรมการเรียนการสอนโดย 1. Workshop: วิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า (Client Brief Analysis) 2. การวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning) ให้ผู้เรียนเรียนรู้การกำหนดเป้าหมาย (SMART Goals) 3. กิจกรรมสร้างสรรค์งานสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม (Creative Production) 4. สอนการใช้ Key Visuals และ Key Messages ให้ดึงดูดความสนใจ	1. ชิ้นงานโฆษณา คุณภาพและความ สร้างสรรค์ของงาน ที่ผลิตความ เหมาะสมกับความ ต้องการของลูกค้า 2. การนำเสนอ ความชัดเจนและ การใช้กลยุทธ์ใน การนำเสนอ การตอบคำถาม และชี้แจงเหตุผล 3. การทำงานเป็น ทีมการมีส่วนร่วม ของผู้เรียนแต่ละ คนในกระบวนการ
CLO 3	E	1. การปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายในรายวิชาตามข้อเท็จจริง ด้วยกฎหมายและ จริยธรรมโฆษณาและสื่อสารการตลาด 2. การทำแบบทดสอบก่อน/หลังการเรียน	1. การประเมินผล งานโดยพิจารณา จากกระบวนการ ทำงาน ความ รับผิดชอบ ความ ตรงต่อเวลาในการ นำเสนอผลงาน และการส่งงาน การสร้าง สรรค์ ผลงาน โดยไม่ได้ คัดลอกผลงาน

รหัสวิชา AAM2304

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

			รวมถึงเนื้อหาที่นำเสนอถูกต้องตามหลักจริยธรรมของนักโฆษณา และไม่ขัดต่อหลักกฎหมาย
CLO 4	C	ปฏิบัติงานตามกฎระเบียบขององค์กร ด้วยการฝึกปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายในรายวิชา ทั้งงานกลุ่ม และงานเดี่ยว	ประเมินด้วยเล่มรายงานกลุ่ม และเดี่ยว รวมถึงวิธีการนำเสนอด้วยสื่อประกอบประเภทต่างๆ
CLO 5	IT	จัดกิจกรรมการเรียนการสอนโดยการใช้ความคิดสร้างสรรค์ การคิดเชิงวิพากษ์ ด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์	2. การประเมินผล การเรียนรู้โดยพิจารณาองค์ความรู้ที่ได้ศึกษา การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การประยุกต์ใช้ ความซื่อสัตย์ สุจริตในการทำและส่งแบบทดสอบตามเงื่อนไขที่ผู้สอนกำหนด

* 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

รหัสวิชา AAM2304

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

พฤติกรรมที่แสดงออกที่ต้องประเมิน (Action Verb):		
Below Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก ต่ำกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 0% - 49%)	Meet Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก ตรงตามเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 50% - 79%)	Exceeds Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก สูงกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 80% - 100%)
นักศึกษาไม่สามารถอธิบายแนวคิด ความสำคัญ และองค์ประกอบของการ สื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรมได้อย่าง ถูกต้อง	นักศึกษาสามารถอธิบายแนวคิด ความสำคัญ และองค์ประกอบของการ สื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรมได้อย่าง ถูกต้อง	นักศึกษาสามารถอธิบายแนวคิด ความสำคัญ และองค์ประกอบของการ สื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรมได้ แอ อย่างถูกต้องโดดเด่นจนได้ถูกนำมาเป็น ตัวอย่างสำหรับเพื่อนในชั้นเรียน (Analysis)

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%)
นักศึกษาไม่สามารถวิเคราะห์และ ออกแบบรูปแบบกิจกรรมทางการตลาด ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การสื่อสาร	นักศึกษาสามารถวิเคราะห์และออกแบบ รูปแบบกิจกรรมทางการตลาดให้ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การสื่อสารได้ อย่างเหมาะสมตามแนวทางที่ได้ศึกษา มา	นักศึกษาสามารถวิเคราะห์และออกแบบ รูปแบบกิจกรรมทางการตลาดให้ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การสื่อสารได้ อย่างโดดเด่นจนได้ถูกนำมาเป็นตัวอย่าง สำหรับเพื่อนในชั้นเรียน (Applying)

รหัสวิชา AAM2304

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

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%)
นักศึกษาไม่มีความมีความคิด วางแผน และจัดทำแผนการสื่อสารเชิงกิจกรรม โดยใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	นักศึกษามีความคิด มีวางแผนและจัดทำแผนการสื่อสารเชิงกิจกรรมโดยใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการได้ตามแนวทางที่ศึกษามา	นักศึกษามีความคิด วางแผนและจัดทำแผนการสื่อสารเชิงกิจกรรมโดยใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานที่ได้รับมอบหมายอย่างโดดเด่นจนได้ถูกนำมาเป็นตัวอย่างสำหรับเพื่อนในชั้นเรียน (Applying)

CLO 4/LO 4:

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%)
นักศึกษาไม่สามารถสร้างสรรค์ผลงานเชิงกิจกรรมที่สะท้อนความคิดสร้างสรรค์และการทำงานเป็นทีม	นักศึกษาสามารถสร้างสรรค์ผลงานเชิงกิจกรรมที่สะท้อนความคิดสร้างสรรค์และการทำงานเป็นทีมได้ตามแนวทางที่ศึกษามา	นักศึกษาสามารถสร้างสรรค์ผลงานเชิงกิจกรรมที่สะท้อนความคิดสร้างสรรค์และการทำงานเป็นทีมได้อย่างโดดเด่นจนได้ถูกนำมาเป็นตัวอย่างสำหรับเพื่อนในชั้นเรียน (Applying)

CLO 5/LO 5:

ระดับ (ตาม Bloom's Taxonomy):

พฤติกรรมที่แสดงออกที่ต้องประเมิน (Action Verb):

<p>Below Expectation</p> <p>ผลลัพธ์ที่แสดงออก ต่ำกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 0% - 49%)</p>	<p>Meet Expectation</p> <p>ผลลัพธ์ที่แสดงออก ตรงตามเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 50% - 79%)</p>	<p>Exceeds Expectation</p> <p>ผลลัพธ์ที่แสดงออก สูงกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 80% - 100%)</p>
<p>นักศึกษาไม่สามารถประเมิน ประสิทธิภาพและผลกระทบของ กิจกรรมทางการตลาดต่อกลุ่มเป้าหมาย ได้อย่างเหมาะสม</p>	<p>นักศึกษาสามารถประเมินประสิทธิภาพ และผลกระทบของกิจกรรมทาง การตลาดต่อกลุ่มเป้าหมายได้อย่าง เหมาะสมได้ตามแนวทางที่ศึกษามา</p>	<p>นักศึกษาสามารถประเมินประสิทธิภาพ และผลกระทบของกิจกรรมทาง การตลาดต่อกลุ่มเป้าหมายได้อย่าง เหมาะสม และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ กับงานที่ได้รับมอบหมายอย่างโดดเด่น จนได้ถูกนำมาเป็นตัวอย่างสำหรับเพื่อน ในชั้นเรียน (Analysis)</p>

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

รหัสวิชา AAM2304

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

- 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	อาจารย์ ผู้สอน
1	บทนำ แนวคิดและความสำคัญของการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม	CLO1	ท2, ป2	<ul style="list-style-type: none"> - ทดสอบก่อนเรียน (Pre-Test) - ชี้แจงข้อตกลงในการเรียน คำอธิบายรายวิชา วัตถุประสงค์ของรายวิชา วิธีสอน กิจกรรมการเรียนการสอน วิธีการวัดผล และประเมินผล - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ แนวคิดและความสำคัญของการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม - ผู้สอนเปิดคลิปวิดีโอ ภาพยนตร์โฆษณาผ่าน Youtube ให้นักศึกษาชม ตัวอย่าง - ให้นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษา ใน Youtube - ผู้สอนประเมินในชั้นเรียน ด้วยการทดสอบแนวคิดและความสำคัญของการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม 	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินความรู้) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการบรรยาย (P1)	PKS
2	ความหมายและประเภทของการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม	CLO1	ท2, ป2	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ ความหมายและประเภทของการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม โดยใช้ Power Point 	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินความเข้าใจ)	PKS

รหัสวิชา AAM2304

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน และสื่อการเรียนรู้	ฝั่งการ ทดสอบ	อาจารย์ ผู้สอน
				Presentation ประกอบการ นำเสนอ ผ่านโปรแกรม Google Meet - นักศึกษาฝึกอภิปรายจาก กรณีศึกษา - มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษา กลับไปทำแบบฝึกหัดความหมาย และประเภทของการสื่อสาร การตลาดเชิงกิจกรรม	ประเมินจาก การมีส่วนร่วม ในการบรรยาย (P2)	
3	องค์ประกอบของกิจกรรมทางการตลาด	CLO1, 2	ท2, ป2	- กิจกรรมระดมสมอง - นักศึกษาฝึกอภิปรายจาก กรณีศึกษา - มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษา กลับไปทำแบบฝึกหัดฝึก วิเคราะห์องค์ประกอบของ กิจกรรมทางการตลาด - นักศึกษาฝึกอภิปรายและฝึก ปฏิบัติรายบุคคล	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมินความ เข้าใจ) ประเมินจาก การมีส่วนร่วม ในกิจกรรม ระดมสมอง (Q1)	PKS
4	กระบวนการวางแผนกิจกรรม (Event Planning Process)	CLO1, 2	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยายหัวข้อ กระบวนการวางแผนกิจกรรม โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการ นำเสนอ - Workshop: วางแผนงานจริง - นักศึกษาฝึกวางแผนกิจกรรม สื่อสารการตลาดตามโจทย์แบ รนด์ที่ได้รับมอบหมาย	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมินความ เข้าใจ) ประเมินจาก การมีส่วนร่วม ในการบรรยาย (Q2)	PKS

รหัสวิชา AAM2304

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน และสื่อการเรียนรู้	ฝั่งการ ทดสอบ	อาจารย์ ผู้สอน
5	กลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ (Experiential Marketing Strategy)	CLO3, 4	ท2, ป2	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ กลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ (Experiential Marketing Strategy) โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ - ศึกษาวเคราะห์ตัวอย่างแบรนด - มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษากลับไปทำแบบฝึกหัดฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์การพัฒนา กลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ - นักศึกษารายงานวิเคราะห์จากกรณีศึกษา 	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินความเข้าใจ) (Q3)	PKS
6	การออกแบบกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Event Design)	CLO3, 4	ท2, ป2	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ การออกแบบกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ - ฝึกปฏิบัติการออกแบบกิจกรรม - มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มกลับไปทำแบบฝึกหัดฝึกปฏิบัติการออกแบบกิจกรรม - นักศึกษาฝึกปฏิบัติการผลงานกลุ่มจากกรณีศึกษา 	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินความเข้าใจ) (Q4)	PKS
7	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการกับการสื่อสารเชิงกิจกรรม	CLO3, 4	ท2, ป2	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 	ประเมินความรู้รายบุคคล	PKS

รหัสวิชา AAM2304

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน และสื่อการเรียนรู้	ฝั่งการ ทดสอบ	อาจารย์ ผู้สอน
				กับการสื่อสารเชิงกิจกรรม โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ - อภิปรายแนวทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการกับการสื่อสารเชิงกิจกรรม มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษากลับไปทำแบบฝึกหัดฝึกการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการกับการสื่อสารเชิงกิจกรรม - ประเมินจากการทำแบบทดสอบ	(ประเมินความเข้าใจ) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการบรรยาย (Q5)	
8	ไม่มีการสอบกลางภาค					
9	การบริหารงานกิจกรรมและการจัดการทีม	CLO5	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยายหัวข้อ การบริหารงานกิจกรรมและการจัดการทีม โดยใช้ Simulation Game ประกอบการนำเสนอ - นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน โดยนำเอาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในท้องตลาด มาทำการประยุกต์ Simulation Game - ประเมินกิจกรรมจากการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน พร้อมนำเสนอ	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินนำไปประยุกต์ใช้) (A2)) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน (A1)	PKS

รหัสวิชา AAM2304

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน และสื่อการเรียนรู้	ฝั่งการ ทดสอบ	อาจารย์ ผู้สอน
10-11	การดำเนินงานและการประเมิน กิจกรรม	CLO4, 5	ท2, ป2	<ul style="list-style-type: none"> - ฝึกปฏิบัติ (Field Project) การดำเนินงานและการประเมิน กิจกรรม - ผู้สอนมอบลิงค์ TVC ภาพยนตร์โฆษณาจริงให้นักศึกษาให้ได้ชม - นักศึกษาการดำเนินงานและการประเมินกิจกรรม จากกรณีศึกษา ใน Youtube ที่เข้าชม - ผู้สอนมอบใบงาน ด้วยการทำแบบฝึกหัดรายงานกิจกรรม 	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมินการนำไปประยุกต์ใช้) (A2)	PKS
12-13	การวัดผลและการประเมิน ประสิทธิภาพกิจกรรม	CLO4, 5	ท2, ป2	<ul style="list-style-type: none"> - Workshop การประเมินผล - มอบใบงาน เพื่อให้ นักศึกษา Workshop การประเมินผล ประสิทธิภาพกิจกรรม - นักศึกษาฝึกออกแบบการประเมินผลประสิทธิภาพ กิจกรรมตามโจทย์สินค้าที่ได้รับมอบหมาย 	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมินการนำไปประยุกต์ใช้) (A3)	PKS
14	การสื่อสารกิจกรรมผ่านสื่อดิจิทัล	CLO2, 3	ท2, ป2	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ การสื่อสารกิจกรรมผ่านสื่อดิจิทัล โดยใช้ Power Point Presentation - นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน โดยฝึกทำคอนเทนต์และโพสต์ 	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมินการนำไปประยุกต์ใช้) (A4)	PKS

รหัสวิชา AAM2304

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน และสื่อการเรียนรู้	ฝั่งการ ทดสอบ	อาจารย์ ผู้สอน
15	นำเสนอผลงานสื่อสารเชิงกิจกรรม	CLO4, 5	ท2, ป2	<ul style="list-style-type: none"> - นักศึกษานำเสนอผลงานปลายภาคในชั้นเรียน - นักศึกษาฝึกปฏิบัติการประเมินรอบด้านในทุกมิติการเรียนรู้ของรายวิชา 	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินการนำไปประยุกต์ใช้) (A5)	PKS
16	สรุปและสะท้อนผลการเรียนรู้	CLO4, 5	ป4	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอน Reflection & Feedback - สรุปภาพรวมของการเรียนรู้ - การสะท้อนผลการเรียนรู้รายบุคคล - นักศึกษาทำแบบประเมินตนเอง 	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินการนำไปประยุกต์ใช้) (A8)	PKS
17	สอบปลายภาค	CLO4, 5		สอบปลายภาคข้อเขียน 3 ข้อ	F(3 ข้อ) โดยข้อ 1 ประเมินความรู้ความเข้าใจ ข้อ 2 และข้อ 3 ประเมินการนำการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมไปประยุกต์ใช้ได้อย่าง	PKS

รหัสวิชา AAM2304

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน และสื่อการเรียนรู้	ผังการ ทดสอบ	อาจารย์ ผู้สอน
					สร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพ	

หมายเหตุ:

- ท คือ ภาคทฤษฎี และ ป คือ ภาคปฏิบัติ
- ระบุด้วยชื่ออาจารย์ผู้สอน XXX ชื่อ สกุล เช่น PKS: รศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา
- กิจกรรมการสอน (Teaching Activities) หมายถึง กิจกรรมและสื่อที่ผู้สอนนำมาใช้เพื่อนำพาการเรียนรู้ และ กิจกรรมการเรียน (Learning Activities) หมายถึง กิจกรรมที่ผู้สอนต้องกำหนดและมอบหมายให้ในชั้นเรียน (หรือนอกชั้นเรียน) เพื่อให้ผู้เรียนได้เกิด “ประสบการณ์การเรียนรู้” ด้วยตนเอง
- ระบุด้วยผังการทดสอบ เช่น Q: แบบทดสอบย่อย (Quiz) A: การมอบหมายงาน (Assignments) M: การทดสอบกลางภาค (Midterm)

การจัดการเรียนรู้แบบ “Flipped and Flow”

ขั้นตอน	รายละเอียด
Flipped (Pre-class)	นักศึกษาเรียนรู้ผ่านวิดีโอ บทความ หรือกรณีศึกษาออนไลน์ล่วงหน้า เพื่อสร้างความเข้าใจพื้นฐาน
Flow (In-class & Beyond)	ดำเนินกิจกรรมต่อยอดในชั้นเรียน เช่น Workshop, Role Play, Simulation, Pitching และการวิเคราะห์กรณีจริง จัดให้การเรียนรู้ไหลต่อเนื่องจากแนวคิดสู่การปฏิบัติ
After-class Reflection	นักศึกษาทำบันทึกสะท้อนผลการเรียนรู้ (Learning Reflection) เพื่อประเมินตนเองและทีม

2. แผนการประเมิน (ระบุสัปดาห์ที่ประเมิน)

การวัดและประเมินผล	สัดส่วน	CLO 1	CLO 2	CLO 3	CLO 4	CLO 5
P (1, 2)	10%	✓		✓		
Q	30%	✓			✓	✓

รหัสวิชา AAM2304

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

การวัดและประเมินผล	สัดส่วน	CLO 1	CLO 2	CLO 3	CLO 4	CLO 5
(3, 4, 5, 6, 7)						
A (9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16)	40%	✓	✓		✓	✓
F (17)	20%	✓			✓	

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

หัวข้อ	สัดส่วน	CLO 1	CLO 2	CLO 3	CLO 4	CLO 5
จิตพิสัย	10%	1 ครั้ง		1 ครั้ง		
ทดสอบย่อย	30%	2 ครั้ง			1 ครั้ง	2 ครั้ง
ปฏิบัติการสื่อสารเชิงกิจกรรม	40%	2 ครั้ง	2 ครั้ง		2 ครั้ง	2 ครั้ง
สอบปลายภาค	20%	1 ข้อ	1 ข้อ		1 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
62 – 65	C	ปานกลาง
58 – 61	C-	ปานกลางค่อนข้างอ่อน

รหัสวิชา AAM2304

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

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 โดยผลการเรียนสะท้อนให้เห็นถึงความเข้าใจและการนำความรู้ไปใช้ในระดับพื้นฐานได้ดี
บรรลุผลระดับที่ 1	จำนวนผู้เรียนน้อยกว่า 60% อยู่ในหมวดหมู่ใดหมวดหมู่หนึ่ง “ระดับ 2 ตรงตามความคาดหวัง” หรือ “ระดับ 3 สูงกว่าความคาดหวัง”	แสดงถึงผลการเรียนรู้ที่ยังต่ำกว่าเกณฑ์ความคาดหวัง ผู้เรียนส่วนใหญ่อาจยังไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ที่ตั้งไว้ในระดับที่น่าพึงพอใจ และจำเป็นต้องมีการปรับปรุงหรือพัฒนาการเรียนรู้เพิ่มเติม

เกณฑ์ประการประกันคุณภาพ:

4.5 วิธีการประเมินผู้เรียนต้องแสดงถึงการบรรลุผลสำเร็จของผลการเรียนรู้ที่คาดหวังระดับหลักสูตร และผลการเรียนรู้ระดับรายวิชา

หมวด 5 สื่อการเรียนรู้และสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

Section 5 Learning Resources and Support Facilities

1. สื่อการเรียนรู้และสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

1.1 เอกสารประกอบการสอน : ประกายกาวิล ศรีจินดา. (2568). การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม. เอกสารประกอบคำสอนสาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา , กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

1.2 หนังสือ ตำรา หรือ ทรัพยากรเรียนรู้จากสำนักวิทยบริการ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

1.3 ห้องปฏิบัติการ: วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

1.4 เว็บไซต์ ซอฟต์แวร์ หรืออุปกรณ์ : วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย

1.5 สถานที่ฝึกปฏิบัติและฝึกประสบการณ์ : วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

2. แพลตฟอร์มการเรียนรู้

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

3. สื่อการเรียนรู้จากแหล่งภายนอก

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

3.1 Belch, G. E., & Belch, M. A. (2023). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (13th ed.). McGraw-Hill.

3.2 Hoyle, L. H. (2022). *Event Marketing: How to Successfully Promote Events, Festivals, Conventions, and Expositions*. Wiley.

3.3 ศุภกร ศรีเจริญ. (2566). *การตลาดเชิงกิจกรรม: กลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ลูกค้าในยุคดิจิทัล*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

3.4 แหล่งสื่อออนไลน์: YouTube Channel “Marketing Oops!”, Ad Addict, Eventpass, Thai Event Online

4. งานวิจัยประกอบการเรียนรู้ในรายวิชา (ถ้ามี)

4.1 ปิยะรัตน์ มหิตธานนท์. (2567). การตลาดเชิงกิจกรรม: ภาพลักษณ์ขององค์กรที่มีต่อทัศนคติและการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม กรณีศึกษา Kave Condo [ปริญญาานิพนธ์ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

4.2 ณัฐชา อ่างโรชิต. (2565). การสื่อสารทางการตลาดผ่านการตลาดเชิงกิจกรรมสมัยใหม่เพื่อความยั่งยืนขององค์กร [บทความวิชาการ]. *Electronic Journal of Open and Distance Innovative Learning (e-JODIL)*, 12(1)

4.3 วรณัน โขควารีพร และแอนนา จุมพลเสถียร (2567). การเปิดรับสื่อ ทัศนคติ พฤติกรรม และแนวโน้ม พฤติกรรมต่อการเข้าร่วมการตลาดเชิงกิจกรรมของนิตยสารออนไลน์ “The Cloud” [บทความวิชาการ]. *MCI Journal*,

4.4 Dedkaew, P. (2023). *Obstacles in Event Marketing in Thailand and Work Adjustments at the Beginning of the COVID-19 Outbreak. Journal of Business, Innovation and Sustainability (JBIS)*, 18(3), 216-231. สืบค้นจาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/BECJournal/article/view/262984>

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 AAM2304

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

5. แผนการทบทวนและปรับปรุงรายวิชา

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



รศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

วันที่ 11 พฤศจิกายน 2568