รหัสวิชา AAM1301 **ระดับปริญญา** ปริญญาตรี
ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา **หลักสูตร** นิเทศศาสตรบัณฑิต
หน่วยกิต 3 (2-2-5) **คณะ/วิทยาลัย** วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

รายละเอียดของรายวิชา

Course Specification (TQF3/OBE3)

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

Section 1 General Information

1. รหัสและชื่อรายวิชา

ไทย AAM1301 การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา

อังกฤษ AAM1301 Copy Writing and Content Design

2. จำนวนหน่วยกิต

3 (2-2-5) หน่วยกิต

3. หมวดวิชา

บังคับ

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา : ผศ.อิสรี ไพเราะ (หัวหน้าสาขาวิชา)

อาจารย์ผู้สอน : ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา และ ผศ.ชิโนรส ถิ่นวิไลสกุล

สถานที่ติดต่อ : วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

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

5. ภาคการศึกษาและชั้นปีที่เรียน

ภาคเรียนที่ 1 **ปีการศึกษา** 2568 **ชั้นปีที่** 2

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

1 กรกฎาคม 2568

รหัสวิชา AAM1301 **ระดับปริญญา** ปริญญาตรี
ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา **หลักสูตร** นิเทศศาสตรบัณฑิต
หน่วยกิต 3 (2-2-5) **คณะ/วิทยาลัย** วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

10. ความสอดคล้องระหว่างรายวิชากับวิสัยทัศน์ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน และข้อกำหนดตามเกณฑ์มาตรฐานอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี

วิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย "ผู้นำการสร้างมืออาชีพเพื่อพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน"		**ส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเองในการปฏิบัติและการปรับปรุงพัฒนางานเพื่อการประกอบอาชีพ (Lifelong learning)**	**ส่งเสริมทักษะด้านดิจิทัล**
ผู้นำการสร้างมืออาชีพ	**พัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน (SDGs)**		
พัฒนาทักษะด้านการแสดง การแสดงออกเพื่อมุ่งให้นักศึกษาเข้าใจและสามารถแสดงออกได้อย่างเหมาะสมและเป็นมืออาชีพ	สร้างหลักประกันว่าทุกคนมีการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างครอบคลุมและเท่าเทียมและสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต	สร้างกระบวนการเรียนรู้ที่พัฒนา Growth Mindset เพื่อเตรียมความพร้อมที่จะเรียนรู้และปรับตัวในทุกสถานการณ์ รวมไปถึงการออกแบบการเรียนการสอนผ่านการลงมือทำ	พัฒนาองค์ความรู้ คิดสร้างสรรค์ สื่อสารดี เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี และใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวันได้

รหัสวิชา AAM1301 **ระดับปริญญา** ปริญญาตรี
ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา **หลักสูตร** นิเทศศาสตรบัณฑิต
หน่วยกิต 3 (2-2-5) **คณะ/วิทยาลัย** วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

หมวดที่ 2 คำอธิบายรายวิชาและผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

Section 2 Course Description and Course Learning Outcomes: CLOs

1. คำอธิบายรายวิชา

ภาษาไทย

แนวคิด ความสำคัญ องค์ประกอบ กระบวนการสร้างสรรค์ ข้อมูลทางการตลาด การวิเคราะห์ผู้บริโภค ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การสื่อสารแบรนด์ กลยุทธ์การสร้างสารและภาษา เพื่อใช้สำหรับการเขียนบทโฆษณา และการออกแบบเนื้อหาเพื่องานสื่อสารการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ ตลอดจนฝึกปฏิบัติการเขียนเพื่อการสื่อสารการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ

ภาษาอังกฤษ

This course explores the concepts, significance, components, and creative processes involved in advertising copywriting and content design. Emphasis is placed on marketing information, consumer analysis, product positioning, brand communication, and message strategies—including the use of language and persuasive techniques. The course provides practical training in writing for various formats of marketing communication, enabling students to develop effective content for diverse media platforms.

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 เพื่อให้นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจถึงความสำคัญ และกระบวนการของความคิดสร้างสรรค์

2.2 เพื่อให้นักศึกษามีความรู้และประยุกต์ใช้กลยุทธ์การสร้างสารโฆษณา

2.3 เพื่อให้นักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับหลักการเขียนบทโฆษณาสำหรับสื่อประเภทต่าง ๆ

2.4 เพื่อให้นักศึกษาสามารถปฏิบัติการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา

2.5 เพื่อให้นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ศึกษาไปฝึกปฏิบัติและประยุกต์ใช้ในวิชาชีพด้านโฆษณาต่อไปได้

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

CLO/LO 1 สามารถคิดสร้างสรรค์ พัฒนากลยุทธ์การสร้างสารได้

CLO/LO 2 วิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ ได้

CLO/LO 3 พัฒนาการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดและใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวันได้

CLO/LO 4 วางแผนการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิผล

CLO/LO 5 ใช้ความคิดสร้างสรรค์ การคิดเชิงวิพากษ์ ด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ภายใต้หลักจรรยาบรรณวิชาชีพ

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		

รหัสวิชา AAM1301
ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา
หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี
หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต
คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

	(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.การให้ค่านิยม 4.การจัดรวบรวม 5.การพัฒนาลักษณะนิสัยจากค่านิยม

เกณฑ์ประการประกันคุณภาพ: 1.2 หลักสูตรแสดงถึงการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของทุกรายวิชา โดยถูกออกแบบและได้รับการจัดรูปแบบอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course Learning Outcomes - CLOs) กรณีหลักสูตรแบบ OBE

CLOs	ความรู้ (K)	ทักษะทางปัญญา (S)	คุณธรรมจริยธรรม (E)	ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ (C)	กรณีหลักสูตรวิชาชีพมีผลลัพธ์เฉพาะเพิ่มเติมให้ระบุ
CLO1	✓				
CLO2		✓			
CLO3		✓			
CLO4		✓			
CLO5			✓	✓	

รหัสวิชา AAM1301 **ระดับปริญญา** ปริญญาตรี
ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา **หลักสูตร** นิเทศศาสตรบัณฑิต
หน่วยกิต 3 (2-2-5) **คณะ/วิทยาลัย** วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

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 (เฉพาะครุ ศาสตร์) (L)
LO1		✓	✓		✓	
LO2		✓			✓	
LO3			✓		✓	
LO4		✓	✓		✓	
LO5	✓			✓		

7. การปรับปรุงรายวิชาตามข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (เปิดสอนรายวิชานี้ครั้งแรกไม่ต้องกรอก)

ข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	การปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ
Critical thinking, analytical thinking, การสื่อสาร ทั้งในรูปแบบการพูดและการเขียน การจับใจความ สำคัญ การเปิดรับความรู้ใหม่ๆ และความรู้รอบตัว จำเป็นต่อการทำงาน และต้องเพิ่มเติมในการศึกษายุค ปัจจุบัน	ปรับปรุงเข้ามาใน POLs ของแขนงวิชา และอยู่ใน COLs รายวิชา

เกณฑ์ประการประกันคุณภาพ: 3.6 ข้อมูลการปรับปรุงรายวิชาตามข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อแสดงว่ากระบวนการเรียนการสอนมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าตอบโจทย์ความต้องการของภาคอุตสาหกรรมการทำงาน และสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง

รหัสวิชา AAM1301 **ระดับปริญญา** ปริญญาตรี
ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา **หลักสูตร** นิเทศศาสตรบัณฑิต
หน่วยกิต 3 (2-2-5) **คณะ/วิทยาลัย** วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

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. สอบถามจากการสัมภาษณ์นักศึกษา 2. ดูรายงานผลงานที่มอบหมาย 3. ทดสอบด้วยการสอบ ทั้งสอบแบบการสัมภาษณ์ และข้อสอบเชิงปรนัยและอัตนัย
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. ชิ้นงานโฆษณาคุณภาพและความสร้างสรรค์ของงานที่ผลิตความเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า 2. การนำเสนอความชัดเจนและการใช้กลยุทธ์ในการนำเสนอ การตอบคำถามและชี้แจงเหตุผล

รหัสวิชา AAM1301 **ระดับปริญญา** ปริญญาตรี
ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา **หลักสูตร** นิเทศศาสตรบัณฑิต
หน่วยกิต 3 (2-2-5) **คณะ/วิทยาลัย** วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

			3. การทำงานเป็นทีมการมีส่วนร่วมของผู้เรียนแต่ละคนในกระบวนการ
CLO 3	E	1. การปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายในรายวิชาตามข้อเท็จจริง ด้วยกฎหมายและจริยธรรมโฆษณาและสื่อสารการตลาด 2. การทำแบบทดสอบก่อน/หลังการเรียน	1. การประเมินผลงานโดยพิจารณาจากกระบวนการทำงาน ความรับผิดชอบ ความตรงต่อเวลาในการนำเสนอผลงานและการส่งงาน การสร้าง สรรค์ผลงาน โดยไม่ได้คัดลอกผลงานรวมถึงเนื้อหาที่นำเสนอถูกต้องตามหลักจริย-ธรรมของนักโฆษณา และไม่ขัดต่อหลักกฎหมาย
CLO 4	C	ปฏิบัติงานตามกฎระเบียบขององค์กร ด้วยการฝึกปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายในรายวิชา ทั้งงานกลุ่ม และงานเดี่ยว	ประเมินด้วยเล่มรายงานกลุ่ม และเดี่ยว รวมถึงวิธีการนำเสนอด้วยสื่อประกอบประเภทต่างๆ
CLO 5	IT	จัดกิจกรรมการเรียนการสอนโดยการใช้ความคิดสร้างสรรค์ การคิดเชิงวิพากษ์ ด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์	2. การประเมินผลการเรียนรู้โดยพิจารณาองค์ความรู้ที่ได้ศึกษา

รหัสวิชา AAM1301
ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา
หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี
หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต
คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

			การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การประยุกต์ใช้ ความซื่อสัตย์ สุจริตในการทำและส่งแบบทดสอบตามเงื่อนไขที่ผู้สอนกำหนด

* 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%)
นักศึกษาไม่สามารถอธิบายองค์ความรู้การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาได้	นักศึกษามีความเข้าใจโดยสามารถอธิบายองค์ความรู้การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาได้ พร้อมประยุกต์ใช้ตามแนวทางที่ศึกษามา	นักศึกษามีความเข้าใจโดยอธิบายองค์ความรู้การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาได้ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานที่ได้รับมอบหมายอย่างโดดเด่นจนได้ถูกนำมาเป็นตัวอย่างสำหรับเพื่อนในชั้นเรียน (Understanding)

รหัสวิชา AAM1301
ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา
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%)
นักศึกษาไม่สามารถพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในงานเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาได้	นักศึกษามีความเข้าใจจากการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในงานเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาได้ตามแนวทางที่ศึกษามา	นักศึกษาสามารถประยุกต์ใช้ความรู้โดยการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในงานเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาได้ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานที่ได้รับมอบหมายอย่างโดดเด่นจนได้ถูกนำมาเป็นตัวอย่างสำหรับเพื่อนในชั้นเรียน (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%)
นักศึกษาไม่สามารถปฏิบัติงานเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาได้ตามข้อเท็จจริง ด้วยกฎหมายและจริยธรรมโฆษณาและสื่อสารการตลาด	นักศึกษามีความเข้าใจจากการปฏิบัติงานเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาได้ตามข้อเท็จจริง ด้วยกฎหมายและจริยธรรมโฆษณาและสื่อสารการตลาดได้ตามแนวทางที่ศึกษามา	นักศึกษาสามารถประยุกต์ใช้ความรู้โดยปฏิบัติงานเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาได้ตามข้อเท็จจริง ด้วยกฎหมายและจริยธรรมโฆษณาและสื่อสารการตลาดได้ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานที่ได้รับมอบหมาย

		อย่างโดดเด่นจนได้ถูกนำมาเป็นตัวอย่างสำหรับเพื่อนในชั้นเรียน (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%)
นักศึกษาไม่สามารถฝึกปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายในรายวิชา ทั้งงานกลุ่มและงานเดี่ยวในการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์	นักศึกษามีความเข้าใจจากการฝึกปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายในรายวิชา ทั้งงานกลุ่ม และงานเดี่ยวในการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ได้ตามแนวทางที่ศึกษามา	นักศึกษาสามารถสามารถประยุกต์ใช้ความรู้โดยฝึกปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายในรายวิชา ทั้งงานกลุ่ม และงานเดี่ยวในการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานที่ได้รับมอบหมายอย่างโดดเด่นจนได้ถูกนำมาเป็นตัวอย่างสำหรับเพื่อนในชั้นเรียน (Applying)

CLO 5/LO 5:
ระดับ (ตาม Bloom's Taxonomy):
พฤติกรรมที่แสดงออกที่ต้องประเมิน (Action Verb):

Below Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก ต่ำกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง	**Meet Expectation** ผลลัพธ์ที่แสดงออก ตรงตามเกณฑ์ที่คาดหวัง	**Exceeds Expectation** ผลลัพธ์ที่แสดงออก สูงกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง

รหัสวิชา AAM1301
ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา
หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี
หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต
คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

(Performance 0% - 49%)	(Performance 50% - 79%)	(Performance 80% - 100%)
นักศึกษาไม่สามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ การคิดเชิงวิพากษ์ ในการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์	นักศึกษาสามารถสังเคราะห์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาเพื่อใช้ความคิดสร้างสรรค์ การคิดเชิงวิพากษ์ ในการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ได้ตามแนวทางที่ศึกษามา	นักศึกษาสามารถสังเคราะห์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาเพื่อใช้ความคิดสร้างสรรค์ การคิดเชิงวิพากษ์ ในการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานที่ได้รับมอบหมายอย่างโดดเด่นจนได้ถูกนำมาเป็นตัวอย่างสำหรับเพื่อนในชั้นเรียน (Analysis)

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 การอุทธรณ์ผลการประเมินถูกแสดงไว้อย่างชัดเจน มีการสื่อสารไปยังผู้เรียนและนำไปใช้อย่างสม่ำเสมอ

4.3 การประเมินผู้เรียนต้องมีมาตรฐานและกระบวนการที่แสดงความก้าวหน้าและการสำเร็จการศึกษาของผู้เรียนไว้อย่างชัดเจน มีการสื่อสารไปยังผู้เรียน และนำไปใช้อย่างสม่ำเสมอ

4.4 วิธีการประเมินผู้เรียนต้องแสดงให้เห็นถึงเกณฑ์การให้คะแนน (rubrics) การเฉลยคำตอบ (marking schemes) เวลาในการประเมิน (timelines) และกฎระเบียบในการประเมิน (regulations) โดยวิธีการประเมินเหล่านี้ต้องมีความเที่ยงตรง คงเส้นคงวา และยุติธรรม

รหัสวิชา AAM1301 **ระดับปริญญา** ปริญญาตรี
ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา **หลักสูตร** นิเทศศาสตรบัณฑิต
หน่วยกิต 3 (2-2-5) **คณะ/วิทยาลัย** วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

4.5 วิธีการประเมินผู้เรียนต้องแสดงถึงการบรรลุผลสำเร็จของผลการเรียนรู้ที่คาดหวังระดับหลักสูตร และผลการเรียนรู้ระดับรายวิชา

4.6 มีการป้อนกลับผลการประเมินให้แก่ผู้เรียนอย่างทันท่วงที

4.7 การประเมินผู้เรียนและกระบวนการ มีการทบทวนและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าตอบโจทย์ความต้องการของภาคอุตสาหกรรมการทำงาน และสอดคล้องกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

รหัสวิชา AAM1301 **ระดับปริญญา** ปริญญาตรี
ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา **หลักสูตร** นิเทศศาสตรบัณฑิต
หน่วยกิต 3 (2-2-5) **คณะ/วิทยาลัย** วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

หมวดที่ 4 แผนการสอนและการประเมิน

Section 4 Lesson Plan and Assessments

1. แผนการสอน (จัดการเรียนการสอนไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์)

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน และสื่อการเรียนรู้	ผังการทดสอบ	อาจารย์ผู้สอน
1	แนวคิดทั่วไปเกี่ยวกับการโฆษณาและการเขียนบทโฆษณา	CLO2, 3	ท2, ป2	- ทดสอบก่อนเรียน (Pre-Test) - ชี้แจงข้อตกลงในการเรียน คำอธิบายรายวิชา วัตถุประสงค์ของรายวิชา วิธีสอน กิจกรรมการเรียนการสอน วิธีการวัดผลและประเมินผล - ผู้สอนบรรยายหัวข้อ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการเขียนบทโฆษณา และการสร้างสรรค์บทโฆษณา - ผู้สอนเปิดคลิปวิดีโอภาพยนตร์โฆษณาผ่าน Youtube ให้นักศึกษาชมตัวอย่าง - นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษา ใน Youtube - ผู้สอนประเมินในชั้นเรียน ด้วยการทดสอบคุณลักษณะพื้นฐานของการเขียนบทโฆษณา โดยให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติสร้างสรรค์บทโฆษณาส่วนบุคคล	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินความรู้) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการบรรยาย (P1)	PKS และ CNT

รหัสวิชา AAM1301 **ระดับปริญญา** ปริญญาตรี
ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา **หลักสูตร** นิเทศศาสตรบัณฑิต
หน่วยกิต 3 (2-2-5) **คณะ/วิทยาลัย** วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน และสื่อการเรียนรู้	ผังการทดสอบ	อาจารย์ผู้สอน
				- นักศึกษาฝึกปฏิบัติสร้างสรรค์บทโฆษณาส่วนบุคคล พร้อมนำเสนอผ่าน		
2	กระบวนการและการสร้างสรรค์การโฆษณา	CLO1	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยายหัวข้อกระบวนการสื่อสารทางการโฆษณาโดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ ผ่านโปรแกรม Google Meet - นักศึกษาฝึกอภิปรายจากกรณีศึกษา - มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษากลับไปทำแบบฝึกหัดฝึกกระบวนการสื่อสารทางการโฆษณาเพื่อการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินความเข้าใจ) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการบรรยาย (Q2)	PKS และ CNT
3	แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด เพื่อการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา	CLO2, 3	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยายหัวข้อ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดเพื่อการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ - นักศึกษาฝึกอภิปรายจากกรณีศึกษา - มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษากลับไปทำแบบฝึกหัดฝึกวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินความเข้าใจ) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการบรรยาย (Q3)	PKS และ CNT

รหัสวิชา AAM1301
ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา
หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี
หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต
คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน และสื่อการเรียนรู้	ผังการทดสอบ	อาจารย์ผู้สอน
				เพื่อใช้ในการการเขียนบทโฆษณา - นักศึกษาฝึกอภิปรายและฝึกปฏิบัติรายบุคคล		
4	การวิเคราะห์ผู้บริโภคเพื่อการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา	CLO2, 3	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยายหัวข้อ การวิเคราะห์ผู้บริโภคเพื่อการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ - มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษากลับไปทำแบบฝึกหัดฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์โดยใช้พฤติกรรมการบริโภคของตัวเอง อธิบายลำดับขั้นของกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคตามลำดับขั้นที่กำหนดให้ - นักศึกษาฝึกอภิปรายกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเพื่อการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาของผลิตภัณฑ์ที่ตนเองได้รับ	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินความเข้าใจ) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการบรรยาย (Q4)	PKS และ CNT
5	การสื่อสารแบรนด์เพื่อการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา	CLO1, 3	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยายหัวข้อ การสื่อสารแบรนด์ โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินการนำไปประยุกต์ใช้)	PKS และ CNT

รหัสวิชา AAM1301
ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา
หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี
หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต
คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน และสื่อการเรียนรู้	ผังการทดสอบ	อาจารย์ผู้สอน
				Classroom โดยให้นักศึกษาเข้ามาชมภายในเวลา 1 สัปดาห์ - มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษากลับไปทำแบบฝึกหัดฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์บุคลิกภาพของแบรนด์ - นักศึกษาฝึกอภิปรายบุคลิกภาพของของแบรนด์พร้อมนำเสนอ	(Q5)	
6	การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา	CLO1, 3	ท2, ป2	ผู้สอนบรรยายหัวข้อ การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา ใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ - นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียนโดยนำเอาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในท้องตลาด มาทำการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ตามลำดับขั้นตอนการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ - มอบใบงานเพื่อให้นักศึกษากลับไปทำแบบฝึกหัดฝึกปฏิบัติการการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา - นักศึกษาฝึกปฏิบัติกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อการเขียน	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินการนำไปประยุกต์ใช้) (Q6)	PKS และ CNT

รหัสวิชา AAM1301 **ระดับปริญญา** ปริญญาตรี
ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา **หลักสูตร** นิเทศศาสตรบัณฑิต
หน่วยกิต 3 (2-2-5) **คณะ/วิทยาลัย** วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน และสื่อการเรียนรู้	ผังการทดสอบ	อาจารย์ผู้สอน
				บทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา พร้อมนำเสนอ		
7	สารและภาษาในงานโฆษณา	CLO1	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยายหัวข้อ สารและภาษาในงานโฆษณา - ผู้สอนมอบลิ้งค์ TVC ภาพยนตร์โฆษณาจริงให้นักศึกษาให้ได้ชม - นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษา ใน Youtube ที่เข้าชม - ผู้สอนมอบใบงาน ด้วยการทำแบบฝึกหัด ความเข้าใจเกี่ยวกับสารและภาษาในงานโฆษณา - นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ส่วนประสมการสร้างสรรค์บทโฆษณา	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินความเข้าใจ) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการบรรยาย (Q7)	PKS และ CNT
8	ไม่มีการสอบกลางภาค					
9	กลยุทธ์การสร้างสารเพื่อการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา	CLO1, 3	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยายหัวข้อ กลยุทธ์การสร้างสารเพื่อการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ - นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน โดยนำเอาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในท้องตลาด มาทำการกำหนดจุดขายในงานโฆษณา	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินความเข้าใจ) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการบรรยาย (A1)	PKS และ CNT

รหัสวิชา AAM1301
ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา
หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี
หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต
คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน และสื่อการเรียนรู้	ผังการทดสอบ	อาจารย์ผู้สอน
				- มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษากลับไป ฝึกอภิปรายเกี่ยวกับจุดขายในงานโฆษณา พร้อมนำเสนอ		
10	กลยุทธ์การใช้บุคคลรับรองสำหรับการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา	CLO2, 3	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยายหัวข้อ กลยุทธ์การใช้บุคคลรับรองสำหรับการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา - ผู้สอนมอบลิ้งค์ TVC ภาพยนตร์โฆษณาจริงให้นักศึกษาให้ได้ชม - นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษา ใน Youtube ที่เข้าชม - ผู้สอนมอบใบงาน ด้วยการทำแบบฝึกหัดการใช้บุคคลรับรองสำหรับการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินการนำไปประยุกต์ใช้) (A2)	PKS และ CNT
11	การเขียนเพื่อการเล่าเรื่อง	CLO1	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยายหัวข้อการเขียนเพื่อการเล่าเรื่อง - ผู้สอนมอบลิ้งค์ TVC ภาพยนตร์โฆษณาจริงให้นักศึกษาให้ได้ชม - นักศึกษาอภิปรายจากกรณีศึกษา ใน Youtube ที่เข้าชม	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินการนำไปประยุกต์ใช้) (A3)	PKS และ CNT

รหัสวิชา AAM1301 **ระดับปริญญา** ปริญญาตรี
ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา **หลักสูตร** นิเทศศาสตรบัณฑิต
หน่วยกิต 3 (2-2-5) **คณะ/วิทยาลัย** วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน และสื่อการเรียนรู้	ผังการทดสอบ	อาจารย์ผู้สอน
				- ผู้สอนมอบใบงาน ด้วยการทำแบบฝึกหัดการเขียนเพื่อการเล่าเรื่อง		
12	การเขียนบทความแฝงโฆษณา	CLO4, 5	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยายหัวข้อ การเขียนบทความแฝงโฆษณา โดยใช้ Power Point Presentation - นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน โดยนำเอาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในท้องตลาด มาทำการเขียนบทโฆษณาประเภท Advertorial - มอบใบงาน เพื่อให้นักศึกษากลับไปทำแบบฝึกหัด เกี่ยวกับการเขียนบทความแฝงโฆษณา พร้อมนำเสนอ	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินการนำไปประยุกต์ใช้) (A4)	PKS และ CNT
13	การเขียนข้อความอธิบายรายละเอียดผลิตภัณฑ์	CLO4, 5	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยายหัวข้อการเขียนข้อความอธิบายรายละเอียดผลิตภัณฑ์ โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ - นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน โดยนำเอาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในท้องตลาดมาทำการเขียนข้อความอธิบายรายละเอียดผลิตภัณฑ์- ผู้สอนมอบใบงานด้วยการทำแบบฝึกหัดฝึก	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินการนำไปประยุกต์ใช้) (A5)	PKS และ CNT

รหัสวิชา AAM1301 **ระดับปริญญา** ปริญญาตรี
ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา **หลักสูตร** นิเทศศาสตรบัณฑิต
หน่วยกิต 3 (2-2-5) **คณะ/วิทยาลัย** วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน และสื่อการเรียนรู้	ผังการทดสอบ	อาจารย์ผู้สอน
				ปฏิบัติการเขียนข้อความอธิบายรายละเอียดผลิตภัณฑ์		
14	การออกแบบสโลแกนโฆษณา	CLO4, 5	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยายหัวข้อการออกแบบสโลแกนโฆษณา โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ - นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียนโดยนำเอาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในท้องตลาดมาทำการออกแบบสโลแกนโฆษณาเพื่อสื่อสารการตลาด - ผู้สอนมอบใบงาน ด้วยการทำแบบฝึกหัดฝึกปฏิบัติการออกแบบสโลแกนโฆษณา	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินการนำไปประยุกต์ใช้) (A6)	PKS และ CNT
15	การออกแบบข้อความหลักในการโฆษณา	CLO4, 5	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยายหัวข้อการออกแบบข้อความหลักโดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ - นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียนโดยนำเอาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในท้องตลาดมาทำการออกแบบข้อความหลักเพื่อสื่อสารการตลาด	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินการนำไปประยุกต์ใช้) (A7)	PKS และ CNT

รหัสวิชา AAM1301 **ระดับปริญญา** ปริญญาตรี
ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา **หลักสูตร** นิเทศศาสตรบัณฑิต
หน่วยกิต 3 (2-2-5) **คณะ/วิทยาลัย** วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน และสื่อการเรียนรู้	ผังการทดสอบ	อาจารย์ผู้สอน
				- ผู้สอนมอบใบงาน ด้วยการทำแบบฝึกหัดฝึกปฏิบัติการออกแบบข้อความหลัก		
16	การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาสำหรับสื่อดิจิทัล	CLO4, 5	ท2, ป2	- ผู้สอนบรรยายหัวข้อ การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาสำหรับสื่อดิจิทัล โดยใช้ Power Point Presentation ประกอบการนำเสนอ - นักศึกษาฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน โดยนำเอาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในท้องตลาดมาทำการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาสำหรับสื่อดิจิทัล - ผู้สอนมอบใบงาน ด้วยการทำแบบฝึกหัดฝึกปฏิบัติเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหาสำหรับสื่อดิจิทัล	ประเมินความรู้รายบุคคล (ประเมินการนำไปประยุกต์ใช้) (A 8)	PKS และ CNT
17	สอบปลายภาค	CLO4, 5		สอบปลายภาคข้อเขียน 3 ข้อ	F(3 ข้อ) โดยข้อ 1 ประเมินความรู้ความเข้าใจ ข้อ 2 และข้อ 3 ประเมินการนำการเขียนบทโฆษณาและ	

รหัสวิชา AAM1301
ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา
หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี
หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต
คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน และสื่อการเรียนรู้	ผังการทดสอบ	อาจารย์ผู้สอน
					ออกแบบเนื้อหาไปประยุกต์ใช้ได้อย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพ	

หมายเหตุ:

1. ท คือ ภาคทฤษฎี และ ป คือ ภาคปฏิบัติ

2. ระบุตัวย่อชื่ออาจารย์ผู้สอน XXX ชื่อ สกุล เช่น PKS: ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา และ CNT : ผศ.ชิโนรส ถิ่นวิไลสกุล

3. กิจกรรมการสอน (Teaching Activities) หมายถึง กิจกรรมและสื่อที่ผู้สอนนำมาใช้เพื่อนำพาการเรียนรู้ และกิจกรรมการเรียน (Learning Activities) หมายถึง กิจกรรมที่ผู้สอนต้องกำหนดและมอบหมายให้ในชั้นเรียน (หรือนอกชั้นเรียน) เพื่อให้ผู้เรียนได้เกิด "ประสบการณ์การเรียนรู้" ด้วยตนเอง

4. ระบุตัวย่อผังการทดสอบ เช่น Q: แบบทดสอบย่อย (Quiz) A: การมอบหมายงาน (Assignments) M: การทดสอบกลางภาค (Midterm)

2. แผนการประเมิน (ระบุสัปดาห์ที่ประเมิน)

การวัดและประเมินผล	สัดส่วน	CLO 1	CLO 2	CLO 3	CLO 4	CLO 5
P (1, 8)	*10%*				✓	✓
Q (2, 3, 4, 5, 6, 7)	*30%*	✓	✓	✓		
A (9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16)	*40%*	✓	✓		✓	
F	*20%*	✓	✓		✓	

รหัสวิชา AAM1301 **ระดับปริญญา** ปริญญาตรี
ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา **หลักสูตร** นิเทศศาสตรบัณฑิต
หน่วยกิต 3 (2-2-5) **คณะ/วิทยาลัย** วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

การวัดและประเมินผล	สัดส่วน	CLO 1	CLO 2	CLO 3	CLO 4	CLO 5
(17)						

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	*30%*	2 ครั้ง	2 ครั้ง		1 ครั้ง	
ปฏิบัติการเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา	*40%*	2 ครั้ง	2 ครั้ง		2 ครั้ง	2 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
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

รหัสวิชา AAM1301
ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา
หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี
หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต
คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

5. เกณฑ์ประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

ระดับการบรรลุผล	เกณฑ์การบรรลุผล	คำอธิบาย
บรรลุผลระดับที่ 3	จำนวนผู้เรียนไม่น้อย 80% อยู่ในหมวดหมู่ใดหมวดหมู่หนึ่ง “ระดับ 2 ตรงตามความคาดหวัง” หรือ “ระดับ 3 สูงกว่าความคาดหวัง”	แสดงถึงผลการเรียนรู้ที่มีความโดดเด่น โดยผู้เรียนส่วนใหญ่สามารถทำได้เกินความคาดหมายตามที่กำหนดไว้ เช่น การทำคะแนนเกินเกณฑ์มาตรฐาน และแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน
บรรลุผลระดับที่ 2	จำนวนผู้เรียน 60-79% อยู่ในหมวดหมู่ใดหมวดหมู่หนึ่ง “ระดับ 2 ตรงตามความคาดหวัง” หรือ “ระดับ 3 สูงกว่าความคาดหวัง”	แสดงถึงผลการเรียนรู้ที่เป็นไปตามความคาดหมาย ผู้เรียนส่วนใหญ่สามารถบรรลุเป้าหมายขั้นต่ำได้ โดยผลการเรียนสะท้อนให้เห็นถึงความเข้าใจและการนำความรู้ไปใช้ในระดับพื้นฐานได้ดี
บรรลุผลระดับที่ 1	จำนวนผู้เรียนน้อยกว่า 60% อยู่ในหมวดหมู่ใดหมวดหมู่หนึ่ง “ระดับ 2 ตรงตามความคาดหวัง” หรือ “ระดับ 3 สูงกว่าความคาดหวัง”	แสดงถึงผลการเรียนรู้ที่ยังต่ำกว่าเกณฑ์ความคาดหวัง ผู้เรียนส่วนใหญ่อาจยังไม่สามารถบรรลุผลลัพธ์ที่ตั้งไว้ได้ในระดับที่น่าพึงพอใจ และจำเป็นต้องมีการปรับปรุงหรือพัฒนาการเรียนรู้เพิ่มเติม

เกณฑ์ประการประกันคุณภาพ:

4.5 วิธีการประเมินผู้เรียนต้องแสดงถึงการบรรลุผลสำเร็จของผลการเรียนรู้ที่คาดหวังระดับหลักสูตร และผลการเรียนรู้ระดับรายวิชา

รหัสวิชา AAM1301 **ระดับปริญญา** ปริญญาตรี
ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา **หลักสูตร** นิเทศศาสตรบัณฑิต
หน่วยกิต 3 (2-2-5) **คณะ/วิทยาลัย** วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

หมวด 5 สื่อการเรียนรู้และสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้
Section 5 Learning Resources and Support Facilities

1. สื่อการเรียนรู้และสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

1.1 เอกสารประกอบการสอน : ประกายกาวิล ศรีจินดา. (2567). *การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา.* กรุงเทพฯ : บริษัท แดเน็กซ์ อินเตอร์คอร์ปอเรชั่น.

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. (2563). หน่วยที่ 5 การเขียนเพื่อการเล่าเรื่องในงานประชาสัมพันธ์. ในชุดวิชาการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์. 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

Amazon Ads. (2567). การตลาดดิจิทัลคืออะไร ประเภท ตัวอย่าง และคอร์ส. สืบค้นจาก https://advertising.amazon.com

Common Ground. (2566). คอนเทนต์การตลาด vs คอนเทนต์ดั้งเดิม ต่างกันอย่างไร. สืบค้นจาก https://iamcommonground.com

ES Dubai. (2566). สร้างสมดุลที่ถูกต้องระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดดิจิทัล. สืบค้นจาก https://esdubai.com

GMO Research & AI, Inc. (2566). Understanding AISAS: Key Insights into the Customer Journey Framework. สืบค้นจาก https://www.linkedin.com/posts/gmo-research-ai_understanding-aisas-key-insights-into-the-activity-7267416876710813696-U0td

Guntitat Horthong. (2563). 5 ประเภทของ Influencer แบ่งตามจำนวนผู้ติดตาม ลักษณะที่แตกต่างในการใช้งาน เพื่อตอบสนองความต้องการให้ตรงจุด. ใน https://adaddictth.com/knowledge/5-Influencer-category. May 26, 2020. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2563.

IDM Council. (n.d.). ความแตกต่างระหว่าง Digital Marketing vs Traditional Trade. สืบค้นจาก https://idmcouncil.com

Lazada. (2568). คอลเกต-ปาล์มโอลีฟ. *Lazada Application*. Retrieved from Lazada app.

MarTech Zone. (2566). การตลาดดิจิทัลกับการตลาดแบบดั้งเดิม: คำจำกัดความ การเติบโต และทางแยก. สืบค้นจาก https://th.martech.zone

MarketThink. (2024, กุมภาพันธ์ 15). สรุป 10 วิธี วางตำแหน่งให้สินค้า ช่วยสร้างจุดขาย ให้ไม่ซ้ำแบรนด์อื่น. *MarketThink.**https://www.facebook.com/MarketThinkTH/posts/1057268463114633

Number 24 Co., Ltd. (n.d.). การตลาดรูปแบบดั้งเดิม VS การตลาดรูปแบบดิจิตอล: แล้วถ้าเราเลือกได้ทั้งสองอย่างล่ะ? สืบค้นจาก https://number24.co.th

Primal. (2568). 10 ความแตกต่าง การตลาดดั้งเดิม VS การตลาดยุคดิจิทัล. สืบค้นจาก https://primal.co.th

Theconversation.com. (2562). สืบค้นเมื่อ วันที่ 12 มีนาคม 2562, จาก https://theconversation.com

YouTube. (2558). สืบค้นเมื่อ วันที่ 18 พฤศจิกายน 2558, จาก https://youtu.be/54uzEouACYs

YouTube. (2560). สืบค้นเมื่อ วันที่ 16 สิงหาคม 2560, จาก https://www.youtube.com

YouTube. (2561). สืบค้นเมื่อ วันที่ 14 พฤษภาคม 2561, จาก https://youtu.be/0P4lHNlu7XM

YouTube. (2567). สืบค้นเมื่อ วันที่ 7 พฤษภาคม 2567, จาก https://www.youtube.com

adintrend.com. (2552). สืบค้นเมื่อ วันที่ 15 กรกฎาคม 2552, จาก https://www.adintrend.com

adintrend.com. (2554). สืบค้นเมื่อ วันที่ 13 พฤษภาคม 2554, จาก https://www.adintrend.com

adintrend.com. (2555). สืบค้นเมื่อ วันที่ 24 สิงหาคม 2555, จาก https://www.adintrend.com

adintrend.com. (2555). สืบค้นเมื่อ วันที่ 25 ตุลาคม 2555, จาก https://www.adintrend.com

adintrend.com. (2559). สืบค้นเมื่อ วันที่ 22 สิงหาคม 2559, จาก https://www.adintrend.com

adintrend.com. (2564). สืบค้นเมื่อ วันที่ 22 กรกฎาคม 2564, จาก https://www.adintrend.com

adintrend.com. (2567). สืบค้นเมื่อ วันที่ 25 พฤษภาคม 2567, จาก https://www.adintrend.com

adinttrend.com. (2560). สืบค้นเมื่อ วันที่ 24 สิงหาคม 2560, จาก https://www.adintrend.com

airasia.com. (2561). สืบค้นเมื่อ วันที่ 19 สิงหาคม 2561, จาก https://www.airasia.com

aphonda.co.th. (2560). สืบค้นเมื่อ วันที่ 9 ตุลาคม 2560, จาก https://www.aphonda.co.th

apple.com. (2567). สืบค้นเมื่อ วันที่ 22 พฤษภาคม 2567, จาก https://www.apple.com

dtac.co.th. (2552). สืบค้นเมื่อ วันที่ 19 ตุลาคม 2552, จาก https://www.dtac.co.th

facebook.com/Mono29TV. (2562). สืบค้นเมื่อ วันที่ 14 มกราคม 2562, จาก https://www.facebook.com/Mono29TV

facebook.com/Pastsengertheseries. (2566). สืบค้นเมื่อ วันที่ 7 ธันวาคม 2566, จาก https://www.facebook.com/Pastsengertheseries

facebook.com/Poetry of Bitch. (2567). สืบค้นเมื่อ วันที่ 25 มิถุนายน 2567, จาก https://www.facebook.com/PoetryofBitch

facebook.com/The Golden Song. (2565). สืบค้นเมื่อ วันที่ 25 ตุลาคม 2565, จาก https://www.facebook.com/TheGoldenSong

facebook.com/workpointdrama. (2562). สืบค้นเมื่อ วันที่ 14 มกราคม 2562, จาก https://www.facebook.com/workpointdrama

kosanathai.com. (2561). สืบค้นเมื่อ วันที่ 31 พฤษภาคม 2561, จาก https://www.kosanathai.com

kosanathai.com. (2565). สืบค้นเมื่อ วันที่ 12 ธันวาคม 2565, จาก https://www.kosanathai.com

manager.co.th. (2555). สืบค้นเมื่อ วันที่ 14 ธันวาคม 2555, จาก https://www.manager.co.th

mangozero.com. (2566). สืบค้นเมื่อ วันที่ 7 ธันวาคม 2566, จาก https://www.mangozero.com

marketeeronline.com. (2563). สืบค้นเมื่อ วันที่ 22 สิงหาคม 2563, จาก https://www.marketeeronline.com

marketingoops.com. (2561). สืบค้นเมื่อ วันที่ 12 ธันวาคม 2561, จาก https://www.marketingoops.com

mitihoon.com. (2567). สืบค้นเมื่อ วันที่ 25 มิถุนายน 2567, จาก https://www.mitihoon.com
muangthai.co.th. (2567). สืบค้นเมื่อ วันที่ 1 เมษายน 2567, จาก https://www.muangthai.co.th
oishi.com. (2562). สืบค้นเมื่อ วันที่ 25 พฤษภาคม 2562, จาก https://www.oishi.com
pantip.com. (2566). สืบค้นเมื่อ วันที่ 7 ธันวาคม 2566, จาก https://www.pantip.com
pingidea.com. (2561). สืบค้นเมื่อ วันที่ 31 พฤษภาคม 2561, จาก https://www.pingidea.com
positioning.com. (2560). สืบค้นเมื่อ วันที่ 22 กรกฎาคม 2560, จาก https://www.positioning.com
positioningmag.com. (2561). สืบค้นเมื่อ วันที่ 5 สิงหาคม 2561, จาก https://www.positioningmag.com
positioningonline.com. (2561). สืบค้นเมื่อ วันที่ 5 มกราคม 2561, จาก
https://www.positioningonline.com
ryt9.com. (2566). สืบค้นเมื่อ วันที่ 19 ธันวาคม 2566, จาก https://www.ryt9.com

4. งานวิจัยประกอบการเรียนรู้ในรายวิชา (ถ้ามี)

4.1 ประกายกาวิล ศรีจินดา. (2566). ซีรีส์วายไทยกับแนวทางการพัฒนาสู่ซอฟต์ พาวเวอร์. *วารสารเอเชียปริทัศน์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 44*(2). 1-38. TCI 1.

4.2 ประกายกาวิล ศรีจินดา. ภูวพงษ์ ภุมราพันธุ์. เจตรินทร์ ยะแสง. สณัณ์คพร จั่นนงเยาว์. นภาภักดิ์ จักษุบท. (2563). กลยุทธ์การสื่อสารตราสินค้าของเทศกาลดนตรี บิ๊กเมาน์เท่น มิวสิคเฟสติวัล. *วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร.5*(1). 37-46.

4.3 Hong Y., & Srijinda, P. Empirical Study on the Influencing Factors of
Cultural Space Communication Effect in Lou Di City. *Journal of Ecohumanism. 3*(4). 2476 – 2485. SCOPUS Q2,

4.4 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:

รหัสวิชา AAM1301 **ระดับปริญญา** ปริญญาตรี
ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา **หลักสูตร** นิเทศศาสตรบัณฑิต
หน่วยกิต 3 (2-2-5) **คณะ/วิทยาลัย** วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

3.4 มีกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ การเรียนรู้วิธีการเรียนรู้ และปลูกฝังให้ผู้เรียนมีทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต (เช่น การตั้งคำถามอย่างสร้างสรรค์และมีวิจารณญาณ ทักษะในการประมวลผลข้อมูล ทักษะการนำเสนอแนวคิดใหม่ ๆ และแนวทางปฏิบัติใหม่ ๆ)

รหัสวิชา AAM1301 **ระดับปริญญา** ปริญญาตรี
ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา **หลักสูตร** นิเทศศาสตรบัณฑิต
หน่วยกิต 3 (2-2-5) **คณะ/วิทยาลัย** วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

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 AAM1301 **ระดับปริญญา** ปริญญาตรี
ชื่อรายวิชา การเขียนบทโฆษณาและออกแบบเนื้อหา **หลักสูตร** นิเทศศาสตรบัณฑิต
หน่วยกิต 3 (2-2-5) **คณะ/วิทยาลัย** วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

5. แผนการทบทวนและปรับปรุงรายวิชา

☑☐ การปรับปรุงรายวิชาประจำปีตามข้อเสนอแนะของผู้ตรวจสอบในข้อ 4
☑☐ การปรับปรุงรายวิชาประจำปีโดยพิจารณาจากการประเมินและความคิดเห็นของนักศึกษา
☑☐ อื่นๆ (ระบุ) ...

ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา
อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา
วันที่ 11 กรกฎาคม 2568