
รายงานผลดำเนินการของรายวิชา
Course Report (TQF5/OBE5)

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

Section 1 General Information

1. รหัสและชื่อรายวิชา

ไทย	AAM2304 การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม
อังกฤษ	AAM2304 Event Marketing Communication

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 2 ปีการศึกษา 2568 ชั้นปีที่ 1

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

9. ข้อมูลประกอบการประกันคุณภาพการศึกษา

9.1 ทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่ดำเนินการ / จำเป็นต้องมีทุกข้อ)

- ✓ รายวิชานี้ได้ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนการสอนหรือกิจกรรมการเรียนการสอน
ในชั้นเรียน ดังนี้ (Criterion 3.2)

รายวิชานี้ได้ออกแบบกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (Participatory Learning Process) โดยมุ่งเน้นให้นักศึกษาเป็น “ผู้ร่วมสร้างความรู้” (Co-creator of Knowledge) ผ่านกิจกรรมในชั้นเรียนและการปฏิบัติจริง ดังนี้

นักศึกษาได้รับโอกาสในการพัฒนาความคิดในการสร้างสรรค์งานสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรมแบบมีอาชีพ โดยอาจารย์ผู้สอนทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวกการเรียนรู้ (Facilitator) มากกว่าการบรรยายแบบเดิม กิจกรรมการเรียนรู้มุ่งให้ผู้เรียนได้ วิเคราะห์ข้อมูลการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม ด้วยการเชื่อมโยงทฤษฎีเข้ากับสถานการณ์จริง

ในแต่ละสัปดาห์มีการมอบหมายงานสร้างสรรค์ เช่น Event รอบตัวฉัน, What to say Lab, Event Team Mapping และการสะท้อนผล (Reflection) โดยผู้เรียนมีส่วนร่วมในการ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเห็นถกเถียง ตั้งคำถาม และวิเคราะห์ผลงานของตนเองและผู้อื่นอย่างสร้างสรรค์

กระบวนการเรียนรู้ดังกล่าวเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ ปรับปรุงและพัฒนาผลงานอย่างต่อเนื่องตลอดภาคการศึกษา เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ของตนเอง (Learner Responsibility) และเสริมสร้างทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ (Critical Thinking) รวมถึงทักษะการทำงานแบบมีอาชีพในสายอาชีพโฆษณาและสื่อสารการตลาด

- ✓ CLOs ของรายวิชานี้ สอดคล้องกับ YLOs ของชั้นปี 2 ดังนี้ (Criterion 1.5)

มีผลการเรียนรู้รายวิชา (Course Learning Outcomes: CLOs) ที่สอดคล้องกับผลการเรียนรู้ประจำปีการศึกษา (Year Learning Outcomes: YLOs) ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ในหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด อย่างชัดเจน โดยมุ่งเน้นการพัฒนา “ทักษะการคิดสร้างสรรค์และการออกแบบเนื้อหาสื่อสารเชิงกลยุทธ์” ดังนี้

CLOs ของรายวิชา

CLO/LO 1 อธิบายแนวคิด ความสำคัญ และองค์ประกอบของการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรมได้อย่างถูกต้อง

CLO/LO 2 วิเคราะห์และออกแบบรูปแบบกิจกรรมทางการตลาดให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การสื่อสาร

CLO/LO 3 วางแผนและจัดทำแผนการสื่อสารเชิงกิจกรรมโดยใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

CLO/LO 4 สร้างสรรค์ผลงานเชิงกิจกรรมที่สะท้อนความคิดสร้างสรรค์และการทำงานเป็นทีม

CLO/LO 5 ประเมินประสิทธิภาพและผลกระทบของกิจกรรมทางการตลาดต่อกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม

ผลการเรียนรู้ทั้งสามข้อนี้มี ความสอดคล้องโดยตรงกับ YLOs ของชั้นปีที่ 1 ซึ่งเน้นให้นักศึกษามีความสามารถในการ

- คิดสร้างสรรค์ พัฒนากลยุทธ์การโฆษณาและสื่อสารการตลาด
- วิเคราะห์และใช้ข้อมูลสารสนเทศจากเทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อพัฒนางานโฆษณาและสื่อสารการตลาดได้อย่างเหมาะสม

ทั้งนี้ รายวิชานี้จึงมีบทบาทสำคัญในการวางรากฐานให้ผู้เรียนสามารถ เชื่อมโยงความรู้ด้านการคิดเชิงกลยุทธ์ (Strategic Thinking) กับ การผลิตเนื้อหาทางสื่อ (Content Production) ซึ่งจะเป็นพื้นฐานสำคัญในการเรียนรู้รายวิชาขั้นสูงในชั้นปีต่อไป

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)

รายวิชานี้ได้มีการ **เพิ่มเติมและปรับปรุงผลการเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs) รวมถึง พัฒนารูปแบบวิธีการ และเนื้อหาการเรียนการสอน** หลังจากได้รับข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ได้แก่ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมโฆษณา นักศึกษาผู้เรียนในรุ่นก่อนหน้า และคณาจารย์ในสาขาวิชา เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางของอุตสาหกรรมสื่อในยุคดิจิทัล

“นักศึกษาสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์และการคิดเชิงวิพากษ์โดยอาศัยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ ภายใต้หลักจรรยาบรรณวิชาชีพ”

โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนตระหนักถึงความรับผิดชอบทางวิชาชีพและจรรยาบรรณของนักสื่อสารในยุคดิจิทัล รวมถึงการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างมีจริยธรรม

ในด้านรูปแบบการจัดการเรียนรู้ ได้ปรับจากการสอนแบบบรรยาย (Lecture-Based) มาเป็นรูปแบบ Active Learning และ Flipped Classroom เพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้ผ่านกระบวนการลงมือปฏิบัติจริง (Learning by Doing) ร่วมกับการสะท้อนผล (Reflection) และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียนอย่างมีส่วนร่วม

นอกจากนี้รายวิชานี้ได้มีการ บูรณาการร่วมกับการฝึกปฏิบัติงานกับผู้ประกอบการภายนอก (Work-Integrated Learning: WIL) โดยความร่วมมือกับ ผู้ประกอบการเจ้าของแบรนด์สินค้าและบริการจริง ซึ่งมอบหมายโจทย์โฆษณาให้นักศึกษาใช้เป็นกรณีศึกษาสำหรับการออกแบบสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรมในรายวิชา โดยบูรณาการกับ หน่วยงานภายนอก 2 แห่ง คือ

1. บริษัท Ratchapruek Hall & Space จำกัด ซึ่งให้การสนับสนุนการเรียนรู้ผ่านกิจกรรม “BYD Event Contest” โดยเชิญนักสื่อสารการตลาดที่มีความเชี่ยวชาญด้านการจัดงานสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรมมืออาชีพ จากองค์กรดังกล่าวมาเป็นวิทยากร เพื่อให้คำแนะนำ วิเคราะห์ และสะท้อนผลงานของนักศึกษาอย่างเป็นระบบ

2. บริษัท Stardorm Asia จำกัด ซึ่งให้การสนับสนุนการเรียนรู้ผ่านกิจกรรม “Professional Workshop” จำกัด นำผลิตภัณฑ์สินค้าจริง นครเวียงจันทน์ประเทศลาว

มาเป็นกิจกรรมเวิร์คช็อปให้นักศึกษาได้ทดลองจัดกิจกรรมการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม กิจกรรมดังกล่าวทั้ง 2 ครั้งนี้ ทำให้นักศึกษาได้เรียนรู้จากประสบการณ์ตรงในอุตสาหกรรม (Experiential Learning) และพัฒนาความเข้าใจในการจัดงานสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรมอย่างมืออาชีพ ซึ่งส่งผลให้คุณภาพผลงานของผู้เรียนมีความสมจริงและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานมากยิ่งขึ้น

✓ รายวิชานี้ได้ใช้แนวทางในการปลูกฝังทักษะดังต่อไปนี้ (Criterion 3.4)

ทักษะการส่งเสริมการเรียนรู้ (Promote Learning) ด้วยวิธีใช้กลยุทธ์การสอนแบบเน้นสมรรถนะ (Competency-based Instruction) โดยเน้นวิธีการปฏิบัติพร้อมกับการผนึกมุมมองความรู้จนผู้เรียนสามารถแสดงศักยภาพจากการเรียนรู้และมีทักษะการปฏิบัติงานได้จริง ผ่านการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน โดยให้นักศึกษาได้พัฒนาสร้างสรรค์บทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาจากประสบการณ์จริงนอกชั้นเรียน

ทักษะการเรียนรู้วิธีเรียนรู้ (Learning How to Learn) ด้วยวิธีให้นักศึกษาได้ฝึกฝนทักษะในการประเมินตนเองและผู้อื่นผ่านการแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน และนอกชั้นเรียนผ่านระบบออนไลน์ และจัด

กิจกรรมการอภิปรายกลุ่ม และให้นักศึกษาระดมสมอง วิเคราะห์ประเด็นต่างๆ ที่ได้อภิปรายไป เพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้และหาแนวทางปฏิบัติที่ดี

ทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) ด้วยวิธีสร้างกระบวนการเรียนรู้ที่พัฒนา Growth Mindset เพื่อเตรียมความพร้อมที่จะเรียนรู้และปรับตัวในทุกสถานการณ์ อีกทั้งมอบหมายกิจกรรมให้นักศึกษาฝึกทำงานร่วมกับผู้อื่น ฝึกรับผิดชอบตนเอง สังคม และปรับตัวในสถานการณ์ต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

- ✓ รายวิชานี้มีแนวทางปลูกฝังเรื่องต่อไปนี้ ด้วยวิธีการดังนี้

มุ่งเน้นการพัฒนาผู้เรียนให้เป็นนักสื่อสารการตลาดที่มีความคิดสร้างสรรค์และจิตสำนึกในมารับผิดชอบต่อสังคม โดยมีแนวทางในการปลูกฝังคุณลักษณะสำคัญของผู้เรียน ดังนี้

1. ความคิดใหม่ (New Idea)

รายวิชานี้ส่งเสริมให้นักศึกษาเรียนรู้ กระบวนการสร้างสรรค์เพื่อการสร้างสรรค์ (Creative Message Development Process) ผ่านการฝึกทำการพัฒนางานสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม โดยให้นักศึกษาพัฒนาแนวคิดที่แปลกใหม่ มีคุณค่า และมีประโยชน์ต่อผู้รับสารและสังคม กิจกรรมดังกล่าวช่วยปลูกฝังให้ผู้เรียนกล้า “คิดต่าง” อย่างมีเหตุผล (Think Differently) และมองเห็นโอกาสในการสร้างสรรค์งานที่สะท้อนความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและสังคม

2. การสร้างนวัตกรรม (Innovation)

รายวิชาได้ออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ (Project-Based Learning) ให้นักศึกษาได้ฝึกพัฒนาบทโฆษณาและออกแบบชิ้นงานจริง โดยผสมองค์ความรู้จากหลายรายวิชา เช่น กลยุทธ์การตลาด การออกแบบสื่อและเทคโนโลยีสื่อสาร ผลงานของนักศึกษาจะได้รับการ ประเมินจาก “ลูกค้าจริง” หรือผู้ประกอบการแบรนด์สินค้าและบริการ ที่มอบหมายโจทย์ให้ ซึ่งเป็นกระบวนการเรียนรู้เชิงนวัตกรรม (Innovative Learning) ช่วยให้นักศึกษาสามารถสร้างสรรค์ชิ้นงานที่ เกิดขึ้นจริงในสาขาอาชีพ และมีคุณค่าเชิงนวัตกรรมทั้งในแง่ความคิดและผลลัพธ์

3. ทักษะของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Mindset)

รายวิชาได้มอบหมายกิจกรรมที่กระตุ้นให้ผู้เรียนมีความมั่นใจและกล้าแสดงออก เช่น การนำเสนอแนวคิดโฆษณาต่อผู้ประกอบการจริง การ Pitching และการ Present Campaign ต่อที่ประชุมวิชาชีพ โดยมีเจ้าของสินค้า/บริการ/แบรนด์จริง มาให้ข้อเสนอแนะและสะท้อนแนวคิด กิจกรรมนี้ช่วยให้นักศึกษาพัฒนาทัศนคติแบบผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Attitude) ที่มุ่งเน้นการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์ การรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ของตนเอง และการมองเห็นโอกาสทางธุรกิจในอนาคตทางธุรกิจและการตลาด

รหัสวิชา AAM2304

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

10. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

1 ธันวาคม 2568

หมวดที่ 2 การจัดการเรียนการสอนที่เปรียบเทียบกับแผนการสอน

1. รายงานชั่วโมงการสอนจริงที่คลาดเคลื่อนจากแผนการสอน (ถ้ามี)

ไม่มี

2. หัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน (ถ้ามี)

ไม่มี

3. จัดสิ่งสนับสนุนเพื่อประสิทธิผลในการเรียนรู้ของนักศึกษา

สิ่งสนับสนุน	ผลการดำเนินการ		
	มีการดำเนินการ	ไม่ได้ดำเนินการ	แผนการปรับปรุง
1.เอกสารประกอบการสอนที่เป็นปัจจุบัน	พิมพ์ฉบับปรับปรุงภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2568		
2.การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	เว็บไซต์ DLP Google Classroom		
3.ระบบในการรับทราบปัญหา	นักศึกษาสามารถแจ้งและปรึกษาอาจารย์ผู้สอนผ่านช่องทางติดต่อที่แจ้งไป		
4.ระบบช่วยเหลือนักศึกษาที่มีปัญหา	นักศึกษาสามารถแจ้งและปรึกษาอาจารย์ผู้สอนผ่านช่องทางติดต่อที่แจ้งไป		
5.อื่นๆ...(ระบุ).....			

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

5. CLO/LO 1 อธิบายแนวคิด ความสำคัญ และองค์ประกอบของการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรมได้อย่างถูกต้อง

6. CLO/LO 2 วิเคราะห์และออกแบบรูปแบบกิจกรรมทางการตลาดให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การสื่อสาร

ผู้นำการสร้างมืออาชีพเพื่อพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

รหัสวิชา AAM2304

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

-
7. CLO/LO 3 วางแผนและจัดทำแผนการสื่อสารเชิงกิจกรรมโดยใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ
 8. CLO/LO 4 สร้างสรรค์ผลงานเชิงกิจกรรมที่สะท้อนความคิดสร้างสรรค์และการทำงานเป็นทีม
 9. CLO/LO 5 ประเมินประสิทธิภาพและผลกระทบของกิจกรรมทางการตลาดต่อกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม

5. ประสิทธิภาพของวิธีการจัดการเรียนรู้และวิธีการประเมินผลที่ดำเนินการเพื่อทำให้เกิดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามที่ระบุในรายละเอียดรายวิชา

(อ้างอิงจาก OBE3 หมวดที่ 4)

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชา (CLOs)	ผลที่เกิดกับนักศึกษาตาม CLOs (บรรลุ/ไม่บรรลุ)	กิจกรรมการเรียนการสอนที่ระบุ	วิธีการจัดการสอน (เหมาะสม/ไม่เหมาะสม)	วิธีการวัดผลและประเมินผล	วิธีการวัดผล (เหมาะสม/ไม่เหมาะสม)	แนวทางการพัฒนาปรับปรุงเพื่อให้นักศึกษาบรรลุตามแต่ละ CLO หรือแนวทางที่ทำให้มีวิธีการจัดการสอนหรือวิธีการวัดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่เหมาะสม
CLO 1 อธิบายแนวคิด ความสำคัญ และองค์ประกอบของการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรมได้อย่างถูกต้อง	✓	มุ่งเน้นวิธีการปฏิบัติพร้อมๆ กับการผนึกรวมองค์ความรู้จนผู้เรียนสามารถแสดงศักยภาพจากการเรียนรู้และมีทักษะการปฏิบัติงานได้จริง เช่นการบรรยาย การฝึกปฏิบัติ	✓	การประเมินผลงานที่ได้ (มอบหมาย peer assessment)	✓	ประเด็นปัญหา 1:10% ของนักศึกษาไม่สามารถสื่อสารความคิดเห็นของตนเอง เพื่อประยุกต์องค์ความรู้เพื่อการสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรมได้อย่างถูกต้อง เนื่องจากนักศึกษาติดการใช้ AI ในการคิดสร้างสรรค์ แนวทางการปรับปรุง ตามสาเหตุของปัญหา 1:• มอบหมายกิจกรรมโดยให้นักศึกษา ใช้ AI ในการคิดสร้างสรรค์สร้างสรรค์เฉพาะประเด็น และอภิปรายจุดแตกต่างรายบุคคล

รหัสวิชา AAM2304

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชา (CLOs)	ผลที่เกิดกับนักศึกษาตาม CLOs (บรรลุ/ไม่บรรลุ)	กิจกรรมการเรียนการสอนที่ระบุ	วิธีการจัดการสอน (เหมาะสม/ไม่เหมาะสม)	วิธีการวัดผลและประเมินผล	วิธีการวัดผล (เหมาะสม/ไม่เหมาะสม)	แนวทางการพัฒนาปรับปรุงเพื่อให้นักศึกษาบรรลุตามแต่ละ CLO หรือแนวทางที่ทำให้มีวิธีการจัดการสอนหรือวิธีการวัดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่เหมาะสม
CLO 2 วิเคราะห์และออกแบบรูปแบบกิจกรรมทางการตลาดให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การสื่อสาร	✓		✓	การประเมินผลงานที่ได้มอบหมาย (peer assessment)	✓	ประเด็นปัญหา 1: 70%ของนักศึกษายังไม่สามารถวิเคราะห์สถานการณ์เพื่อการสื่อสารการตลาดเชิงกิจการได้อย่างเป็นระบบ แนวทางการปรับปรุง ตามสาเหตุของปัญหา 1: •จัดกิจกรรม Case Study โดยให้นักศึกษาวิเคราะห์บทสัมภาษณ์ ศึกษาข้อมูลจากเจ้าของผลิตภัณฑ์จริง เพื่อหาคำตอบของข้อมูลที่ถูกต้องที่สุด

รหัสวิชา AAM2304

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชา (CLOs)	ผลที่เกิดกับนักศึกษาตาม CLOs (บรรลุ/ไม่บรรลุ)	กิจกรรมการเรียนการสอนที่ระบุ	วิธีการจัดการสอน (เหมาะสม/ไม่เหมาะสม)	วิธีการวัดผลและประเมินผล	วิธีการวัดผล (เหมาะสม/ไม่เหมาะสม)	แนวทางการพัฒนาปรับปรุงเพื่อให้นักศึกษาบรรลุตามแต่ละ CLO หรือแนวทางที่ทำให้วิธีการจัดการสอนหรือวิธีการวัดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่เหมาะสม
						<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มการสอนแบบ Active Learning ผ่าน “การจำลองสถานการณ์การบริหาร” โดยให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มสวมบทบาทนักการตลาด
CLO 3 วางแผนและจัดทำแผนการสื่อสารเชิงกิจกรรมโดยใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	✓	แบบฝึกหัดวิเคราะห์ Insight และ Assignment กลางภาค, แนวคิดแผนการสื่อสารเชิงกิจกรรมได้	✓	การมีส่วนร่วมในกิจกรรมและการสะท้อนผลการเรียนรู้	✓	ประเด็นปัญหา 1: 60% ของนักศึกษายังใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการแผนการสื่อสารเชิงกิจกรรมได้รวมถึงภาษายังไม่ถูกต้องและเป็นระบบ แนวทางการปรับปรุง ตามสาเหตุของปัญหา 1: <ul style="list-style-type: none"> จัดกิจกรรม พี่สอนน้อง โดยให้นักศึกษารุ่นพี่ที่ผ่านการเรียน เข้ามาเป็นพี่ปรึกษาในการทำงานของน้องๆ และให้นักศึกษาคัดคำผิด 100 คำทุกคำที่เขียนผิด เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และจดจำ

รหัสวิชา AAM2304

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชา (CLOs)	ผลที่เกิดกับนักศึกษาตาม CLOs (บรรลุ/ไม่บรรลุ)	กิจกรรมการเรียนการสอนที่ระบุ	วิธีการจัดการสอน (เหมาะสม/ไม่เหมาะสม)	วิธีการวัดผลและประเมินผล	วิธีการวัดผล (เหมาะสม/ไม่เหมาะสม)	แนวทางการพัฒนาปรับปรุงเพื่อให้นักศึกษาบรรลุตามแต่ละ CLO หรือแนวทางที่ทำให้วิธีการจัดการสอนหรือวิธีการวัดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่เหมาะสม
CLO 4 สร้างสรรค์ผลงานเชิงกิจกรรมที่สะท้อนความคิดสร้างสรรค์และการทำงานเป็นทีม	✓	ทดสอบความรู้พื้นฐานและแนวคิดหลัก มุ่งเน้นวิธีการปฏิบัติพร้อมๆ กับการผนึกรวมองค์ความรู้จนผู้เรียนสามารถแสดงศักยภาพจากการเรียนรู้และมีทักษะการปฏิบัติงานได้จริง เช่นการ	✓	การมีส่วนร่วมในกิจกรรมและการสะท้อนผลการเรียนรู้	✓	ประเด็นปัญหา 1: 100%ของนักศึกษาสามารถการวางแผนการสื่อสารเชิงกิจกรรมได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิผล แนวทางการปรับปรุง ตามสาเหตุของปัญหา 1: •จัดกิจกรรม What to say Lab / How to say Mix ให้นักศึกษาฝึกพัฒนาแผนการสื่อสารเชิงกิจกรรมได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิผล

รหัสวิชา AAM2304

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชา (CLOs)	ผลที่เกิดกับนักศึกษาตาม CLOs (บรรลุ/ไม่บรรลุ)	กิจกรรมการเรียนการสอนที่ระบุ	วิธีการจัดการสอน (เหมาะสม/ไม่เหมาะสม)	วิธีการวัดผลและประเมินผล	วิธีการวัดผล (เหมาะสม/ไม่เหมาะสม)	แนวทางการพัฒนาปรับปรุงเพื่อให้นักศึกษาบรรลุตามแต่ละ CLO หรือแนวทางที่ทำให้วิธีการจัดการสอนหรือวิธีการวัดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่เหมาะสม
		บรรยาย การฝึกปฏิบัติ				
CLO 5 ประเมินประสิทธิภาพและผลกระทบของกิจกรรมทางการตลาดต่อกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม	✓	ทดสอบความรู้พื้นฐานและแนวคิดหลัก มุ่งเน้นวิธีการปฏิบัติพร้อมๆ กับการผนึกมุมมอง ความรู้จนผู้เรียนสามารถแสดงศักยภาพจากการเรียนรู้และมีทักษะการปฏิบัติงานได้จริง เช่นการ	✓	การมีส่วนร่วมในกิจกรรมและการสะท้อนผลการเรียนรู้	✓	ประเด็นปัญหา 1: 20%ของนักศึกษายังขาดการใช้ความคิดสร้างสรรค์ การคิดเชิงวิพากษ์ ด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ภายใต้หลักจรรยาบรรณวิชาชีพ โดยในบางครั้งใช้ AI คิดสร้างสรรค์เรื่องเล่าเพื่อการสื่อสารแบรนด์แทนตัวเองโดยไม่มี การปรับปรุงแก้ไข แนวทางการปรับปรุง ตามสาเหตุของปัญหา 1: •จัดกิจกรรม Teamwork & Reflection ให้ นักศึกษาสะท้อนผลงานของตนเองและอภิปรายพร้อมให้เพื่อนในชั้นวิพากษ์วิจารณ์ผลงาน เพื่อให้ เข้าใจการคิดงานด้วยตัวเองกับการใช้ AI ว่ามีความ

รหัสวิชา AAM2304

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชา (CLOs)	ผลที่เกิดกับนักศึกษาตาม CLOs (บรรลุ/ไม่บรรลุ)	กิจกรรมการเรียนการสอนที่ระบุ	วิธีการจัดการสอน (เหมาะสม/ไม่เหมาะสม)	วิธีการวัดผลและประเมินผล	วิธีการวัดผล (เหมาะสม/ไม่เหมาะสม)	แนวทางการพัฒนาปรับปรุงเพื่อให้นักศึกษาบรรลุตามแต่ละ CLO หรือแนวทางที่ทำให้มีวิธีการจัดการสอนหรือวิธีการวัดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่เหมาะสม
		บรรยาย การฝึกปฏิบัติ				แตกต่างกันอย่างไรและจะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในอนาคตภายใต้กรอบจรรยาบรรณวิชาชีพนักโฆษณา ได้อย่างไร
<p>หมายเหตุ:</p> <ul style="list-style-type: none"> ผู้สอนแสดงปัญหาของการที่นักศึกษาไม่สามารถเรียนรู้ CLO ได้ตามเกณฑ์ที่กำหนด และ/หรือปัญหาที่เกี่ยวกับประสบการณ์การเรียนรู้ของนักศึกษา โดยแสดงอย่างน้อย 1 ปัญหาในแต่ละภาคการศึกษา สามารถบรรยายปัญหา วิธีการแก้ไข รวมถึงผลลัพธ์การแก้ปัญหา ต่อเนื่องกันหลายภาคการศึกษาได้ <p>* หลักสูตรกำหนดเกณฑ์ซึ่งเป็นร้อยละของนักศึกษาที่ต้องผ่านเกณฑ์ในแต่ละ CLO</p>						

หมวดที่ 3 ระบบการวัดและการประเมินผลการเรียนรู้
1. การประเมินผลแบบ Formative Evaluation (criterion 4.3) :

- มีการประเมิน (กรุณาให้ข้อมูลในตาราง เพิ่มเติม)
- ไม่มีการประเมิน

วิธีจัดการประเมินผลแบบ 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 AAM2304

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

ชื่อรายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม

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.....			
10. 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 27 คน

1.2 จำนวนนักศึกษาที่คงอยู่เมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษา

จำนวน 26 คน

1.3 จำนวนนักศึกษาที่ถอน (W)

จำนวน 1 คน

1.3 การกระจายของระดับคะแนน (เกรด)

ระดับคะแนน	จำนวน	ร้อยละ
A	8	29.62
A-	8	29.62
B+	4	14.81
B	0	0
B-	2	7.40
C+	1	3.70
C	0	0
C-	0	0
D+	0	0
D	0	0
D-	0	0
F	0	0

2. ปัจจัยที่ทำให้ระดับคะแนนผิดปกติ (ถ้ามี)

รายวิชา AAM2304 การสื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing Communication) เป็นรายวิชาที่มุ่งเน้น การเรียนรู้เชิงปฏิบัติการ (Practical-Based Learning) และเป็นรายวิชาพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาทักษะวิชาชีพด้านการเขียนบทโฆษณาและการสื่อสารการตลาด

ปัจจัยที่ทำให้ระดับคะแนนของนักศึกษา มีลักษณะ “สูงกว่าระดับเฉลี่ยของรายวิชาอื่น” เนื่องจากการประเมินผลในรายวิชานี้มุ่งเน้นที่ พัฒนาการของผลงาน (Process-Based Assessment) มากกว่าการวัดผลจากครั้งเดียว โดยนักศึกษาได้รับโอกาสให้ปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาผลงานของตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดภาคการศึกษา ซึ่งสะท้อนถึงความตั้งใจและความรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ของผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยนักศึกษาในรายวิชานี้ที่ลงทะเบียนมีจำนวนเพียง 26 คน ทำให้ผู้สอนสามารถให้ข้อเสนอแนะนักศึกษาได้อย่างทั่วถึง และส่วนใหญ่มี ความกระตือรือร้นและมีพัฒนาการที่โดดเด่นในการทำงานสร้างสรรค์ จึงทำให้คะแนนระหว่างภาค (คะแนนเก็บ) อยู่ในระดับค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับรายวิชาเชิงทฤษฎี

สำหรับการสอบปลายภาค มีลักษณะเป็น การจำลองสถานการณ์จริงในวิชาชีพ (Simulation Test) โดยให้นักศึกษาเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาภายในเวลาจำกัด สามารถใช้เอกสารและสื่ออ้างอิงได้ (Open Book Exam) แต่จะต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์และการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ในการสร้างสรรค์ชิ้นงานใหม่ ซึ่งสะท้อนสมรรถนะทางวิชาชีพได้อย่างแท้จริง

แม้ว่าจะมีนักศึกษาบางส่วนที่ใช้เครื่องมือ AI เข้ามาช่วยในการทำงาน แต่ผู้สอนสามารถ แยกแยะและตรวจสอบได้อย่างชัดเจน จากลักษณะของภาษาการเขียนและโครงสร้างเนื้อหา เพื่อให้มั่นใจว่าผลงานที่ได้รับ การประเมินสะท้อนศักยภาพและความคิดของผู้เรียนอย่างแท้จริง

ดังนั้น ระดับคะแนนของนักศึกษาที่อยู่ในเกณฑ์สูง จึงเป็นผลมาจาก

1. การประเมินตามพัฒนาการของชิ้นงานจริง (Progressive Improvement)
2. ความตั้งใจและการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องของผู้เรียน
3. ลักษณะการวัดผลที่เน้นการประยุกต์ใช้ทักษะจริงในสถานการณ์จำลองวิชาชีพ

11. ความคลาดเคลื่อนจากแผนการประเมินที่กำหนดไว้ในรายละเอียดรายวิชาทั้งด้านกำหนดเวลาและวิธีการประเมินผล (ถ้ามี)

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน		สัปดาห์ที่ประเมิน		สัดส่วนของการประเมิน	
	ตามแผน	ตามจริง	ตามแผน	ตามจริง	ตามแผน	ตามจริง
CLO 1 คิดสร้างสรรค์ พัฒนากลยุทธ์การสร้าง สารได้	✓		✓		✓	
CLO 2 วิเคราะห์ข้อมูล สารสนเทศด้าน เทคโนโลยีต่าง ๆ ได้	✓		✓		✓	
CLO 3 พัฒนาการ วิเคราะห์ข้อมูลทาง การตลาดและใช้ ภาษาอังกฤษใน ชีวิตประจำวันได้	✓		✓		✓	
CLO 4 วางแผนการ เขียนบทโฆษณาและ ออกแบบเนื้อหาได้อย่าง ต่อเนื่องและมี ประสิทธิผล	✓		✓		✓	
CLO 5 ใช้ความคิด สร้างสรรค์ การคิดเชิง วิพากษ์ ด้วยฐานข้อมูล ทางเทคโนโลยีอย่าง สร้างสรรค์ภายใต้หลัก จรรยาบรรณวิชาชีพ	✓		✓		✓	

4. การทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

(ให้อ้างอิงจากรายละเอียดของหลักสูตรและรายละเอียดของรายวิชา)

ผู้นำการสร้างมืออาชีพเพื่อพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

A leader in producing professionals for sustainable social development

-
- 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

ทำให้ในบางครั้งการที่นักศึกษาจะเปิดคลิปเพื่อศึกษารณีศึกษาและค้นคว้าในระบบออนไลน์นั้นเป็นไปได้ด้วยความลำบาก

2. ประเด็นด้านการบริหารจัดการ (ถ้ามี)

การจัดชั้นเรียนในบางครั้งทำให้นักศึกษา ไม่มีเวลาว่างในระหว่างรายวิชา ทำให้นักศึกษาไม่สามารถที่จะทบทวนความรู้หรือทำการบ้านในระหว่างรอเรียนได้

หมวดที่ 6 การประเมินรายวิชา

1. ผลการประเมินรายวิชาโดยนักศึกษา

1.1 ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยนักศึกษา (ลิงค์ข้อมูลจากระบบบริการการศึกษา)

นักศึกษาชอบการทำงานกลุ่ม และการเรียนแบบ Active Learning ทำให้นักศึกษาได้เข้าใจ
กระบวนการเรียนรู้ด้วยการทำกิจกรรมจริงหรือตัวเอง

1.2 ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อข้อวิพากษ์ตามข้อ 1.1

ผู้สอนพยายามที่จะหากรณีศึกษาที่หลากหลายให้นักศึกษาได้ทดลอง

2. ผลการประเมินรายวิชาโดยวิธีอื่น

2.1 ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยวิธีอื่น

ไม่มี

2.2 ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อข้อวิพากษ์ตามข้อ 2.1

ไม่มี

หมวดที่ 7 แผนการปรับปรุง

1. การดำเนินการเพื่อการปรับปรุงการเรียนการสอน/รายวิชา (นอกเหนือจากที่ระบุไว้ในหมวดที่ 2)

ปรับปรุงรูปแบบการประเมินคะแนนผลงานโดยใช้วิทยากรภายนอกซึ่งเชี่ยวชาญด้านวิชาชีพการ
สื่อสารการตลาดเชิงกิจกรรม มาเป็นผู้ประเมินและให้คะแนนในครั้งสุดท้ายของ Final Project

2. ข้อเสนอแนะของอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาต่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ควรมอบหมายงานแบบบูรณาการร่วมกันในรายวิชาที่ใกล้เคียงกัน



รองศาสตราจารย์.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

วันที่ 28 มีนาคม 2569