

รหัสวิชา AAM1301

ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา

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 AAM1301 การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา

อังกฤษ AAM1301 Copy Writing and Content Design

2. จำนวนหน่วยกิต

3 (2-2-5) หน่วยกิต

3. หมวดวิชา

บังคับ

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา : ผศ.อิสริ ไพเราะ (หัวหน้าสาขาวิชา)

อาจารย์ผู้สอน : รศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา

สถานที่ติดต่อ : วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

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

5. ภาคการศึกษาและชั้นปีที่เรียน

ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2569 ชั้นปีที่ 2

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

1 มิถุนายน 2569

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 ความสำคัญ องค์ประกอบ กระบวนการสร้างสรรค์ ข้อมูลทางการตลาด การวิเคราะห์ผู้บริโภค ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การสื่อสารแบรนด์ กลยุทธ์การสร้างสารและภาษา เพื่อใช้สำหรับการเขียนบทโฆษณา และการออกแบบเนื้อหาเพื่องานสื่อสารการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ ตลอดจนฝึกปฏิบัติการเขียนเพื่อการสื่อสารการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ

ภาษาอังกฤษ

This course explores the concepts, significance, components, and creative processes involved in advertising copywriting and content design. Emphasis is placed on marketing information, consumer analysis, product positioning, brand communication, and message strategies—including the use of language and persuasive techniques. The course provides practical training in writing for various formats of marketing communication, enabling students to develop effective content for diverse media platforms.

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

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

ประเภทรายวิชา บรรยาย ฝึกปฏิบัติ

3. จำนวนชั่วโมงให้คำปรึกษานักศึกษารายบุคคล

3.1 การให้คำปรึกษาทางวิชาการ (อย่างน้อย 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์)

3.2 การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการให้คำปรึกษาทางวิชาการ

4. จุดมุ่งหมายรายวิชา

2.1 เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจถึงความสำคัญ และกระบวนการของความคิดสร้างสรรค์

2.2 เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้และประยุกต์ใช้กลยุทธ์การสร้างสารโฆษณา

2.3 เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับหลักการเขียนบทโฆษณาสำหรับสื่อประเภทต่าง ๆ

2.4 เพื่อให้ นักศึกษาสามารถปฏิบัติการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา

รหัสวิชา AAM1301

ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

2.5 เพื่อให้นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ศึกษาไปฝึกปฏิบัติและประยุกต์ใช้ในวิชาชีพด้านโฆษณาต่อไปได้

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

CLO/LO 1 สามารถคิดสร้างสรรค์ พัฒนากลยุทธ์การสร้างสารได้

CLO/LO 2 วิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ ได้

CLO/LO 3 พัฒนาการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดและใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวันได้

CLO/LO 4 วางแผนการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิผล

CLO/LO 5 ใช้ความคิดสร้างสรรค์ การคิดเชิงวิพากษ์ ด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ภายใต้

หลักจรรยาบรรณวิชาชีพ

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		
------	------------------	--	--

รหัสวิชา AAM1301

ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

	(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

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 โดย
 ถูกออกแบบและได้รับการจัดรูปแบบอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร
 ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course Learning Outcomes - CLOs) กรณีหลักสูตรแบบ OBE

CLOs	ความรู้ (K)	ทักษะทาง ปัญญา (S)	คุณธรรม จริยธรรม (E)	ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบ (C)	กรณีหลักสูตร วิชาชีพมีผลลัพธ์ เฉพาะเพิ่มเติม ให้ระบุ
CLO1	✓				
CLO2		✓			
CLO3		✓			
CLO4		✓			
CLO5			✓	✓	

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)
LO1		✓	✓		✓	
LO2		✓			✓	
LO3			✓		✓	
LO4		✓	✓		✓	
LO5	✓			✓		

7. การปรับปรุงรายวิชาตามข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (เปิดสอนรายวิชานี้ครั้งแรกไม่ต้องกรอก)

ข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	การปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ
Critical thinking, analytical thinking, การสื่อสาร ทั้งในรูปแบบการพูดและการเขียน การจับใจความ สำคัญ การเปิดรับความรู้ใหม่ๆ และความรู้รอบตัว จำเป็นต่อการทำงาน และต้องเพิ่มเติมในการศึกษายุค ปัจจุบัน	ปรับปรุงเข้ามาใน POLs ของแขนงวิชา และอยู่ใน COLs รายวิชา

เกณฑ์ประการประกันคุณภาพ: 3.6 ข้อมูลการปรับปรุงรายวิชาตามข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อแสดง
ว่ากระบวนการเรียนการสอนมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าตอบโจทย์ความต้องการของ
ภาคอุตสาหกรรมการทำงาน 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 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. กิจกรรมสร้างสรรค์โฆษณา (Creative Production) 4. สอนการใช้ Key Visuals และ Key Messages ให้ดึงดูดความสนใจ	1. ชิ้นงานโฆษณา คุณภาพและความ สร้างสรรค์ของงาน ที่ผลิตความ เหมาะสมกับความ ต้องการของลูกค้า 2. การนำเสนอ ความชัดเจนและ การใช้กลยุทธ์ใน การนำเสนอ การตอบคำถาม และชี้แจงเหตุผล

รหัสวิชา AAM1301

ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

			3. การทำงานเป็นทีมการมีส่วนร่วมของผู้เรียนแต่ละคนในกระบวนการ
CLO 3	E	1. การปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายในรายวิชาตามข้อเท็จจริง ด้วยกฎหมายและจริยธรรมโฆษณาและสื่อสารการตลาด 2. การทำแบบทดสอบก่อน/หลังการเรียนรู้	1. การประเมินผลงานโดยพิจารณาจากกระบวนการทำงาน ความรับผิดชอบ ความตรงต่อเวลาในการนำเสนอผลงาน และการส่งงาน การสร้าง สรรค์ ผลงาน โดยไม่ได้คัดลอกผลงาน รวมถึงเนื้อหาที่นำเสนอถูกต้องตามหลักจริยธรรมของนักโฆษณา และไม่ขัดต่อหลักกฎหมาย
CLO 4	C	ปฏิบัติงานตามกฎระเบียบขององค์กร ด้วยการฝึกปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายในรายวิชา ทั้งงานกลุ่ม และงานเดี่ยว	ประเมินด้วยเล่มรายงานกลุ่ม และเดี่ยว รวมถึงวิธีการนำเสนอด้วยสื่อประกอบประเภทต่างๆ
CLO 5	IT	จัดกิจกรรมการเรียนการสอนโดยการใช้ความคิดสร้างสรรค์ การคิดเชิงวิพากษ์ ด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์	2. การประเมินผลการเรียนรู้โดยพิจารณาองค์ความรู้ที่ได้ศึกษา

รหัสวิชา AAM1301

ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

			การวิเคราะห์ การ สังเคราะห์ การ ประยุกต์ใช้ ความ ซื่อสัตย์ สุจริตใน การทำงานและส่ง แบบทดสอบตาม เงื่อนไขที่ผู้สอน กำหนด
--	--	--	---

* 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 พฤติกรรมที่แสดงออกที่ต้องประเมิน (Action Verb):		
Below Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก ต่ำกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 0% - 49%)	Meet Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก ตรงตามเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 50% - 79%)	Exceeds Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก สูงกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 80% - 100%)
นักศึกษาไม่สามารถอธิบายองค์ความรู้ การเขียนบทโฆษณาและออกแบบ เนื้อหาได้	นักศึกษามีความเข้าใจโดยสามารถ อธิบายองค์ความรู้การเขียนบทโฆษณา และออกแบบเนื้อหาได้ พร้อม ประยุกต์ใช้ตามแนวทางที่ศึกษามา	นักศึกษามีความเข้าใจโดยอธิบายองค์ ความรู้การเขียนบทโฆษณาและ ออกแบบเนื้อหาได้ และสามารถนำไป ประยุกต์ใช้กับงานที่ได้รับมอบหมาย อย่างโดดเด่นจนได้ถูกนำมาเป็นตัวอย่าง สำหรับเพื่อนในชั้นเรียน (Understanding)

รหัสวิชา AAM1301

ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

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%)
นักศึกษาไม่สามารถพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในงานเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาได้	นักศึกษามีความเข้าใจจากการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในงานเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาได้ตามแนวทางที่ศึกษามา	นักศึกษาสามารถประยุกต์ใช้ความรู้โดยการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในงานเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาได้ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานที่ได้รับมอบหมายอย่างโดดเด่นจนได้ถูกนำมาเป็นตัวอย่างสำหรับเพื่อนในชั้นเรียน (Applying)

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%)
นักศึกษาไม่สามารถปฏิบัติงานเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาได้ตามข้อเท็จจริง ด้วยกฎหมายและจริยธรรมโฆษณาและสื่อสารการตลาด	นักศึกษามีความเข้าใจจากการปฏิบัติงานเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาได้ตามข้อเท็จจริง ด้วยกฎหมายและจริยธรรมโฆษณาและสื่อสารการตลาดได้ตามแนวทางที่ศึกษามา	นักศึกษาสามารถประยุกต์ใช้ความรู้โดยปฏิบัติงานเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาได้ตามข้อเท็จจริง ด้วยกฎหมายและจริยธรรมโฆษณาและสื่อสารการตลาดได้ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานที่ได้รับมอบหมาย

รหัสวิชา AAM1301

ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

		อย่างโดดเด่นจนได้ถูกนำมาเป็นตัวอย่าง สำหรับเพื่อนในชั้นเรียน (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%)
นักศึกษาไม่สามารถฝึกปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายในรายวิชา ทั้งงานกลุ่ม และงานเดี่ยวในการเขียนบทโฆษณา และออกแบบเนื้อหาด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์	นักศึกษามีความเข้าใจจากการฝึกปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายในรายวิชา ทั้งงานกลุ่ม และงานเดี่ยวในการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ได้ตามแนวทางที่ศึกษามา	นักศึกษาสามารถสามารถประยุกต์ใช้ความรู้โดยฝึกปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายในรายวิชา ทั้งงานกลุ่ม และงานเดี่ยวในการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานที่ได้รับมอบหมายอย่างโดดเด่นจนได้ถูกนำมาเป็นตัวอย่างสำหรับเพื่อนในชั้นเรียน (Applying)

CLO 5/LO 5:

ระดับ (ตาม Bloom's Taxonomy):

พฤติกรรมที่แสดงออกที่ต้องประเมิน (Action Verb):

Below Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก ต่ำกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง	Meet Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก ตรงตามเกณฑ์ที่คาดหวัง	Exceeds Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก สูงกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง

(Performance 0% - 49%)	(Performance 50% - 79%)	(Performance 80% - 100%)
นักศึกษาไม่สามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ การคิดเชิงวิพากษ์ ในการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์	นักศึกษาสามารถสังเคราะห์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาเพื่อใช้ความคิดสร้างสรรค์ การคิดเชิงวิพากษ์ ในการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ได้ตามแนวทางที่ศึกษามา	นักศึกษาสามารถสังเคราะห์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาเพื่อใช้ความคิดสร้างสรรค์ การคิดเชิงวิพากษ์ ในการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานที่ได้รับมอบหมายอย่างโดดเด่นจนได้ถูกนำมาเป็นตัวอย่างสำหรับเพื่อนในชั้นเรียน (Analysis)

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

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

รหัสวิชา AAM1301

ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา

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	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน และสื่อการเรียนรู้	ผังการ ทดสอบ	อาจารย์ ผู้สอน
1	แนวคิดทั่วไปเกี่ยวกับการโฆษณา และการเขียนบทโฆษณา	CLO2, 3	ท2, ป2	<ul style="list-style-type: none"> - ทดสอบก่อนเรียน (Pre-Test) - ชี้แจงข้อตกลงในการเรียน คำอธิบายรายวิชา วัตถุประสงค์ ของรายวิชา วิธีสอน กิจกรรม การเรียนการสอน วิธีการวัดผล และประเมินผล - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ ความรู้ เบื้องต้นเกี่ยวกับการเขียนบท โฆษณา และการสร้างสรรค์บท โฆษณา - ผู้สอนเปิดคลิปวิดีโอ ภาพยนตร์โฆษณาผ่าน Youtube ให้นักศึกษาชม ตัวอย่าง - ให้นักศึกษาอภิปรายจาก กรณีศึกษา ใน Youtube - ผู้สอนประเมินในชั้นเรียน ด้วย การทดสอบคุณลักษณะพื้นฐาน ของการเขียนบทโฆษณา โดยให้ นักศึกษาฝึกปฏิบัติสร้างสรรค์ บทโฆษณาสั้นบุคคล 	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมิน ความรู้) ประเมินจาก การมีส่วนร่วม ในการบรรยาย (P1)	PKS

รหัสวิชา AAM1301

ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน และสื่อการเรียนรู้	ฝั่งการ ทดสอบ	อาจารย์ ผู้สอน
				- นักศึกษาฝึกปฏิบัติสร้างสรรค์ บทโฆษณาส่วนบุคคล พร้อม นำเสนอผ่าน		
2	กระบวนการและการสร้างสรรค์ การโฆษณา	CLO1	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยายหัวข้อ กระบวนการสื่อสารทางการ โฆษณาโดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการ นำเสนอ ผ่านโปรแกรม Google Meet - นักศึกษาฝึกอภิปรายจาก กรณีศึกษา - มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษา กลับไปทำแบบฝึกหัดฝึก กระบวนการสื่อสารทางการ โฆษณาเพื่อการเขียนบทโฆษณา และออกแบบเนื้อหา	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมินความ เข้าใจ) ประเมินจาก การมีส่วนร่วม ในการบรรยาย (Q2)	PKS
3	แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร การตลาด เพื่อการเขียนบทโฆษณา และออกแบบเนื้อหา	CLO2, 3	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยายหัวข้อ แนวคิด เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด เพื่อการเขียนบทโฆษณาและ ออกแบบเนื้อหา โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ - นักศึกษาฝึกอภิปรายจาก กรณีศึกษา - มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษา กลับไปทำแบบฝึกหัดฝึก วิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ การตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมินความ เข้าใจ) ประเมินจาก การมีส่วนร่วม ในการบรรยาย (Q3)	PKS

รหัสวิชา AAM1301

ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน และสื่อการเรียนรู้	ฝั่งการ ทดสอบ	อาจารย์ ผู้สอน
				เพื่อใช้ในการการเขียนบท โฆษณา - นักศึกษาฝึกอภิปรายและฝึก ปฏิบัติรายบุคคล		
4	การวิเคราะห์ผู้บริโภคเพื่อการ เขียนบทโฆษณาและออกแบบ เนื้อหา	CLO2, 3	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยายหัวข้อ การ วิเคราะห์ผู้บริโภคเพื่อการเขียน บทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการ นำเสนอ - มอบใบงาน เพื่อให้ นักศึกษา กลับไปทำแบบฝึกหัดฝึก ปฏิบัติการวิเคราะห์โดยใช้ พฤติกรรมการบริโภคของตัวเอง อธิบายลำดับขั้นของ กระบวนการตัดสินใจซื้อของ ผู้บริโภคตามลำดับขั้นที่ กำหนดให้ - นักศึกษาฝึกอภิปราย กระบวนการตัดสินใจซื้อของ ผู้บริโภคเพื่อการเขียนบท โฆษณาและออกแบบเนื้อหา ของผลิตภัณฑ์ที่ตนเองได้รับ	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมินความ เข้าใจ) ประเมินจาก การมีส่วนร่วม ในการบรรยาย (Q4)	PKS
5	การสื่อสารแบรนด์เพื่อการเขียน บทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา	CLO1, 3	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยายหัวข้อ การ สื่อสารแบรนด์ โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมินการ นำไป ประยุกต์ใช้)	PKS

รหัสวิชา AAM1301

ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน และสื่อการเรียนรู้	ฝั่งการ ทดสอบ	อาจารย์ ผู้สอน
				Classroom โดยให้นักศึกษา เข้ามาชมภายในเวลา 1 สัปดาห์ - มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษา กลับไปทำแบบฝึกหัดฝึก ปฏิบัติการวิเคราะห์บุคลิกภาพ ของแบรนด์ - ให้นักศึกษาฝึกอภิปราย บุคลิกภาพของของแบรนด์ พร้อมนำเสนอ	(Q5)	
6	การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อ การเขียนบทโฆษณาและออกแบบ เนื้อหา	CLO1, 3	ท2, ป2	ผู้สอนบรรยายหัวข้อ การ กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อ การเขียนบทโฆษณาและ ออกแบบเนื้อหา ใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ - ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน โดยนำเอาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ใน ห้องตลาด มาทำการกำหนด ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ ขั้นตอนการวางตำแหน่ง ผลิตภัณฑ์ - มอบใบงานเพื่อให้นักศึกษา กลับไปทำแบบฝึกหัดฝึก ปฏิบัติการกำหนดตำแหน่ง ผลิตภัณฑ์เพื่อการเขียนบท โฆษณาและออกแบบเนื้อหา - ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติกำหนด ตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อการเขียน	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมินการ นำไป ประยุกต์ใช้) (Q6)	PKS

รหัสวิชา AAM1301

ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน และสื่อการเรียนรู้	ฝั่งการ ทดสอบ	อาจารย์ ผู้สอน
				บทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา พร้อมนำเสนอ		
7	สารและภาษาในงานโฆษณา	CLO1	ท2, ป2	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ สารและภาษาในงานโฆษณา - ผู้สอนมอบลิ้งค์ TVC ภาพยนตร์โฆษณาจริงให้นักศึกษาให้ได้ชม - นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษา ใน Youtube ที่เข้าชม - ผู้สอนมอบใบงาน ด้วยการทำแบบฝึกหัด ความเข้าใจเกี่ยวกับสารและภาษาในงานโฆษณา - นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ส่วนประสมการสร้างสรรค์บทโฆษณา 	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินความเข้าใจ) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการบรรยาย (Q7)	PKS
8	ไม่มีการสอบกลางภาค					
9	กลยุทธ์การสร้างสารเพื่อการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา	CLO1, 3	ท2, ป2	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ กลยุทธ์การสร้างสารเพื่อการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ - นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน โดยนำเอาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในท้องตลาด มาทำการกำหนดจุดขายในงานโฆษณา 	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินความเข้าใจ) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการบรรยาย (A1)	PKS

รหัสวิชา AAM1301

ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน และสื่อการเรียนรู้	ฝั่งการ ทดสอบ	อาจารย์ ผู้สอน
				- มอบใบงาน เพื่อให้ให้นักศึกษา กลับไป ฝึกอภิปรายเกี่ยวกับจุดขายใน งานโฆษณา พร้อมนำเสนอ		
10	กลยุทธ์การใช้บุคคลรับรองสำหรับการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา	CLO2, 3	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยายหัวข้อ กลยุทธ์ การใช้บุคคลรับรองสำหรับการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา - ผู้สอนมอบลิงค์ TVC ภาพยนตร์โฆษณาจริงให้นักศึกษาให้ได้ชม - นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษา ใน Youtube ที่เข้าชม - ผู้สอนมอบใบงาน ด้วยการทำแบบฝึกหัดการใช้บุคคลรับรองสำหรับการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินการนำไปประยุกต์ใช้) (A2)	PKS
11	การเขียนเพื่อการเล่าเรื่อง	CLO1	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยายหัวข้อการเขียนเพื่อการเล่าเรื่อง - ผู้สอนมอบลิงค์ TVC ภาพยนตร์โฆษณาจริงให้นักศึกษาให้ได้ชม - นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษา ใน Youtube ที่เข้าชม	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินการนำไปประยุกต์ใช้) (A3)	PKS

รหัสวิชา AAM1301

ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน และสื่อการเรียนรู้	ฝั่งการ ทดสอบ	อาจารย์ ผู้สอน
				- ผู้สอนมอบใบงาน ด้วยการทำให้แบบฝึกหัดการเขียนเพื่อการเล่าเรื่อง		
12	การเขียนบทความแฝงโฆษณา	CLO4, 5	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยายหัวข้อ การเขียนบทความแฝงโฆษณา โดยใช้ Power Point Presentation - นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน โดยนำเอาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในท้องตลาด มาทำการเขียนบทโฆษณาประเภท Advertorial - มอบใบงาน เพื่อให้ให้นักศึกษา กลับไป ทำแบบฝึกหัด เกี่ยวกับการเขียนบทความแฝงโฆษณา พร้อมนำเสนอ	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมินการนำไป ประยุกต์ใช้) (A4)	PKS
13	การเขียนข้อความอธิบายรายละเอียดผลิตภัณฑ์	CLO4, 5	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยายหัวข้อการเขียนข้อความอธิบายรายละเอียดผลิตภัณฑ์ โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ - นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน โดยนำเอาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในท้องตลาดมาทำการเขียนข้อความอธิบายรายละเอียดผลิตภัณฑ์- ผู้สอนมอบใบงาน ด้วยการทำให้แบบฝึกหัดฝึก	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมินการนำไป ประยุกต์ใช้) (A5)	PKS

รหัสวิชา AAM1301

ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน และสื่อการเรียนรู้	ฝั่งการ ทดสอบ	อาจารย์ ผู้สอน
				ปฏิบัติการเขียนข้อความอธิบาย รายละเอียดผลิตภัณฑ์		
14	การออกแบบสโลแกนโฆษณา	CLO4, 5	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยายหัวข้อการ ออกแบบสโลแกนโฆษณา โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการ นำเสนอ - นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน โดยนำเอาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ใน ห้องตลาดมาทำการออกแบบ สโลแกนโฆษณาเพื่อสื่อสาร การตลาด - ผู้สอนมอบใบงาน ด้วยการทำ แบบฝึกหัดฝึกปฏิบัติการ ออกแบบสโลแกนโฆษณา	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมินการ นำไป ประยุกต์ใช้) (A6)	PKS
15	การออกแบบข้อความหลักในการ โฆษณา	CLO4, 5	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยายหัวข้อการ ออกแบบข้อความหลักโดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ - นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน โดยนำเอาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ใน ห้องตลาดมาทำการออกแบบ ข้อความหลักเพื่อสื่อสาร การตลาด	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมินการ นำไป ประยุกต์ใช้) (A7)	PKS

รหัสวิชา AAM1301

ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน และสื่อการเรียนรู้	ฝั่งการ ทดสอบ	อาจารย์ ผู้สอน
				- ผู้สอนมอบใบงาน ด้วยการทำให้แบบฝึกหัดฝึกปฏิบัติการ ออกแบบข้อความหลัก		
16	การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาสำหรับสื่อดิจิทัล	CLO4, 5	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยายหัวข้อ การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาสำหรับสื่อดิจิทัล โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ - นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน โดยนำเอาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในห้องตลาดมาทำการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาสำหรับสื่อดิจิทัล - ผู้สอนมอบใบงาน ด้วยการทำให้แบบฝึกหัดฝึกปฏิบัติเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาสำหรับสื่อดิจิทัล	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินการนำไปประยุกต์ใช้) (A 8)	PKS
17	สอบปลายภาค	CLO4, 5		สอบปลายภาคข้อเขียน 3 ข้อ	F(3 ข้อ) โดยข้อ 1 ประเมินความรู้ความเข้าใจ ข้อ 2 และข้อ 3 ประเมินการนำการเขียนบทโฆษณาและ	

รหัสวิชา AAM1301

ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน และสื่อการเรียนรู้	ผังการ ทดสอบ	อาจารย์ ผู้สอน
					ออกแบบ เนื้อหาไป ประยุกต์ใช้ได้ อย่าง สร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพ	

หมายเหตุ:

1. ท คือ ภาคทฤษฎี และ ป คือ ภาคปฏิบัติ
2. ระบุด้วยชื่ออาจารย์ผู้สอน XXX ชื่อ สกุล เช่น PKS: รศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา
3. กิจกรรมการสอน (Teaching Activities) หมายถึง กิจกรรมและสื่อที่ผู้สอนนำมาใช้เพื่อนำพาการเรียนรู้ และ กิจกรรมการเรียน (Learning Activities) หมายถึง กิจกรรมที่ผู้สอนต้องกำหนดและมอบหมายให้ในชั้นเรียน (หรือนอกชั้นเรียน) เพื่อให้ผู้เรียนได้เกิด “ประสบการณ์การเรียนรู้” ด้วยตนเอง
4. ระบุด้วยผังการทดสอบ 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
P (1, 8)	10%				✓	✓
Q (2, 3, 4, 5, 6, 7)	30%	✓	✓	✓		
A (9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16)	40%	✓	✓		✓	
F (17)	20%	✓	✓		✓	

รหัสวิชา AAM1301

ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

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	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง
ทดสอบย่อย	30%	2 ครั้ง	2 ครั้ง		1 ครั้ง	
ปฏิบัติการเขียนบทโฆษณาและ ออกแบบเนื้อหา	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
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 : ประกายกาวิล ศรีจินดา. (2567). *การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา*. กรุงเทพฯ : บริษัท แดเน็กซ์ อินเทอร์เน็ตคอร์ปอเรชั่น.
- 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 ประกายกาวิล ศรีจินดา. (2563). หน่วยที่ 5 การเขียนเพื่อการเล่าเรื่องในงานประชาสัมพันธ์. ในชุดวิชาการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- 3.2 Barker, A. (2025). *The complete copywriter: The definitive guide to marketing with words*. Kogan Page.
- 3.3 Barry, P. (2022). *The advertising concept book: Think now, design later (3rd ed.)*. Thames & Hudson.
- 3.4 CUNY Pressbooks. (2022). *The components of copywriting*. CUNY Academic Works.
- 3.5 Chen, Z., & Srijinda, P. (2024). The impact of AI-generated content on content consumption habits of Chinese social media users through Xiaohongshu application. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 8(6), 1504–1516. <https://doi.org/10.55214/25768484.v8i6.2268>
- 3.6 Krawczyk, N. (2022). *Copywriting strategies: A no-nonsense guide to writing persuasive copy for your business*. Callisto Media.
- 3.7 World Federation of Advertisers. (2025). *Global advertising report 2025*. Retrieved from <https://wfanet.org>

- Amazon Ads. (2567). การตลาดดิจิทัลคืออะไร ประเภท ตัวอย่าง และคอร์ส. สืบค้นจาก <https://advertising.amazon.com>
- Common Ground. (2566). คอนเทนต์การตลาด vs คอนเทนต์ดั้งเดิม ต่างกันอย่างไร. สืบค้นจาก <https://iamcommonground.com>
- ES Dubai. (2566). สร้างสมดุลที่ถูกต้องระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดดิจิทัล. สืบค้นจาก <https://esdubai.com>
- GMO Research & AI, Inc. (2566). Understanding AISAS: Key Insights into the Customer Journey Framework. สืบค้นจาก https://www.linkedin.com/posts/gmo-research-ai_understanding-aisas-key-insights-into-the-activity-7267416876710813696-U0td
- Guntit Horthong. (2563). 5 ประเภทของ Influencer แบ่งตามจำนวนผู้ติดตาม ลักษณะที่แตกต่างในการใช้งาน เพื่อตอบสนองความต้องการให้ตรงจุด. ใน <https://adaddictth.com/knowledge/5-Influencer-category>. May 26, 2020. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2563.
- IDM Council. (n.d.). ความแตกต่างระหว่าง Digital Marketing vs Traditional Trade. สืบค้นจาก <https://idmcouncil.com>
- Lazada. (2568). คอลเกต-ปาล์มโอลิฟ. *Lazada Application*. Retrieved from Lazada app.
- MarTech Zone. (2566). การตลาดดิจิทัลกับการตลาดแบบดั้งเดิม: คำจำกัดความ การเติบโต และทางแยก. สืบค้นจาก <https://th.martech.zone>
- MarketThink. (2024, กุมภาพันธ์ 15). สรุป 10 วิธี วางตำแหน่งให้สินค้า ช่วยสร้างจุดขาย ให้ไม่ซ้ำแบรนด์อื่น. *MarketThink*. *<https://www.facebook.com/MarketThinkTH/posts/1057268463114633>
- Number 24 Co., Ltd. (n.d.). การตลาดรูปแบบดั้งเดิม VS การตลาดรูปแบบดิจิทัล: แล้วถ้าเราเลือกได้ทั้งสองอย่างล่ะ? สืบค้นจาก <https://number24.co.th>
- Primal. (2568). 10 ความแตกต่าง การตลาดดั้งเดิม VS การตลาดยุคดิจิทัล. สืบค้นจาก <https://primal.co.th>
- Theconversation.com. (2562). สืบค้นเมื่อ วันที่ 12 มีนาคม 2562, จาก <https://theconversation.com>
- YouTube. (2558). สืบค้นเมื่อ วันที่ 18 พฤศจิกายน 2558, จาก <https://youtu.be/54uzEouACYs>
- YouTube. (2560). สืบค้นเมื่อ วันที่ 16 สิงหาคม 2560, จาก <https://www.youtube.com>
- YouTube. (2561). สืบค้นเมื่อ วันที่ 14 พฤษภาคม 2561, จาก <https://youtu.be/0P4lHNlu7XM>
- YouTube. (2567). สืบค้นเมื่อ วันที่ 7 พฤษภาคม 2567, จาก <https://www.youtube.com>
- adintrend.com. (2552). สืบค้นเมื่อ วันที่ 15 กรกฎาคม 2552, จาก <https://www.adintrend.com>

adintrend.com. (2554). สืบค้นเมื่อ วันที่ 13 พฤษภาคม 2554, จาก <https://www.adintrend.com>

adintrend.com. (2555). สืบค้นเมื่อ วันที่ 24 สิงหาคม 2555, จาก <https://www.adintrend.com>

adintrend.com. (2555). สืบค้นเมื่อ วันที่ 25 ตุลาคม 2555, จาก <https://www.adintrend.com>

adintrend.com. (2559). สืบค้นเมื่อ วันที่ 22 สิงหาคม 2559, จาก <https://www.adintrend.com>

adintrend.com. (2564). สืบค้นเมื่อ วันที่ 22 กรกฎาคม 2564, จาก <https://www.adintrend.com>

adintrend.com. (2567). สืบค้นเมื่อ วันที่ 25 พฤษภาคม 2567, จาก <https://www.adintrend.com>

adintrend.com. (2560). สืบค้นเมื่อ วันที่ 24 สิงหาคม 2560, จาก <https://www.adintrend.com>

airasia.com. (2561). สืบค้นเมื่อ วันที่ 19 สิงหาคม 2561, จาก <https://www.airasia.com>

aphonda.co.th. (2560). สืบค้นเมื่อ วันที่ 9 ตุลาคม 2560, จาก <https://www.aphonda.co.th>

apple.com. (2567). สืบค้นเมื่อ วันที่ 22 พฤษภาคม 2567, จาก <https://www.apple.com>

dtac.co.th. (2552). สืบค้นเมื่อ วันที่ 19 ตุลาคม 2552, จาก <https://www.dtac.co.th>

facebook.com/Mono29TV. (2562). สืบค้นเมื่อ วันที่ 14 มกราคม 2562, จาก

<https://www.facebook.com/Mono29TV>

facebook.com/Pastsengertheseries. (2566). สืบค้นเมื่อ วันที่ 7 ธันวาคม 2566, จาก

<https://www.facebook.com/Pastsengertheseries>

facebook.com/Poetry of Bitch. (2567). สืบค้นเมื่อ วันที่ 25 มิถุนายน 2567, จาก

<https://www.facebook.com/PoetryofBitch>

facebook.com/The Golden Song. (2565). สืบค้นเมื่อ วันที่ 25 ตุลาคม 2565, จาก

<https://www.facebook.com/TheGoldenSong>

facebook.com/workpointdrama. (2562). สืบค้นเมื่อ วันที่ 14 มกราคม 2562, จาก

<https://www.facebook.com/workpointdrama>

kosanathai.com. (2561). สืบค้นเมื่อ วันที่ 31 พฤษภาคม 2561, จาก <https://www.kosanathai.com>

kosanathai.com. (2565). สืบค้นเมื่อ วันที่ 12 ธันวาคม 2565, จาก <https://www.kosanathai.com>

manager.co.th. (2555). สืบค้นเมื่อ วันที่ 14 ธันวาคม 2555, จาก <https://www.manager.co.th>

mangozero.com. (2566). สืบค้นเมื่อ วันที่ 7 ธันวาคม 2566, จาก <https://www.mangozero.com>

marketeeronline.com. (2563). สืบค้นเมื่อ วันที่ 22 สิงหาคม 2563, จาก

<https://www.marketeeronline.com>

marketingoops.com. (2561). สืบค้นเมื่อ วันที่ 12 ธันวาคม 2561, จาก <https://www.marketingoops.com>

mitihoon.com. (2567). สืบค้นเมื่อ วันที่ 25 มิถุนายน 2567, จาก <https://www.mitihoon.com>
muangthai.co.th. (2567). สืบค้นเมื่อ วันที่ 1 เมษายน 2567, จาก <https://www.muangthai.co.th>
oishi.com. (2562). สืบค้นเมื่อ วันที่ 25 พฤษภาคม 2562, จาก <https://www.oishi.com>
pantip.com. (2566). สืบค้นเมื่อ วันที่ 7 ธันวาคม 2566, จาก <https://www.pantip.com>
pingidea.com. (2561). สืบค้นเมื่อ วันที่ 31 พฤษภาคม 2561, จาก <https://www.pingidea.com>
positioning.com. (2560). สืบค้นเมื่อ วันที่ 22 กรกฎาคม 2560, จาก <https://www.positioning.com>
positioningmag.com. (2561). สืบค้นเมื่อ วันที่ 5 สิงหาคม 2561, จาก <https://www.positioningmag.com>
positioningonline.com. (2561). สืบค้นเมื่อ วันที่ 5 มกราคม 2561, จาก
<https://www.positioningonline.com>
ryt9.com. (2566). สืบค้นเมื่อ วันที่ 19 ธันวาคม 2566, จาก <https://www.ryt9.com>

4. งานวิจัยประกอบการเรียนรู้ในรายวิชา (ถ้ามี)

4.1 ประกายกาวิล ศรีจินดา. (2566). ซีรีส์วายไทยกับแนวทางการพัฒนาสู่ซอฟต์แวร์ พาวเวอร์. *วารสารเอเชียปริทัศน์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย* 44(2). 1-38. TCI 1.

4.2 ประกายกาวิล ศรีจินดา. ภูวพงษ์ ภูมราพันธ์. เจตรินทร์ ยะแสง. สนิมคพร จั่นนงเยาว์. นภาภักดิ์ จักษุบ. (2563). กลยุทธ์การสื่อสารตราสินค้าของเทศกาลดนตรี บิ๊กเมาน์เทน มิวสิคเฟสติวัล. *วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร*.5(1). 37-46.

4.3 Hong Y., & Srijinda, P. Empirical Study on the Influencing Factors of Cultural Space Communication Effect in Lou Di City. *Journal of Ecohumanism*. 3(4). 2476 – 2485. SCOPUS Q2,

4.4 Zhimin J., & Srijinda, P. Challenged and Opportunity of Brand Communication for Small and Medium tea Enterprises in The Era of Digital Transformation : A case study of Guizhou Province, China : *ICCMETS 2023 International Conference on Creative, Management, Education Technology Science 2023*. Bangkok Thailand.

เกณฑ์ประการประกันคุณภาพ:

รหัสวิชา AAM1301

ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

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 AAM1301

ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

5. แผนการทบทวนและปรับปรุงรายวิชา

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



รองศาสตราจารย์ ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

วันที่ 10 มิถุนายน 2569