

รหัสวิชา AAM4801

ชื่อรายวิชา การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

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 AAM4801 การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

อังกฤษ AAM4801 Advertising and Marketing Communication Research

2. จำนวนหน่วยกิต

3 (2-2-5) หน่วยกิต

3. หมวดวิชา

บังคับ

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา : ผศ.อิสรี ไพเราะ (หัวหน้าสาขาวิชา)

อาจารย์ผู้สอน : รศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา

สถานที่ติดต่อ : วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

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

5. ภาคการศึกษาและชั้นปีที่เรียน

ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2569 ชั้นปีที่ 3

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา และห้องเรียนกรุงเทพฯ

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

ความสำคัญ หลักการ รูปแบบ กระบวนการวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด ปฏิบัติการวางแผนและออกแบบงานวิจัย การวิเคราะห์ สรุปผลและการนำเสนอผลการวิจัย

ภาษาอังกฤษ

Importance, principles, formats, research processes of advertising and marketing communications, planning and design research conduction, analysis, conclusion and research presentation research

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

2.1 เพื่อให้ให้นักศึกษาเพื่อให้นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจถึงความสำคัญ และกระบวนการของการวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

2.2 เพื่อให้ให้นักศึกษามีความรู้และประยุกต์ใช้การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

2.3 เพื่อให้ นักศึกษาสามารถปฏิบัติการวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

2.4 เพื่อให้ นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ศึกษาไปฝึกปฏิบัติและประยุกต์ใช้ในวิชาชีพด้านโฆษณาและสื่อสารการตลาดต่อไปได้

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

CLO/LO 1 วิเคราะห์ข้อมูล และประยุกต์องค์ความรู้เพื่อออกแบบการวิจัยการสื่อสารการตลาดได้อย่างเหมาะสม

CLO/LO 2 ปฏิบัติการวิจัยการสื่อสารการตลาดได้อย่างถูกต้องตามขั้นตอน

CLO/LO 3 สามารถใช้เทคโนโลยีปฏิบัติการวิจัยการสื่อสารการตลาด และสามารถนำเสนอผลการวิจัยด้วยการสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

CLO/LO 4 ปฏิบัติการวิจัยการสื่อสารการตลาด โดยยึดมั่นหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ และไม่ดัดแปลงและ/หรือคัดลอกวรรณกรรมของผู้อื่น

CLO/LO 5 เรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อปรับปรุงและพัฒนาองค์ความรู้ทางการวิจัยการสื่อสารการตลาด

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	✓				

รหัสวิชา AAM4801

ชื่อรายวิชา การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

CLOs	Cognitive Domain (Knowledge)						Psychomotor Domain (Skills)	Affective Domain (Attitude)
	R	U	Ap	An	Ev	C		
CLO1			✓				4	2
CLO2		✓					2	2
CLO3		✓					3	3
CLO4			✓				3	4
CLO5			✓				5	3

Cognitive Domain

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

Psychomotor Domain

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

Affective Domain

1.การรับ 2.การตอบสนอง 3.การให้คำนิยม 4.การจัดรวบรวม 5.การพัฒนาลักษณะนิสัยจากคำนิยม

เกณฑ์ประการประกันคุณภาพ: 1.2 หลักสูตรแสดงถึงการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของทุกรายวิชา โดยถูกออกแบบและได้รับการจัดรูปแบบอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร

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
การฝึกปฏิบัติการและเรียนรู้เชิงลึก ด้วยประสบการณ์จริง ได้สัญญาวิชาชีพนักโฆษณาและสื่อสารการตลาด	ปรับปรุงเข้ามาใน POLs ของแขนงวิชา และอยู่ใน COLs รายวิชา

เกณฑ์ประการประกันคุณภาพ: 3.6 ข้อมูลการปรับปรุงรายวิชาตามข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อแสดงว่ากระบวนการเรียนการสอนมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าตอบโจทย์ความต้องการของภาคอุตสาหกรรมการทำงาน และสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง

หมวดที่ 3 การพัฒนาผู้เรียนที่สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs)

Section 3 Student Improvement in relation to Course Learning Outcomes (CLOs)

1. ความสอดคล้องระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs/LOs) กับวิธีการสอน การวัดและการประเมินผล

CLOs LOs	ระบุ ผลลัพธ์	กลยุทธ์การสอนและการให้ผลป้อนกลับ (Active Learning) (ต้องสัมพันธ์กับหมวด 2 ข้อ 6)	วิธีวัดและ ประเมินผล
CLO 1	K	อธิบายองค์ความรู้ด้วยการบรรยายพร้อมสื่อประกอบ และให้นักศึกษาได้ทดลองทำงานเสมือนจริง ผ่านรูปแบบการทำงานเดี่ยว และกลุ่ม ด้วยการสืบค้นข้อมูลที่หลากหลาย ทั้งรูปแบบดั้งเดิมและดิจิทัล	1. สอบถามจากการสัมภาษณ์ นักศึกษา 2. ดูรายงาน 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 AAM4801

ชื่อรายวิชา การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

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 AAM4801

ชื่อรายวิชา การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

			การวิเคราะห์ การ สังเคราะห์ การ ประยุกต์ใช้ ความ ซื่อสัตย์ สุจริตใน การทำและส่ง 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%)
นักศึกษาไม่สามารถวิเคราะห์ข้อมูล และประยุกต์องค์ความรู้เพื่อออกแบบการวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาดได้อย่างเหมาะสม	นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ข้อมูล และประยุกต์องค์ความรู้เพื่อออกแบบการวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาดได้อย่างเหมาะสม ตามแนวทางที่ศึกษามา	นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ข้อมูล และประยุกต์องค์ความรู้เพื่อออกแบบการวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาดได้อย่างเหมาะสม และสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานที่ได้รับมอบหมายอย่างโดดเด่นจนได้ถูกนำมาเป็นตัวอย่างสำหรับเพื่อนในชั้นเรียน (Understanding)

รหัสวิชา AAM4801

ชื่อรายวิชา การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

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%)
นักศึกษาไม่สามารถปฏิบัติการวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาดได้อย่างถูกต้องตามขั้นตอน	นักศึกษามีความเข้าใจในปฏิบัติการวิจัยการสื่อสารโฆษณาและสื่อสารการตลาดได้อย่างถูกต้องตามขั้นตอนได้ตามแนวทางที่ศึกษามา	นักศึกษาสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ความเข้าใจในปฏิบัติการวิจัยการสื่อสารโฆษณาและสื่อสารการตลาด โดยสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานวิจัยที่ได้รับมอบหมายอย่างโดดเด่นจนได้ถูกนำมาเป็นตัวอย่างสำหรับเพื่อนในชั้นเรียน (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%)
นักศึกษาไม่สามารถใช้เทคโนโลยีปฏิบัติการวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด และสามารถนำเสนอผลการวิจัยด้วยการสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	นักศึกษาสามารถใช้เทคโนโลยีปฏิบัติการวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด และสามารถนำเสนอผลการวิจัยด้วยการสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษได้ตามแนวทางที่ศึกษามา	นักศึกษาสามารถประยุกต์ใช้ความรู้โดยใช้เทคโนโลยีปฏิบัติการวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด และสามารถนำเสนอผลการวิจัยด้วยการสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษได้อย่างโดดเด่น

รหัสวิชา AAM4801

ชื่อรายวิชา การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

		เด่นจนได้ถูกนำมาเป็นตัวอย่างสำหรับเพื่อนในชั้นเรียน (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%)
นักศึกษาไม่สามารถปฏิบัติการวิจัยการสื่อสารการตลาด โดยยึดมั่นหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ และไม่ตัดแปลง และ/หรือคัดลอกวรรณกรรมของผู้อื่น	นักศึกษามีความเข้าใจจากการฝึกปฏิบัติการวิจัยการสื่อสารการตลาด โดยยึดมั่นหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ และไม่ตัดแปลง และ/หรือคัดลอกวรรณกรรมของผู้อื่นได้ตามแนวทางที่ศึกษามา	นักศึกษาสามารถสามารถประยุกต์ใช้ความรู้โดยฝึกปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายในรายวิชา ทั้งงานกลุ่ม และงานเดี่ยวในปฏิบัติการวิจัยการสื่อสารการตลาด โดยยึดมั่นหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ และไม่ตัดแปลง และ/หรือคัดลอกวรรณกรรมของผู้อื่น และสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานที่ได้รับมอบหมายอย่างโดดเด่นจนได้ถูกนำมาเป็นตัวอย่างสำหรับเพื่อนในชั้นเรียน (Applying)

CLO 5/LO 5:

ระดับ (ตาม Bloom's Taxonomy):

พฤติกรรมที่แสดงออกที่ต้องประเมิน (Action Verb):

Below Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก	Meet Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก	Exceeds Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก

ต่ำกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 0% - 49%)	ตรงตามเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 50% - 79%)	สูงกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 80% - 100%)
นักศึกษาไม่สามารถเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อปรับปรุงและพัฒนาองค์ความรู้ทางการวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด	นักศึกษาสามารถสังเคราะห์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อปรับปรุงและพัฒนาองค์ความรู้ทางการวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาดได้ตามแนวทางที่ศึกษามา	นักศึกษาสามารถสังเคราะห์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาเพื่อใช้การคิดเชิงวิพากษ์ในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อปรับปรุงและพัฒนาองค์ความรู้ทางการวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด พร้อมสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานที่ได้รับมอบหมายอย่างโดดเด่นจนได้ถูกนำมาเป็นตัวอย่างสำหรับเพื่อนในชั้นเรียน (Analysis)

เกณฑ์ประการประกันคุณภาพ:

3.3 มีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่หลากหลาย โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

3.4 มีกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ การเรียนรู้วิธีการเรียนรู้ และปลูกฝังให้ผู้เรียนมีทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต (เช่น การตั้งคำถามอย่างสร้างสรรค์และมีวิจารณ์ญาณ 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

4.5 วิธีการประเมินผู้เรียนต้องแสดงถึงการบรรลุผลสำเร็จของผลการเรียนรู้ที่คาดหวังระดับหลักสูตร และผลการเรียนรู้ระดับรายวิชา

4.6 มีการป้อนกลับผลการประเมินให้แก่ผู้เรียนอย่างทันที่

รหัสวิชา AAM4801

ชื่อรายวิชา การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

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	ปฐมบท : แนวคิดทั่วไปเกี่ยวกับการวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด	CLO1	ท2, ป2	<ul style="list-style-type: none"> - ทดสอบก่อนเรียน (Pre-Test) - ชี้แจงข้อตกลงในการเรียน - คำอธิบายรายวิชา วัตถุประสงค์ของรายวิชา วิธีสอน กิจกรรมการเรียนการสอน วิธีการวัดผล และประเมินผล - ผู้สอนบรรยายหัวข้อแนวคิดทั่วไปเกี่ยวกับการวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด - ผู้สอนเปิดคลิปวิดีโอ งานวิจัยโฆษณาและสื่อสารการตลาด ผ่าน Youtube ให้นักศึกษาชมตัวอย่าง - นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษา ใน Youtube - ผู้สอนประเมินในชั้นเรียน ด้วยการทดสอบคุณลักษณะพื้นฐานของการวิจัยโฆษณาและสื่อสารการตลาด 	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินความรู้) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการบรรยาย (P1)	PKS
2	ทบทวนความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการวิจัยด้านการสื่อสาร	CLO1	ท2, ป2	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ ทบทวนความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการวิจัยด้านการสื่อสาร โดยใช้ Power 	ประเมินความรู้รายบุคคล	PKS

รหัสวิชา AAM4801

ชื่อรายวิชา การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน และสื่อการเรียนรู้	ฝั่งการ ทดสอบ	อาจารย์ ผู้สอน
				Point Presentation ประกอบการนำเสนอ - นักศึกษาฝึกอภิปรายจากกรณีศึกษา - มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษา กลับไปทำแบบฝึกหัดฝึกทบทวน ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการวิจัย ด้านการสื่อสาร	(ประเมินความ เข้าใจ) ประเมินจาก การมีส่วนร่วม ในการบรรยาย (Q1)	
3	การพัฒนาประเด็นวิจัยเพื่อการ โฆษณาและสื่อสารการตลาด	CLO2, 3	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยาย หัวข้อ การ พัฒนาประเด็นวิจัยเพื่อการ โฆษณาและสื่อสารการตลาด โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการ นำเสนอ - นักศึกษาฝึกอภิปรายจาก กรณีศึกษา - มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษา กลับไปทำแบบฝึกหัดฝึกการพัฒนาประเด็นวิจัยเพื่อการ โฆษณาและสื่อสารการตลาด - นักศึกษาฝึกอภิปรายและฝึก การพัฒนาประเด็นวิจัยเพื่อการ โฆษณาและสื่อสารการตลาด	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมินความ เข้าใจและการ นำไปใช้) ประเมินจาก การมีส่วนร่วม ในการบรรยาย (A1)	PKS
4	รูปแบบและประเภทงานวิจัย โฆษณาและสื่อสารการตลาด	CLO2, 3	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยายหัวข้อรูปแบบ และประเภทงานวิจัยโฆษณา และสื่อสารการตลาด โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมินความ เข้าใจ)	PKS

รหัสวิชา AAM4801

ชื่อรายวิชา การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน และสื่อการเรียนรู้	ฝั่งการ ทดสอบ	อาจารย์ ผู้สอน
				<ul style="list-style-type: none"> - มอบใบงาน เพื่อให้ให้นักศึกษา แบ่งกลุ่มกันเลือกประเภท งานวิจัย - ให้นักศึกษาฝึกอภิปราย กระบวนการตัดสินใจซื้อของ ผู้บริโภคเพื่อการเขียนบท โฆษณาและออกแบบเนื้อหา ของผลิตภัณฑ์ที่ตนเองได้รับ 	ประเมินจาก การมีส่วนร่วม ในการบรรยาย (Q2)	
5	การวางแผนและออกแบบงานวิจัย โฆษณาและสื่อสารการตลาด	CLO1, 3	ท2, ป2	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนบรรยายหัวข้อการ วางแผนและออกแบบงานวิจัย โฆษณาและสื่อสารการตลาด โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการ นำเสนอ - มอบใบงานเพื่อให้ให้นักศึกษาทำ แบบฝึกหัดฝึกปฏิบัติการ ออกแบบงานวิจัยรายบุคคล พร้อมนำเสนอ - ให้นักศึกษาฝึกออกแบบงานวิจัย รายบุคคล พร้อมนำเสนอ 	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมินการ นำไป ประยุกต์ใช้) (A2)	PKS
6	ปฏิบัติการวางแผนและออกแบบ งานวิจัยโฆษณาและสื่อสาร การตลาด ครั้งที่ 1 : การออกแบบ การวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อ การสื่อสารการตลาด	CLO2, 3, 4	ป4	<ul style="list-style-type: none"> ให้นักศึกษาฝึกออกแบบงานวิจัย โฆษณาและสื่อสารการตลาด รายบุคคล โดยเป็นการ ออกแบบการวิจัยพฤติกรรม ผู้บริโภคเพื่อการสื่อสาร การตลาด 	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมินการ นำไป ประยุกต์ใช้) (A3)	PKS

รหัสวิชา AAM4801

ชื่อรายวิชา การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน และสื่อการเรียนรู้	ฝั่งการ ทดสอบ	อาจารย์ ผู้สอน
7	ปฏิบัติการวางแผนและออกแบบงานวิจัยโฆษณาและสื่อสารการตลาด ครั้งที่ 2 : การลงพื้นที่วิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อการสื่อสารการตลาด	CLO2, 3, 4	ป4	นักศึกษาฝึกออกแบบงานวิจัยโฆษณาและสื่อสารการตลาดรายกลุ่ม เป็นการลงพื้นที่ทำวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค	ประเมินความรู้รายกลุ่ม (ประเมินความเข้าใจและการนำไปประยุกต์ใช้) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการบรรยาย (A4)	PKS
8	ไม่มีการสอบกลางภาค					
9	นำเสนอแผนการออกแบบงานวิจัยโฆษณาและสื่อสารการตลาด	CLO1, 3	ป4	นักศึกษารายกลุ่ม อภิปรายจากกรณีศึกษา โดยนำเสนอข้อมูลการวางแผนและออกแบบงานวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด	ประเมินความรู้รายกลุ่ม (ประเมินความเข้าใจและการนำไปประยุกต์ใช้) (A4)	PKS
10	หลักการและแนวทางการเก็บข้อมูลการวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด	CLO2, 3	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยายหลักการและแนวทางการเก็บข้อมูลการวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ - มอบใบงานเพื่อให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดฝึกปฏิบัติการออกแบบแนวทางการเก็บข้อมูล	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินการนำไปประยุกต์ใช้) (A5)	PKS

รหัสวิชา AAM4801

ชื่อรายวิชา การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน และสื่อการเรียนรู้	ฝั่งการ ทดสอบ	อาจารย์ ผู้สอน
				การวิจัยการโฆษณาและสื่อสาร การตลาด - นักศึกษาฝึกออกแบบงานวิจัย รายบุคคล พร้อมนำเสนอ		
11	ปฏิบัติการเก็บข้อมูลการวิจัยการ โฆษณาและสื่อสารการตลาด	CLO1	ป4	นักศึกษาฝึกปฏิบัติการเก็บ ข้อมูลการวิจัยการโฆษณาและ สื่อสารการตลาด โดยแบ่งกลุ่ม ลงพื้นที่จริงในสถานการณ์ สื่อสารการตลาดตามสถานที่ เลือกได้ อาทิ เซ็นทรัล ศาลายา เซ็นทรัล เวสต์เกตส์ เดอะมอลล์ งามวงศ์วาน สยามพารากอน เป็นต้น	ประเมินความรู้ รายกลุ่ม (ประเมินการ นำไป ประยุกต์ใช้) (A6)	PKS
12	การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยโฆษณา และสื่อสารการตลาด	CLO4, 5	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยายหัวข้อ การ วิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยโฆษณา และสื่อสารการตลาด โดยใช้ Power Point Presentation - นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน โดยการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย โฆษณาและสื่อสารการตลาด พร้อมนำเสนอ	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมินการ นำไป ประยุกต์ใช้) (O3)	PKS
13	ปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย โฆษณาและสื่อสารการตลาด	CLO4, 5	ป4	นักศึกษาฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ ข้อมูลการวิจัยโฆษณาและ สื่อสารการตลาด โดยแบ่งกลุ่ม เพื่อปฏิบัติการแนวทางที่ได้ ศึกษามา	ประเมินความรู้ รายกลุ่ม (ประเมินการ นำไป ประยุกต์ใช้) (A7)	PKS

รหัสวิชา AAM4801

ชื่อรายวิชา การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน และสื่อการเรียนรู้	ฝั่งการ ทดสอบ	อาจารย์ ผู้สอน
14	การเขียนผลการวิจัยและอภิปราย ผลการวิจัยโฆษณาและสื่อสาร การตลาด	CLO4, 5	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยายหัวข้อการเขียน ผลการวิจัยและอภิปราย ผลการวิจัยโฆษณาและสื่อสาร การตลาด โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการ นำเสนอ - นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน โดยฝึกการเขียนผลการวิจัยและ อภิปรายผลการวิจัยโฆษณาและ สื่อสารการตลาด	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมิน ความรู้) ประเมินจาก การมีส่วนร่วม ในการบรรยาย (P2)	PKS
15	การเขียนบทความวิจัยและ บทความวิชาการเพื่อเผยแพร่ งานวิจัยโฆษณาและสื่อสาร การตลาด	CLO4, 5	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยายหัวข้อการเขียน บทความวิจัยและบทความ วิชาการเพื่อเผยแพร่งานวิจัย โฆษณาและสื่อสารการตลาด โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการ นำเสนอ - นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน โดยฝึกการเขียนบทความวิจัย และบทความวิชาการเพื่อ เผยแพร่งานวิจัยโฆษณาและ สื่อสารการตลาด	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมินการ นำไป ประยุกต์ใช้) (A8)	PKS
16	จริยธรรมการวิจัยโฆษณาและ สื่อสารการตลาด	CLO4, 5	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยายหัวข้อ จริยธรรมการวิจัยโฆษณาและ สื่อสารการตลาด โดยใช้ Power Point Presentation - นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน โดยการวิเคราะห์กรณีศึกษา	ประเมินความรู้ รายบุคคล (ประเมินความ เข้าใจการนำไป ประยุกต์ใช้) (Q4)	PKS

รหัสวิชา AAM4801

ชื่อรายวิชา การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน และสื่อการเรียนรู้	ผังการ ทดสอบ	อาจารย์ ผู้สอน
				จริยธรรมการวิจัยโฆษณาและ สื่อสารการตลาด		
17	สอบปลายภาค	CLO4, 5		สอบปลายภาคข้อเขียน 3 ข้อ	F(3 ข้อ) โดยข้อ 1 ประเมินความรู้ ความเข้าใจ ข้อ 2 และข้อ 3 ประเมินการ นำการวิจัย โฆษณาและ สื่อสาร การตลาดไป ประยุกต์ใช้ได้ อย่าง สร้างสรรค์และ มีประสิทธิภาพ ภายใต้กรอบ จรรยาบรรณ การวิจัย	

หมายเหตุ:

1. ท คือ ภาคทฤษฎี และ ป คือ ภาคปฏิบัติ
2. ระบุตัวย่อชื่ออาจารย์ผู้สอน 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. ระบุตัวย่อผังการทดสอบ เช่น Q: แบบทดสอบย่อย (Quiz) A: การมอบหมายงาน (Assignments) M: การทดสอบกลางภาค (Midterm)

รหัสวิชา AAM4801

ชื่อรายวิชา การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

2. แผนการประเมิน (ระบุสัดส่วนที่ประเมิน)

การวัดและประเมินผล	สัดส่วน	CLO 1	CLO 2	CLO 3	CLO 4	CLO 5
P (1, 14)	10%	✓				✓
Q (2, 4, 12, 16)	20%		✓	✓	✓	
A (3, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 15, 16)	50%	✓	✓		✓	
F (17)	20%		✓	✓		✓

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

หัวข้อ	สัดส่วน	CLO 1	CLO 2	CLO 3	CLO 4	CLO 5
จิตพิสัย	10%	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง
ทดสอบย่อย	20%		1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง	1 ครั้ง
ปฏิบัติการวิจัยโฆษณาและ สื่อสารการตลาด	50%	1 ครั้ง	2 ครั้ง	3 ครั้ง	2 ครั้ง	3 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

รหัสวิชา AAM4801

ชื่อรายวิชา การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

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	จำนวนผู้เรียนไม่น้อย 80% อยู่ในหมวดหมู่ใดหมวดหมู่หนึ่ง “ระดับ 2 ตรงตามความคาดหวัง” หรือ “ระดับ 3 สูงกว่าความคาดหวัง”	แสดงถึงผลการเรียนรู้ที่มีความโดดเด่น โดยผู้เรียนส่วนใหญ่สามารถทำได้เกินความคาดหวังตามที่กำหนดไว้ เช่น การทำคะแนนเกินเกณฑ์มาตรฐาน และแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน
บรรลุผลระดับที่ 2	จำนวนผู้เรียน 60-79% อยู่ในหมวดหมู่ใดหมวดหมู่หนึ่ง “ระดับ 2 ตรงตามความคาดหวัง” หรือ “ระดับ 3 สูงกว่าความคาดหวัง”	แสดงถึงผลการเรียนรู้ที่เป็นไปตามความคาดหวัง ผู้เรียนส่วนใหญ่สามารถบรรลุเป้าหมายขั้นต่ำได้ โดยผลการเรียนสะท้อนให้เห็นถึงความเข้าใจและการนำความรู้ไปใช้ในระดับพื้นฐานได้ดี
บรรลุผลระดับที่ 1	จำนวนผู้เรียนน้อยกว่า 60% อยู่ในหมวดหมู่ใดหมวดหมู่หนึ่ง “ระดับ 2 ตรงตามความคาดหวัง” หรือ “ระดับ 3 สูงกว่าความคาดหวัง”	แสดงถึงผลการเรียนรู้ที่ยังต่ำกว่าเกณฑ์ความคาดหวัง ผู้เรียนส่วนใหญ่อาจยังไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ที่ตั้งไว้ในระดับที่น่าพึงพอใจ และจำเป็นต้องมีการปรับปรุงหรือพัฒนาการเรียนรู้เพิ่มเติม

รหัสวิชา AAM4801

ชื่อรายวิชา การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

เกณฑ์ประการประกันคุณภาพ:

4.5 วิธีการประเมินผู้เรียนต้องแสดงถึงการบรรลุผลสำเร็จของผลการเรียนรู้ที่คาดหวังระดับหลักสูตร และผลการเรียนรู้ระดับรายวิชา

หมวด 5 สื่อการเรียนรู้และสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

Section 5 Learning Resources and Support Facilities

1. สื่อการเรียนรู้และสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

- 1.1 เอกสารประกอบการสอน : ประกายกาวิล ศรีจินดา. (2567). *การวิจัยโฆษณาและสื่อสารการตลาด*. 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. (2565). หน่วยที่ 11 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดทางการเมือง. ในชุดวิชาแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น ระดับบัณฑิตศึกษา. 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>

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. สันต์ศพร จั่นนงเยาว์. นภาภักดิ์ จักษุบ. (2563). กลยุทธ์การสื่อสารตราสินค้าของเทศกาลดนตรี บิ๊กเมาน์เทน มิวสิคเฟสติวัล. *วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร*.5(1). 37-46.

4.3 ประกายกาวิล ศรีจินดา วนาวลัย ดาดี. (2555). การสื่อสารภาพลักษณ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นนักร้องของ มาช่า วัฒนพานิช. *วารสารนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*,30(3), 79-101.

4.4 ประกายกาวิล ศรีจินดา. เสาวลักษณ์ แก้วไขอินทร์ (2561). การสื่อสารการตลาดของภาพยนตร์ไทยบ้านเดอะซีรีส์. *วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร*, 3(2). 40-47.

4.5 ประกายกาวิล ศรีจินดา. (2561). การสื่อสารการตลาดของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลระยะเริ่มต้นในประเทศไทย. *วารสารวิชาการ ศรีปทุม ชลบุรี*. 15(2). 50-60.

4.6 สุพิชฌา วัฒนะ. ประกายกาวิล ศรีจินดา (2562). กลยุทธ์การตลาดของ ร้านแก้วเจ้าจอมเบเกอรี่. *วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร*, 4(1). 50-59.

4.7 ประกายกาวิล ศรีจินดา. (2565). การวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง. *วารสารนิเทศศาสตร์ มสธ*. 12(2). 1-20.

4.8 ประกายกาวิล ศรีจินดา. (2565). ซีรีส์วาย:จากวัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นวัฒนธรรมมวลชนสู่อุตสาหกรรมวัฒนธรรม. *วารสารศิลปวัฒนธรรม*. 2(2). 1-22.

4.9 ประกายกาวิล ศรีจินดา. (2566). ละครโทรทัศน์ไทยกับการขับเคลื่อนซอฟต์แวร์พาวเวอร์ผ่านวัฒนธรรมมวลชน. *วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร*, 8(1). 109-122.

4.10 Srijinda, P.(2019) Green Positioning as a new trend in green marketing management. International Conference : Actual Economy : European Discourse on Global Challenges” (ACE-2019), Geneva, Switzerland.

4.11 Jinli J., Srijinda, P.(2025). Factors Influencing the Effectiveness of Music

รหัสวิชา AAM4801

ชื่อรายวิชา การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

Communication in Disney Animated Films. Edelweiss Applied Science and Technology. 9(1). 41-51. SCOPUS Q4, ISSN: 2576-8484

4.12 Jiancheng X., Srijinda, P. (2025). Factors of Impact on Audiences' Subjective Well-being in Dog Short Videos. Society and Economy. 47 (2025). SCOPUS Q3, ISSN: 1588-9726

4.13 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:

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 AAM4801

ชื่อรายวิชา การวิจัยการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

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