

รายละเอียดของรายวิชา
Course Specification (TQF3/OBE3)
หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป
Section 1 General Information

1. รหัสและชื่อรายวิชา

ไทย AAM1202 หลักการสื่อสารการตลาด
อังกฤษ Principles of Marketing Communication

2. จำนวนหน่วยกิต

3(3-0-6) หน่วยกิต

3. หมวดวิชา

วิชาบังคับเอก

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์เรวดี ไวยวาสนา

อาจารย์ผู้สอน : ผู้ช่วยศาสตราจารย์เรวดี ไวยวาสนา

สถานที่ติดต่อ: ห้องพักอาจารย์ชั้น 2 อาคารวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ วิทยาเขตนครปฐม
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

e-mail: rewadee.wa@ssru.ac.th

5. ภาคการศึกษาและชั้นปีที่เรียน

ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2568 ชั้นปีที่ 1

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

-

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

-

8. สถานที่เรียน

อาคารวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ วิทยาเขตนครปฐม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

10 พฤศจิกายน พ.ศ. 2568

รหัสวิชา AAM1202

ชื่อรายวิชา หลักการสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3(3-0-6)

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

10. ความสอดคล้องระหว่างรายวิชากับวิสัยทัศน์ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน และข้อกำหนดตามเกณฑ์มาตรฐานอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี

วิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย “ผู้นำการสร้างมืออาชีพเพื่อพัฒนาสังคมอย่าง ยั่งยืน”		ส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ ด้วยตนเองในการปฏิบัติ และการปรับปรุงพัฒนา งานเพื่อการประกอบอาชีพ (Lifelong learning)	ส่งเสริมทักษะด้าน ดิจิทัล
ผู้นำการสร้างมืออาชีพ	พัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน (SDGs)		
สามารถวางแผนกลยุทธ์ การสื่อสารการตลาด อย่างสร้างสรรค์	สร้างหลักประกันว่าทุก คนมีการศึกษาที่มี คุณภาพอย่างครอบคลุม และเท่าเทียม และ สนับสนุนโอกาสในการ เรียนรู้ตลอดชีวิต	สร้างกระบวนการเรียนรู้ที่ พัฒนา Growth Mindset เพื่อเตรียมความพร้อมที่จะ เรียนรู้และปรับตัวในทุก สถานการณ์ รวมไปถึงการ ออกแบบการเรียนการสอน ผ่านการลงมือปฏิบัติ	พัฒนาองค์ความรู้ เกี่ยวกับการพัฒนาการ วางแผนกลยุทธ์การ สื่อสารการตลาด อย่างสร้างสรรค์และ นำเสนองานด้านการ โฆษณาและสื่อสาร การตลาดตรงตาม ความต้องการของ ลูกค้า

รหัสวิชา AAM1202

ชื่อรายวิชา หลักการสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3(3-0-6)

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

รหัสวิชา AAM1202

ชื่อรายวิชา หลักการสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3(3-0-6)

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

หมวดที่ 2 คำอธิบายรายวิชาและผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

Section 2 Course Description and Course Learning Outcomes: CLOs

1. คำอธิบายรายวิชา

ภาษาไทย

ความหมาย ความสำคัญ แนวคิดและบทบาทของส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดในการทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดเพื่อถ่ายทอดความคิดจากผู้ประกอบการไปยังผู้บริโภคเป้าหมาย แนวทางในการวางแผนกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด เพื่อสื่อสารกับผู้บริโภคหลากหลายรูปแบบ ทั้งการสื่อสารผ่านสื่อแบบดั้งเดิม และการสื่อสารผ่านสื่อแบบใหม่ รวมถึงเครื่องมือการสื่อสารการตลาดอื่น ๆ ที่ทันสมัยในปัจจุบัน

ภาษาอังกฤษ

Definition, importance, concept and role of marketing promotion mix as a marketing communication tool to convey entrepreneur's perception to target consumers, guidelines for promotion activity planning to communicate with consumers through traditional and new media, including other modern marketing communication tools

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
45 (3 คาบ x 15 สัปดาห์)	-	90 (6 คาบ x 15 สัปดาห์)

ประเภทรายวิชา บรรยาย ฝึกปฏิบัติ

3. จำนวนชั่วโมงให้คำปรึกษานักศึกษารายบุคคล

3.1 การให้คำปรึกษาทางวิชาการ (อย่างน้อย 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์)

3.2 การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการให้คำปรึกษาทางวิชาการ

4. จุดมุ่งหมายรายวิชา

มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้รับความรู้ ความเข้าใจด้านการสื่อสารการตลาด ซึ่งถือเป็นหลักพื้นฐานสำคัญของการเป็นนักการสื่อสารการตลาด

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

CLO/LO 1 มีความรู้ เข้าใจทฤษฎีและสามารถฝึกฝนปฏิบัติเป็นนักสื่อสารการตลาด

รหัสวิชา AAM1202

ชื่อรายวิชา หลักการสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3(3-0-6)

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

CLO/LO 2 เข้าใจบทบาทของความเป็นนักการสื่อสารการตลาด

CLO/LO 3 สามารถวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์

CLO/LO 4 นำความรู้ไปประยุกต์ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการผลิตผลงานในสาขาของตนที่เรียนอย่างสร้างสรรค์ และมีจริยธรรม

CLO/LO 5 มีความมั่นใจและกล้าแสดงออกในความเป็นนักนิเทศศาสตร์และการทำงานร่วมกับสังคมได้

6. ความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหลักสูตร (Program Learning Outcomes – PLOs) และ ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (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 (Knowledge)						Psychomotor Domain (Skills)	Affective Domain (Attitude)
	R	U	Ap	An	Ev	C		
CLO1		✓					2	1
CLO2		✓					2	1

รหัสวิชา AAM1202

ชื่อรายวิชา หลักการสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3(3-0-6)

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

CLO3		✓					2	1
CLO4			✓				3	2
CLO5		✓					2	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

เกณฑ์ประกันคุณภาพ: 1.2 หลักสูตรแสดงถึงการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของทุกรายวิชา โดยถูกออกแบบและได้รับการจัดรูปแบบอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร

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

รหัสวิชา AAM1202

ชื่อรายวิชา หลักการสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3(3-0-6)

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

7. การปรับปรุงรายวิชาตามข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (เปิดสอนรายวิชานี้ครั้งแรกไม่ต้องกรอก)

ข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	การปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ
อยากให้นักศึกษา มีความกล้าแสดงออก และสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม	ฝึกฝนให้นักศึกษารู้จักทักษะในการประเมินตนเองและผู้อื่นผ่านการแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียนและนอกชั้นเรียนผ่านระบบออนไลน์

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 (Competency-based Instruction) จนผู้เรียนสามารถแสดงศักยภาพจากการเรียนรู้และมีทักษะการปฏิบัติงานได้จริง เช่น การบรรยาย	1. ประเมินจากการสอบข้อเขียนหรือการสอบปฏิบัติ 2. ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรม 3. ประเมินจากผลงานที่มอบหมายหรือการนำเสนอ
CLO 2	S	การสอนแบบเน้นสมรรถนะ (Competency-based Instruction) จนผู้เรียนสามารถแสดงศักยภาพจากการเรียนรู้และมีทักษะการปฏิบัติงานได้จริง เช่น การบรรยาย	1. ประเมินจากการสอบข้อเขียนหรือการสอบปฏิบัติ 2. ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรม 3. ประเมินจากผลงานที่มอบหมายหรือการนำเสนอ
CLO 3	E	จัดกิจกรรมการเรียนการสอนโดยให้นักศึกษาได้วิเคราะห์และออกแบบการสื่อสารการตลาด	1. ประเมินจากการสอบข้อเขียนหรือการสอบปฏิบัติ 2. ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรม

รหัสวิชา AAM1202

ชื่อรายวิชา หลักการสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3(3-0-6)

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

			3. ประเมินจากผลงานที่มอบหมายหรือการนำเสนอ
CLO 4	S, E	จัดกิจกรรมการเรียนการสอนโดยให้นักศึกษาได้ฝึกฝนทักษะ ประยุกต์ใช้การผลิตผลงานในสาขาของตนที่เรียนอย่างสร้างสรรค์และมีจริยธรรม	1. ประเมินจากการสอบข้อเขียนหรือการสอบปฏิบัติ 2. ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรม 3. ประเมินจากผลงานที่มอบหมายหรือการนำเสนอ
CLO 5	C	1. มอบหมายกิจกรรมให้นักศึกษาฝึกทำงานร่วมกับผู้อื่น ฝึกรับผิดชอบตนเอง สังคม และปรับตัวในสถานการณ์ต่างๆ 2. มอบหมายกิจกรรมที่ให้นักศึกษาสามารถแสดงออกอย่างมั่นใจ กล้าแสดงออก และมีภาวะความเป็นผู้นำได้อย่างเหมาะสม	1. ประเมินจากการสอบข้อเขียนหรือการสอบปฏิบัติ 2. ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรม 3. ประเมินจากผลงานที่มอบหมายหรือการนำเสนอ

* 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: มีความรู้ เข้าใจทฤษฎีและสามารถฝึกฝนปฏิบัติเพื่อเป็นนักสื่อสารการตลาดได้</p> <p>ระดับ (ตาม Bloom's Taxonomy): Understanding</p> <p>พฤติกรรมที่แสดงออกที่ต้องประเมิน (Action Verb): อธิบายทฤษฎีและฝึกฝนปฏิบัติเป็นนักสื่อสารการตลาดได้</p>
--

รหัสวิชา AAM1202

ชื่อรายวิชา หลักการสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3(3-0-6)

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

Below Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก ต่ำกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 0% - 49%)	Meet Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก ตรงตามเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 50% - 79%)	Exceeds Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก สูงกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 80% - 100%)
อธิบายทฤษฎีและฝึกฝนปฏิบัติเป็น นักสื่อสารการตลาดได้แต่ไม่ ครบถ้วน	อธิบายทฤษฎีและฝึกฝนปฏิบัติเป็น นักสื่อสารการตลาดได้ตามที่เรียน	อธิบายทฤษฎีและฝึกฝนปฏิบัติเป็น นักสื่อสารการตลาดได้และสามารถ นำไปประยุกต์ใช้กับงานที่ได้รับ มอบหมายอย่างชัดเจน

<p>CLO 2/LO 2: เข้าใจบทบาทของความเป็นนักสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อสังคม</p> <p>ระดับ (ตาม Bloom's Taxonomy): Understanding</p> <p>พฤติกรรมที่แสดงออกที่ต้องประเมิน (Action Verb): อธิบายบทบาทของความเป็นนักการสื่อสารการตลาดที่มี ต่อสังคม</p>		
Below Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก ต่ำกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 0% - 49%)	Meet Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก ตรงตามเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 50% - 79%)	Exceeds Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก สูงกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 80% - 100%)
เข้าใจบทบาทความเป็นนักสื่อสาร การตลาดได้แต่ยังไม่ละเอียด	เข้าใจบทบาทความเป็นนักสื่อสาร การตลาดได้ได้ตามเนื้อหาที่เรียน	เข้าใจบทบาทความเป็นนักสื่อสาร การตลาดได้เพื่อนำไปประยุกต์ใน งานที่ได้รับมอบหมายได้อย่าง ชัดเจน

รหัสวิชา AAM1202

ชื่อรายวิชา หลักการสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3(3-0-6)

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

CLO 3/LO 3: สามารถวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์

ระดับ (ตาม Bloom's Taxonomy): Applying

พฤติกรรมที่แสดงออกที่ต้องประเมิน (Action Verb): วางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ได้

Below Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก ต่ำกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 0% - 49%)	Meet Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก ตรงตามเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 50% - 79%)	Exceeds Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก สูงกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 80% - 100%)
สามารถวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีได้อย่างสร้างสรรค์ได้ไม่ชัดเจน	สามารถวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีได้อย่างสร้างสรรค์ได้ละเอียดตามที่เรียน	สามารถวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดด้วยฐานข้อมูลทางเทคโนโลยีได้อย่างสร้างสรรค์ได้ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานที่ได้รับมอบหมายอย่างชัดเจน

CLO 4/LO 4: นำความรู้ไปประยุกต์ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการผลิตผลงานในสาขาของตนที่เรียนอย่างสร้างสรรค์และมีจริยธรรม

ระดับ (ตาม Bloom's Taxonomy): Applying

พฤติกรรมที่แสดงออกที่ต้องประเมิน (Action Verb): นำความรู้ไปประยุกต์ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการผลิตผลงานในสาขาของตนที่เรียนอย่างสร้างสรรค์และมีจริยธรรม

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

รหัสวิชา AAM1202

ชื่อรายวิชา หลักการสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3(3-0-6)

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

(Performance 0% - 49%)	(Performance 50% - 79%)	(Performance 80% - 100%)
สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการผลิตผลงานในสาขาของตนที่เรียนอย่างสร้างสรรค์และมีจริยธรรมได้ไม่ชัดเจน	นำความรู้ไปประยุกต์ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการผลิตผลงานในสาขาของตนที่เรียนอย่างสร้างสรรค์และมีจริยธรรมได้ตามที่ได้รับมอบหมาย	นำความรู้ไปประยุกต์ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการผลิตผลงานในสาขาของตนที่เรียนอย่างสร้างสรรค์และมีจริยธรรมได้และต่อยอดในการสร้างสรรค์ผลงานอื่นๆอีก

<p>CLO 5/LO 5: มีความมั่นใจและกล้าแสดงออกในความเป็นนักนิเทศศาสตร์และการทำงานร่วมกับสังคมได้ ระดับ (ตาม Bloom's Taxonomy): Understanding พฤติกรรมที่แสดงออกที่ต้องประเมิน (Action Verb): มีความมั่นใจและกล้าแสดงออกในความเป็นนักนิเทศศาสตร์และการทำงานร่วมกับสังคมได้</p>		
<p>Below Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก ต่ำกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 0% - 49%)</p>	<p>Meet Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก ตรงตามเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 50% - 79%)</p>	<p>Exceeds Expectation ผลลัพธ์ที่แสดงออก สูงกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง (Performance 80% - 100%)</p>
ผู้เรียนไม่กล้าแสดงออก ขาดความมั่นใจและทำงานร่วมกับผู้อื่นไม่ได้	ผู้เรียนสามารถแสดงออกความคิดเห็น มีความมั่นใจและทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ตามที่ได้รับมอบหมาย	ผู้เรียนสามารถแสดงออกความคิดเห็น มีความมั่นใจและทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ตามที่ได้รับมอบหมายและสามารถแสดงภาวะผู้นำได้อย่างชัดเจน

เกณฑ์ประการประกันคุณภาพ:

3.3 มีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่หลากหลาย โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

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

รหัสวิชา AAM1202

ชื่อรายวิชา หลักการสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3(3-0-6)

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

-
- 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 มีการป้อนกลับผลการประเมินให้แก่ผู้เรียนอย่างทันท่วงที
- 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	1. คำอธิบายรายวิชา วิธีสอน กิจกรรมการเรียนการสอน วิธี วัดผลและประเมินผล 2. ความรับผิดชอบของผู้สอนและ ผู้เรียนที่มีต่อการเรียนการสอน	-	ท3	1. การแนะนำตัวผู้สอนและ ผู้เรียน 2. การอธิบายคำอธิบายรายวิชา กิจกรรมการเรียนการสอน การ วัดผลและประเมินผล 3. ซักถามและตอบคำถาม		ผศ. เรวดี ไวยวาสนา
2-3	บทที่ 1 บทนำ	LO1	ท3	Power Point		ผศ. เรวดี ไวยวาสนา
4-5	บทที่ 2 แบบจำลองทางการ สื่อสาร แนวคิดและทฤษฎีที่เป็น ประโยชน์ต่อการทำงานสื่อสาร การตลาด	LO1	ท3	Power Point		ผศ. เรวดี ไวยวาสนา
6	บทที่ 3 การสื่อสารการตลาดกับ พฤติกรรมผู้บริโภค	LO4-5	ท3	การฝึกปฏิบัติตามที่ได้รับ มอบหมาย	A1: มอบหมาย ให้ค้น. วิเคราะห์ พฤติกรรม ผู้บริโภค	ผศ. เรวดี ไวยวาสนา
7	บทที่ 4 การวางแผนการสื่อสาร การตลาด	LO1	ท3	Power Point		ผศ. เรวดี ไวยวาสนา
8	*สอบกลางภาค*	LO1-3, 5				

รหัสวิชา AAM1202

ชื่อรายวิชา หลักการสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3(3-0-6)

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน และสื่อการเรียนรู้	ฝั่งการ ทดสอบ	อาจารย์ ผู้สอน
9	บทที่ 5 กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย	LO2-3	ท3	Power Point	นักศึกษาส่ง A1 ในชั้นเรียน	ผศ. เรวดี ไวยวาสนา
10	บทที่ 6 กลยุทธ์การโฆษณา	LO2-3	ท3	Power Point		ผศ. เรวดี ไวยวาสนา
11	บทที่ 7 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์	LO2-3	ท3	Power Point	A2: มอบหมาย ให้นัก. ทำ รายงานกลุ่ม	ผศ. เรวดี ไวยวาสนา
12	บทที่ 8 กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย	LO2-3	ท3	Power Point		ผศ. เรวดี ไวยวาสนา
13	บทที่ 9 กลยุทธ์การตลาดทางตรง	LO4-5		Power Point		ผศ. เรวดี ไวยวาสนา
14	บทที่ 10 กลยุทธ์การตลาดผ่านสื่อดิจิทัล	LO2	ท3	Power Point		ผศ. เรวดี ไวยวาสนา
15	บทที่ 11 กลยุทธ์การตลาดผ่านกิจกรรม	LO2	ท3	Power Point		ผศ. เรวดี ไวยวาสนา
16	*การสรุปเนื้อหา*	LO1-3	ท3		นศ. ส่ง A2 ในชั้นเรียน	ผศ. เรวดี ไวยวาสนา
17	*สอบปลายภาค*	LO1-3, 5				

หมายเหตุ:

1. ท คือ ภาคทฤษฎี และ ป คือ ภาคปฏิบัติ
2. ระบุด่วนย่อชื่ออาจารย์ผู้สอน XXX ชื่อ สกุล เช่น NTP: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐภัทร
3. กิจกรรมการสอน (Teaching Activities) หมายถึง กิจกรรมและสื่อที่ผู้สอนนำมาใช้เพื่อนำพาการเรียนรู้ และ กิจกรรมการเรียน (Learning Activities) หมายถึง กิจกรรมที่ผู้สอนต้องกำหนดและมอบหมายให้ในชั้นเรียน (หรือนอกชั้นเรียน) เพื่อให้ผู้เรียนได้เกิด “ประสบการณ์การเรียนรู้” ด้วยตนเอง

รหัสวิชา AAM1202

ชื่อรายวิชา หลักการสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3(3-0-6)

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

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

2. แผนการประเมิน (ระบุสัดส่วนที่ประเมิน)

การวัดและประเมินผล	สัดส่วน	LO 1	LO 2	LO 3	LO 4	LO 5
จิตพิสัย	10%	✓				✓
การมอบหมายงาน A	30%	✓	✓	✓	✓	✓
สอบกลางภาค M	30%	✓	✓	✓		✓
สอบปลายภาค F	30%	✓	✓	✓		✓

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

หัวข้อ	สัดส่วน	LO 1	LO 2	LO 3	LO 4	LO 5
จิตพิสัย	10%	✓				✓
การมอบหมายงาน 1	10%	✓	✓	✓	✓	✓
การมอบหมายงาน 2	20%	✓	✓	✓	✓	✓
สอบกลางภาค	30%	✓	✓	✓		✓
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

รหัสวิชา AAM1202

ชื่อรายวิชา หลักการสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3(3-0-6)

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

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 โดยผลการเรียนสะท้อน

รหัสวิชา AAM1202

ชื่อรายวิชา หลักการสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3(3-0-6)

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

		ให้เห็นถึงความเข้าใจและการนำความรู้ไปใช้ในระดับพื้นฐานได้ดี
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

- 3.1 อิศรี ไพเราะ. (๒๕๖๖). เอกสารประกอบการสอน หลักการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) (AIM1202). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. ๓๕๒ หน้า
- 3.2 Philip Kotler. (2003). Marketing Management Analysis Planning And Control. London: Prentice/Hall international, ๒๐๐๓.

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 AAM1202

ชื่อรายวิชา หลักการสื่อสารการตลาด

หน่วยกิต 3(3-0-6)

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะ/วิทยาลัย นิเทศศาสตร์

5. แผนการทบทวนและปรับปรุงรายวิชา

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



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เรวดี ไวยวาสนา)

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

วันที่ 19 พฤศจิกายน 2568