
รายงานผลดำเนินการของรายวิชา
Course Report (TQF5/OBE5)

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป
Section 1 General Information

1. รหัสและชื่อรายวิชา

ไทย FAM3310 การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในยุคดิจิทัล
อังกฤษ Integrated Digital Marketing Communication

2. จำนวนหน่วยกิต

3(3-0-6) หน่วยกิต

3. หมวดวิชา

วิชาเลือก

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา : ดร.ปุณรภา ประดิษฐ์พงษ์

อาจารย์ผู้สอน : ผศ. สมิตินันท์ ไทยรุ่งโรจน์

ผศ. อีสรี ไพเราะ

ดร.ปุณรภา ประดิษฐ์พงษ์

สถานที่ติดต่อ : อาคารวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ วิทยาเขตนครปฐม

e-mail : punrapha.pr@ssru.ac.th

5. ภาคการศึกษาและชั้นปีที่เรียน

ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568

ชั้นปีที่ 3

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

-

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

-

8. สถานที่เรียน

อาคารวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ วิทยาเขตนครปฐม

9. ข้อมูลประกอบการประกันคุณภาพการศึกษา

9.1 ทำเครื่องหมาย หน้าข้อที่ดำเนินการ / จำเป็นต้องมีทุกข้อ)

- รายวิชานี้ได้ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนการสอนหรือกิจกรรมการเรียนการสอนในชั้นเรียน ดังนี้ (Criterion 3.2)

รายวิชานี้มีการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้โดยให้นักศึกษาได้วิเคราะห์และออกแบบตราสินค้า สินค้าและบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการออกแบบการสื่อสารกิจกรรมทางการตลาดบูรณาการให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นด้านการสื่อสารการตลาดในชั้นเรียน

- CLOs ของรายวิชานี้ สอดคล้องกับ YLOs ของชั้นปี...3... ดังนี้

รายวิชานี้มุ่งเน้นการวิเคราะห์ข้อมูล และประยุกต์องค์ความรู้เพื่อการโฆษณาและสื่อสารการตลาด และปฏิบัติการพัฒนางานโฆษณาและสื่อสารการตลาดได้ได้อย่างเหมาะสม

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

- ทักษะการส่งเสริมการเรียนรู้ (Promote Learning) ด้วยวิธี

รายวิชานี้ส่งเสริมการเรียนรู้โดยการแลกเปลี่ยนแนวความคิดและการศึกษากรณีตัวอย่าง ให้นักศึกษาได้นำทฤษฎีที่ได้เรียนมาฝึกวิเคราะห์และถอดบทเรียน

- ทักษะการเรียนรู้วิธีเรียนรู้ (Learning How to Learn) ด้วยวิธี

การฝึกค้นคว้าข้อมูลและนำมาแลกเปลี่ยนในกลุ่ม วิเคราะห์กรณีศึกษาร่วมกัน ฝึกทักษะการค้นคว้าตัวอย่างกิจกรรมจากสื่อดิจิทัล

รหัสวิชา
ชื่อรายวิชา
หน่วยกิต

ระดับปริญญา
หลักสูตร
คณะ/วิทยาลัย

ทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) ด้วยวิธีการฝึกการทำงานกลุ่มร่วมกัน ทักษะการแก้ปัญหา การค้นคว้าและแลกเปลี่ยนข้อมูล การออกแบบและความคิดสร้างสรรค์

.....
○ รายวิชานี้มีแนวทางปลูกฝังเรื่องต่อไปนี้ ด้วยวิธีการดังนี้ (Criterion 3.5)

“ความคิดใหม่” (New Idea) ด้วยวิธีการฝึกออกแบบตราสินค้าของตนเองให้มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว และฝึกการนำเสนอผลงานให้น่าสนใจ

.....
 “การสร้างนวัตกรรม” (Innovation) ด้วยวิธี

.....
 “ทัศนคติของผู้ประกอบการ” (Entrepreneurial Mindset) ด้วยวิธี

.....
10. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด
18 กรกฎาคม 2568

หมวดที่ 2 การจัดการเรียนการสอนที่เปรียบเทียบกับแผนการสอน

1. รายงานชั่วโมงการสอนจริงที่คลาดเคลื่อนจากแผนการสอน (ถ้ามี)

.....
ผู้นำการสร้างมืออาชีพเพื่อพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

A leader in producing professionals for sustainable social development

รหัสวิชา
ชื่อรายวิชา
หน่วยกิต

ระดับปริญญา
หลักสูตร
คณะ/วิทยาลัย

2. หัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน (ถ้ามี)

3. จัดสิ่งสนับสนุนเพื่อประสิทธิผลในการเรียนรู้ของนักศึกษา

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

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

CLO 1 ศึกษาหลักการ แนวคิดการสื่อสารการตลาดสมัยใหม่ กรอบแนวคิดทางทฤษฎี การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล บทบาทของการตลาดดิจิทัลกับการสื่อสาร

CLO 2 ฝึกปฏิบัติวางแผนจัดการออกแบบ กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลแบบบูรณาการ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ยุคดิจิทัล การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และสื่อใหม่ เพื่อตอบสนองการรับชมทุกแพลตฟอร์มอย่างสร้างสรรค์

CLO 3 มีความอดทน รับผิดชอบ ทำงานที่ได้รับมอบหมายร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(สามารถเพิ่มหรือลดหัวข้อได้ตามความเหมาะสม)

รหัสวิชา
ชื่อรายวิชา
หน่วยกิต

ระดับปริญญา
หลักสูตร
คณะ/วิทยาลัย

5. ประสิทธิภาพของวิธีการจัดการเรียนรู้และวิธีการประเมินผลที่ดำเนินการเพื่อทำให้เกิดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามที่ระบุในรายละเอียดรายวิชา
(อ้างอิงจาก OBE3 หมวดที่ 4)

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชา (CLOs)	ผลที่เกิดกับนักศึกษาตาม CLOs (บรรลุ/ไม่บรรลุ)	กิจกรรมการเรียนการสอนที่ระบุ	วิธีการจัดการสอน (เหมาะสม/ไม่เหมาะสม)	วิธีการวัดผลและประเมินผล	วิธีการวัดผล (เหมาะสม/ไม่เหมาะสม)	แนวทางการพัฒนาปรับปรุงเพื่อให้นักศึกษาบรรลุตามแต่ละ CLO หรือแนวทางที่ทำให้มีวิธีการจัดการสอนหรือวิธีการวัดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่เหมาะสม
CLO 1 ศึกษาหลักการ แนวคิด การสื่อสาร การตลาดสมัยใหม่ กรอบแนวคิดทางทฤษฎี การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภค ยุคดิจิทัล บทบาทของการตลาดดิจิทัลกับการสื่อสาร	✔	การบรรยาย ประกอบกรณีศึกษา และมอบหมายงาน	✔	- การสอบปลายภาค - การประเมินผลงานที่ได้รับมอบหมาย	✔	นักศึกษาสามารถนำทฤษฎีมาวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดได้ โดยผู้สอนแนะนำเพิ่มเติมเป็นรายกรณี

รหัสวิชา
ชื่อรายวิชา
หน่วยกิต

ระดับปริญญา
หลักสูตร
คณะ/วิทยาลัย

ผลลัพธ์การเรียนรู้ ที่คาดหวังของ รายวิชา (CLOs)	ผลที่เกิดกับนัก ศึกษาตาม CLOs (บรรลุ/ ไม่บรรลุ)	กิจกรรมการเรียน การสอนที่ระบุ	วิธีการจัดการ สอน (เหมาะสม/ไม่ เหมาะสม)	วิธีการวัดผลและประเมินผล	วิธีการวัดผล (เหมาะสม/ไม่ เหมาะสม)	แนวทางการพัฒนาปรับปรุง เพื่อให้นักศึกษابرลุตามแต่ละ CLO หรือแนวทางที่ทำให้มีวิธีการจัดการสอนหรือวิธี การวัดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่เหมาะสม
CLO 2 ฝึกปฏิบัติ วางแผนจัดการ ออกแบบ กลยุทธ์ การตลาดดิจิทัล แบบบูรณาการ การ บริหารลูกค้า สัมพันธ์ยุคดิจิทัล การใช้เครือข่าย สังคมออนไลน์และ สื่อใหม่ เพื่อ ตอบสนองการ รับชมทุก แพลตฟอร์มอย่าง สร้างสรรค์	✓	ฝึกวางแผน กิจกรรมทางการ ตลาดและ วางแผนกลยุทธ์ การสื่อสารผ่าน สื่อดิจิทัล	✓	- การประเมินการนำเสนอและผล งานของกลุ่ม	✓	นักศึกษาสามารถวางแผนและออกแบบ กิจกรรมทางการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อ ดิจิทัล นอกจากนี้ยังให้ระบบการแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นระหว่างกลุ่มเรียนในการฝึก วิพากษ์ระหว่างกลุ่ม
CLO 3 มีความ อดทน รับผิดชอบ ทำงานที่ได้รับ	✓	การนำเสนอโครง งาน	✓	- นักศึกษาประเมินเพื่อนร่วมกลุ่ม ในการทำงานเป็นทีม	✓	นักศึกษานำเสนองานกลุ่มและรับ ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุง

รหัสวิชา
ชื่อรายวิชา
หน่วยกิต

ระดับปริญญา
หลักสูตร
คณะ/วิทยาลัย

ผลลัพธ์การเรียนรู้ ที่คาดหวังของ รายวิชา (CLOs)	ผลที่เกิดกับนัก ศึกษาตาม CLOs (บรรลุ/ ไม่บรรลุ)	กิจกรรมการเรียนก การสอนที่ระบุ	วิธีการจัดการ สอน (เหมาะสม/ไม่ เหมาะสม)	วิธีการวัดผลและประเมินผล	วิธีการวัดผล (เหมาะสม/ไม่ เหมาะสม)	แนวทางการพัฒนาปรับปรุง เพื่อให้นักศึกษาบรรลุตามแต่ละ CLO หรือแนวทางที่ทำให้มีวิธีการจัดการสอนหรือวิธีก ารวัดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่เหมาะสม
มอบหมาย ร่วมกับผู้อื่นได้ อย่างมี ประสิทธิภาพ				- อาจารย์สังเกตการทำงานในแต่ละ กลุ่ม		
<p>หมายเหตุ:</p> <ul style="list-style-type: none"> ผู้สอนแสดงปัญหาของการที่นักศึกษาไม่สามารถเรียนรู้ CLO ได้ตามเกณฑ์ที่กำหนด และ/หรือปัญหาที่เกี่ยวกับประสบการณ์การเรียนรู้ของนักศึกษา โดยแสดงอย่างน้อย 1 ปัญหาในแต่ละภาคการศึกษา สามารถบรรยายปัญหา วิธีการแก้ไข รวมถึงผลลัพธ์การแก้ปัญหา ต่อเนื่องกันหลายภาคการศึกษาได้ <p>* หลักสูตรกำหนดเกณฑ์ซึ่งเป็นร้อยละของนักศึกษาที่ต้องผ่านเกณฑ์ในแต่ละ CLO</p>						

หมวดที่ 3 ระบบการวัดและการประเมินผลการเรียนรู้

1. การประเมินผลแบบ Formative Evaluation (criterion 4.3) :

- มีการประเมิน (กรุณาให้ข้อมูลในตาราง เพิ่มเติม)
- ไม่มีการประเมิน

วิธีการประเมินผลแบบ Formative Evaluation	แผนที่กำหนดไว้		แนวทางการปรับปรุงพัฒนา
	มี	ไม่มี	
ก. กำหนดระยะเวลา/ช่วงเวลาประเมินชัดเจน	✓		
ข. กำหนดเครื่องมือที่ใช้ - การสอบเก็บคะแนน - การออกแบบงานกลุ่ม	✓		
ค. มีการให้ข้อมูลป้อนกลับแก่นักศึกษา รายบุคคล ได้แก่ให้ข้อคำแนะนำเป็นรายบุคคล	✓		
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 มาตรฐาน ✓ อิงเกณฑ์ <input type="checkbox"/> อิงกลุ่ม <input type="checkbox"/> อื่น ๆ ระบุ.....	✓		
5. จัดการทวนสอบการวัดและประเมินผลผลลัพธ์ การเรียนรู้	✓		



รหัสวิชา
ชื่อรายวิชา
หน่วยกิต

ระดับปริญญา
หลักสูตร
คณะ/วิทยาลัย

หมายเหตุ:

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

หมวดที่ 4 สรุปผลการจัดการเรียนการสอนของรายวิชา

1. ผลการจัดการเรียนการสอนของรายวิชา

กลุ่มเรียน 204

- 1.1 จำนวนนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียน
จำนวน 45 คน
- 1.2 จำนวนนักศึกษาที่คงอยู่เมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษา
จำนวน 45 คน
- 1.3 จำนวนนักศึกษาที่ถอน (W)
จำนวน 0 คน
- 1.3 การกระจายของระดับคะแนน (เกรด)

ระดับคะแนน	จำนวน	ร้อยละ
A	15	33
A-	5	11
B+	7	16
B	9	20
B-	6	13
C+	2	4
C	1	2
C-	0	0

กลุ่มเรียน 205

- 1.1 จำนวนนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียน
จำนวน 44 คน
- 1.4 จำนวนนักศึกษาที่คงอยู่เมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษา
จำนวน 41 คน
- 1.3 จำนวนนักศึกษาที่ถอน (W)
จำนวน 2 คน
- 1.5 การกระจายของระดับคะแนน (เกรด)

รหัสวิชา
ชื่อรายวิชา
หน่วยกิต

ระดับปริญญา
หลักสูตร
คณะ/วิทยาลัย

ระดับคะแนน	จำนวน	ร้อยละ
A	1	2
A-	1	2
B+	4	9
B	5	12
B-	13	30
C+	10	23
C	3	7
C-	3	7
D	1	2
w	2	5

2. ปัจจัยที่ทำให้ระดับคะแนนผิดปกติ (ถ้ามี)

.....

.....

.....

3. ความคลาดเคลื่อนจากแผนการประเมินที่กำหนดไว้ในรายละเอียดรายวิชาทั้งด้านกำหนดเวลาและวิธีการประเมินผล (ถ้ามี)

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน		สัปดาห์ที่ประเมิน		สัดส่วนของการประเมิน	
	ตามแผน	ตามจริง	ตามแผน	ตามจริง	ตามแผน	ตามจริง
CLO 1 ศึกษาหลักการ แนวคิด การสื่อสารการตลาดสมัยใหม่ กรอบแนวคิดทางทฤษฎี การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล บทบาทของการตลาดดิจิทัลกับการสื่อสาร	✓		✓		✓	
CLO 2 ฝึกปฏิบัติวางแผนจัดการ ออกแบบ กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล แบบบูรณาการ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ยุคดิจิทัล การใช้เครือข่าย	✓		✓		✓	

รหัสวิชา
 ชื่อรายวิชา
 หน่วยกิต

ระดับปริญญา
 หลักสูตร
 คณะ/วิทยาลัย

ส่งคอมมอนไลน์และสื่อใหม่ เพื่อ ตอบสนองการรับชมทุก แพลตฟอร์มอย่างสร้างสรรค์						
CLO 3 มีความอดทน รับผิดชอบ ทำงานที่ได้รับมอบหมายร่วมกับ ผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ	✓		✓		✓	

4. การทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

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

รหัสวิชา
ชื่อรายวิชา
หน่วยกิต

ระดับปริญญา
หลักสูตร
คณะ/วิทยาลัย

หมวดที่ 5 ปัญหาและผลกระทบต่อการดำเนินการ

1. ประเด็นด้านทรัพยากรประกอบการเรียนและสิ่งอำนวยความสะดวก (ถ้ามี)

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

2. ประเด็นด้านการบริหารจัดการ (ถ้ามี)

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

รหัสวิชา
ชื่อรายวิชา
หน่วยกิต

ระดับปริญญา
หลักสูตร
คณะ/วิทยาลัย

หมวดที่ 6 การประเมินรายวิชา

1. ผลการประเมินรายวิชาโดยนักศึกษา

1.1 ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยนักศึกษา

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

1.2 ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อข้อวิพากษ์ตามข้อ 1.1

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

2. ผลการประเมินรายวิชาโดยวิธีอื่น

2.1 ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยวิธีอื่น

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

2.2 ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อข้อวิพากษ์ตามข้อ 2.1

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

หมวดที่ 7 แผนการปรับปรุง

รหัสวิชา
ชื่อรายวิชา
หน่วยกิต

ระดับปริญญา
หลักสูตร
คณะ/วิทยาลัย

1. การดำเนินการเพื่อการปรับปรุงการเรียนการสอน/รายวิชา (นอกเหนือจากที่ระบุไว้ในหมวดที่ 2)
ปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยในและเลือกกรณีศึกษาที่มักพบได้บ่อยและยากสลับกันเพื่อให้นักศึกษาได้มีการ
พัฒนาทักษะการฝึกคิดวิเคราะห์

2. ข้อเสนอแนะของอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาต่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

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

ดร.ปุณรภา ประดิษฐพงษ์
อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา
วันที่ 15 ธันวาคม 2568