

รหัสวิชา ADC 1201
ชื่อรายวิชา หลักการโฆษณา
หน่วยกิต 3 (3-0-6)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี
หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต
คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

รายละเอียดของรายวิชา
Course Specification (TQF3/OBE3)
หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป
Section 1 General Information

1. รหัสและชื่อรายวิชา

ไทย ADC 1201 หลักการโฆษณา
อังกฤษ Principles of Advertising

2. จำนวนหน่วยกิต

3 (3-0-6) หน่วยกิต

3. หมวดวิชา

วิชาเอกบังคับ

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา : ผศ.ชินอรส ถิ่นวิไลสกุล

อาจารย์ผู้สอน : ผศ.ชินอรส ถิ่นวิไลสกุล

สถานที่ติดต่อ : วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ วิทยาเขตนครปฐม

e-mail : chinoros.th@ssru.ac.th โทร. 080 253 3105

5. ภาคการศึกษาและชั้นปีที่เรียน

ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2569 ชั้นปีที่ 1

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

อาคารวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ วิทยาเขตนครปฐม

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

2 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 และเท่าเทียม และ สนับสนุนโอกาสในการ เรียนรู้ตลอดชีวิต	สร้างกระบวนการเรียนรู้ที่ พัฒนา Growth Mindset เพื่อเตรียมความพร้อมที่จะ เรียนรู้และปรับตัวในทุก สถานการณ์ รวมไปถึงการ ออกแบบการเรียนการสอน ผ่านการลงมือทำ	พัฒนาองค์ความรู้ เกี่ยวกับการแสดงเพื่อ นำไปต่อยอดกับการ ผลิตสื่อด้านดิจิทัลฯ

รหัสวิชา ADC 1201
ชื่อรายวิชา หลักการโฆษณา
หน่วยกิต 3 (3-0-6)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี
หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต
คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

หมวดที่ 2 คำอธิบายรายวิชาและผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

Section 2 Course Description and Course Learning Outcomes: CLOs

1. คำอธิบายรายวิชา

ภาษาไทย

ความหมาย ความสำคัญ แนวคิดในการโฆษณา ประวัติความเป็นมา บริษัทตัวแทนโฆษณา การวางแผนงานโฆษณา การสร้างสรรค์งานโฆษณา การวางแผนสื่อโฆษณาและการประเมินผล บทบาทและอิทธิพลของการโฆษณา โดยมีความตระหนักถึงบทบาทความรับผิดชอบต่อสังคม และทำงานเป็นทีมได้

ภาษาอังกฤษ

Definition, significance, and fundamental concepts of advertising; historical development and evolution of advertising; the role and structure of advertising agencies; advertising campaign planning and development; creative strategy and advertising production; advertising media planning and performance evaluation; roles and influences of advertising in society; with emphasis on social responsibility awareness and effective team collaboration skills

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชั่วโมง/ภาคเรียน 3 ชั่วโมง/สัปดาห์	ชั่วโมง/ภาคเรียน ชั่วโมง/สัปดาห์	45 ชั่วโมง/ภาคเรียน 3 ชั่วโมง/สัปดาห์

ประเภทรายวิชา บรรยาย ฝึกปฏิบัติ

3. จำนวนชั่วโมงให้คำปรึกษานักศึกษารายบุคคล

- 3.1 การให้คำปรึกษาทางวิชาการ (อย่างน้อย 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์)
- 3.2 การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการให้คำปรึกษาทางวิชาการ

4. จุดมุ่งหมายรายวิชา

- 4.1 เพื่อให้นักศึกษาได้รับความรู้เบื้องต้นในด้านการโฆษณา
- 4.2 เพื่อให้นักศึกษาสามารถบูรณาการความรู้ด้านการโฆษณากับศาสตร์ด้านการสื่อสารการตลาดได้

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

CLO 1 สามารถรับรู้ เข้าใจ และวิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาได้ รวมถึงสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบงานโฆษณาอย่างง่ายได้

รหัสวิชา ADC 1201
 ชื่อรายวิชา หลักการโฆษณา
 หน่วยกิต 3 (3-0-6)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี
 หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต
 คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

CLO 2 สามารถร่วมกับทีมในการออกแบบงานโฆษณาอย่างง่ายได้ โดยต้องออกแบบงานโฆษณาด้วยความตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย

6. ความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (Program Learning Outcomes – PLOs) และผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (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 (Knowledge)						Psychomotor Domain (Skills)	Affective Domain (Attitude)
	R	U	Ap	An	Ev	C		
CLO1		✓						1
CLO2		✓						1
CLO3								
CLO4								
CLO5								

รหัสวิชา ADC 1201
ชื่อรายวิชา หลักการโฆษณา
หน่วยกิต 3 (3-0-6)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี
หลักสูตร นิเทศศาสตร์บัณฑิต
คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

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) 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
-	-

รหัสวิชา ADC 1201
ชื่อรายวิชา หลักการโฆษณา
หน่วยกิต 3 (3-0-6)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี
หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต
คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

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) กับวิธีการสอน การวัดและการประเมินผล

CLOs LOs	ระบุ ผลลัพธ์	กลยุทธ์การสอนและการให้ผลป้อนกลับ (Active Learning) (ต้องสัมพันธ์กับหมวด 2 ข้อ 6)	วิธีวัดและ ประเมินผล
CLO 1	K	สอนให้นักศึกษารู้ เข้าใจ และวิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาได้ รวมถึงสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบงานโฆษณาอย่างง่ายได้	1. ประเมินจากการสังเกตการณ์มีส่วนร่วมกับกิจกรรมในชั้นเรียน 2. ประเมินจากการสอบวัดผล
CLO 2	K,S,E,C	มอบหมายงานที่นักศึกษาต้องร่วมทำงานกับทีมในการออกแบบงานโฆษณาอย่างง่ายได้ โดยต้องออกแบบงานโฆษณาด้วยความตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถค้นคว้าหาข้อมูลจากสื่อต่างๆ มาประกอบการสร้างสรรค์ และนำเสนอเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านช่องทางสื่อสารต่างๆ ได้	1. ประเมินจากการสร้างสรรค์งาน 2. ประเมินจากการส่งงานที่ได้รับมอบหมาย

* หลักสูตร OBE ทุกรายวิชาต้องมี CLO ให้ครบ K S E C

* หลักสูตร TQF ทุกรายวิชาต้องมี LO ให้ครบ K S E C IT

2. การกำหนดดัชนีผลลัพธ์การเรียนรู้ (Outcome Index) เกณฑ์การให้คะแนน (Rubrics) ในการวัดและประเมินต้องสอดคล้องกับ ดัชนีผลลัพธ์การเรียนรู้ (Outcome Index)

CLO 1 : สามารถรับรู้ เข้าใจ และวิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาได้ รวมถึงสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบงานโฆษณาอย่างง่ายได้

ระดับ (ตาม Bloom's Taxonomy): เช่น Understanding

พฤติกรรมที่แสดงออกที่ต้องประเมิน (Action Verb): อธิบายความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการโฆษณาได้ นำความรู้ไปประยุกต์ใช้การออกแบบงานโฆษณาอย่างง่ายได้

Below Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก ต่ำกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 0% - 49%)	Meet Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก ตรงตามเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 50% - 79%)	Exceeds Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก สูงกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 80% - 100%)
อธิบายความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการโฆษณาได้ นำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในงานที่เกี่ยวข้องได้บ้าง	อธิบายความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการโฆษณาได้ นำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในงานที่เกี่ยวข้องได้ตามที่เรียน	อธิบายความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการโฆษณาได้ นำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในงานที่เกี่ยวข้องได้อย่างดี ลุ่มลึกสร้างสรรค์

CLO 2 : สามารถร่วมกับทีมในการออกแบบงานโฆษณาอย่างง่ายได้ โดยต้องออกแบบงานโฆษณาด้วยความตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย

ระดับ (ตาม Bloom's Taxonomy): Understanding Applying

พฤติกรรมที่แสดงออกที่ต้องประเมิน (Action Verb): ทำงานเป็นทีมในการออกแบบงานโฆษณาได้

Below Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก ต่ำกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 0% - 49%)	Meet Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก ตรงตามเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 50% - 79%)	Exceeds Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก สูงกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 80% - 100%)
สามารถทำงานเป็นทีมและออกแบบโฆษณาได้บ้าง	สามารถทำงานเป็นทีมและออกแบบโฆษณาได้พอสมควร และตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม	ทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ออกแบบงานโฆษณาได้อย่างน่าสนใจ และตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยิ่ง

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 การอุทิศทรัพยากรประเมินถูกแสดงไว้อย่างชัดเจน 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

4.7 การประเมินผู้เรียนและกระบวนการ มีการทบทวนและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าตอบโจทยความต้องการของภาคอุตสาหกรรมการทำงาน 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	<ul style="list-style-type: none"> - คำอธิบายรายวิชา วัตถุประสงค์ของรายวิชา วิธีสอน กิจกรรมการเรียนการสอน วิธีการวัดผลและประเมินผล - ความรับผิดชอบของผู้สอนและนักศึกษาที่มีต่อการเรียนการสอน ทั้งในและนอกชั้นเรียน - ข้อปฏิบัติเบื้องต้นสำหรับผู้สอนและผู้เรียน 	CLO 1	ท3	<ul style="list-style-type: none"> - ชี้แจงการสอนและเกณฑ์การประเมินผล ข้อตกลงในการเรียน - รับฟังความคิดเห็นในการออกแบบข้อปฏิบัติเบื้องต้นสำหรับผู้สอนและผู้เรียน - การบรรยายประกอบสื่อ Power Point และ ยกตัวอย่างประกอบ 	<ul style="list-style-type: none"> - ประเมินจากการมีส่วนร่วมในกลุ่ม ในการถาม-ตอบ (แบบประเมินรายกลุ่ม) 	CNT
2	ความรู้เกี่ยวกับการโฆษณา <ul style="list-style-type: none"> - ความหมาย - ความสำคัญ - ลักษณะของการโฆษณา - รูปแบบของการโฆษณา - ประเภทของการโฆษณา - แนวคิดด้านการโฆษณา - หน้าที่ของการโฆษณา - ประโยชน์ของการโฆษณา 	CLO 1	ท2 ป1	<ul style="list-style-type: none"> - บรรยายประกอบสื่อ Power Point คลิปวิดีโอ +วิเคราะห์วิจารณ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ประเมินจากการมีส่วนร่วมในกลุ่มในการช่วยกันวิเคราะห์วิจารณ์คลิปวิดีโอ 	
3	หัวข้อและรายละเอียดประวัติความเป็นมาของการโฆษณา	CLO 1	ท3	<ul style="list-style-type: none"> - บรรยายประกอบสื่อ Power Point คลิปวิดีโอ +ถาม ตอบ วิเคราะห์วิวัฒนาการของการโฆษณา 	<ul style="list-style-type: none"> - ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการถามตอบ วิเคราะห์วิวัฒนาการ 	

รหัสวิชา ADC 1201
 ชื่อรายวิชา หลักการโฆษณา
 หน่วยกิต 3 (3-0-6)

 ระดับปริญญา ปริญญาตรี
 หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต
 คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน และสื่อการเรียนรู้	ฝั่งการ ทดสอบ	อาจารย์ ผู้สอน
				- มอบหมายงานครั้งที่ 1 ค้นหา ตัวอย่างภาพยนตร์โฆษณา มา 1 เรื่อง วิเคราะห์วิจารณ์แนวคิด วิธีการโฆษณา แลกเปลี่ยน มุมมองเกี่ยวกับงานโฆษณาที่ นำมาเสนอ	ของการ โฆษณา	
4	ประวัติความเป็นมาของการ โฆษณา	CLO 1 CLO 2	ป3	- นำเสนองานที่มอบหมายงาน ครั้งที่ 1 ค้นหาตัวอย่าง ภาพยนตร์โฆษณา มา 1 เรื่อง วิเคราะห์วิจารณ์แนวคิดวิธีการ โฆษณา แลกเปลี่ยนมุมมอง เกี่ยวกับงานโฆษณาที่นำมา เสนอ	- ประเมินจาก งาน ที่มอบหมาย	
5	การโฆษณากับแนวคิดทางการ ตลาด/การสื่อสารการตลาดแบบ ครบวงจร	CLO 1	ท3	- การบรรยายประกอบสื่อ Power Point และ ยกตัวอย่างประกอบ - กิจกรรม ถาม ตอบ	- ประเมินจาก การมีส่วนร่วม ในกลุ่ม (ประเมินจาก การสังเกต)	
6	การโฆษณากับแนวคิดด้านการ สื่อสาร/การสื่อสารตราผลิตภัณฑ์	CLO 1	ท3	- การบรรยายประกอบสื่อ Power Point และ ยกตัวอย่างประกอบ - กิจกรรม ถาม ตอบ	- ประเมินจาก การมีส่วนร่วม ในกลุ่ม (ประเมินจาก การสังเกต)	
7	บริษัทตัวแทนโฆษณา - ประเภทของบริษัทตัวแทน โฆษณา	CLO 1 CLO 2	ท3	- การบรรยายประกอบสื่อ Power Point และ ยกตัวอย่างประกอบ - กิจกรรม ถาม ตอบ	- ประเมินจาก การมีส่วนร่วม ในกลุ่ม	

รหัสวิชา ADC 1201
 ชื่อรายวิชา หลักการโฆษณา
 หน่วยกิต 3 (3-0-6)

 ระดับปริญญา ปริญญาตรี
 หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต
 คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน และสื่อการเรียนรู้	ผังการ ทดสอบ	อาจารย์ ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดโครงสร้างการบริหารงาน ในบริษัทตัวแทนโฆษณา - หน้าที่ที่สำคัญในบริษัทตัวแทนโฆษณา - รายได้ของบริษัทตัวแทนโฆษณา 			<ul style="list-style-type: none"> - มอบหมายงานครั้งที่ 2 หา ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทตัวแทนโฆษณา และชิ้นงานโฆษณา 	(ประเมินจาก การสังเกต)	
8	สอบกลางภาค				M(40 ข้อ)	
9	บริษัทตัวแทนโฆษณา	CLO 1 CLO 2	ป3	<ul style="list-style-type: none"> - นำเสนองานที่ได้รับมอบหมาย ครั้งที่ 2 โดยใช้สื่อ Power Point และอื่นๆ ประกอบการ นำเสนอ 	<ul style="list-style-type: none"> - ประเมินจาก เนื้อหา และ วิธีการนำเสนอ 	
10	การวางแผนงานโฆษณา <ul style="list-style-type: none"> - ความสำคัญของการวางแผนโฆษณา - การรับข้อมูลเพื่อดำเนินการโฆษณา - การวิเคราะห์สถานการณ์ของการโฆษณา 	CLO 1	ท3	<ul style="list-style-type: none"> - การบรรยายประกอบสื่อ Power Point และ ยกตัวอย่างประกอบ - กิจกรรม ถาม ตอบ 	<ul style="list-style-type: none"> - ประเมินจาก การมีส่วนร่วม ในกลุ่ม (ประเมินจาก การสังเกต) 	
11	การวางแผนงานโฆษณา <ul style="list-style-type: none"> - การกำหนดกลยุทธ์ และกลวิธีการโฆษณา - การผลิตสิ่งโฆษณา - การประเมินประสิทธิภาพของการโฆษณา 	CLO 1	ท3	<ul style="list-style-type: none"> - การบรรยายประกอบสื่อ Power Point และ ยกตัวอย่างประกอบ - กิจกรรม ถาม ตอบ 	<ul style="list-style-type: none"> - ประเมินจาก การมีส่วนร่วม ในกลุ่ม (ประเมินจาก การสังเกต) 	
12	การสร้างสรรคงานโฆษณา <ul style="list-style-type: none"> - หลักการสร้างสรรคงานโฆษณา - ส่วนประสมการสร้างสรรคงานโฆษณา 	CLO 1	ท3	<ul style="list-style-type: none"> - บรรยายประกอบสื่อ Power Point และ ยกตัวอย่างประกอบ 	<ul style="list-style-type: none"> - ประเมินจาก การมีส่วนร่วม ในกลุ่ม 	

รหัสวิชา ADC 1201
 ชื่อรายวิชา หลักการโฆษณา
 หน่วยกิต 3 (3-0-6)

 ระดับปริญญา ปริญญาตรี
 หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต
 คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน และสื่อการเรียนรู้	ผังการ ทดสอบ	อาจารย์ ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - องค์ประกอบของกลยุทธ์ในการโฆษณา - การกำหนดกลยุทธ์การโฆษณา - กลวิธีการนำเสนอ 			<ul style="list-style-type: none"> - มอบหมายงานครั้งที่ 3 สร้างสรรค์ชิ้นงานโฆษณา/ประกวด 	(ประเมินจากการสังเกต)	
13	การสร้างสรรค์งานโฆษณา	CLO 1 CLO 2	ป3	<ul style="list-style-type: none"> - นำเสนองานที่ได้รับมอบหมายครั้งที่ 3 โดยใช้สื่อ Power Point และอื่นๆ ประกอบการนำเสนอ 	<ul style="list-style-type: none"> - ประเมินจากเนื้อหา และวิธีการนำเสนอ 	
14	การสร้างสรรค์งานโฆษณา	CLO 1 CLO 2	ป3	<ul style="list-style-type: none"> - นำเสนองานที่ได้รับมอบหมายครั้งที่ 3 โดยใช้สื่อ Power Point และอื่นๆ ประกอบการนำเสนอ 	<ul style="list-style-type: none"> - ประเมินจากเนื้อหา และวิธีการนำเสนอ 	
15	สื่อโฆษณา <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายและความสำคัญของสื่อโฆษณา - ปัจจัยในการเลือกสื่อโฆษณา - การวิเคราะห์ข้อดี ข้อจำกัดของสื่อ 	CLO 1 CLO 2	ท2 ป1	<ul style="list-style-type: none"> - บรรยายประกอบสื่อ Power Point - แสดงความคิดเห็น วิเคราะห์วิจารณ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ประเมินจากการมีส่วนร่วมในกลุ่ม (ประเมินจากการสังเกต) 	สื่อโฆษณา <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายและสำคัญของสื่อโฆษณา - ปัจจัยในการเลือกสื่อโฆษณา - การวิเคราะห์ข้อดี ข้อจำกัดของสื่อ

รหัสวิชา ADC 1201
 ชื่อรายวิชา หลักการโฆษณา
 หน่วยกิต 3 (3-0-6)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี
 หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต
 คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน และสื่อการเรียนรู้	ผังการ ทดสอบ	อาจารย์ ผู้สอน
16	สื่อโฆษณา - สื่อโฆษณาออนไลน์ - สื่อสังคมออนไลน์	CLO 1 CLO 2	ท2 ป1	- บรรยายประกอบสื่อ Power Point - แสดงความคิดเห็น วิเคราะห์ วิวิจารณ์	- ประเมินจาก การมีส่วนร่วม ในกลุ่ม (ประเมินจาก การสังเกต)	สื่อโฆษณา - สื่อ โฆษณา ออนไลน์ - สื่อสังคม ออนไลน์
17	สอบปลายภาค				F(60 ข้อ)	

หมายเหตุ:

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

2. แผนการประเมิน (ระบุสัปดาห์ที่ประเมิน)

การวัดและประเมินผล	สัปดาห์	CLO 1	CLO 2	CLO 3	CLO 4	CLO 5
จิตพิสัย	ทุกสัปดาห์	✓	✓			
งาน การนำเสนอ	4,9,13,14	✓	✓			
สอบกลางภาค M	8	✓	✓			
สอบปลายภาค F	17	✓	✓			

รหัสวิชา ADC 1201
 ชื่อรายวิชา หลักการโฆษณา
 หน่วยกิต 3 (3-0-6)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี
 หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต
 คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

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

หัวข้อ	สัดส่วน	CLO 1	CLO 2	CLO 3	CLO 4	CLO 5
จิตพิสัย	10%	✓	✓			
งาน ชิ้นที่ 1	10%	✓	✓			
งาน ชิ้นที่ 2	10%	✓	✓			
งาน ชิ้นที่ 3	20%	✓	✓			
สอบกลางภาค	20%	✓	✓			
สอบปลายภาค	30%	✓	✓			

4. เกณฑ์ประเมินผลการเรียน

ร้อยละ	ระดับผลการเรียน	ความหมาย
86 – 100	A	ดีเยี่ยม
82 – 85	A-	ดีเยี่ยม
78 – 81	B+	ดีมาก
74 – 77	B	ดี
70 – 73	B-	ค่อนข้างดี
66 – 69	C+	ปานกลางค่อนข้างดี
62 – 65	C	ปานกลาง
58 – 61	C-	ปานกลางค่อนข้างอ่อน
54 – 57	D+	ค่อนข้างอ่อน
50 – 53	D	อ่อน
46 – 49	D-	อ่อนมาก
0 – 45	F	ตก

5. เกณฑ์ประเมินการบรรลุผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

ระดับการบรรลุผล	เกณฑ์การบรรลุผล	คำอธิบาย
บรรลุผลระดับที่ 3	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

เกณฑ์ประการประกันคุณภาพ:

4.5 วิธีการประเมินผู้เรียนต้องแสดงถึงการบรรลุผลสำเร็จของผลการเรียนรู้ที่คาดหวังระดับหลักสูตร และผลการเรียนรู้ระดับรายวิชา

หมวด 5 สื่อการเรียนรู้และสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ Section 5 Learning Resources and Support Facilities

1. สื่อการเรียนรู้และสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

- 1.1 เอกสารประกอบการสอน
- 1.2 หนังสือ ตำรา หรือ ทรัพยากรเรียนรู้จากสำนักวิทยบริการ
- 1.3 ห้องปฏิบัติการ
- 1.4 เว็บไซต์ ซอฟต์แวร์ หรืออุปกรณ์
- 1.5 สถานที่ฝึกปฏิบัติและฝึกประสบการณ์

2. แพลตฟอร์มการเรียนรู้

<https://ssrudlp.ssru.ac.th/>

3. สื่อการเรียนรู้จากแหล่งภายนอก

บอกแหล่ง Web Site, YouTube , Social Media, e-learning ฯลฯ

- 3.1 ชีโนรส ถิ่นวิไลสกุล.(๒๕๖๘).หลักการโฆษณา.กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

4. งานวิจัยประกอบการเรียนรู้ในรายวิชา (ถ้ามี)

ชีโนรส ถิ่นวิไลสกุล. (2565). การโฆษณาไทยสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ หลังสงครามโลกครั้งที่ 2. นิเทศศาสตรปริทัศน์, 26(3), 114 – 125. สืบค้นจาก <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jca/article/view/259162>

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 ADC 1201
ชื่อรายวิชา หลักการโฆษณา
หน่วยกิต 3 (3-0-6)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี
หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต
คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

5. แผนการทบทวนและปรับปรุงรายวิชา

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



ผศ.ชินรศ ถินวีไลสกุล
อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา
วันที่ 6 มิถุนายน 2569