



10. ความสอดคล้องระหว่างรายวิชากับวิสัยทัศน์ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน และข้อกำหนดตามเกณฑ์มาตรฐานอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี

| วิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย<br>“ผู้นำการสร้างมืออาชีพเพื่อพัฒนาสังคมอย่าง<br>ยั่งยืน”   |  | ส่งเสริมทักษะการเรียนรู้<br>ด้วยตนเองในการปฏิบัติ<br>และการปรับปรุงพัฒนา<br>งานเพื่อการประกอบอาชีพ<br>(Lifelong learning)  | ส่งเสริมทักษะด้าน<br>ดิจิทัล  |
|--|--|--|---|
| ผู้นำการสร้างมืออาชีพ  | พัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน<br>(SDGs)   |  |   |
| พัฒนาทักษะด้านการ<br>แสดง การแสดงออกเพื่อ<br>มุ่งให้นักศึกษาเข้าใจและ<br>สามารถแสดงออกได้<br>อย่างเหมาะสมและเป็น<br>มืออาชีพ | สร้างหลักประกันว่าทุก<br>คนมีการศึกษาที่มี<br>คุณภาพอย่างครอบคลุม<br>และเท่าเทียม และ<br>สนับสนุนโอกาสในการ<br>เรียนรู้ตลอดชีวิต | สร้างกระบวนการเรียนรู้ที่<br>พัฒนา Growth Mindset<br>เพื่อเตรียมความพร้อมที่จะ<br>เรียนรู้และปรับตัวในทุก<br>สถานการณ์ รวมไปถึงการ<br>ออกแบบการเรียนการสอน<br>ผ่านการลงมือทำ | พัฒนาองค์ความรู้<br>เกี่ยวกับการแสดงเพื่อ<br>นำไปต่อยอดกับการ<br>ผลิตสื่อด้านดิจิทัลฯ |

## หมวดที่ 2 คำอธิบายรายวิชาและผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

### Section 2 Course Description and Course Learning Outcomes: CLOs

#### 1. คำอธิบายรายวิชา

##### ภาษาไทย

ความหมาย การกำหนดกลยุทธ์และยุทธวิธีการสร้างสรรค์ เพื่อถ่ายทอดความคิดสู่การโฆษณา และสื่อสารการตลาด กระบวนการสร้างสรรค์ เพื่อให้ได้ภาพและข้อความสำหรับการสื่อสารผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ทั้งสื่อดั้งเดิม และสื่อสมัยใหม่ ปฏิบัติการสร้างสรรค์ผลงาน เพื่อการโฆษณาและสื่อสารการตลาดในลักษณะต่าง ๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

##### ภาษาอังกฤษ

Strategies and creative tactics to convey ideas to advertising and communication marketing, creative process to obtain images and texts for communication through various media, including traditional media and modern media, creative operating for advertising and marketing communications in various ways to the target group effectively

#### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

| บรรยาย                                   | การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน       | การศึกษาด้วยตนเอง                        |
|--|--|--|
| 30 ชั่วโมง/ภาคเรียน<br>2 ชั่วโมง/สัปดาห์ | 30 ชั่วโมง/ภาคเรียน<br>2 ชั่วโมง/สัปดาห์ | 75 ชั่วโมง/ภาคเรียน<br>5 ชั่วโมง/สัปดาห์ |

ประเภทรายวิชา  บรรยาย  ฝึกปฏิบัติ

#### 3. จำนวนชั่วโมงให้คำปรึกษานักศึกษารายบุคคล

3.1 การให้คำปรึกษาทางวิชาการ (อย่างน้อย 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์)

3.2 การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการให้คำปรึกษาทางวิชาการ

#### 4. จุดมุ่งหมายรายวิชา

4.1 เพื่อให้ให้นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจถึงความสำคัญ และกระบวนการของความคิดสร้างสรรค์ กลยุทธ์การสร้างสาร

4.2 เพื่อถ่ายทอดความคิดสู่เครื่องมือโฆษณาและสื่อสารการตลาด หลักการสร้างสรรค์ สำหรับสื่อประเภทต่างๆ และสามารถปฏิบัติการสร้างสรรค์ผลงาน ตลอดจนสามารถนำความรู้ที่ศึกษาไปฝึกปฏิบัติ และประยุกต์ใช้ในวิชาชีพด้านสื่อสารการตลาดต่อไปได้

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

CLO/LO 1 มีวินัย ตรงต่อเวลา และมีความรับผิดชอบสูงทั้งต่อตนเองวิชาชีพและสังคม ปฏิบัติหน้าที่ด้วยคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพ

CLO/LO 2 มีความรู้ภาคปฏิบัติอย่างลึกซึ้งและกว้างขวาง เป็นระบบ เป็นสากล และเท่าทันสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก มีความรู้และความสามารถในการแสวงหาความรู้และประสบการณ์เพิ่มเติมจากที่สอนในห้องเรียน

CLO/LO 3 มีความสามารถในการวิเคราะห์ วิจัยงานสื่อสารการตลาดได้อย่างหลากหลายมุมมอง มีความสามารถในการเชื่อมโยงและประยุกต์สาระความรู้ไปสู่การปฏิบัติงานด้านการสื่อสารการตลาด

CLO/LO 4 มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย

CLO/LO 5 มีทักษะการสื่อสารที่ดีเหมาะสมกับวิชาชีพ

## 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                     |       |       |       | ✓     |       |

รหัสวิชา AAM 2202

ชื่อรายวิชา การสร้างสรรค์งานโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

| CLOs | Cognitive Domain<br>(Knowledge) |   |    |    |    |   | Psychomotor<br>Domain<br>(Skills) | Affective<br>Domain<br>(Attitude) |
|------|---------------------------------|---|----|----|----|---|-----------------------------------|-----------------------------------|
|      | R                               | U | Ap | An | Ev | C |                                   |                                   |
| CLO1 |                                 | ✓ |    |    |    |   | 3                                 | 2                                 |
| CLO2 |                                 | ✓ | ✓  |    |    |   | 3                                 | 2                                 |
| CLO3 |                                 |   | ✓  | ✓  |    |   | 3                                 | 3                                 |
| CLO4 |                                 | ✓ |    |    |    |   | 3                                 | 2                                 |
| CLO5 |                                 |   | ✓  |    |    |   | 3                                 | 2                                 |

*Cognitive Domain*

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

*Psychomotor Domain*

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

*Affective Domain*

1.การรับ 2.การตอบสนอง 3.การให้ค่านิยม 4.การจัดรวบรวม 5.การพัฒนาลักษณะนิสัยจากค่านิยม

เกณฑ์ประการประกันคุณภาพ: 1.2 หลักสูตรแสดงถึงการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของทุกรายวิชา โดย  
ถูกออกแบบและได้รับการจัดรูปแบบอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Course Learning Outcomes - CLOs) กรณีไม่ได้ใช้หลักสูตรแบบ OBE

| LOs | คุณธรรม<br>จริยธรรม<br>(E) | ความรู้<br>(K) | ทักษะ<br>ทาง<br>ปัญญา<br>(S) | ทักษะ<br>ความสัมพันธ์<br>ระหว่างบุคคล<br>และความ<br>รับผิดชอบ<br>(C) | ทักษะการ<br>วิเคราะห์เชิง<br>ตัวเลข การสื่อสาร<br>และการใช้<br>เทคโนโลยี<br>สารสนเทศ<br>(IT) | ทักษะการ<br>จัดการเรียนรู้<br>(เฉพาะครู<br>ศาสตร์)<br>(L) |
|-----|----------------------------|----------------|------------------------------|--|--|---|
| LO1 | ✓                          |                |                              |  |  |   |
| LO2 |                            | ✓              |                              |  |  |   |
| LO3 |                            |                | ✓                            |  |  |   |
| LO4 |                            |                |                              | ✓  |  |   |

รหัสวิชา AAM 2202

ชื่อรายวิชา การสร้างสรรค์งานโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

|     |  |  |  |  |   |  |
|-----|--|--|--|--|---|--|
| LO5 |  |  |  |  | ✓ |  |
|-----|--|--|--|--|---|--|

**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 การวัดและ การประเมินผล

| CLOs<br>LOs | ระบุ<br>ผลลัพธ์ | กลยุทธ์การสอนและการให้ผลป้อนกลับ<br>(Active Learning)<br>(ต้องสัมพันธ์กับหมวด 2 ข้อ 6)  | วิธีวัดและ<br>ประเมินผล  |
|-------------|-----------------|---|--|
| LO 1        | E               | สอนให้นักศึกษามีวินัย ตรงต่อเวลา และมีความรับผิดชอบสูงทั้งต่อตนเอง วิชาชีพ และสังคม โดยต้องเข้าเรียนตรงเวลา ส่งงานตามกำหนด ไม่ลอกผลงานของผู้อื่น สอดแทรกเรื่องคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพไปกับเนื้อหาการเรียน มีการตั้งกฎระเบียบของกลุ่มเรียนโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมเสนอความคิดเห็นในการออกแบบกฎระเบียบ | 1. เช็คชื่อเข้าเรียนตามเวลาที่กำหนด<br>2. เช็คการส่งงานตามเวลาที่กำหนด<br>3. ประเมินจากรายงานที่ส่ง และการใส่อ้างอิงงานของผู้อื่น<br>4. ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติตามกฎระเบียบของกลุ่มเรียน |
| LO 2        | K,S             | บรรยายและฝึกปฏิบัติสร้างสรรค์งานโฆษณาและสื่อสารการตลาดโดยอาศัยหลักการ และแนวคิดมาประยุกต์ ค้นคว้าหาตัวอย่างงานสร้างสรรค์ด้านสื่อสารการตลาด เพื่อนำมาวิเคราะห์วิจารณ์ และนำไปเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงานของตนเองให้ดียิ่งขึ้น   | 1. ประเมินจากการสร้างสรรค์งาน<br>2. ประเมินจากการใช้ความคิดวิเคราะห์วิจารณ์งานโฆษณา<br>3. ประเมินจากการสอบ   |

รหัสวิชา AAM 2202

ชื่อรายวิชา การสร้างสรรค์งานโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

|      |        |   |                                    |
|------|--------|---|------------------------------------|
| LO 3 | K,S,IT | ส่งเสริมให้มีการวิเคราะห์ วิจัยงานสื่อสารการตลาดตามหลักการที่ได้เรียนรูมา โดยมีมุมมองที่หลากหลาย ฝึกปฏิบัติการสร้างสรรค์งานสื่อสารการตลาด นำความรู้ในรายวิชาอื่นๆ มาประยุกต์ใช้ เพื่อให้งานสร้างสรรค์น่าสนใจมากขึ้น | 1. ประเมินจากงานที่มอบหมาย         |
| LO 4 | C      | กำหนดกรอบเวลาในการส่งรายงาน   | 1. ประเมินจากการส่งงานตามกำหนดเวลา |
| LO 5 | S,IT   | การฝึกให้ใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษในงานสร้างสรรค์การสื่อสารการตลาดได้อย่างถูกต้อง มีการตรวจสอบการใช้ภาษาโดยใช้เทคโนโลยีมาช่วย   | 1. ประเมินจากงานที่มอบหมาย         |

\* หลักสูตร OBE ทุกรายวิชาต้องมี CLO ให้ครบ K S E C

\* หลักสูตร TQF ทุกรายวิชาต้องมี LO ให้ครบ K S E C IT

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

|   |   |  |
|---|---|--|
| <p>CLO 1/LO 1: มีวินัย ตรงต่อเวลา และมีความรับผิดชอบสูงทั้งต่อตนเองวิชาชีพและสังคม ปฏิบัติหน้าที่ด้วยคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพ</p> <p>ระดับ (ตาม Bloom's Taxonomy): เช่น Understanding</p> <p>พฤติกรรมที่แสดงออกที่ต้องประเมิน (Action Verb): การเข้าเรียน การส่งงานตรงเวลา ไม่ลอกผลงานผู้อื่น</p> |   |  |
| <p><b>Below Expectation</b></p> <p>ผลลัพธ์ที่แสดงออกต่ำกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง</p> <p>(Performance 0% - 49%)</p>  | <p><b>Meet Expectation</b></p> <p>ผลลัพธ์ที่แสดงออกตรงตามเกณฑ์ที่คาดหวัง</p> <p>(Performance 50% - 79%)</p> | <p><b>Exceeds Expectation</b></p> <p>ผลลัพธ์ที่แสดงออกสูงกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง</p> <p>(Performance 80% - 100%)</p> |
| <p>ไม่ค่อยเข้าเรียนหรือเข้าเรียนสาย ไม่ส่งงานตามกำหนด ต้องติดตามงานเสมอ นำผลงานผู้อื่นมาใช้โดยไม่อ้างอิง</p>  | <p>เข้าเรียนบ้าง เข้าสายบางครั้ง ส่งงานตรงตามกำหนดเป็นส่วนใหญ่ นำผลงานผู้อื่นมาใช้โดยอ้างอิงบ้าง</p>        | <p>ส่วนใหญ่เข้าเรียนเสมอ ไม่เข้าเรียนสาย ส่งงานครบตามกำหนดเวลา นำผลงานผู้อื่นมาใช้โดยอ้างอิงครบถ้วน</p>          |

|  |
|--|
| <p>CLO 2/LO 2: มีความรู้ภาคปฏิบัติอย่างลึกซึ้งและกว้างขวาง เป็นระบบ เป็นสากล และเท่าทันสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก มีความรู้และความสามารถในการแสวงหาความรู้และประสบการณ์เพิ่มเติมจากที่สอนในห้องเรียน</p> <p>ระดับ (ตาม Bloom's Taxonomy): Understanding Applying</p> |
|--|

รหัสวิชา AAM 2202

ชื่อรายวิชา การสร้างสรรค์งานโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

|   |  |   |
|---|--|---|
| พฤติกรรมที่แสดงออกที่ต้องประเมิน (Action Verb): สามารถนำความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานได้ |  |   |
| <b>Below Expectation</b><br>ผลลัพธ์ที่แสดงออก<br>ต่ำกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง<br>(Performance 0% - 49%)         | <b>Meet Expectation</b><br>ผลลัพธ์ที่แสดงออก<br>ตรงตามเกณฑ์ที่คาดหวัง<br>(Performance 50% - 79%) | <b>Exceeds Expectation</b><br>ผลลัพธ์ที่แสดงออก<br>สูงกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง<br>(Performance 80% - 100%) |
| นำความรู้ที่เรียนมาไปประยุกต์ใช้<br>ในการสร้างสรรค์ผลงานที่เกี่ยวข้อง<br>ได้บ้าง                          | นำความรู้ที่เรียนมาไปประยุกต์ใช้<br>ในการสร้างสรรค์ผลงานที่เกี่ยวข้อง<br>ได้ตามที่เรียน          | นำความรู้ที่เรียนมาไปประยุกต์ใช้<br>ในการสร้างสรรค์ผลงานที่เกี่ยวข้อง<br>ได้ดี ลุ่มลึก สร้างสรรค์     |

|   |  |   |
|---|--|---|
| CLO 3/LO 3: มีความสามารถในการวิเคราะห์ วิจัยงานสื่อสารการตลาดได้อย่างหลากหลายมุมมอง มีความสามารถในการเชื่อมโยงและประยุกต์สาระความรู้ไปสู่การปฏิบัติงานด้านการสื่อสารการตลาด<br>ระดับ (ตาม Bloom's Taxonomy): Applying Analysis<br>พฤติกรรมที่แสดงออกที่ต้องประเมิน (Action Verb): มีการแสดงความคิดเห็น วิเคราะห์วิจารณ์ และเชื่อมโยง<br>ความรู้ไปสู่การทำงานได้ |  |   |
| <b>Below Expectation</b><br>ผลลัพธ์ที่แสดงออก<br>ต่ำกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง<br>(Performance 0% - 49%)   | <b>Meet Expectation</b><br>ผลลัพธ์ที่แสดงออก<br>ตรงตามเกณฑ์ที่คาดหวัง<br>(Performance 50% - 79%) | <b>Exceeds Expectation</b><br>ผลลัพธ์ที่แสดงออก<br>สูงกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง<br>(Performance 80% - 100%) |
| ไม่มีการแสดงความคิดเห็น<br>วิเคราะห์วิจารณ์ และเชื่อมโยง<br>ความรู้สู่การทำงาน  | มีการแสดงความคิดเห็น วิเคราะห์<br>วิจารณ์ และเชื่อมโยงความรู้สู่<br>การทำงาน ได้พอสมควร          | มีการแสดงความคิดเห็น วิเคราะห์<br>วิจารณ์ และเชื่อมโยงความรู้สู่<br>การทำงานได้ดี หลากหลายมุมมอง      |

รหัสวิชา AAM 2202

ชื่อรายวิชา การสร้างสรรค์งานโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

|  |   |  |
|--|---|--|
| <p><b>CLO 4/LO 4:</b> มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย</p> <p>ระดับ (ตาม Bloom's Taxonomy): Understanding</p> <p>พฤติกรรมที่แสดงออกที่ต้องประเมิน (Action Verb): ส่งรายงาน หรือนำเสนอตรงตามเวลาที่กำหนด</p> |   |  |
| <p><b>Below Expectation</b></p> <p>ผลลัพธ์ที่แสดงออก</p> <p>ต่ำกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง</p> <p>(Performance 0% - 49%)</p>   | <p><b>Meet Expectation</b></p> <p>ผลลัพธ์ที่แสดงออก</p> <p>ตรงตามเกณฑ์ที่คาดหวัง</p> <p>(Performance 50% - 79%)</p> | <p><b>Exceeds Expectation</b></p> <p>ผลลัพธ์ที่แสดงออก</p> <p>สูงกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง</p> <p>(Performance 80% - 100%)</p> |
| ไม่คอยส่งรายงาน ไม่มานำเสนองาน หรือทำล่าช้ากว่ากำหนด ต้องติดตามเสมอ  | ส่งรายงาน และนำเสนองานตรงตามกำหนดเป็นส่วนใหญ่ มีล่าช้า บางเล็กน้อย  | ส่งรายงาน และนำเสนองานตรงตามกำหนดทุกครั้ง  |

|  |   |  |
|--|---|--|
| <p><b>CLO 5/LO 5:</b> มีทักษะการสื่อสารที่ดีเหมาะสมกับวิชาชีพ</p> <p>ระดับ (ตาม Bloom's Taxonomy): Applying</p> <p>พฤติกรรมที่แสดงออกที่ต้องประเมิน (Action Verb): มีการใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษในงานสร้างสรรค์การสื่อสารการตลาดได้อย่างถูกต้อง</p> |   |  |
| <p><b>Below Expectation</b></p> <p>ผลลัพธ์ที่แสดงออก</p> <p>ต่ำกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง</p> <p>(Performance 0% - 49%)</p>   | <p><b>Meet Expectation</b></p> <p>ผลลัพธ์ที่แสดงออก</p> <p>ตรงตามเกณฑ์ที่คาดหวัง</p> <p>(Performance 50% - 79%)</p> | <p><b>Exceeds Expectation</b></p> <p>ผลลัพธ์ที่แสดงออก</p> <p>สูงกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง</p> <p>(Performance 80% - 100%)</p> |
| ใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษในงานสร้างสรรค์การสื่อสารการตลาดไม่ค่อยถูกต้อง  | ใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษในงานสร้างสรรค์การสื่อสารการตลาดถูกต้องพอสมควร   | ใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษในงานสร้างสรรค์การสื่อสารการตลาดถูกต้องเกือบทุกครั้ง หรือ ทุกครั้ง                                |

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

4.5 วิธีการประเมินผู้เรียนต้องแสดงถึงการบรรลุผลสำเร็จของผลการเรียนรู้ที่คาดหวังระดับหลักสูตร และผลการเรียนรู้ระดับรายวิชา

4.6 มีการบอกลับผลการประเมินให้แก่ผู้เรียนอย่างทันท่วงที

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          | แนะนำแผนการสอน คำอธิบาย รายวิชา กฎระเบียบในชั้นเรียน การสอบปฏิบัติต่างๆ แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับการ สร้างสรรค์งานสื่อสารการตลาด | LO 1       | ท3 ป 1        | - รูปแบบการสอน<br>ONSITE/ONLINE<br>- ชี้แจงการสอนและเกณฑ์การ ประเมินผลบรรยาย<br>- การบรรยายประกอบสื่อ Power Point และ ยกตัวอย่างประกอบ | - ประเมินจาก การมีส่วนร่วมใน กลุ่ม ในการ ถาม-ตอบ                           | CNT            |
| 2          | กระบวนการสร้างสรรค์   | LO2<br>LO3 | ท2 ป2         | - รูปแบบการสอน<br>ONSITE/ONLINE<br>- บรรยายประกอบสื่อ Power Point คลิปวิดีโอ +วิเคราะห์ วิจัย  | - ประเมินจาก การมีส่วนร่วม ในกลุ่มในการ ช่วยกัน วิเคราะห์ วิจัยคลิป วิดีโอ |                |
| 3          | การสร้างอัตลักษณ์ตราสินค้า  | LO2<br>LO3 | ท2 ป2         | - รูปแบบการสอน<br>ONSITE/ONLINE<br>- บรรยาย โดยใช้ Power Point Presentation และคลิป วิดีโอ +วิเคราะห์วิจัย                             | - ประเมินจาก การมีส่วนร่วม ในกลุ่มในการ ช่วยกัน วิเคราะห์ วิจัยคลิป วิดีโอ |                |
| 4          | การสร้างสรรค์งานโฆษณาและ สื่อสารการตลาด   | LO2<br>LO3 | ท2 ป2         | - รูปแบบการสอน<br>ONSITE/ONLINE  | - ประเมินจาก การมีส่วนร่วม ในกลุ่มในการ                                    |                |

รหัสวิชา AAM 2202

ชื่อรายวิชา การสร้างสรรค์งานโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อ                                  | CLOs                            | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน และสื่อการเรียนรู้   | ฝั่งการ ทดสอบ  | อาจารย์ ผู้สอน |
|------------|---|---------------------------------|---------------|--|--|----------------|
|            |   |                                 |               | - บรรยาย โดยใช้ Power Point Presentation และคลิป วิดีโอ +วิเคราะห์วิจารณ์ สัปดาห์ที่ 1                       | ช่วยกัน วิเคราะห์ วิวิจารณ์คลิป วิดีโอ   |                |
| 5          | การสร้างสรรค์งานโฆษณาและ สื่อสารการตลาด | LO1<br>LO2<br>LO3<br>LO4<br>LO5 | ท1 ป3         | - รูปแบบการสอน On demand1 ผ่าน VDO Clip โดยใช้สื่อ Power Point ประกอบในคลิปวิดีโอ + นำส่ง งานที่ส่ง (นำเสนอ) | - ประเมินจาก การส่งงานตาม เวลาที่กำหนด   |                |
| 6          | กลยุทธ์การจูงใจในงานสื่อสาร การตลาด     | LO2                             | ท4            | - รูปแบบการสอน On demand2 ผ่าน VDO Clip - บรรยาย โดยใช้ Power Point ประกอบ                                   | - ประเมินจาก การตอบ คำถามท้าย คลิป   |                |
| 7          | กลยุทธ์การจูงใจในงานสื่อสาร การตลาด     | LO2<br>LO3                      | ป4            | - รูปแบบการสอน ONSITE/ONLINE - บรรยาย โดยใช้ Power Point Presentation และคลิป วิดีโอ +วิเคราะห์วิจารณ์       | - ประเมินจาก การมีส่วนร่วม ในกลุ่มในการ ช่วยกัน วิเคราะห์ วิวิจารณ์คลิป วิดีโอ |                |
| 8          | สอบกลางภาค                              |                                 |               |  | ไม่มีสอบกลาง ภาค   |                |
| 9          | จุดขายในงานสื่อสารการตลาด               | LO1                             | ท2 ป2         | - รูปแบบการสอน On demand3 ผ่าน VDO Clip - บรรยายโดยใช้สื่อ Power Point ประกอบ                                | - ประเมินจาก การเข้าดูคลิป และตอบ คำถาม  |                |

รหัสวิชา AAM 2202

ชื่อรายวิชา การสร้างสรรค์งานโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อ                                | CLOs                            | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน และสื่อการเรียนรู้  | ฝั่งการ ทดสอบ  | อาจารย์ ผู้สอน |
|------------|---------------------------------------|---------------------------------|---------------|---|--|----------------|
| 10         | กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดด้วย เนื้อหา  | LO2                             | ท4            | - รูปแบบการสอน<br>ONSITE/ONLINE<br>- บรรยาย โดยใช้ Power Point Presentation และคลิป วิดีโอ +วิเคราะห์วิจารณ์ ส่งงาน ชั้นที่ 2 | - ประเมินจาก การมีส่วนร่วม ในกลุ่มในการ ช่วยกัน วิเคราะห์ วิจารณ์คลิป วิดีโอ |                |
| 11         | กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดด้วย เนื้อหา  | LO1<br>LO2<br>LO3<br>LO4<br>LO5 | ป4            | - รูปแบบการสอน<br>ONSITE/ONLINE<br>- นำเสนอผลงานชั้นที่ 2 วิเคราะห์วิจารณ์ผลงาน   | - ประเมินจาก ความคิด สร้างสรรค์ และการ นำเสนอผลงาน                           |                |
| 12         | การเล่าเรื่องในงานสื่อสาร การตลาด     | LO2                             | ท2 ป2         | - รูปแบบการสอน<br>ONSITE/ONLINE<br>- บรรยาย โดยใช้ Power Point Presentation และคลิป วิดีโอ +วิเคราะห์วิจารณ์                  | - ประเมินจาก การมีส่วนร่วม ในกลุ่มในการ ช่วยกัน วิเคราะห์ วิจารณ์คลิป วิดีโอ |                |
| 13         | การใช้บุคคลรับรองในงานสื่อสาร การตลาด | LO1<br>LO2<br>LO3<br>LO4<br>LO5 | ท2 ป2         | = รูปแบบการสอน On demand4 ผ่าน VDO Clip<br>- บรรยายโดยใช้สื่อ Power Point ประกอบ ส่งงานชั้นที่ 3                              | - ประเมินจาก การเข้าดูคลิป   |                |
| 14         | นำเสนอผลงานชั้นที่ 3                  | LO1<br>LO2                      | ป4            | - รูปแบบการสอน<br>ONSITE/ONLINE   | - ประเมินจาก ความคิด   |                |

รหัสวิชา AAM 2202

ชื่อรายวิชา การสร้างสรรค์งานโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อ                       | CLOs              | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียน การสอน และสื่อการเรียนรู้                                   | ผังการ ทดสอบ  | อาจารย์ ผู้สอน |
|------------|------------------------------|-------------------|---------------|---|---|----------------|
|            |                              | LO3<br>LO4<br>LO5 |               | - นำเสนองาน   | สร้างสรรค์ และการ นำเสนอผลงาน                             |                |
| 15         | การสื่อสารการตลาดผ่านกิจกรรม | LO2<br>LO3        | ท4            | - รูปแบบการสอน<br>ONSITE/ONLINE<br>- บรรยาย โดยใช้ Power Point Presentation | - ประเมินจาก การมีส่วนร่วม ในกลุ่ม (ประเมินจาก การสังเกต) |                |
| 16         |                              |                   |               |   |   |                |
| 17         | สอบปลายภาค                   | LO1-5             |               |   | ข้อเขียน  |                |

หมายเหตุ:

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

## 2. แผนการประเมิน (ระบุสัปดาห์ที่ประเมิน)

| การวัดและประเมินผล | สัดส่วน | LO 1 | LO 2 | LO 3 | LO 4 | LO 5 |
|--------------------|---------|------|------|------|------|------|
| จิตพิสัย           | 10%     | ✓    |      |      |      |      |
| งาน การนำเสนอ      | 60%     | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    |
| สอบกลางภาค M       | -       |      |      |      |      |      |
| สอบปลายภาค F       | 30%     | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    |

รหัสวิชา AAM 2202

ชื่อรายวิชา การสร้างสรรค์งานโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

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

| หัวข้อ        | สัดส่วน | LO 1 | LO 2 | LO 3 | LO 4 | LO 5 |
|---------------|---------|------|------|------|------|------|
| จิตพิสัย      | 10%     | ✓    |      |      |      |      |
| งาน ชั้นที่ 1 | 20%     | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    |
| งาน ชั้นที่ 2 | 20%     | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    |
| งาน ชั้นที่ 3 | 20%     | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    |
| สอบกลางภาค    | -       |      |      |      |      |      |
| สอบปลายภาค    | 30%     | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    | ✓    |

### 4. เกณฑ์ประเมินผลการเรียน

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

### 5. เกณฑ์ประเมินการบรรลุผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

| ระดับการบรรลุผล   | เกณฑ์การบรรลุผล  | คำอธิบาย   |
|-------------------|--|--|
| บรรลุผลระดับที่ 3 | จำนวนผู้เรียนไม่น้อยกว่า 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 ผู้เรียนส่วนใหญ่อาจยังไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ที่ตั้งไว้ได้ในระดับที่น่าพึงพอใจ 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 ประกายกาวิล ศรีจินดา. (2563). กลยุทธ์การสร้างสรรค์งานสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ: แดเน็กซ์ อินเทอร์เน็ตเปอร์เรชั่น จำกัด

#### 4. งานวิจัยประกอบการเรียนรู้ในรายวิชา (ถ้ามี)

เกณฑ์ประการประกันคุณภาพ:

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

## หมวด 6 การประเมินและการปรับปรุงรายวิชา

### Section 6 Course Evaluation and Improvement

#### 1. การประเมินรายวิชาโดยนักศึกษา

- แบบประเมินรายวิชา
- แบบประเมินสำหรับการประเมินอาจารย์ (เว็บไซต์ reg)
- การสนทนา แลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างอาจารย์และนักศึกษา
- การสะท้อนพฤติกรรมของนักศึกษา
- การรับข้อเสนอแนะจากนักศึกษา ผ่านช่องทางการสื่อสารที่อาจารย์กำหนด
- อื่นๆ (ระบุ) ...

#### 2. กลยุทธ์ในการประเมินการจัดการเรียนการสอน

- ผลการสอบของนักศึกษา
- การตรวจสอบ/การยืนยันผลการเรียนรู้ทางวิชาการและผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษา
- การประเมินโดยคณะกรรมการสอบ
- การสังเกตการณ์โดยทีมผู้สอน
- การสังเกตการณ์โดยผู้มีส่วนได้เสีย (ระบุ) ...
- อื่นๆ (ระบุ) ...

#### 3. แผนการปรับปรุงการดำเนินการรายวิชา

- การจัดสัมมนาหรือการประชุมเกี่ยวกับการสอนและการเรียนรู้ กับ ผู้มีส่วนได้เสีย
- การทำวิจัยด้านการจัดการเรียนรู้ทั้งในและนอกห้องเรียน
- อื่นๆ (ระบุ) ...

#### 4. การทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษาที่สอดคล้องกับ PLOs และ CLOs

- การจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อตรวจสอบผลการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้  
เช่น การตรวจสอบข้อสอบ การตรวจสอบการมอบหมายงาน การให้คะแนน และการประเมินผล
- การทบทวนการให้คะแนนและการประเมินโดยคณะกรรมการวิชาการของคณะ/ภาควิชา
- การตรวจสอบผลการให้คะแนนโดยการสุ่มตรวจจากอาจารย์/ผู้เชี่ยวชาญที่ไม่ได้  
รับผิดชอบหลักสูตรนั้น
- อื่นๆ (ระบุ) ...

รหัสวิชา AAM 2202

ชื่อรายวิชา การสร้างสรรค์งานโฆษณาและสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3 (2-2-5)

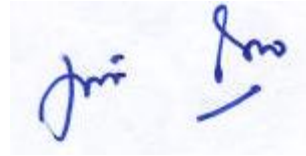
ระดับปริญญา ปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

### 5. แผนการทบทวนและปรับปรุงรายวิชา

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



ผศ.ชินรศ ถินวิไลสกุล  
อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา  
วันที่ 10 กรกฎาคม 2568