

รหัสวิชา AAM2303

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล

หน่วยกิต 3(2-5-5)

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

รายละเอียดของรายวิชา Course Specification (TQF3/OBE3)

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

Section 1 General Information

1. รหัสและชื่อรายวิชา

ไทย การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล

อังกฤษ Digital Marketing Communication

2. จำนวนหน่วยกิต

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

5. ภาคการศึกษาและชั้นปีที่เรียน

ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568 ชั้นปีที่ 3

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

-

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

-

8. สถานที่เรียน

วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

8 กรกฎาคม 2568

10. ความสอดคล้องระหว่างรายวิชากับวิสัยทัศน์ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน และข้อกำหนดตามเกณฑ์มาตรฐานอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี

วิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย “ผู้นำการสร้างมืออาชีพเพื่อพัฒนาสังคมอย่าง ยั่งยืน”		ส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ ด้วยตนเองในการปฏิบัติ และการปรับปรุงพัฒนา งานเพื่อการประกอบอาชีพ (Lifelong learning)	ส่งเสริมทักษะด้าน ดิจิทัล
ผู้นำการสร้างมืออาชีพ	พัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน (SDGs)		
สามารถวางแผนกลยุทธ์ การสื่อสารการตลาด ดิจิทัล ด้วยฐานข้อมูล ทางเทคโนโลยีอย่าง สร้างสรรค์	สร้างหลักประกันว่าทุก คนมี การศึกษาที่มี คุณภาพอย่างครอบคลุม และเท่าเทียม และ สนับสนุนโอกาสในการ เรียนรู้ตลอดชีวิต	สร้างกระบวนการเรียนรู้ที่ พัฒนาการวางแผนกลยุทธ์ การสื่อสารการตลาดดิจิทัล ด้วยฐานข้อมูลทาง เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ และนำเสนองานด้านการ โฆษณาและสื่อสาร การตลาดตรงตามความ ต้องการของลูกค้า	พัฒนาองค์ ความรู้ เกี่ยวกับการพัฒนาการ วางแผนกลยุทธ์การ สื่อสารการตลาดดิจิทัล ด้วยฐานข้อมูลทาง เทคโนโลยีอย่าง สร้างสรรค์และ นำเสนองานด้านการ โฆษณาและสื่อสาร การตลาดตรงตาม ความต้องการของ ลูกค้า

รหัสวิชา AAM2303

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล

หน่วยกิต 3(2-5-5)

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

หมวดที่ 2 คำอธิบายรายวิชาและผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

Section 2 Course Description and Course Learning Outcomes: CLOs

1. คำอธิบายรายวิชา

ภาษาไทย

แนวคิดการสื่อสารการตลาด พัฒนาการสื่อสารการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ หลักการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล กลยุทธ์และกลวิธีสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลประเภทต่างๆ รวมถึงจริยธรรมการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล

ภาษาอังกฤษ

Concept and development of marketing communication, consumer behavior in new era, marketing communication strategies and tactics thorough digital media including ethics of digital 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

เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจถึงบทบาทและพัฒนาการของการโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัลประเภทต่างๆ การออกแบบและกลยุทธ์ของการโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัลประเภทต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการประเมินผลการโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัล

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

CLO/LO 1 สามารถวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัล ด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์

CLO/LO 2 สามารถนำเสนองานด้านการโฆษณาและสื่อสารการตลาดตรงตามความต้องการของลูกค้า

รหัสวิชา AAM2303

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล

หน่วยกิต 3(2-5-5)

ระดับปริญญาตรี

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				

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

CLOs	Cognitive Domain (Knowledge)						Psychomotor Domain (Skills)	Affective Domain (Attitude)
	R	U	Ap	An	Ev	C		
CLO1		✓					2	2
CLO2		✓					2	
CLO3								
CLO4								
CLO5								

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.การให้ค่านิยม 4.การจัดรวบรวม 5.การพัฒนาลักษณะนิสัยจากค่านิยม

รหัสวิชา AAM2303

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล

หน่วยกิต 3(2-5-5)

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

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 (เฉพาะครูศาสตร์) (L)
LO1		✓	✓		✓	
LO2		✓			✓	
LO3			✓		✓	
LO4		✓	✓		✓	
LO5	✓			✓		

รหัสวิชา AAM2303

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล

หน่วยกิต 3(2-5-5)

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

7. การปรับปรุงรายวิชาตามข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (เปิดสอนรายวิชานี้ครั้งแรกไม่ต้องกรอก)

ข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	การปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ
ต้องการให้นักศึกษามีความรู้เรื่องเทคโนโลยีที่ใช้ในการสื่อสารการตลาด	ฝึกฝนให้นักศึกษามีความรู้เรื่องเทคโนโลยีที่ใช้ในการสื่อสารการตลาด ผ่านการแสดงความคิดเห็นและบูรณาการในการทำชิ้นงานโฆษณาและสื่อสารการตลาด

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	สามารถวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัล ด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์	
CLO 2	S	สามารถนำเสนองานด้านการโฆษณาและสื่อสารการตลาดตรงตามความต้องการของลูกค้า	
CLO 3	S		
CLO 4	E		
CLO 5	C		

* 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)

<p>CLO 1/LO 1: สามารถวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัล ด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์</p> <p>ระดับ (ตาม Bloom's Taxonomy): เช่น Understanding หรือ Applying หรือ Analysis</p> <p>พฤติกรรมที่แสดงออกที่ต้องประเมิน (Action Verb):</p>		
<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>

รหัสวิชา AAM2303

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล

หน่วยกิต 3(2-5-5)

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สามารถวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัล ด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ได้บ้าง	สามารถวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัล ด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ได้	สามารถวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัล ด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ได้ และสามารถประยุกต์ใช้กับการทำงานด้านโฆษณาและสื่อสารการตลาด
---	---	---

CLO 2/LO 2: สามารถนำเสนองานด้านการโฆษณาและสื่อสารการตลาดตรงตามความต้องการของลูกค้าระดับ (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%)
สามารถนำเสนองานด้านการโฆษณาและสื่อสารการตลาดตรงตามความต้องการของลูกค้าได้บ้าง	สามารถนำเสนองานด้านการโฆษณาและสื่อสารการตลาดตรงตามความต้องการของลูกค้าได้	สามารถนำเสนองานด้านการโฆษณาและสื่อสารการตลาดตรงตามความต้องการของลูกค้าได้ดี

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%)

รหัสวิชา AAM2303

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล

หน่วยกิต 3(2-5-5)

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

CLO 4/LO 4:

ระดับ (ตาม Bloom's Taxonomy):

พฤติกรรมที่แสดงออกที่ต้องประเมิน (Action Verb):

Below Expectation	Meet Expectation	Exceeds Expectation
ผลลัพธ์ที่แสดงออก ต่ำกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 0% - 49%)	ผลลัพธ์ที่แสดงออก ตรงตามเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 50% - 79%)	ผลลัพธ์ที่แสดงออก สูงกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 80% - 100%)

CLO 5/LO 5:

ระดับ (ตาม Bloom's Taxonomy):

พฤติกรรมที่แสดงออกที่ต้องประเมิน (Action Verb):

Below Expectation	Meet Expectation	Exceeds Expectation
ผลลัพธ์ที่แสดงออก ต่ำกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 0% - 49%)	ผลลัพธ์ที่แสดงออก ตรงตามเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 50% - 79%)	ผลลัพธ์ที่แสดงออก สูงกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 80% - 100%)

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

รหัสวิชา AAM2303

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล

หน่วยกิต 3(2-5-5)

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

-
- 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 มีการป้อนกลับผลการประเมินให้แก่ผู้เรียนอย่างทันทั่วถึง
- 4.7 การประเมินผู้เรียนและกระบวนการ มีการทบทวนและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าตอบโจทย์ความต้องการของภาคอุตสาหกรรมการทำงาน และสอดคล้องกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

หมวดที่ 4 แผนการสอนและการประเมิน
Section 4 Lesson Plan and Assessments
1. แผนการสอน (จัดการเรียนการสอนไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์)

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน และสื่อการเรียนรู้	ผังการทดสอบ	อาจารย์ผู้สอน
1	1. แนะนำการเรียนการสอน 2. กำหนดเกณฑ์/ระเบียบวินัยในการให้คะแนน 3. ทดสอบความรู้ด้านการตลาด	CLO1	ท2, ป2	รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet สื่อการสอน : Power point		ISP
2	การตลาด 1. ทฤษฎีความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ มาสโลว์ 2. การศึกษา ส่วนประสมทางการตลาด Marketing Mix (4P's,4C's) 3. การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด Marketing Mix (4P's,4C's)	CLO1	ท2, ป2	รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet สื่อการสอน : Power point	Q(10 ข้อ)	ISP
3-4	การวิเคราะห์ Brand 1. วิเคราะห์ SWOT Analysis (จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค) 2. วิเคราะห์ Situation Analysis [5C's] 3. การรายงานบทสรุปการวิเคราะห์	CLO1/CLO2	ท2, ป2	รูปแบบการสอน On demand ผ่าน VDO Clip สื่อการสอน : Power point		ISP
5	การวิเคราะห์ Brand	CLO1/CLO2	ท2, ป2	รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet		ISP

รหัสวิชา AAM2303

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล

หน่วยกิต 3(2-5-5)

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

ลำดับที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน และสื่อการเรียนรู้	ฝั่งการทดสอบ	อาจารย์ผู้สอน
	1. การวิเคราะห์วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life cycle) 2. การตลาดแบบ IMC			สื่อการสอน : Power point		
6	1. การสื่อสารการตลาดดิจิทัล 2. การโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัลในฐานะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3. การโฆษณาผ่านเครือข่ายสังคม	CLO1/CLO2	ท2, ป2	รูปแบบการสอน On demand ผ่าน VDO Clip สื่อการสอน : Power point		ISP
7	ทฤษฎีการสร้างตราสินค้า (Brand) 1. การสร้าง Mood & Tone 2. การสร้าง Slogan การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ Positioning ของตราสินค้า	CLO1/CLO2	ท2, ป2	รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet สื่อการสอน : Power point		ISP
8	สอบกลางภาค	CLO1/CLO2			M(40 ข้อ)	
9-10	1. การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าเป้าหมาย (Consumer Behaviour) 2. การวิเคราะห์สถานภาพทางสังคมของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (SES – Social Economic Status) การวิเคราะห์การดำรงชีวิตของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (Life Style)	CLO1/CLO2	ท2, ป2	รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet สื่อการสอน : Power point		ISP
11	นำเสนองานกลุ่ม การวิเคราะห์ Brand และการสร้าง Brand	CLO1/CLO2	ท2, ป2	รูปแบบการสอน On demand ผ่าน VDO Clip สื่อการสอน : Power point		ISP

รหัสวิชา AAM2303

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล

หน่วยกิต 3(2-5-5)

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน และสื่อการเรียนรู้	ฝั่งการ ทดสอบ	อาจารย์ ผู้สอน
12	การสร้างกลุ่มลูกค้าสัมพันธ์ของ ตราสินค้า (Community)	CLO1/CLO2	ท2, ป2	รูปแบบการสอน On demand ผ่าน VDO Clip สื่อการสอน : Power point		ISP
13-14	1. วิธีการทำการตลาดแบบ ๓๖ องศา IMC และการทำการตลาด ดิจิทัล 2. การวางแผนกลยุทธ์ด้วยสร้าง Campaign 3. การวางแผนสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ 4. สร้างสรรค์ Concept และ ตัวอย่างสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์	CLO1/CLO2	ท2, ป2	รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet สื่อการสอน : Power point		ISP
14-15	ภาคปฏิบัติ โครงการใหญ่ นำ คำแนะนำจากการนำเสนอครั้งที่ แก้ไข และเพิ่มในส่วนของวิธีการ ทำการตลาดแบบ 360 องศา IMC และการทำการตลาดดิจิทัล -การวางแผนกลยุทธ์ด้วยสร้าง Campaign -การวางแผนสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ -สร้างสรรค์ Concept และ ตัวอย่างสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ -การสร้างกลุ่มลูกค้าสัมพันธ์ของ ตราสินค้า (Community) เพื่อนำเสนอ	CLO1/CLO2	ท2, ป2	รูปแบบการสอน On demand ผ่าน VDO Clip สื่อการสอน : Power point		ISP

รหัสวิชา AAM2303

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล

หน่วยกิต 3(2-5-5)

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน และสื่อการเรียนรู้	ผังการทดสอบ	อาจารย์ผู้สอน
16	นำเสนองานกลุ่ม และสรุปรูปล่มการเรียนรู้ที่ผ่านมาทั้งภาคการศึกษา	CLO1/CLO2	ท2, ป2	รูปแบบการสอน Online/On site ผ่าน Google Meet 1. ส่งงานเดี่ยว 2. ส่งงานกลุ่ม		ISP
17	สอบปลายภาค	CLO2-4			F(40 ข้อ)	

หมายเหตุ:

- ท คือ ภาคทฤษฎี และ ป คือ ภาคปฏิบัติ
- ระบุตัวย่อชื่ออาจารย์ผู้สอน XXX ชื่อ สกุล เช่น NTP: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐภัทร
- กิจกรรมการสอน (Teaching Activities) หมายถึง กิจกรรมและสื่อที่ผู้สอนนำมาใช้เพื่อนำพาการเรียนรู้ และกิจกรรมการเรียนรู้ (Learning Activities) หมายถึง กิจกรรมที่ผู้สอนต้องกำหนดและมอบหมายให้ในชั้นเรียน (หรือนอกชั้นเรียน) เพื่อให้ผู้เรียนได้เกิด “ประสบการณ์การเรียนรู้” ด้วยตนเอง
- ระบุตัวย่อผังการทดสอบ เช่น Q: แบบทดสอบย่อย (Quiz) A: การมอบหมายงาน (Assignments) M: การทดสอบกลางภาค (Midterm)

2. แผนการประเมิน (ระบุสัปดาห์ที่ประเมิน)

การวัดและประเมินผล	สัดส่วน	CLO 1	CLO 2	CLO 3	CLO 4	CLO 5
ทดสอบย่อย Q	10%	✓				
การมอบหมายงาน A	20%	✓				
โครงงานและการนำเสนอ P	20%	✓	✓			
สอบกลางภาค M	20%	✓	✓			
สอบปลายภาค F	30%	✓	✓			

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

หัวข้อ	สัดส่วน	CLO 1	CLO 2	CLO 3	CLO 4	CLO 5
ทดสอบย่อย Q	10%	✓				

รหัสวิชา AAM2303

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล

หน่วยกิต 3(2-5-5)

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

หัวข้อ	สัดส่วน	CLO 1	CLO 2	CLO 3	CLO 4	CLO 5
การมอบหมายงาน A	20%	✓				
โครงการและการนำเสนอ P	20%	✓				
สอบกลางภาค M	20%	✓				
สอบปลายภาค F	30%	✓				

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 ผู้เรียนส่วนใหญ่อาจยังไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ที่ตั้งไว้ในระดับที่น่าพึงพอใจ 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 อิศรี ไพเราะ. (2567). **หลักการสื่อสารการตลาด**. ศูนย์หนังสือแห่งมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- 3.2 คมสัน ต้นสกุล. (2553). **การตลาดอิเล็กทรอนิกส์เชิงกลยุทธ์**. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

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 AAM2303

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล

หน่วยกิต 3(2-5-5)

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

5. แผนการทบทวนและปรับปรุงรายวิชา

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

ผศ.อิสรี ไพเราะ

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

วันที่ 14 กรกฎาคม 2568