

รายละเอียดของรายวิชา Course Specification (TQF3/OBE3)

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป Section 1 General Information

1. รหัสและชื่อรายวิชา

ไทย NMC5207 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัล
อังกฤษ Strategic Digital Marketing Communication

2. จำนวนหน่วยกิต

3(3-0-9) หน่วยกิต

3. หมวดวิชา

วิชาเลือก

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา : ดร.ปุณรภา ประดิษฐพงษ์
อาจารย์ผู้สอน : ดร.ปุณรภา ประดิษฐพงษ์
สถานที่ติดต่อ : วิทยาลัยนิเทศศาสตร์
e-mail : punrapha.pr@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

10 กรกฎาคม 2568

10. ความสอดคล้องระหว่างรายวิชากับวิสัยทัศน์ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน และข้อกำหนดตามเกณฑ์
มาตรฐานอุดมศึกษาระดับปริญญาโท

วิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย “ผู้นำการสร้างมืออาชีพเพื่อพัฒนาสังคมอย่าง ยั่งยืน”		ส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ ด้วยตนเองและทักษะการ สร้างความรู้ในการปฏิบัติ การคิดริเริ่ม สร้างสิ่งใหม่ เพื่อสร้างความรู้เชิง วิชาการหรือวิชาชีพ (Lifelong learning)	ส่งเสริมทักษะด้าน ดิจิทัล
ผู้นำการสร้างมืออาชีพ	พัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน (SDGs)		
พัฒนาทักษะการ วิเคราะห์กลยุทธ์การ สื่อสารการตลาดผ่านสื่อ ดิจิทัล	ทุกคนมีการศึกษาที่มี คุณภาพอย่างครอบคลุม และเท่าเทียม และ สนับสนุนโอกาสในการ เรียนรู้ตลอดชีวิต	คิดค้นเทคนิคการคิด วิเคราะห์และกลยุทธ์การ สื่อสารการตลาดผ่านสื่อ ดิจิทัลให้ตรงกับ กลุ่มเป้าหมาย	ส่งเสริมทักษะการ ค้นหาข้อมูลผ่านระบบ ดิจิทัล

หมวดที่ 2 คำอธิบายรายวิชาและผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

Section 2 Course Description and Course Learning Outcomes: CLOs

1. คำอธิบายรายวิชา

ภาษาไทย

แนวคิดและความสำคัญของการสื่อสารการตลาด พัฒนาการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล องค์การการสื่อสารการตลาดดิจิทัล รูปแบบของการวางแผนสื่อสารการตลาดดิจิทัลเชิงกลยุทธ์ รวมถึงการบริหารเพื่อสื่อสารการตลาดดิจิทัลไปสู่กลุ่มผู้รับสารอย่างมีประสิทธิภาพ

ภาษาอังกฤษ

Concepts and importance of marketing communication; development of digital marketing communication; formats of strategic digital marketing communication plans including effective management for digital marketing communication to audiences.

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
ชั่วโมง/ภาคเรียน 3 ชั่วโมง/สัปดาห์	ชั่วโมง/ภาคเรียน - ชั่วโมง/สัปดาห์	ชั่วโมง/ภาคเรียน 9 ชั่วโมง/สัปดาห์

ประเภทรายวิชา บรรยาย ฝึกปฏิบัติ

3. จำนวนชั่วโมงให้คำปรึกษานักศึกษารายบุคคล

- 3.1 การให้คำปรึกษาทางวิชาการ (อย่างน้อย 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์)
- 3.2 การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการให้คำปรึกษาทางวิชาการ

4. จุดมุ่งหมายรายวิชา

- 4.1 มีความรู้เกี่ยวกับแนวคิดและความสำคัญของการสื่อสารการตลาด พัฒนาการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล
- 4.2 สามารถวิเคราะห์การสื่อสารการตลาดเชิงกลยุทธ์ผ่านกรณีศึกษา
- 4.3 สามารถวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด

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

CLO/LO 1 นำองค์ความรู้เรื่องการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลมาประยุกต์ใช้เพื่อการวางแผนสื่อสารการตลาดดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

CLO/LO 2 มีทักษะ ความสามารถ ประยุกต์ใช้นวัตกรรมการสื่อสารการตลาดดิจิทัลไปสู่กลุ่มผู้รับสารอย่างมีประสิทธิภาพ

6. ความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (Program Learning Outcomes – PLOs) และผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course Learning Outcomes - CLOs)

รหัสวิชา NMC5207

ชื่อรายวิชา กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัล

หน่วยกิต 3(3-0-9)

ระดับปริญญา ปริญญาโท

หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

PLOs	ความรู้ (K)	ทักษะ (S)	จริยธรรม (E)	คุณลักษณะ (C)
PLO 1	✓			✓
PLO 2		✓		
PLO 3		✓		
PLO 4			✓	

ความสอดคล้องของ PLOs/CLOs	CLO 1	CLO 2
PLO 1	✓	
PLO 2	✓	
PLO 3		✓
PLO 4		✓

CLOs	Cognitive Domain (Knowledge)						Psychomotor Domain (Skills)	Affective Domain (Attitude)
	R	U	Ap	An	Ev	C		
CLO1			✓				3	
CLO2			✓				3	

Cognitive Domain

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

Psychomotor Domain

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

Affective Domain

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

เกณฑ์ประการประกันคุณภาพ: 1.2 หลักสูตรแสดงถึงการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของทุกรายวิชา โดยถูกออกแบบและได้รับการจัดรูปแบบอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร
ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course Learning Outcomes - CLOs) กรณีหลักสูตรแบบ OBE

CLOs	ความรู้ (K)	ทักษะทางปัญญา (S)	คุณธรรม จริยธรรม (E)	ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ (C)	กรณีหลักสูตรวิชาชีพมีผลลัพธ์เฉพาะเพิ่มเติมให้ระบุ
CLO1	✓			✓	
CLO2		✓	✓		

7. การปรับปรุงรายวิชาตามข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (เปิดสอนรายวิชานี้ครั้งแรกไม่ต้องกรอก)

ข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	การปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ
-	-

เกณฑ์ประการประกันคุณภาพ: 3.6 ข้อมูลการปรับปรุงรายวิชาตามข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อแสดงว่ากระบวนการเรียนการสอนมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าตอบโจทย์ความต้องการของภาคอุตสาหกรรมการทำงาน และสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง

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

1. ความสอดคล้องระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (CLOs/LOs) กับวิธีการสอน การวัดและการประเมินผล

CLOs LOs	ระบุ ผลลัพธ์	กลยุทธ์การสอนและการให้ผลป้อนกลับ (Active Learning) (ต้องสัมพันธ์กับหมวด 2 ข้อ 6)	วิธีวัดและ ประเมินผล
CLO 1	K	การสอนแบบเน้นสมรรถนะ สามารถอภิปรายและวิเคราะห์ทฤษฎีร่วมกับ กรณีศึกษา	1. ประเมินจาก การสอบข้อเขียน หรือสอบปฏิบัติ 2. ประเมินจาก การแสดงความคิด เห็น 3. ประเมินจาก งานที่มอบหมาย หรือการนำเสนอ
CLO 1	c	มอบหมายงานให้ทำร่วมกับผู้อื่น การรับผิดชอบในงานและการปรับตัว	
CLO 2	S	จัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้นักศึกษาได้ประยุกต์ใช้ทักษะเพื่อวางแผนกลยุทธ์ การสื่อสารการตลาดให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย	
CLO 2	E	การนำเสนองานที่คำนึงถึงจรรยาบรรณของวิชาชีพ	

* 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) ในการวัดและ
ประเมินต้องสอดคล้องกับ 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%)

รหัสวิชา NMC5207

ชื่อรายวิชา กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัล

หน่วยกิต 3(3-0-9)

ระดับปริญญา ปริญญาโท

หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

รวบรวมองค์ความรู้บางส่วนมาใช้เพื่อการวางแผนสื่อสารการตลาดได้	รวบรวมองค์ความรู้มาใช้เพื่อการวางแผนสื่อสารการตลาดได้	รวบรวมองค์ความรู้มาใช้เพื่อการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ
--	---	---

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%)
สามารถใช้นวัตกรรมการสื่อสารการตลาดไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้	สามารถใช้นวัตกรรมการสื่อสารการตลาดดิจิทัลไปสู่กลุ่มผู้รับสารอย่างมีประสิทธิภาพ	มีทักษะ ความสามารถ ประยุกต์ใช้นวัตกรรมการสื่อสารการตลาดดิจิทัลไปสู่กลุ่มผู้รับสารอย่างมีประสิทธิภาพ

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

รหัสวิชา NMC5207

ชื่อรายวิชา กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัล

หน่วยกิต 3(3-0-9)

ระดับปริญญา ปริญญาโท

หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

-
- 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 มีการบ่อนกลับผลการประเมินให้แก่ผู้เรียนอย่างทันท่วงที
- 4.7 การประเมินผู้เรียนและกระบวนการ มีการทบทวนและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าตอบโจทย์ความต้องการของภาคอุตสาหกรรมการทำงาน และสอดคล้องกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

หมวดที่ 4 แผนการสอนและการประเมิน

Section 4 Lesson Plan and Assessments

1. แผนการสอน (จัดการเรียนการสอนไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์)

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน และสื่อการเรียนรู้	ผังการ ทดสอบ	อาจารย์ ผู้สอน
1	Course Introduction		ท3	- แนะนำผู้สอน - แนะนำแผนการสอน กิจกรรม การเรียน การสอบ - ซักถามพื้นฐาน	- แนะนำตัว - ตอบคำถาม	ดร.ปณรภา ประดิษฐ์ พงษ์
2	Digital Landscape	CLO1		- บรรยายประกอบกรณีศึกษา - แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น		
3	Conceptual Foundations of Strategic Communication	CLO1		- บรรยายประกอบกรณีศึกษา - แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น		
4	Consumer Behavior in the Digital Age	CLO1		- บรรยายประกอบกรณีศึกษา - แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น		
5	The Digital Marketing Ecosystem	CLO1		- บรรยายประกอบกรณีศึกษา - แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น		
6	Goal Setting & Strategic Planning Frameworks	CLO1		- บรรยายประกอบกรณีศึกษา - แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น	assignment	
7	Segmentation, Targeting, Positioning in Digital	CLO2		- บรรยายประกอบกรณีศึกษา - แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น	Group Assignment	
8	สอบกลางภาค	CLO1-2				
9	Message Strategy & Digital Content Planning	CLO2		- บรรยายประกอบกรณีศึกษา - แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น		
10	Social Media Strategy & Engagement	CLO2		- บรรยายประกอบกรณีศึกษา - แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น		
11	Digital Media Planning & Budgeting	CLO2		- บรรยายประกอบกรณีศึกษา - แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น		
12	Email, CRM & Marketing Automation	CLO2		- บรรยายประกอบกรณีศึกษา - แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น		
13	Measurement, KPIs & Analytics	CLO2		- บรรยายประกอบกรณีศึกษา - แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น		

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน และสื่อการเรียนรู้	ผังการ ทดสอบ	อาจารย์ ผู้สอน
14	Campaign Optimization & A/B Testing	CLO1		- บรรยายประกอบกรณีศึกษา - แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น		
15	Digital Ethics, Privacy & Crisis Communication	CLO1-2		- บรรยายประกอบกรณีศึกษา - แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น		
16	Group Presentation: Strategic Digital Campaign Plan	CLO1-2		- บรรยายประกอบกรณีศึกษา - แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น		
17	สอบปลายภาค	CLO1-2				

หมายเหตุ:

- ท คือ ภาคทฤษฎี และ ป คือ ภาคปฏิบัติ
- ระบุตัวย่อชื่ออาจารย์ผู้สอน XXX ชื่อ สกุล เช่น NTP: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐภัทร
- กิจกรรมการสอน (Teaching Activities) หมายถึง กิจกรรมและสื่อที่ผู้สอนนำมาใช้เพื่อนำพาการเรียนรู้ และ กิจกรรมการเรียนรู้ (Learning Activities) หมายถึง กิจกรรมที่ผู้สอนต้องกำหนดและมอบหมายให้ในชั้นเรียน (หรือนอกชั้นเรียน) เพื่อให้ผู้เรียนได้เกิด “ประสบการณ์การเรียนรู้” ด้วยตนเอง
- 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
การมอบหมายงาน A	20%	✓				
การมอบหมายงาน A	30%		✓			
โครงงานและการนำเสนอ P	10%		✓			
สอบปลายภาค F	30%	✓	✓			
จิตพิสัย	10%					

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

หัวข้อ	สัดส่วน	CLO 1	CLO 2	CLO 3	CLO 4	CLO 5
การมอบหมายงาน A	20%	✓				
การมอบหมายงาน A	30%		✓			
โครงงานและการนำเสนอ P	10%		✓			
สอบปลายภาค F	30%	✓	✓			

รหัสวิชา NMC5207

ชื่อรายวิชา กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัล

หน่วยกิต 3(3-0-9)

ระดับปริญญา ปริญญาโท

หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

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. เกณฑ์ประเมินการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

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 ผู้เรียนส่วนใหญ่อาจยังไม่สามารถบรรลุผลลัพธ์ที่ตั้งไว้ในระดับที่น่าพึงพอใจ 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 Dave Chaffey & Fiona Ellis-Chadwick. (2022). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice.

3.2 Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan. (2021). Marketing 5.0: Technology for Humanity.

4. งานวิจัยประกอบการเรียนรู้ในรายวิชา (ถ้ามี)

- 2.1 ชื่องานวิจัย 1
- 2.2 ชื่องานวิจัย 2

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) ...

5. แผนการทบทวนและปรับปรุงรายวิชา

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

รหัสวิชา NMC5207
ชื่อรายวิชา กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัล
หน่วยกิต 3(3-0-9)

ระดับปริญญา ปริญญาโท
หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

(ดร.ปทุมรภา ประดิษฐ์พงษ์)
อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา
วันที่ 20 กรกฎาคม 2568