
รายงานผลดำเนินการของรายวิชา
Course Report (TQF5/OBE5)

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

Section 1 General Information

1. รหัสและชื่อรายวิชา

ไทย AAM4801 การวิจัยโฆษณาและสื่อสารการตลาด

อังกฤษ AAM4801 Advertising and Marketing Communication Research

2. จำนวนหน่วยกิต

3 (2-2-5) หน่วยกิต

3. หมวดวิชา

เอกบังคับ

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 2568

ชั้นปีที่ 3

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

รหัสวิชา AAM4801

ชื่อรายวิชา การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

9. ข้อมูลประกอบการประกันคุณภาพการศึกษา

9.1 ทำเครื่องหมาย หน้าข้อที่ดำเนินการ / จำเป็นต้องมีทุกข้อ)

- ✓ รายวิชานี้ได้ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนการสอนหรือกิจกรรมการเรียนการสอน
ในชั้นเรียน ดังนี้ (Criterion 3.2)

รายวิชานี้ได้ออกแบบกิจกรรมการเรียนการสอนโดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอย่างมีความรับผิดชอบ
ในกระบวนการเรียนรู้ ผ่านกิจกรรมที่หลากหลายทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษามีส่วน
ร่วมอย่างกระตือรือร้นในการอภิปราย วิเคราะห์ และสังเคราะห์แนวคิดด้านการวิจัย มีบทบาทเป็น “ผู้ร่วม
สร้างความรู้” โดยร่วมกันออกแบบโครงการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอผลการวิจัยในชั้นเรียน รับผิดชอบ
ต่อการเรียนรู้ของตนเอง ผ่านการศึกษาค้นคว้าอิสระ การนำเสนอรายบุคคลและรายกลุ่ม รวมทั้งการสะท้อน
ผลการเรียนรู้ (reflection) ได้แลกเปลี่ยน ถกเถียง ตั้งคำถาม และสะท้อนคิดเชิงวิพากษ์เกี่ยวกับประเด็นการ
วิจัยด้านการโฆษณาและการสื่อสารการตลาด กระบวนการเรียนรู้ดังกล่าวช่วยให้นักศึกษาเข้าใจทั้งทฤษฎีและ
การประยุกต์ใช้จริง สามารถพัฒนาเป็นผู้วิจัยและนักสื่อสารมืออาชีพที่มีจริยธรรมทางวิชาการและความ
รับผิดชอบต่อสังคม

- ✓ CLOs ของรายวิชานี้ สอดคล้องกับ YLOs ของชั้นปี 3 ดังนี้ (Criterion 1.5)

CLOs ของรายวิชา AAM4801 การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด สอดคล้องกับ YLOs ของ
นักศึกษาชั้นปีที่ 3 (Criterion 1.5) ในด้าน “การมีบุคลิกภาพเชิงบวกในการปฏิบัติงาน ทั้งต่อตนเองและ
เพื่อนร่วมงาน รวมถึงการทำงานเป็นทีม” ดังนี้

รายวิชานี้มุ่งส่งเสริมให้นักศึกษาพัฒนาทัศนคติและบุคลิกภาพในเชิงบวกต่อการทำงานวิจัยและการ
ทำงานร่วมกับผู้อื่น โดยเน้นการฝึกให้ผู้เรียนมี ความรับผิดชอบในบทบาทหน้าที่ของตนเอง เคารพความ
คิดเห็นของผู้อื่น เปิดใจเรียนรู้ และสามารถทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านกิจกรรมการเรียนรู้แบบ
ร่วมมือ (Collaborative Learning) และการทำโครงการวิจัยกลุ่ม (Group Research Project) ซึ่งผู้เรียน
จะได้ฝึกการสื่อสาร การวางแผน การแบ่งหน้าที่ และการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน

นอกจากนี้ ยังปลูกฝังให้ผู้เรียนมี บุคลิกภาพเชิงบวก (Positive Personality) ในการทำงาน ทั้งใน
ด้าน

ความมีวินัยและความรับผิดชอบต่อการส่งงานและการปฏิบัติงานวิจัย

ความซื่อสัตย์ทางวิชาการ เคารพสิทธิในข้อมูลและผลงานของผู้อื่น

การให้ความร่วมมือ สนับสนุน และให้กำลังใจเพื่อนร่วมทีมอย่างสร้างสรรค์

การยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่างและการปรับตัวในสภาพแวดล้อมการทำงานจริง

คุณลักษณะดังกล่าวช่วยให้นักศึกษาพร้อมเป็นนักวิจัยและนักสื่อสารที่มีคุณธรรม จริยธรรม และ

ทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมืออาชีพในอนาคต

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)

รายวิชา AAM4801 การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด มีการบูรณาการความรู้ร่วมกับรายวิชาอื่นและกิจกรรมภายนอก เพื่อพัฒนาทักษะการวิจัยเชิงประยุกต์และการทำงานจริงของนักศึกษา โดยดำเนินการในลักษณะดังนี้

1. การบูรณาการกับรายวิชาในกลุ่มสาขา (Intra-disciplinary Integration)

รายวิชานี้เชื่อมโยงกับรายวิชา การวางแผนรณรงค์โฆษณาและการสื่อสารการตลาด (AAM3301) และการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม (AAM2304) โดยให้นักศึกษาใช้ความรู้ด้านกลยุทธ์การสื่อสาร การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย และการออกแบบสื่อ มาประยุกต์ใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดและการออกแบบเครื่องมือวิจัย เพื่อสะท้อนความเข้าใจเชิงบูรณาการระหว่างทฤษฎีและการปฏิบัติ

2. การบูรณาการกับการเรียนรู้เชิงบูรณาการกับการทำงาน (Work-Integrated Learning: WIL)

รายวิชานี้เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เรียนรู้จากสถานการณ์จริง ผ่านการเก็บข้อมูลภาคสนาม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก เช่น บริษัทโฆษณา องค์กรสื่อ หรือผู้ประกอบการด้านการตลาด เพื่อให้นักศึกษาได้ประยุกต์ใช้แนวคิดการวิจัยในบริบทการทำงานจริง พัฒนาทักษะการสื่อสาร การคิดเชิงวิเคราะห์ และความรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ของงานวิจัย

3. การบูรณาการกับงานวิจัยและบริการวิชาการของคณาจารย์ (Research and Academic Service Integration)

รายวิชานี้ได้รับการออกแบบให้เชื่อมโยงกับโครงการวิจัยและบริการวิชาการของคณาจารย์ในสาขา การสื่อสาร เช่น โครงการ “การเพิ่มขีดความสามารถของสื่อภายใต้การเปลี่ยนแปลงของระบอบโลก” และ “การพัฒนาศักยภาพนักสื่อสารรุ่นใหม่ด้วยฐานข้อมูลวิจัยเชิงสังคม” เพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้ แนวทางการวิจัยจากกรณีศึกษาและข้อมูลจริงในระดับชาติและนานาชาติ ตลอดจนตระหนักถึง บทบาทของการวิจัยเพื่อสังคมและความรับผิดชอบต่อสาธารณะ

การบูรณาการในลักษณะดังกล่าวช่วยยกระดับผลลัพธ์การเรียนรู้ (CLOs) ให้เชื่อมโยงกับสมรรถนะ หลักของผู้เรียนทั้งด้านความรู้ ทักษะวิชาชีพ และคุณลักษณะเชิงจริยธรรม อันเป็นการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน ให้พร้อมต่อการทำงานจริงและการเรียนรู้ตลอดชีวิต

✓ รายวิชานี้ได้ใช้แนวทางในการปลูกฝังทักษะดังต่อไปนี้ (Criterion 3.4)

ทักษะการส่งเสริมการเรียนรู้ (Promote Learning) ด้วยวิธีใช้กลยุทธ์การสอนแบบเน้นสมรรถนะ (Competency-based Instruction) โดยเน้นวิธีการปฏิบัติพร้อมกับการฝึกฝนองค์ความรู้ผู้เรียน สามารถแสดงศักยภาพจากการเรียนรู้และมีทักษะการปฏิบัติงานได้จริง ผ่านการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน โดยให้นักศึกษาได้พัฒนางานสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมจากประสบการณ์จริงนอกชั้นเรียน

ทักษะการเรียนรู้วิธีเรียนรู้ (Learning How to Learn) ด้วยวิธีให้นักศึกษาได้ฝึกฝนทักษะในการ ประเมินตนเองและผู้อื่นผ่านการแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน และนอกชั้นเรียนผ่านระบบออนไลน์ และจัด กิจกรรมการอภิปรายกลุ่ม และให้นักศึกษาระดมสมอง วิเคราะห์ประเด็นต่างๆ ที่ได้อภิปรายไป เพื่อสร้าง กระบวนการเรียนรู้และหาแนวทางปฏิบัติที่ดี

ทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) ด้วยวิธีสร้างกระบวนการเรียนรู้ที่พัฒนา Growth Mindset เพื่อเตรียมความพร้อมที่จะเรียนรู้และปรับตัวในทุกสถานการณ์ อีกทั้งมอบหมายกิจกรรมให้นักศึกษา ฝึกทำงานร่วมกับผู้อื่น ฝึกรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และปรับตัวในสถานการณ์ต่างๆ ทั้งภายในและภายนอก มหาวิทยาลัย

✓ รายวิชานี้มีแนวทางปลูกฝังเรื่องต่อไปนี้ ด้วยวิธีการดังนี้

“ความคิดใหม่” (New Idea) ด้วยวิธีให้นักศึกษาได้เรียนรู้กระบวนการพัฒนาความคิดในการทำงาน และอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างยั่งยืน ให้มีความ แพลกใหม่ มีคุณค่า และมีประโยชน์ต่อผู้รับสารและ สังคม

“การสร้างนวัตกรรม” (Innovation) ด้วยวิธีฝึกให้นักศึกษา

นำสิ่งที่ได้เรียนมาประกอบสร้างให้เกิดผลงานที่เป็นผลงานจริง และได้รับการประเมินจากลูกค้าจริง และเป็น
 การพัฒนาผลงานใหม่ในสาขาวิชา

“ทัศนคติของผู้ประกอบการ” (Entrepreneurial Mindset) ด้วยวิธีมอบหมายกิจกรรมที่ให้
 นักศึกษาสามารถแสดงออกอย่าง มั่นใจ กล้าแสดงออก และมีภาวะความเป็นผู้นำ โดยมีผู้ประกอบการ เจ้าของ
 สินค้า บริการ แปรนด์จริง เป็นผู้ให้ข้อเสนอแนะ

10. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

1 กรกฎาคม 2568

หมวดที่ 2 การจัดการเรียนการสอนที่เปรียบเทียบกับแผนการสอน

1. รายงานชั่วโมงการสอนจริงที่คลาดเคลื่อนจากแผนการสอน (ถ้ามี)

ไม่มี

2. หัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน (ถ้ามี)

ไม่มี

3. จัดสิ่งสนับสนุนเพื่อประสิทธิผลในการเรียนรู้ของนักศึกษา

สิ่งสนับสนุน	ผลการดำเนินการ		
	มีการดำเนินการ	ไม่ได้ดำเนินการ	แผนการปรับปรุง
1.เอกสารประกอบการสอนที่เป็นปัจจุบัน	พิมพ์ครั้งที่ 2 (ปรับปรุง) ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568		
2.การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	เว็บไซต์ DLP Google Classroom		
3.ระบบในการรับทราบปัญหา	นักศึกษาสามารถแจ้งและ ปรึกษาอาจารย์ผู้สอนผ่าน ช่องทางติดต่อที่แจ้งไป		

รหัสวิชา AAM4801

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

ชื่อรายวิชา การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

4.ระบบช่วยเหลือนักศึกษา ที่มีปัญหา	นักศึกษาสามารถแจ้งและ ปรึกษาอาจารย์ผู้สอนผ่าน ช่องทางติดต่อที่แจ้งไป		
5.อื่นๆ...(ระบุ).....			

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

CLO 1 วิเคราะห์ข้อมูล และประยุกต์องค์ความรู้เพื่อออกแบบการวิจัยการสื่อสารการตลาดได้อย่างเหมาะสม

CLO 2 ปฏิบัติการวิจัยการสื่อสารการตลาดได้อย่างถูกต้องตามขั้นตอน

CLO 3 สามารถใช้เทคโนโลยีปฏิบัติการวิจัยการสื่อสารการตลาด และสามารถนำเสนอผลการวิจัยด้วยการสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

CLO 4 ปฏิบัติการวิจัยการสื่อสารการตลาด โดยยึดมั่นหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ และไม่ดัดแปลงและ/หรือคัดลอกวรรณกรรมของผู้อื่น

CLO 5 เรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อปรับปรุงและพัฒนาองค์ความรู้ทางการวิจัยการสื่อสารการตลาด

5. ประสิทธิภาพของวิธีการจัดการเรียนรู้และวิธีการประเมินผลที่ดำเนินการเพื่อทำให้เกิดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามที่ระบุในรายละเอียดรายวิชา

(อ้างอิงจาก OBE3 หมวดที่ 4)

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชา (CLOs)	ผลที่เกิดกับนักศึกษาตาม CLOs (บรรลุ/ไม่บรรลุ)	กิจกรรมการเรียนการสอนที่ระบุ	วิธีการจัดการสอน (เหมาะสม/ไม่เหมาะสม)	วิธีการวัดผลและประเมินผล	วิธีการวัดผล (เหมาะสม/ไม่เหมาะสม)	แนวทางการพัฒนาปรับปรุงเพื่อให้นักศึกษาบรรลุตามแต่ละ CLO หรือแนวทางที่ทำให้มีวิธีการจัดการสอนหรือวิธีการวัดผลผลลัพธ์การเรียนรู้ที่เหมาะสม
CLO 1 วิเคราะห์ข้อมูลและประยุกต์องค์ความรู้เพื่อออกแบบการวิจัยการสื่อสารการตลาดได้อย่างเหมาะสม	✓	- การบรรยายเชิงวิเคราะห์ (Analytical Lecture) ร่วมกับกรณีศึกษา (Case Study) - การระดมสมองและอภิปรายกลุ่ม (Brainstorming & Group Discussion)	✓	- การประเมินโครงร่างวิจัย (Proposal Evaluation Rubric) - แบบฝึกหัดวิเคราะห์กรณีศึกษาและการตอบคำถามเชิงวิเคราะห์	✓	ประเด็นปัญหา 1: นักศึกษาประมาณ 40% ยังไม่สามารถเชื่อมโยงการวิเคราะห์ข้อมูลจากกรณีศึกษาและทฤษฎีทางการตลาด เพื่อออกแบบกรอบแนวคิดการวิจัยได้อย่างเป็นระบบ แนวทางการปรับปรุง ตามสาเหตุของปัญหา 1: - ปรับกิจกรรมการเรียนรู้ให้ใช้แนวทาง Problem-Based Learning (PBL) โดยให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีจริงขององค์กร/แบรนด์ แล้วสกัดโจทย์วิจัยจากปัญหาการสื่อสาร - เพิ่มกิจกรรม “Workshop การออกแบบกรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework

รหัสวิชา AAM4801

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

ชื่อรายวิชา การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชา (CLOs)	ผลที่เกิดกับนักศึกษาตาม CLOs (บรรลุ/ไม่บรรลุ)	กิจกรรมการเรียนการสอนที่ระบุ	วิธีการจัดการสอน (เหมาะสม/ไม่เหมาะสม)	วิธีการวัดผลและประเมินผล	วิธีการวัดผล (เหมาะสม/ไม่เหมาะสม)	แนวทางการพัฒนาปรับปรุงเพื่อให้นักศึกษาบรรลุตามแต่ละ CLO หรือแนวทางที่ทำให้มีวิธีการจัดการสอนหรือวิธีการวัดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่เหมาะสม
		- การออกแบบโครงร่างวิจัย (Research Proposal Design Workshop)		- การสังเกตพฤติกรรมการณ์มีส่วนร่วมในชั้นเรียน		Design) ” ให้ผู้เรียนฝึกสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจากข้อมูลจริง - ใช้เครื่องมือดิจิทัล เช่น Miro / Padlet / XMind เพื่อให้ผู้เรียนทำ Mapping ความคิดและได้รับ Feedback แบบเรียลไทม์จากผู้สอน
CLO 2 ปฏิบัติการวิจัยการสื่อสารการตลาดได้อย่างถูกต้องตามขั้นตอน	✓	- การฝึกปฏิบัติภาคสนาม (Field Practice) และการเก็บข้อมูลจริง - การเรียนรู้แบบโครงงาน (Project-Based Learning)	✓	- การตรวจสอบภาคสนาม (Fieldwork Report) - การประเมินขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยเป็นรายสัปดาห์	✓	ประเด็นปัญหา 1: นักศึกษาบางส่วน (ประมาณ 30%) ยังไม่สามารถออกแบบเครื่องมือเก็บข้อมูลวิจัยได้อย่างถูกต้องตามขั้นตอน (สัมพันธ์กับ CLO 2) แนวทางการปรับปรุง ตามสาเหตุของปัญหา 1: - เพิ่มกิจกรรมฝึกปฏิบัติ “Field Research Simulation” โดยให้นักศึกษาลงมือสร้างเครื่องมือ

รหัสวิชา AAM4801

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

ชื่อรายวิชา การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชา (CLOs)	ผลที่เกิดกับนักศึกษาตาม CLOs (บรรลุ/ไม่บรรลุ)	กิจกรรมการเรียนการสอนที่ระบุ	วิธีการจัดการสอน (เหมาะสม/ไม่เหมาะสม)	วิธีการวัดผลและประเมินผล	วิธีการวัดผล (เหมาะสม/ไม่เหมาะสม)	แนวทางการพัฒนาปรับปรุงเพื่อให้นักศึกษาบรรลุตามแต่ละ CLO หรือแนวทางที่ทำให้มีวิธีการจัดการสอนหรือวิธีการวัดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่เหมาะสม
		การเรียนรู้แบบร่วมมือ (Collaborative Learning)		- การประเมินรายงานผลการเก็บข้อมูล (Data Collection Report)		จริงและทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมายจำลอง - เชิญนักวิจัยภายนอกหรือศิษย์เก่ามาเป็นโค้ชให้คำแนะนำแบบรายกลุ่ม - ใช้แบบฟอร์มตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ (Research Tool Checklist) ก่อนการเก็บข้อมูลจริง
CLO 3 มีใช้เทคโนโลยีปฏิบัติการวิจัยและนำเสนอผลการวิจัยด้วยการสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษได้	✓	การอบรมเชิงปฏิบัติการด้านเครื่องมือวิจัย (SPSS, Google Form, Canva Presentation) การฝึกนำเสนอผลงานทั้ง	✓	การมีส่วนร่วมในกิจกรรมและการสะท้อนผลการเรียนรู้ การประเมินความถูกต้องของการใช้เทคโนโลยีใน	✓	ประเด็นปัญหา 1: 60% ของนักศึกษาขาดความมั่นใจในการนำเสนอผลงานวิจัยเป็นภาษาอังกฤษ แนวทางการปรับปรุง ตามสาเหตุของปัญหา 1: - จัด “Research Pitching Day” ให้นักศึกษาฝึกนำเสนอผลงานวิจัยภาษาอังกฤษต่อหน้าคณะกรรมการจำลอง

รหัสวิชา AAM4801

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

ชื่อรายวิชา การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชา (CLOs)	ผลที่เกิดกับนักศึกษาตาม CLOs (บรรลุ/ไม่บรรลุ)	กิจกรรมการเรียนการสอนที่ระบุ	วิธีการจัดการสอน (เหมาะสม/ไม่เหมาะสม)	วิธีการวัดผลและประเมินผล	วิธีการวัดผล (เหมาะสม/ไม่เหมาะสม)	แนวทางการพัฒนาปรับปรุงเพื่อให้นักศึกษาบรรลุตามแต่ละ CLO หรือแนวทางที่ทำให้วิธีการจัดการสอนหรือวิธีการวัดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่เหมาะสม
		ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (Presentation Workshop)		การวิเคราะห์ข้อมูล		- จัดกิจกรรม Peer Feedback ให้เพื่อนช่วยประเมินการสื่อสารและให้คำแนะนำ
CLO 4 ปฏิบัติการวิจัยโดยยึดมั่นหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ และไม่ดัดแปลงหรือคัดลอกวรรณกรรมของผู้อื่น	✓	- การเรียนรู้เรื่องจริยธรรมการวิจัย (Research Ethics Seminar) - การวิเคราะห์กรณีศึกษาการละเมิดจริยธรรมทางวิชาการ	✓	การมีส่วนร่วมในกิจกรรมและการสะท้อนผลการเรียนรู้ ทำแบบทดสอบจริยธรรมการวิจัย (Ethics Quiz) และการประเมิน	✓	ประเด็นปัญหา 1: 50% ของนักศึกษาบางส่วนยังไม่ตระหนักถึงจริยธรรมการวิจัยและการอ้างอิงที่ถูกต้อง แนวทางการปรับปรุง ตามสาเหตุของปัญหา 1: - จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ “Research Ethics & Referencing Workshop” ร่วมกับห้องสมุดหรือสำนักวิจัยของมหาวิทยาลัย - ให้นักศึกษาฝึกใช้โปรแกรม Turnitin และ

รหัสวิชา AAM4801

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

ชื่อรายวิชา การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชา (CLOs)	ผลที่เกิดกับนักศึกษาตาม CLOs (บรรลุ/ไม่บรรลุ)	กิจกรรมการเรียนการสอนที่ระบุ	วิธีการจัดการสอน (เหมาะสม/ไม่เหมาะสม)	วิธีการวัดผลและประเมินผล	วิธีการวัดผล (เหมาะสม/ไม่เหมาะสม)	แนวทางการพัฒนาปรับปรุงเพื่อให้นักศึกษาบรรลุตามแต่ละ CLO หรือแนวทางที่ทำให้วิธีการจัดการสอนหรือวิธีการวัดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่เหมาะสม
		- การอบรมการอ้างอิงและการใช้โปรแกรมตรวจสอบการคัดลอก (Turnitin)		พฤติกรรมจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานกลุ่ม		Mendeley ด้วยตนเอง - กำหนดเกณฑ์ร้อยละการคัดลอกไม่เกิน 10% เป็นเงื่อนไขผ่านรายงาน
CLO 5 เรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อปรับปรุงและพัฒนาองค์ความรู้ทางการวิจัยการสื่อสารการตลาด	✓	การสะท้อนผลการเรียนรู้ (Learning Reflection) การศึกษาค้นคว้าอิสระ (Independent Study)	✓	การประเมินรายงานการสะท้อนการเรียนรู้รายบุคคล (Reflective Journal) สะท้อนผลการเรียนรู้	✓	ประเด็นปัญหา 1: 60% ของนักศึกษาขาดความมั่นใจในการนำเสนอผลงานวิจัยเป็นภาษาอังกฤษ แนวทางการปรับปรุง ตามสาเหตุของปัญหา 1: - จัด “Research Pitching Day” ให้นักศึกษาฝึกนำเสนอผลงานวิจัยภาษาอังกฤษต่อหน้าคณะกรรมการจำลอง

รหัสวิชา AAM4801

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

ชื่อรายวิชา การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชา (CLOs)	ผลที่เกิดกับนักศึกษาตาม CLOs (บรรลุ/ไม่บรรลุ)	กิจกรรมการเรียนการสอนที่ระบุ	วิธีการจัดการสอน (เหมาะสม/ไม่เหมาะสม)	วิธีการวัดผลและประเมินผล	วิธีการวัดผล (เหมาะสม/ไม่เหมาะสม)	แนวทางการพัฒนาปรับปรุงเพื่อให้นักศึกษาบรรลุตามแต่ละ CLO หรือแนวทางที่ทำให้มีวิธีการจัดการสอนหรือวิธีการวัดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่เหมาะสม
		การเรียนรู้ผ่านชุมชนนักวิจัย (Learning Community Forum)				- จัดกิจกรรม Peer Feedback ให้เพื่อนช่วยประเมินการสื่อสารและให้คำแนะนำ
หมายเหตุ: <ul style="list-style-type: none"> ผู้สอนแสดงปัญหาของการที่นักศึกษาไม่สามารถเรียนรู้ CLO ได้ตามเกณฑ์ที่กำหนด และ/หรือปัญหาที่เกี่ยวกับประสบการณ์การเรียนรู้ของนักศึกษา โดยแสดงอย่างน้อย 1 ปัญหาในแต่ละภาคการศึกษา สามารถบรรยายปัญหา วิธีการแก้ไข รวมถึงผลลัพธ์การแก้ปัญหา ต่อเนื่องกันหลายภาคการศึกษาได้ * หลักสูตรกำหนดเกณฑ์ซึ่งเป็นร้อยละของนักศึกษาที่ต้องผ่านเกณฑ์ในแต่ละ CLO						

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 ถ้ามี ระบุเครื่องมือที่ใช้..... (เช่น การสอบเก็บคะแนนการซักถามในชั้นเรียน การให้การบ้านรายสัปดาห์ การเขียน Reflection การทำ Peer Evaluation เป็นต้น)	✓		
ค. มีการให้ข้อมูลป้อนกลับแก่นักศึกษา รายบุคคล ถ้ามี ระบุวิธีการที่ใช้.....	✓		
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	✓		

รหัสวิชา AAM4801

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

ชื่อรายวิชา การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> อิงเกณฑ์ <input type="checkbox"/> อิงกลุ่ม <input type="checkbox"/> อื่น ๆ ระบุ.....			
5. จัดการทวนสอบการวัดและประเมินผลสัมฤทธิ์ การเรียนรู้	✓		

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 (ลิ้งค์ข้อมูลจากระบบบริการการศึกษา)

1.1 จำนวนนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียน

จำนวน 23 คน

1.2 จำนวนนักศึกษาที่คงอยู่เมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษา

จำนวน 22 คน

1.3 จำนวนนักศึกษาที่ถอน (W)

จำนวน 1 คน

1.3 การกระจายของระดับคะแนน (เกรด)

ระดับคะแนน	จำนวน	ร้อยละ
A	7	30.4
A-	3	13.0
B+	0	0
B	2	8.69
B-	1	4.37
C+	2	8.69
C	5	21.7
C-	0	0
D+	0	0
D	0	0
D-	0	0
F	2	8.69

2. ปัจจัยที่ทำให้ระดับคะแนนผิดปกติ (ถ้ามี)

3. ความคลาดเคลื่อนจากแผนการประเมินที่กำหนดไว้ในรายละเอียดรายวิชาทั้งด้านกำหนดเวลาและวิธีการประเมินผล (ถ้ามี)

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน		สัปดาห์ที่ประเมิน		สัดส่วนของการประเมิน	
	ตามแผน	ตามจริง	ตามแผน	ตามจริง	ตามแผน	ตามจริง
CLO 1 เคารพข้อมูลและประยุกต์องค์ความรู้เพื่อออกแบบการวิจัยการสื่อสารการตลาดได้อย่างเหมาะสม	✓		✓		✓	
CLO 2 ปฏิบัติการวิจัยการสื่อสารการตลาดได้อย่างถูกต้องตามขั้นตอน	✓		✓		✓	
CLO 3 ใช้เทคโนโลยีปฏิบัติการวิจัย และนำเสนอผลการวิจัยด้วยการสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษได้	✓		✓		✓	
CLO 4 ปฏิบัติการวิจัยโดยยึดมั่นหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ และไม่ดัดแปลงหรือคัดลอกวรรณกรรมของผู้อื่น	✓		✓		✓	
CLO 5 เรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ทางการวิจัยการสื่อสารการตลาด	✓		✓		✓	

ผู้นำการสร้างมืออาชีพเพื่อพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

4. การทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

(ให้อ้างอิงจากรายละเอียดของหลักสูตรและรายละเอียดของรายวิชา)

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

หมายเหตุ: การทวนสอบ เป็นไปเพื่อตรวจสอบว่า กระบวนการเรียนการสอนนั้น

1. ตอบโจทย์ภาคการทำงานหรือไม่? 2. สอดคล้องกับ CLOs หรือไม่?

หมวดที่ 5 ปัญหาและผลกระทบต่อการดำเนินการ

1. ประเด็นด้านทรัพยากรประกอบการเรียนและสิ่งอำนวยความสะดวก (ถ้ามี)

คอมพิวเตอร์และไวไฟบางครั้งก็ไม่สามารถใช้งานได้

ทำให้ในบางครั้งการที่นักศึกษาจะเปิดคลิปเพื่อศึกษากรณีศึกษาและค้นคว้าในระบบออนไลน์นั้นเป็นไปได้ด้วยความลำบาก

2. ประเด็นด้านการบริหารจัดการ (ถ้ามี)

ไม่มี

หมวดที่ 6 การประเมินรายวิชา

1. ผลการประเมินรายวิชาโดยนักศึกษา

1.1 ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยนักศึกษา (ลิงค์ข้อมูลจากระบบบริการการศึกษา)

1.2 ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อข้อวิพากษ์ตามข้อ 1.1

2. ผลการประเมินรายวิชาโดยวิธีอื่น

2.1 ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยวิธีอื่น

นักศึกษาสะท้อนว่าชอบการเรียนรู้จากวิทยากรภายนอก และการศึกษาดูงานนอกสถานที่

2.2 ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อข้อวิพากษ์ตามข้อ 2.1

ผู้สอนพยายามจะเชิญวิทยากรภายนอก และการศึกษาดูงานนอกสถานที่ ภายใต้งบเงินข้อจำกัดของมหาวิทยาลัย

หมวดที่ 7 แผนการปรับปรุง

1. การดำเนินการเพื่อการปรับปรุงการเรียนการสอน/รายวิชา (นอกเหนือจากที่ระบุไว้ในหมวดที่ 2)
ปรับปรุงรูปแบบการมอบหมายงาน โดยเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์จริงในทุกปีการศึกษา

2. ข้อเสนอแนะของอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาต่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ควรมอบหมายงานแบบบูรณาการร่วมกันในรายวิชาที่ใกล้เคียงกัน



รองศาสตราจารย์.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

วันที่ 11 พฤศจิกายน 2568