



รายละเอียดของรายวิชา (Course Specification)

รหัสวิชา GMD 3233 รายวิชา การออกแบบโฆษณาสื่อดิจิทัล (Digital Media Advertising Design)
สาขาวิชาออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ภาคการศึกษา 1 ปีการศึกษา 2568

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา	GMD 3233
ชื่อรายวิชาภาษาไทย	การออกแบบโฆษณาสื่อดิจิทัล
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ	Digital Media Advertising Design

2. จำนวนหน่วยกิต

3 (2-2-5)

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

- 3.1 หลักสูตร วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดีย
3.2 ประเภทของรายวิชา หมวดวิชาเฉพาะด้าน กลุ่มวิชาแกน

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

- 4.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อาจารย์ ดวงรัตน์ ด่านไถยนำ
4.2 อาจารย์ผู้สอน อาจารย์ ดวงรัตน์ ด่านไถยนำ

5. สถานที่ติดต่อ

ห้อง 4340A / E – Mail: duangrat.da@ssru.ac.th

6. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

- 6.1 ภาคการศึกษาที่ 2 / ชั้นปีที่ 3
6.2 จำนวนผู้เรียนที่รับได้ 2 หมู่เรียน จำนวน 120

7. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี) ไม่มี

8. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี) ไม่มี

9. สถานที่เรียน

คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เขตดุสิต กรุงเทพฯ

10. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด 9 มิถุนายน พ.ศ. 2568

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

- 1.1 เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับความเป็นมาของการโฆษณา
- 1.2 เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย หน้าที่ ประเภทและประโยชน์ของการโฆษณา
- 1.3 เพื่อให้มีความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างสรรค์งานโฆษณา สามารถนำความรู้ที่เรียนมานำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม
- 1.4 เพื่อให้มีทักษะในการออกแบบสื่อโฆษณาหลากหลายรูปแบบ

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้เนื้อหามีความทันสมัยสอดคล้องกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และรูปแบบการทำงานที่เป็นปัจจุบัน

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ทฤษฎีและหลักการออกแบบสื่อโฆษณาดิจิทัล กลยุทธ์การออกแบบโฆษณาสร้างสรรค์ การวิเคราะห์โจทย์งานโฆษณา หลักการใช้ภาพประกอบในการออกแบบโฆษณาดิจิทัล การออกแบบสื่อโฆษณาเคลื่อนไหวและสื่อโฆษณาสมัยใหม่ พฤติกรรมผู้บริโภค ทดลองการออกแบบสื่อโฆษณาสร้างสรรค์

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน (ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
2	0	2	2

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

อาจารย์ประจำรายวิชาจัดเวลาให้คำปรึกษานักศึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่ม จำนวน 2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ โดยทำการนัดหมายกับนักศึกษาล่วงหน้า

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม	ความรู้	ทักษะทางปัญญา	ทักษะทางความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร

																					และการใช้เทคโนโลยี								
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	
GMD 3301 การออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณา	.	.	o	o	o	o	o	o	o	.	.	o	o	o	o	.	o	.	.

หมวดที่ 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- (1) ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต
- (2) มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
- (3) มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขข้อขัดแย้งและลำดับความสำคัญ
- (4) เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์
- (5) เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม
- (6) มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ

1.2 วิธีการสอน

- (1) กำหนดกฎเกณฑ์ในการเรียนการสอน เรื่องการเข้าเรียน ความรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมาย
- (2) มีการสอดแทรกเนื้อหา หรือยกตัวอย่างประกอบในการสอนประเด็นที่มีความเกี่ยวข้องกับจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพทางการออกแบบ
- (3) ให้ผู้เรียน ประยุกต์ใช้ ความรู้ในชั้นเรียน กับสถานการณ์จริง ในการออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณา

1.3 วิธีการประเมินผล

- (1) การเข้าเรียน การเข้าร่วมกิจกรรม การตรงต่อเวลา
- (2) มีการนำเสนอและส่งงานที่ได้รับมอบหมาย อย่างถูกต้องและสม่ำเสมอ
- (3) ประเมินผลการวิเคราะห์กรณีศึกษา
- (4) ประเมินผลการนำเสนอรายงานที่มอบหมาย

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องพัฒนา

- (1) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญ ในเนื้อหาวิชา
- (2) สามารถวิเคราะห์ปัญหาเข้าใจและอธิบายความต้องการการออกแบบ รวมทั้งประยุกต์ความรู้ ทักษะและการใช้เครื่องมือที่เหมาะสมกับการแก้ไขปัญหา
- (3) สามารถวิเคราะห์ ออกแบบ ปรับปรุงและ/หรือประเมิน องค์ประกอบต่าง ๆ ของการออกแบบ

- (4) สามารถติดตามความก้าวหน้าและวิวัฒนาการการออกแบบ เทคโนโลยีที่นำมาใช้ และการประยุกต์
- (5) มีความรู้ ความเข้าใจและสนใจพัฒนาความรู้ ความชำนาญการออกแบบอย่างต่อเนื่อง
- (6) มีความรู้ในแนวกว้าง เล็งเห็นการเปลี่ยนแปลง และเข้าใจผลกระทบของเทคโนโลยีใหม่ ๆ
- (7) มีประสบการณ์ในการพัฒนาและ/หรือการประยุกต์ซอฟต์แวร์ทางการออกแบบที่ใช้งานได้จริง
- (8) สามารถบูรณาการความรู้ในวิชาการออกแบบที่เกี่ยวข้อง

2.2 วิธีการสอน

- (1) บรรยาย ยกตัวอย่างกรณีศึกษา ประกอบกับการให้นักศึกษาฝึกการการออกแบบและจัดวางตัวอักษร
- (2) มอบหมายงานให้ค้นคว้า อภิปรายผล และนำเสนอรายงาน ทั้งรายบุคคลและเป็นกลุ่ม

2.3 วิธีการประเมินผล

งานออกแบบในระหว่างภาคเรียน งานโครงการพิเศษกลางภาค และปลายภาคการศึกษา

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- (1) คิดอย่างมีวิจารณ์ญาณและอย่างเป็นระบบ
- (2) สามารถสืบค้น ศึกษา และประเมินผล เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์
- (3) สามารถรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ และสรุปประเด็นปัญหาและความต้องการ
- (4) สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม

3.2 วิธีการสอน

- (1) ฝึกให้นักศึกษาวิเคราะห์ปัญหาจากกรณีตัวอย่าง โดยการค้นคว้า และรวบรวมจากเอกสารต่างๆ
- (2) ใช้การฝึกปฏิบัติระหว่างชั้นเรียน

3.3 วิธีการประเมินผล

ขั้นตอนการทำงาน การวิเคราะห์ และนำเสนองานที่ได้รับมอบหมาย

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- (1) สามารถสื่อสารกับกลุ่มคนหลากหลาย สามารถสนทนาทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- (2) สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่การแก้ปัญหาสถานการณ์ต่าง ๆ ในกลุ่ม ทั้งในบทบาทของผู้นำ หรือในบทบาทของผู้ร่วมทีมทำงาน
- (3) สามารถใช้ความรู้ในศาสตร์มาชี้นำสังคมในประเด็นที่เหมาะสม
- (4) มีความรับผิดชอบในการกระทำของตนเองและรับผิดชอบงานในกลุ่ม

- (5) สามารถเป็นผู้ริเริ่มแสดงประเด็นในการแก้ไขสถานการณ์ทั้งส่วนตัวและส่วนรวม พร้อมทั้งแสดงจุดยืนอย่างพอเหมาะทั้งของตนเองและของกลุ่ม
- (6) มีความรับผิดชอบการพัฒนาการเรียนรู้ทั้งของตนเองและทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง

4.2 วิธีการสอน

- (1) บรรยายและยกตัวอย่างการออกแบบโฆษณา นักศึกษาปฏิบัติการออกแบบ
- (2) นักศึกษามีกิจกรรมในชั้นเรียนที่ต้องร่วมกลุ่มกันศึกษาในที่รายวิชากำหนด กระบวนการออกแบบ
- (3) ผู้สอนมอบหมายงานรายเดี่ยว และรายกลุ่ม แก่นักศึกษา
- (4) นักศึกษาสามารถนำเสนอผลงานออกแบบโฆษณาอย่างเป็นระบบโดยใช้ทฤษฎีในการออกแบบ

4.3 วิธีการประเมินผล

ผลงานจากการออกแบบของนักศึกษาอย่างเป็นระบบ

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- (1) มีทักษะในการใช้เครื่องมือที่จำเป็นที่มีอยู่ในปัจจุบันต่อการทำงานที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีทางการออกแบบ
- (2) สามารถแนะนำประเด็นการแก้ไขปัญหาโดยใช้สารสนเทศทางคณิตศาสตร์ หรือการแสดงสถิติประยุกต์ต่อปัญหาที่เกี่ยวข้องอย่างสร้างสรรค์
- (3) สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งปากเปล่าและการเขียน เลือกใช้รูปแบบของสื่อสาร นำเสนออย่างเหมาะสม
- (4) สามารถใช้สารสนเทศและเทคโนโลยีสื่อสารอย่างเหมาะสม

5.2 วิธีการสอน

มีการนำเสนองานหน้าชั้นเรียน โดยใช้รูปแบบ และเทคโนโลยีที่เหมาะสม และอภิปรายผล

5.3 วิธีการประเมินผล

- (1) การจัดทำรายงาน และการนำเสนอหน้าชั้นเรียนด้วยสื่อเทคโนโลยี
- (2) การตอบคำถามหน้าชั้นเรียน

6. ด้านอื่นๆ

ไม่มี

หมายเหตุ

สัญลักษณ์ ● หมายถึง ความรับผิดชอบหลัก

สัญลักษณ์ ○ หมายถึง ความรับผิดชอบรอง

เว้นว่าง หมายถึง 'ไม่ได้รับผิดชอบ

ซึ่งจะปรากฏอยู่ในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1.แผนการสอน

ลำดับที่	เนื้อหา/สาระการเรียนรู้	รูปแบบการเรียนการสอน	วิธีการสอนและกิจกรรมการเรียนรู้ /โปรแกรม	วิธีการประเมิน
1	Introduction Class แนะนำรายวิชา อธิบาย วัตถุประสงค์รายวิชา ระเบียบ การเรียนการสอน เกณฑ์การประเมิน	Onsite	Google meet 1. อธิบายรายละเอียดรายวิชา 2. ปรับพื้นฐานความรู้ ความเข้าใจ 3. อธิบายวิธีการเรียนการสอน 4. แนะนำอุปกรณ์ที่ใช้ในการเรียน 5. กรอกข้อมูลแนะนำตัวเอง รวมถึงการสร้างกลุ่ม Line ใน การ ติดต่อสื่อสาร 6.แนะนำแหล่งข้อมูล เพื่อศึกษาเพิ่มเติม 7.สอบถามและแลกเปลี่ยน ความคาดหวัง ของผู้เรียน ต่อรายวิชา	1. การสังเกต ผู้เรียน การมี ส่วนรวมในชั้น เรียน 2.ลงชื่อเข้าชั้น เรียน
2	บทที่ 1 ประวัติ โฆษณา ความหมาย หลักการ ออกแบบโฆษณา - การแบ่งยุคสมัยในงาน โฆษณา - ยุคสมัยของงานโฆษณาใน ต่างประเทศและประเทศไทย	Onsite	1.บรรยายเนื้อหาโดย พร้อม Vdo ประกอบ 2.ยกตัวอย่างประกอบ 3.ให้นักศึกษาเสนอความคิดเห็น 4. แบบทดสอบ Active Learning Quiz	1.ลงชื่อเข้าชั้น เรียน 2. ทำแบบทดสอบ
3	บทที่ 2 โฆษณายุคสมัย กลาง -การแบ่งประเภทและยุคสมัย ของงานโฆษณายุคกลาง -ประเภทของการโฆษณา	Onsite	1.บรรยายเนื้อหาโดย พร้อม Vdo ประกอบ 2.ยกตัวอย่างประกอบ 3. ตั้งคำถาม ถามตอบ 4.มอบหมายงาน Assignment 1	1. การสังเกตผู้เรียน การมีส่วนร่วมในชั้น เรียน online 2. ทำผลงานตามใบ งาน

	ลำดับชั้น			3. ลงชื่อเข้าชั้นเรียน
4	บทที่ 3 องค์ประกอบสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณา	Onsite	1. บรรยายเนื้อหา 2. สอนในชั้นเรียน 3. มอบหมายงาน Assignment 2 4. อธิบายตัวอย่างงาน	1. ลงชื่อเข้าชั้นเรียน 2. ทำผลงานตามใบงาน
5	บทที่ 4 การคิดงานโฆษณาสร้างสรรค์ - การคิด Design brief - คู่แข่งทางการตลาด	Online	Google Meet 1. บรรยายเนื้อหาพร้อมภาพ 2. .สอนในชั้นเรียน 3. มอบหมายงาน Assignment 3 4. อธิบายตัวอย่างงาน	1. ลงชื่อเข้าชั้นเรียน 2. ทำผลงานตามใบงาน
6	บทที่ 5 องค์ประกอบในการออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณา - ข้อความ - ภาพถ่าย - ภาพประกอบแบบอื่น	Onsite	1. บรรยายเนื้อหาโดยใช้ vdo 2. สอนในชั้นเรียน 3. อธิบายตัวอย่างงาน	1. การสังเกตผู้เรียนการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน 2. ทำผลงานตามใบงาน
7	บทที่ 5 ทฤษฎีการสร้างสรรคงานโฆษณา	Online	Google Meet 1. บรรยายเนื้อหา 2. วิจารณ์งานออกแบบของนักศึกษา 3. นักศึกษานำเสนอผลงานการออกแบบตาม Assignment 3 4. อธิบายตัวอย่างงาน	1. ลงชื่อเข้าชั้นเรียน 2. ผลงาน 3. ให้นักศึกษานำเสนองาน
8	บทที่ 6 ทฤษฎีโฆษณา สิ่งเร้าใจในการสร้างสรรค์งานโฆษณา	Onsite	1. บรรยายเนื้อหา 2. สอนผ่านระบบออนไลน์ Google Meet 4. มอบหมายงาน Assignment 4	1. ลงชื่อเข้าชั้นเรียน 2. ผลงานตามใบงาน
9	สิ่งเร้าใจในการสร้างสรรค์งานโฆษณา (ต่อ) - กระบวนการสร้างสรรค์งานโฆษณาสื่อโฆษณา	Onsite	1. บรรยายเนื้อหาโดยใช้ vdo Zoom/Google Meet 2. สอนผ่านระบบออนไลน์ Google Meet 3. อธิบายตัวอย่างงาน	1. ลงชื่อเข้าชั้นเรียน 2. ผลงานตามใบงาน

9	บทที่ 7 ทฤษฎีการสื่อสาร บุคลิกภาพในงานโฆษณา -ทฤษฎีการวางตำแหน่ง สินค้าเพื่อการโฆษณา	Onsite	1.บรรยายเนื้อหาโดยใช้ ppt 2.วิจารณ์งานออกแบบของนักศึกษา 3.นักศึกษานำเสนอผลงานการออกแบบ ตาม Assignment 4 4. อธิบายตัวอย่างงาน	1.ลงชื่อเข้าชั้นเรียน 2. ทำผลงานตามใบ งาน 3. ให้นักศึกษา นำเสนองาน
10	บทที่ 8 กลยุทธ์การ สร้างสรรค์งานโฆษณา -การสร้างสรรค์โฆษณาที่มี ประสิทธิภาพ	Onsite	1.บรรยายเนื้อหาพร้อม vdo ประกอบ 2.วิจารณ์งานออกแบบของนักศึกษา 3.มอบหมายงาน Assignment 5 4.อธิบายงานตัวอย่าง	1.ลงชื่อเข้าชั้นเรียน 2. ทำผลงานตามใบ งาน 3. ให้นักศึกษา นำเสนองาน
11	บทที่ 9 หลักการเขียน Copywriting การเขียนข้อความในงาน โฆษณา	onsite	1.บรรยายเนื้อหาโดยใช้ ppt 2.วิจารณ์งานออกแบบของนักศึกษา 3.นักศึกษานำเสนอผลงานการออกแบบ ตาม Assignment 5 4.อธิบายงานตัวอย่าง	1.ลงชื่อเข้าชั้นเรียน 2.ผลงานนักศึกษา
12	บทที่ 10 การคิดสร้างสรรค์ สื่อโฆษณาแคมเปญ Big Idea	onsite	1.บรรยายเนื้อหาโดยใช้ ppt 2.มอบหมายงาน Assignment 6 3.อธิบายงานตัวอย่าง	1.ลงชื่อเข้าชั้นเรียน 2. ทำผลงานตามใบ งาน 3. ให้นักศึกษา นำเสนองาน
13	บทที่ 11 การสร้างสรรค์สื่อ โฆษณารณรงค์เพื่อสังคม หลักการสร้างสื่อโฆษณา รณรงค์	onsite	1.บรรยายเนื้อหาโดยใช้ ppt 2.นักศึกษานำเสนอผลงานการออกแบบ ตาม Assignment 6 3.วิจารณ์งานออกแบบของนักศึกษาส่ง แบบร่าง	1.ลงชื่อเข้าชั้นเรียน 2. ผลงานนักศึกษา 3. ให้นักศึกษา นำเสนองาน
14	บทที่ 12 การสร้างสรรค์สื่อ โฆษณา Online Google ads - สื่อโฆษณา online -โฆษณา ณ จุดขาย -โฆษณาแฝงในบรรยากาศ	onsite	1.บรรยายเนื้อหาโดยใช้ ppt 2.อธิบายงานตัวอย่าง 3.มอบหมายงาน Assignment 8	1.ลงชื่อเข้าชั้นเรียน 2. ผลงานนักศึกษา

15	นักศึกษา นำแสดงผลงานการ ออกแบบโฆษณา พร้อม แบบจำลอง รูปแบบ ผสม การนำเสนอผลงานออกแบบ	onsite	1.นักศึกษาส่ง Final project 2.วิจารณ์งานออกแบบของนักศึกษา	1.ลงชื่อเข้าชั้นเรียน 2. ให้นักศึกษานำเสนองาน
16	สอบปลายภาค		-	-

1. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

การประเมิน	งานที่จะใช้ประเมินผู้เรียน	สัดส่วนที่กำหนด	สัดส่วนของการประเมินผล
(1)	กิจนิสัย ความตั้งใจ และการร่วมกิจกรรม พฤติกรรมการเข้าเรียน และส่งผลงานที่ได้รับมอบหมายตรงเวลา	ตลอดเทอม	10%
(2)	คะแนนการเตรียมข้อมูลเพื่อการออกแบบ	ตลอดเทอม	20%
(3)	คะแนนการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณา	ตลอดเทอม	40%
(4)	การนำเสนอผลงานการออกแบบ ชั้นสุดท้าย	15,16	30%

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. ตำราและเอกสารหลัก

ดวงรัตน์ ด่านไธยนา. (2558). *ออกแบบโฆษณาสิ่งพิมพ์*. เอกสารประกอบการสอนวิชาการออกแบบโฆษณาสิ่งพิมพ์ . กรุงเทพฯ: สาขาการออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

Website อาจารย์ดวงรัตน์ ด่านไธยนา เข้าถึงได้จาก http://www.teacher.ssru.ac.th/Duangrat_da/

Bly, Robert W., Target Public Relations. New York : Henry Holt and Company, 1993.

Klepper Otto Advertising Procedarce , 7 th ed. Englewood Cliff N.J. : Prentice – Hall 1984

William Wells , John Burnett and Sandra Moriarity Advertising : Principles and Practice – Seend edition New Jresey : Prentice – Hall – Inc , 1992.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

Jefkins, Frank, Planned Press and Public Relations. London : International Textbook Company, 1977.

Russell, J. T., Lane, W. R. ,Advertising: Aframework. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 2002.

Simon, Herbert A., Smithburg, Donald W., and Thompson, Victor A., Public

Administration. New York : Alfred Aknopt, 1961.

William Wells , John Burnett and Sandra Moriarty Advertising : Principles and Practice –
Second edition New Jersey : Prentice – Hall – Inc , 1992.

Wilcox, Dennis., Ault, Phillip H., Agee, Warren K. Public Relations : Strategies and
Tactics, 5 th Edition, Addison – Wesley Educational Publishers, Inc, 1997.

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- 1.1 การสนทนาระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน
- 1.2 แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- 2.1 ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ
- 2.2 ความเชี่ยวชาญ ประสิทธิภาพในการใช้เครื่องมือ
- 2.3 ความมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น
- 2.4 การนำเสนอผลงาน และการสื่อสาร

3. การปรับปรุงการสอน

การประชุมในสาขาวิชา เพื่อร่วมกันหาแนวทางหรือวางแผนการปรับปรุงพัฒนารายวิชา

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

มีคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา และการให้คะแนนนักศึกษา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

ปรับปรุงรายวิชาทุก 5 ปี หรือตามผลการสัมมนาการจัดการเรียนการสอน

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

ตามที่ปรากฏในรายละเอียดของหลักสูตร (Programme Specification) มคอ. 2

- ความรับผิดชอบหลัก
- ความรับผิดชอบรอง