



แนวการสอน
ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2568

รหัสวิชา DMS2305 รายวิชา การจัดการกิจกรรมพิเศษและไลฟ์อีเว้นท์ (Events and Live Events)
จำนวนหน่วยกิต – ชั่วโมง 3(2-2-5) สถานะของรายวิชา: กลุ่มวิชาเนื้อหาสาขาวิชาเอกเลือก
แขนงวิชาการผลิตสื่อดิจิทัลและสตรีมมิ่งมีเดีย วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ผู้สอน: ผศ.วิภาณี แม้นอินทร์ สถานที่ติดต่อ: ห้องพักอาจารย์ชั้น 2 โทรศัพท์: 0844272008
E-mail: wipanee.ma@ssru.ac.th

คำอธิบายรายวิชา

ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการจัดการกิจกรรมพิเศษ การประชุมขนาดเล็กและขนาดใหญ่ งานคอนเสิร์ต งานเวที งานนำเสนอสินค้า นวัตกรรมและบริการ ผลิตสื่อสำหรับงานกิจกรรมพิเศษ และถ่ายทอดผ่านสื่อสตรีมมิ่งช่องทางต่าง ๆ

วัตถุประสงค์

1. นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถอธิบายความหมาย ลักษณะสำคัญของการจัดการกิจกรรมพิเศษได้
2. นักศึกษามีความเข้าใจ และสามารถอธิบายถึงบทบาท รูปแบบ และลักษณะของผู้จัดการกิจกรรมพิเศษ รูปแบบการดำเนินธุรกิจ และการดำเนินงานขององค์กรผู้จัดการกิจกรรมพิเศษได้
3. นักศึกษาสามารถนำความรู้ และประสบการณ์ที่ได้รับจากการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในการฝึกปฏิบัติการเป็นผู้จัดการกิจกรรมพิเศษและไลฟ์อีเว้นท์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

หัวข้อการศึกษา

สัปดาห์ที่	หัวข้อการศึกษา
1	อธิบายขอบข่ายของรายวิชา รูปแบบและวิธีการเรียนการสอน การวัดผลและประเมินผล รวมทั้งการถาม-ตอบข้อซักถามต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
2	บทที่ 1 พัฒนาการและบทบาทของการจัดการกิจกรรมพิเศษ
3	บทที่ 2 ความหมาย ความสำคัญ และประเภทของกิจกรรมพิเศษ
4	บทที่ 3 การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและกลยุทธ์การตลาด
5	นำเสนองานกลุ่มชิ้นที่ 1

สัปดาห์ที่	หัวข้อการศึกษา
6-7	บทที่ 4 หลักในการจัดกิจกรรมพิเศษ (ช่วงเตรียมงาน ขณะดำเนินงาน, การประเมินผล)
8	สัปดาห์สอบกลางภาคของมหาวิทยาลัย
9	บทที่ 5 การบริหารจัดการ และงบประมาณของการจัดกิจกรรมพิเศษ มอบหมายโจทย์การจัดกิจกรรมพิเศษ
10	นำเสนองานกลุ่มชิ้นที่ 2
11	บทที่ 6 การจัดกิจกรรมไลฟ์อีเว้นท์
12-13	นักศึกษาเตรียมงานและฝึกปฏิบัติการการจัดกิจกรรมพิเศษ
14-15	ฝึกปฏิบัติการจัดกิจกรรมพิเศษและไลฟ์อีเว้นท์
16	นำเสนอและสรุปผลการฝึกปฏิบัติการจัดกิจกรรมพิเศษและไลฟ์อีเว้นท์
17	สอบปลายภาค

*อาจมีการปรับเปลี่ยนลำดับหัวข้อการศึกษาและเวลาตามความเหมาะสมหรือตามสถานการณ์

*การจัดการเรียนการสอนเป็นลักษณะ Online, On site และ On demand

การวัดผลและการประเมินผล

1. การวัดผล

คะแนนตลอดภาคเรียน	100 คะแนน
1.1 คะแนนระหว่างภาคเรียน	70 คะแนน
1.1.1 พฤติกรรมและการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	10 คะแนน
1.1.2 งานรายบุคคล รายกลุ่ม ฝึกปฏิบัติจัดกิจกรรมพิเศษ ฯลฯ	60 คะแนน
1.2 สอบปลายภาค	30 คะแนน

2. การประเมินผล: ตามเกณฑ์การประเมินผลของมหาวิทยาลัย

สื่อการเรียนการสอน

1. วิชาณี แม้นอินทร์. (2567). การจัดกิจกรรมพิเศษและไลฟ์อีเว้นท์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
2. หนังสือ ตำรา วารสาร เอกสาร และบทความที่เกี่ยวข้อง
3. ตัวอย่างการจัดกิจกรรมพิเศษรูปแบบต่าง ๆ
4. บทความทางวิชาการ นิตยสารการตลาด เช่น Marketeer, BrandAge, Positioning ฯลฯ
5. การนำเสนอด้วยโปรแกรม PowerPoint
6. กรณีศึกษา

หนังสือที่ควรอ่านเพิ่มเติม

1. Silvers, J. R. (2004). *Professional Event Coordination*. New Jersey: John Wiley & Sons,
2. เกียรติกร กาญจนะโกติน. (2555). *Event Marketing*. สำนักพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ.
3. เกษม พิพัฒน์เสรีธรรม. (2549). *กิจกรรมพิเศษ (Event Marketing)*. โปรดักทิวิตี เวิลด์ (Productivity word). ปีที่ 11 ฉบับที่ 64 (ก.ย.-ต.ค. 2549).

แหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต

www.eventpro.in.th

EventPass

ข้อตกลงเบื้องต้น

1. การเสริมสร้างและเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ของผู้เรียนนั้นถือเป็นภาระหน้าที่และความรับผิดชอบร่วมกันระหว่างผู้สอนและนักศึกษา ไม่ใช่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเพียงฝ่ายเดียว
2. นักศึกษาต้องเข้าห้องเรียนตรงตามเวลาที่ตกลงร่วมกันว่าจะอนุโลมให้ได้ และต้องเข้าเรียนไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของเวลาเรียนทั้งหมด
3. นักศึกษาต้องแต่งกายและแสดงพฤติกรรมที่เหมาะสมกับสถานภาพนักศึกษา
4. เพื่อเป็นการสร้างจิตสำนึกเรื่องความรับผิดชอบต่อแก่นักศึกษา หากนักศึกษาขาดสอบย่อย ทดสอบ สอบกลางภาค ไม่รวมกิจกรรมในชั้นเรียน หรือไม่ส่งชิ้นงานตามกำหนดเวลาโดยไม่มีเหตุผลสมควร ผู้สอนจะไม่จัดสอบ หรือทดสอบให้อีก หรือไม่รับตรวจรายงานฉบับนั้น สำหรับผู้ขาดสอบปลายภาคให้ดำเนินการตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด
5. ผู้สอนยินดีและเต็มใจรับฟังความคิดเห็น ความรู้สึก และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ของนักศึกษาเสมอ ดังนั้นหากรู้สึกไม่สบายใจหรือมีปัญหาใดเกี่ยวกับการเรียนการสอน จึงควรพูดคุยกันเพื่อแก้ไขกรณีดังกล่าวโดยเร็ว
