



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

ประจำภาคเรียนที่ 1/2559

รหัสวิชา 3053402 ชื่อรายวิชา การสร้างสรรค์งานโฆษณา

ตอนเรียน นักศึกษา หลักสูตร นิเทศศาสตร์

รหัส 56

อาจารย์ผู้สอน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนิษฐา ปาลโมกษ์

อาจารย์ผู้ประสานงานรายวิชา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนิษฐา ปาลโมกษ์

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

## คำนำ

รายละเอียดของรายวิชาการสร้างสรรค์งานโฆษณา ฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นเอกสารประกอบการเรียนการสอนใน รายวิชาการสร้างสรรค์งานโฆษณา สำหรับนักศึกษาของหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ (นศ.บ.) โดยเนื้อหาแบ่งออกเป็น 7 หมวด ได้แก่ หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ หมวด 3 การพัฒนาผลการเรียนรู้ หมวด 4 ลักษณะและการดำเนินการ หมวด 5 การวางแผนและการเตรียมการ หมวด 6 การประเมินนักศึกษา และ หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษา และทั้งหมดเป็นแนวทางที่นักศึกษาจะต้องปฏิบัติ เพื่อสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร

หลักสูตรนิเทศศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายละเอียดของรายวิชาการสร้างสรรค์งานโฆษณา (มคอ. 3) ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับนักศึกษา คณาจารย์ผู้สอน โดยใช้คู่มือเป็นแนวทางประกอบการจัดการเรียนการสอน และบรรลุตามวัตถุประสงค์ของการเรียนการสอน ตลอดจนเป็นไปตามระเบียบของสถาบัน

## สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	4
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	5
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	5
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	6
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	10
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	14
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	15

## รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา	หลักสูตรนิเทศศาสตร์ (นศ.บ) คณะวิทยาการจัดการ

### หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา  
3053402 การสร้างสรรค์งานโฆษณา
2. จำนวนหน่วยกิต  
3 (2-2-5) หน่วยกิต
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา
  - 3.1 หลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต
  - 3.2 ประเภทของรายวิชา วิชาเลือก กลุ่มวิชาการโฆษณา
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
  - 4.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนิษฐา ปาลโมกษ์
  - 4.2 อาจารย์ผู้สอน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนิษฐา ปาลโมกษ์
5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน  
ภาคการศึกษาที่ 1/2559 ชั้นปีที่ 3
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)  
ไม่มี
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)  
ไม่มี
8. สถานที่เรียน  
ศูนย์ระนอง 2
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด  
เมษายน 2559

## หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1.1 เพื่อศึกษาแนวคิดและองค์ความรู้ด้านการสร้างสรรค์งานโฆษณา

1.2 เพื่อสามารถนำแนวคิดและองค์ความรู้ด้านการสร้างสรรค์งานโฆษณามาประยุกต์ในการวางแผนกลยุทธ์การสร้างสรรค์ กระบวนการสร้างสรรค์ การออกแบบและผลิตงานโฆษณา

### 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เน้นศึกษาแนวคิดและองค์ความรู้ด้านการสร้างสรรค์งานโฆษณา ตลอดจนการวางแผนกลยุทธ์การสร้างสรรค์ การออกแบบและผลิตงานโฆษณามาประยุกต์ในการสร้างสรรค์งานโฆษณาที่ทันสมัย

## หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

### 1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาความหมายของการสร้างสรรค์ ขั้นตอนการคิด การวางแผนกลยุทธ์การสร้างสรรค์งานโฆษณา การกำหนดแนวคิดสร้างสรรค์ หลักการออกแบบ ทฤษฎีสี กระบวนการสร้างสรรค์และออกแบบงานโฆษณา ขั้นตอนการผลิตงานโฆษณาและสื่อผสม ฝึกปฏิบัติการสร้างสรรค์และผลิตงานโฆษณา

### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
30 ชั่วโมง	ไม่มี	30 ชั่วโมง	75 ชั่วโมง

### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

รายบุคคล

30 นาที/สัปดาห์

## หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 1. คุณธรรม จริยธรรม

#### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- มีวินัย ตรงต่อเวลาและมีความรับผิดชอบในการศึกษา (1.1)
- มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น (1.2)
- มีจริยบรรณทางวิชาการและวิชาชีพในการสร้างสรรค์งานโฆษณา (1.3)

#### 1.2 วิธีการสอน

- เน้นการมีส่วนร่วมระหว่างผู้สอนและผู้เรียน เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปราย แสดงความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับคุณธรรม จริยธรรมในการสร้างสรรค์งานโฆษณา

- ยกตัวอย่างกรณีศึกษาการสร้างสรรค์งานโฆษณาและตัวอย่างผลงานโฆษณาที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม

- อาจารย์ปฏิบัติตนเป็นตัวอย่าง ให้ความสำคัญต่อจรรยาบรรณวิชาชีพและวิชาการ การมีวินัยเรื่องเวลา การเปิดโอกาสให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นและรับฟังความคิดเห็นของนักศึกษา เป็นต้น

#### 1.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินผลจากการแสดงความคิดเห็น การวิเคราะห์ การอภิปราย และพฤติกรรมที่แสดงออกในชั้นเรียนและในโอกาสต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทางด้านคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณ

- การตรวจสอบการมีวินัยต่อการเรียน การตรงต่อเวลาในการเข้าชั้นเรียนและการส่งผลงาน
- ประเมินจากกระบวนการและผลสัมฤทธิ์ของการทำงานเดี่ยวและงานกลุ่มตามที่ได้รับมอบหมาย

### 2. ความรู้

#### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- ความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิด และองค์ความรู้ด้านการสร้างสรรค์งานโฆษณา การกำหนดแนวคิดสร้างสรรค์ หลักการออกแบบ ทฤษฎีสี กระบวนการสร้างสรรค์และออกแบบงานโฆษณา ทางสื่อประเภทต่างๆ (2.1)

- สามารถกำหนดกลยุทธ์การสร้างสรรค์งานโฆษณา รวมทั้งประยุกต์กระบวนการสร้างสรรค์และออกแบบงานโฆษณาทางสื่อประเภทต่างๆ ใช้ได้อย่างเหมาะสมกับบริบทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้ (2.2)

#### 2.2 วิธีการสอน

- เน้นการเรียนการสอนแบบร่วมมือ (cooperative learning groups) โดยการแบ่งนักนักศึกษาออกเป็นกลุ่ม เพื่อการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ช่วยเหลือสนับสนุนซึ่งกันและกัน และมีความรับผิดชอบร่วมกันทั้งในส่วนตนและส่วนรวม เพื่อให้กลุ่มได้รับความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด โดยเน้นให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์ อภิปรายแสดงความคิดเห็น และศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมด้วยตนเอง เป็นต้น

- เน้นการเรียนการสอนแบบลงมือปฏิบัติโดยมีอาจารย์เป็นผู้คอยแนะนำให้คำปรึกษา มีการเพิ่มกิจกรรมที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เช่น กิจกรรมที่ส่งเสริมกระบวนการคิด (Thinking) นักศึกษาได้ฝึกวิธีคิดในหลายลักษณะ กิจกรรมที่ผู้เรียนได้ค้นพบสาระสำคัญหรือองค์ความรู้ใหม่ด้วยตนเอง (Construct) อันเกิดจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และลงมือปฏิบัติจริง และกิจกรรมที่นักศึกษาได้พัฒนาคุณลักษณะนิสัยที่ดีงาม (Good Habit) เช่น ความรับผิดชอบ ความขยัน ความมีระเบียบวินัย ความ และ ลักษณะนิสัยในการทำงานอย่างเป็นกระบวนการการทำงานร่วมกับผู้อื่น การยอมรับผู้อื่น

### 2.3 วิธีการประเมินผล

- การสอบปลายภาค
- การวิเคราะห์กรณีศึกษา
- การทำรายงานกลุ่ม

## 3. ทักษะทางปัญญา

### 3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- สามารถคิดวิเคราะห์ วิพากษ์ แสดงความคิดเห็นต่อกรณีศึกษาและตัวอย่างงานโฆษณา (3.1)
- สามารถประยุกต์ความรู้ด้านการสร้างสรรค์งานโฆษณา ในการประยุกต์สร้างสรรค์งานโฆษณาทางสื่อประเภทต่างๆ ได้ (3.4)

### 3.2 วิธีการสอน

- การอภิปรายกลุ่มย่อย (Small - Group Discussion) โดยให้นักศึกษารับผิดชอบตอบบทบาทหน้าที่ของตนเองในฐานะผู้นำกลุ่มหรือสมาชิกกลุ่มทั้งในบทบาทการทำงานและบทบาทเกี่ยวกับการรวมกลุ่ม ในการสร้างข้อความรู้หรือผลงานกลุ่ม

- กรณีศึกษา (Case Studies) โดยให้นักศึกษา ได้ฝึกคิดวิเคราะห์หรืออภิปรายเพื่อสร้างความเข้าใจ

- การฝึกปฏิบัติการ โดยให้นักศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมหรือโครงการเกี่ยวกับเสริมสร้างทักษะด้านการสร้างสรรค์งานโฆษณาอย่างมืออาชีพ อาทิ กิจกรรมการประกวดแข่งขันสร้างสรรค์ผลงาน หรือ ฝึกปฏิบัติการสร้างสรรค์ผลงานโฆษณาผลิตภัณฑ์หรือบริการและองค์กร ที่อาจารย์ประจำวิชามอบหมายในชั้นเรียน หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นโดยองค์กรภายนอกที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น และนำผลงานที่ได้รับคัดเลือกมาจัดแสดงผลงาน

### 3.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากการวิเคราะห์ แสดงความคิดเห็นต่อกรณีศึกษาและตัวอย่างในชั้นเรียน ทั้งรายบุคคลและกลุ่ม
- การเข้าร่วมกิจกรรมประกวดหรือหรือ ฝึกปฏิบัติการสร้างสรรค์ผลงานโฆษณาผลิตภัณฑ์หรือบริการและองค์กร ที่อาจารย์ประจำวิชามอบหมายในชั้นเรียน หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นโดยองค์กรภายนอกที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น และนำผลงานที่ได้รับคัดเลือกมาจัดแสดงผลงาน

- ผลงานเดี่ยวหรือกลุ่ม

#### 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

##### 4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- สามารถสื่อสาร ประสานงาน และทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ (4.1)
- สามารถแสดงบทบาทของผู้นำ หรือบทบาทของผู้ร่วมทีมในการทำงานเพื่อหาข้อสรุปเชิงวิเคราะห์ และการสร้างสรรค์ (4.3)
- มีความรับผิดชอบในการทำงานที่ได้รับมอบหมายทั้งรายบุคคลและงานกลุ่ม (4.4)

##### 4.2 วิธีการสอน

- มอบหมายงานกลุ่ม เพื่อให้นักศึกษาได้มีโอกาสสื่อสาร ประสานงานและทำงานร่วมกับผู้อื่น
- Group Discussion แสดงความคิดเห็น วิเคราะห์ อภิปรายต่อกรณีศึกษาและตัวอย่างผลงาน โฆษณา ตลอดจนแนวทางการปฏิบัติสร้างสรรค์งานโฆษณา

##### 4.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน และความตรงต่อเวลา
- ประเมินจากงานกลุ่มและการนำเสนอผลงานในชั้นเรียน หรือนอกชั้นเรียน
- ประเมินจากคุณภาพและความสมบูรณ์งานกลุ่มที่มอบหมาย

#### 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

##### 5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- สามารถสื่อสารอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ด้วยวัจนะและอวัจนะภาษา และ เลือกใช้รูปแบบของสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับอาจารย์และเพื่อร่วมชั้นเรียน (5.1)
- สามารถเลือกใช้เทคโนโลยี และสื่อสมัยใหม่ในสร้างสรรค์ผลงานโฆษณาทางสื่อประเภทต่างๆ อย่างเหมาะสม (5.2)

##### 5.2 วิธีการสอน

- การวิเคราะห์กรณีศึกษา/ตัวอย่างงานโฆษณา โดยใช้สารสนเทศเป็นข้อมูล
- การมอบหมายงานที่ต้องมีการสืบค้นข้อมูล และใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในการสร้างสรรค์งาน โฆษณา
- การมอบหมายงานที่ต้องนำเสนอทั้งในรูปเอกสารหรือผลงานสร้างสรรค์และด้วยวาจา ประกอบการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร

##### 5.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากการแสดงความคิดเห็นต่อกรณีศึกษา/ตัวอย่างงานโฆษณา
- ประเมินจากผลงานที่สืบค้นและใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในการสร้างสรรค์งานโฆษณา



- ประเมินจากผลงานกลุ่มที่นำเสนอด้วยการพิมพ์เป็นเอกสารรายงาน การใช้สื่อและการนำเสนอ ผลงานสร้างสรรค์หน้าชั้นเรียนหรือนอกชั้นเรียน

### หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

#### 1. แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
1	แนะนำเนื้อหาทฤษฎีวิชา แผนการเรียนการสอน และเกณฑ์การประเมิน -แนวคิดการสร้างสรรค์งาน โฆษณา	4	- อธิบายเนื้อหาทฤษฎีวิชา วัตถุประสงค์ เกณฑ์การ วัดผล การประเมินผล และ แนะนำหนังสือ - บรรยาย ยกตัวอย่าง - แสดงความคิดเห็นและร่วม อภิปราย - ทำแบบคำถามทบทวน	[คลิกพิมพ์]
2	กระบวนการสร้างสรรค์ งานโฆษณา	4	- บรรยายสรุปเนื้อหา - แสดงความคิดเห็นและร่วม อภิปราย - เน้นการเรียนการสอนแบบ ร่วมมือ - อาจารย์มอบหมายงาน เดี่ยวและให้ข้อมูลย้อนกลับ - ทำแบบคำถามทบทวน	[คลิกพิมพ์]
3	กลยุทธ์การสร้างสรรค์งาน โฆษณา	4	- บรรยายสรุปเนื้อหา - กรณีศึกษาและฝึกคิด - วิเคราะห์กำหนดกลยุทธ์ฯ - ทำแบบคำถามทบทวน	[คลิกพิมพ์]
4	รูปแบบการนำเสนอ เรื่องราวในงานโฆษณา	4	- บรรยายสรุปเนื้อหา และ อภิปรายกลุ่มย่อย - ศึกษาตัวอย่างรูปแบบการ นำเสนอฯ - ทำแบบคำถามทบทวน	

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
5	ส่วนผสมในการสร้างสรรค์ งานโฆษณา	4	- บรรยายสรุปเนื้อหา และ อภิปรายกลุ่มย่อย - กรณีศึกษาและตัวอย่าง โฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์และ อื่นๆ - ทำแบบคำถามทบทวน	[คลิกพิมพ์]
6	การเขียนโจทย์ในการ สร้างสรรค์งานโฆษณา	4	- บรรยายสรุปเนื้อหา - กรณีศึกษาโจทย์ในการ สร้างสรรค์ฯ - ปฏิบัติการเขียนโจทย์ใน การสร้างสรรค์ฯ - ทำแบบคำถามทบทวน	[คลิกพิมพ์]
7	การสร้างสรรค์งานโฆษณา ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์	4	- บรรยายสรุปเนื้อหา - ปฏิบัติการสร้างสรรค์งาน โฆษณาประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ - นำเสนอผลงาน - ทำแบบคำถามทบทวน	
8	การสร้างสรรค์งานโฆษณา ประเภทสื่อ วิทยุกระจายเสียง	4	- บรรยายสรุปเนื้อหา - ปฏิบัติการสร้างสรรค์งาน โฆษณาประเภทสื่อ วิทยุกระจายเสียง - นำเสนอผลงาน - ทำแบบคำถามทบทวน	
9	การสร้างสรรค์งานโฆษณา ประเภทสื่อวิทยุโทรทัศน์	4	- บรรยายสรุปเนื้อหา - ปฏิบัติการสร้างสรรค์งาน โฆษณาประเภทสื่อวิทยุ โทรทัศน์ - นำเสนอผลงาน - ทำแบบคำถามทบทวน	

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การ สอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
10	การสร้างสรรค้งานโฆษณา ประเภทสื่ออินเทอร์เน็ต	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรยายสรุปเนื้อหา</li> <li>- ปฏิบัติการสร้างสรรค้งาน โฆษณาประเภทสื่อ อินเทอร์เน็ต</li> <li>- นำเสนอผลงาน</li> <li>- ทำแบบคำถามทบทวน</li> </ul>	
11	การสร้างสรรค้งานโฆษณา บนโซเชียลเน็ตเวิร์ก	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรยายสรุปเนื้อหา</li> <li>- ปฏิบัติการสร้างสรรค้งาน โฆษณาบนโซเชียล เน็ตเวิร์ก</li> <li>- นำเสนอผลงาน</li> <li>- ทำแบบคำถามทบทวน</li> </ul>	
12	การสร้างสรรค้งานโฆษณา ประเภทสื่อกลางแจ้ง	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรยายสรุปเนื้อหา</li> <li>- ปฏิบัติการสร้างสรรค้งาน โฆษณาประเภทสื่อ กลางแจ้ง</li> <li>- นำเสนอผลงาน</li> <li>- ทำแบบคำถามทบทวน</li> </ul>	
13	การสร้างสรรค้งานโฆษณา ประเภทสื่อยานพาหนะ	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรยายสรุปเนื้อหา</li> <li>- ปฏิบัติการสร้างสรรค้งาน โฆษณาประเภทสื่อ ยานพาหนะ</li> <li>- นำเสนอผลงาน</li> <li>- ทำแบบคำถามทบทวน</li> </ul>	
14	การสร้างสรรค้งานโฆษณา ประเภทสื่อ ณ จุดซื้อ/ขาย	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรยายสรุปเนื้อหา</li> <li>- ปฏิบัติการสร้างสรรค้งาน โฆษณาประเภทสื่อ ณ จุด ซื้อ/ขาย นำเสนอผลงาน, คำถามทบทวน</li> </ul>	

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การ สอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
15	จริยธรรมในการสร้างสรรค์ งานโฆษณา	4	- บรรยายสรุปเนื้อหา - ตัวอย่างโฆษณาส่งเสริม จริยธรรมและขัดแย้งต่อ จริยธรรม - ทำแบบคำถามทบทวน	
16	สอบปลายภาค			

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการ เรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
1	1.1, 1.2, 1.3,	- การมีส่วนร่วมในการอภิปราย แสดงความคิดเห็น และวินัยใน การเรียนรู้ ความรับผิดชอบ - ทำแบบคำถามทบทวน	1-15	10%
2	2.1, 2.3, 3.1	- รายงาน กลุ่มการวิเคราะห์ แนวคิดสร้างสรรค์และกลยุทธ์ การสร้างสรรค์ฯ และอื่นๆ - เข้าร่วมกิจกรรมหรือหรือ ฝึก ปฏิบัติการสร้างสรรค์ผลงาน โฆษณาผลิตภัณฑ์หรือบริการ และองค์กร ที่อาจารย์ประจำ วิชามอบหมายในชั้นเรียน หรือ กิจกรรมที่จัดขึ้นโดยองค์กร ภายนอกที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น และนำผลงานที่ได้รับคัดเลือก มาจัดแสดงผลงาน	3-7  3-11	10%  20%
3	2.1, 2.2, 2.3, 3.1, 3.4, 4.1, 4.3, 4.4, 5.1, 5.2	- ปฏิบัติการสร้างสรรค์งาน โฆษณาทางสื่อประเภทต่างๆ - นำเสนอผลงานในชั้นเรียน	8-14  8-15	20%  10%
4		สอบปลายภาค	16	30%

## หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

### 1. เอกสารและตำราหลัก

ขนิษฐา ปาลโมกษ์. (2557). เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างสรรค์งานโฆษณา. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

### 2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

นิตยสาร Marketeer, นิตยสาร BrandAge

เว็บไซต์ :

[www.kosanathai.com](http://www.kosanathai.com)

<http://www.hongkiat.com/blog/28-nice-and-creative-tech-advertisements/>

<http://www.hongkiat.com/blog/60-creative-and-clever-advertisements/>

<http://www.hongkiat.com/blog/40-cool-and-creative-pepsi-advertisements/>

[Article Base KCNBRAND.COM](http://www.kcnbrand.com) Thailand Articles Center

<http://article.kcnbrand.com/thinking/creative-thinking-thinking/7711>

### 3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2552). เอกสารการสอนชุดวิชาการสร้างสรรค์งานโฆษณา. (หน่วยที่ 1-7) พิมพ์ครั้งที่ 3.นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2552). เอกสารการสอนชุดวิชาการสร้างสรรค์งานโฆษณา. (หน่วยที่ 8-15) พิมพ์ครั้งที่ 3.นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2552). เอกสารการสอนชุดการรณรงค์และผลิตงานโฆษณา. (หน่วยที่ 1-7) พิมพ์ครั้งที่ 2.นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2552). เอกสารการสอนชุดการรณรงค์และผลิตงานโฆษณา. (หน่วยที่ 8-15) พิมพ์ครั้งที่ 2.นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

## หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### 1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

ให้นักศึกษาทุกคนประเมินประสิทธิผลของรายวิชา ซึ่งรวมถึง วิธีการสอน การจัดกิจกรรม ในและนอกห้องเรียน สิ่งสนับสนุนการเรียนการสอน ซึ่งมีผลกระทบต่อการเรียนรู้ และผลการเรียนรู้ที่ได้รับ และเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงรายวิชา

### 2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

การประเมินการสอนของอาจารย์ผู้สอน โดยนักศึกษาและ การสังเกตการณ์ของ กรรมการบริหารหลักสูตรที่ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้ประเมิน

### 3. การปรับปรุงการสอน

หลักสูตรกำหนดให้อาจารย์ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์และวิธีการสอนจากผลการ ประเมินประสิทธิผลของรายวิชา แล้วจัดทำรายงานรายวิชาตามรายละเอียดที่ สกอ. กำหนดทุกภาค การศึกษา รวมถึงมหาวิทยาลัยมีนโยบายให้อาจารย์ผู้สอนทำการวิจัยในชั้นเรียนเพื่อพัฒนาการจัดการเรียน การสอนและแก้ไขปัญหาการเรียนการสอนที่เกิดขึ้นในชั้นเรียน

### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

หลักสูตรแต่งตั้งอาจารย์ผู้ประสานงานรายวิชาในการจัดทำข้อสอบในรายวิชาที่มีอาจารย์ ผู้สอนหลายท่านเพื่อพิจารณาความเหมาะสมข้อสอบข้อเขียนทำหน้าที่ทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาใน รายวิชา

### 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

หลักสูตรมีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยให้อาจารย์ผู้สอนจัดทำสรุปผล และนำเสนอแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาในรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา เสนอต่อคณะ เพื่อ พิจารณาให้ความคิดเห็นและสรุปวางแผนพัฒนาปรับปรุงสำหรับใช้ในปีการศึกษาถัดไป