

ลักษณะรายวิชา

- | | |
|-----------------------|---|
| 1. รหัสและชื่อวิชา | 10218305 การโฆษณา
Advertising |
| 2. สภาพรายวิชา | วิชาชีพเฉพาะ
หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ |
| 3. ระดับรายวิชา | ภาคการศึกษาที่ 2 ชั้นปีที่ 3 |
| 4. รายวิชาพื้นฐาน | - |
| 5. เวลาศึกษา | ทฤษฎี 1 ชั่วโมง ปฏิบัติ 4 ชั่วโมง รวมทั้งสิ้น 5 ชั่วโมง และนักศึกษา
จะต้องใช้เวลาศึกษาค้นคว้านอกเวลา 4 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ตลอด 16 สัปดาห์
(ไม่รวมการสอบกลางภาค-ปลายภาค) |
| 6. จำนวนหน่วยกิต | 3 หน่วยกิต |
| 7. จุดมุ่งหมายรายวิชา | <ol style="list-style-type: none"> 1. เข้าใจหลักการโฆษณาและการสร้างสรรค์งานโฆษณา 2. เข้าใจสื่อโฆษณาการวัดผลและประเมินผลการโฆษณา 3. เข้าใจจรรยาบรรณการโฆษณากฎหมายและองค์การที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา 4. เข้าใจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารการโฆษณา 5. มีทักษะในการสร้างสรรค์งานโฆษณาและเลือกสื่อโฆษณา 6. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการทำงานด้วยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ความสนใจ
ใฝ่รู้ความประหยัดและความรับผิดชอบ |
| 8. คำอธิบายรายวิชา | ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการโฆษณาประเภทของการโฆษณาการสร้างสรรค์งาน
โฆษณาสื่อโฆษณาการวัดผลและประเมินผลจรรยาบรรณการโฆษณากฎหมายและ
องค์การที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารการโฆษณา |

การแบ่งบทเรียน/หัวข้อ

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
1	1. หลักการและความสำคัญของการโฆษณา 1.1 ความหมายของการโฆษณา 1.2 วิวัฒนาการของการโฆษณา 1.3 ประวัติการโฆษณาในประเทศไทย 1.4 หลักการโฆษณา 1.5 วัตถุประสงค์ของการโฆษณา 1.6 หน้าที่ของการโฆษณา 1.7 บทบาทของการโฆษณา 1.8 ความสำคัญของการโฆษณา 1.9 รูปแบบการนำเสนอโฆษณา 1.10 หลักการสร้างสรรค์งานโฆษณา 1.11 สื่อโฆษณา	2	8
2	2. ประเภทและขั้นตอนของการโฆษณา 2.1 การเตรียมการโฆษณา 2.2 ประเภทของการโฆษณา 2.3 ขั้นตอนการโฆษณา 2.4 วงจรโฆษณา	1	4
3	3. การสร้างสรรค์งานโฆษณาและการเขียนข้อความโฆษณา 3.1 การสร้างสรรค์งานโฆษณา 3.2 ความหมายของข้อความโฆษณา 3.3 หลักการเขียนข้อความโฆษณา 3.4 วิธีการเขียนข้อความโฆษณา	2	8
4	4. งานสร้างสรรค์โฆษณาด้านศิลป์และภาพประกอบโฆษณา 4.1 งานสร้างสรรค์โฆษณาด้านศิลป์ 4.2 ความสำคัญของการใช้ภาพประกอบโฆษณา 4.3 ลักษณะของภาพประกอบโฆษณา 4.4 หน้าที่และประเภทของภาพประกอบโฆษณา 4.5 หลักการใช้ภาพประกอบโฆษณา	1	4

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
5	5. การวางผังโฆษณา 5.1 ความหมายของการวางผังโฆษณา 5.2 หลักการวางผังโฆษณา 5.3 ขั้นตอนการวางผังโฆษณา 5.4 รูปแบบของการวางผังโฆษณา	2	8
6	6. สื่อการโฆษณา 6.1 ความหมายของสื่อการโฆษณา 6.2 ประเภทของสื่อการโฆษณา 6.3 การเลือกสื่อการโฆษณา	2	8
7	7. การวัดผลและประเมินผลการโฆษณา 7.1 ความหมายและความสำคัญของการวัดผลประเมินผล การโฆษณา 7.2 วัตถุประสงค์ของการวัดผลและประเมินผลการโฆษณา 7.3 ลักษณะของการวัดผลและประเมินผลการโฆษณา 7.4 ประเภทของการวัดผลและประเมินผลการโฆษณา 7.5 การวัดผลและประเมินผลการโฆษณา	2	8
8	8. ตัวแทนโฆษณา 8.1 ความหมายของตัวแทนโฆษณา 8.2 รูปแบบการบริการของตัวแทนโฆษณา 8.3 บทบาทและหน้าที่ของตัวแทนโฆษณา 8.4 การวางแผนงานของตัวแทนโฆษณา 8.5 โครงสร้างบริษัทตัวแทนโฆษณา 8.6 โอกาสและแนวโน้มธุรกิจตัวแทนโฆษณา	1	4
9	9. จรรยาบรรณ กฎหมายและองค์การที่ควบคุมการโฆษณา 9.1 หลักเกณฑ์การดำเนินงานของวิชาชีพโฆษณา 9.2 ปัจจัยที่มีผลต่อคุณธรรมและจริยธรรมของนักโฆษณา 9.3 จรรยาบรรณแห่งวิชาชีพโฆษณา 9.4 กฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณา 9.5 องค์การที่ควบคุมการโฆษณา 9.6 การโฆษณาเปรียบเทียบ 9.7 ลักษณะของการโฆษณาที่ผิดกฎหมาย	1	4

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
10	10. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารการโฆษณา 5.1 วิวัฒนาการทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร 5.2 อินเทอร์เน็ตกับการเปลี่ยนแปลงโลกธุรกิจ 5.3 การค้าในระบบอิเล็กทรอนิกส์ 5.4 เทคนิคการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาประยุกต์ใช้ในการโฆษณา	1	4

จุดประสงค์การสอน

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
1	1. หลักการและความสำคัญของการโฆษณา 1.1 อธิบายความหมายของการโฆษณาได้ 1.2 รู้และเข้าใจวิวัฒนาการของการโฆษณาได้ 1.3 รู้และเข้าใจประวัติการโฆษณาในประเทศไทยได้ 1.4 รู้และเข้าใจหลักการโฆษณาได้ 1.5 รู้และเข้าใจวัตถุประสงค์ของการโฆษณาได้ 1.6 อธิบายหน้าที่ของการโฆษณาได้ 1.7 อธิบายบทบาทของการโฆษณาได้ 1.8 ตระหนักถึงความสำคัญของการโฆษณาได้ 1.9 จำแนกรูปแบบการนำเสนอโฆษณาได้ 1.10 หลักการสร้างสรรค์งานโฆษณาได้ 1.11 จำแนกสื่อโฆษณาได้	2	8
2	2. ประเภทและขั้นตอนของการโฆษณา 2.1 อธิบายการเตรียมการโฆษณาได้ 2.2 อธิบายประเภทของการโฆษณาได้ 2.3 จำแนกขั้นตอนการโฆษณาได้ 2.4 อธิบายวงจรโฆษณาได้	2	8
3	3. การสร้างสรรค์งานโฆษณาและการเขียนข้อความโฆษณา 3.1 อธิบายการสร้างสรรค์งานโฆษณาได้ 3.2 บอกความหมายของข้อความโฆษณาได้ 3.3 รู้และเข้าใจหลักการเขียนข้อความโฆษณาได้ 3.4 รู้และเข้าใจวิธีการเขียนข้อความโฆษณาได้	1	4
4	4. งานสร้างสรรค์โฆษณาด้านศิลป์และภาพประกอบโฆษณา 4.1 อธิบายงานสร้างสรรค์โฆษณาด้านศิลป์ได้ 4.2 ตระหนักถึงความสำคัญของการใช้ภาพประกอบโฆษณาได้ 4.3 บอกลักษณะของภาพประกอบโฆษณาได้ 4.4 รู้และเข้าใจหน้าที่และประเภทของภาพประกอบโฆษณาได้ 4.5 รู้และเข้าใจหลักการใช้ภาพประกอบโฆษณาได้	1	4

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
5	5. การวางผังโฆษณา 5.1 บอกความหมายของการวางผังโฆษณาได้ 5.2 รู้และเข้าใจวางผังโฆษณา 5.3 อธิบายขั้นตอนการวางผังโฆษณาได้ 5.4 จำแนกรูปแบบของการวางผังโฆษณาได้	2	8
6	6. สื่อการโฆษณา 6.1 บอกความหมายของสื่อการโฆษณาได้ 6.2 แยกประเภทของสื่อการโฆษณาได้ 6.3 รู้และเข้าใจการเลือกสื่อการโฆษณา	2	8
7	7. การวัดผลและประเมินผลการโฆษณา 7.1 บอกความหมายและความสำคัญของการวัดผลประเมินผลการโฆษณาได้ 7.2 บอกวัตถุประสงค์ของการวัดผลและประเมินผลการโฆษณาได้ 7.3 บอกลักษณะของการวัดผลและประเมินผลการโฆษณาได้ 7.4 ประเภทของการวัดผลและประเมินผลการโฆษณา 7.5 การวัดผลและประเมินผลการโฆษณา	2	8
8	8. ตัวแทนโฆษณา 8.1 บอกความหมายของตัวแทนโฆษณาได้ 8.2 บอกรูปแบบการบริการของตัวแทนโฆษณาได้ 8.3 อธิบายถึงบทบาทและหน้าที่ของตัวแทนโฆษณาได้ 8.4 อธิบายการวางแผนงานของตัวแทนโฆษณาได้ 8.5 ทราบถึงโครงสร้างบริษัทตัวแทนโฆษณา 8.6 อธิบายแนวโน้มธุรกิจตัวแทนโฆษณาได้	1	4
9	9. จรรยาบรรณ กฎหมายและองค์การที่ควบคุมการโฆษณา 9.1 บอกหลักเกณฑ์การดำเนินงานของวิชาชีพโฆษณาได้ 9.2 อธิบายปัจจัยที่มีผลต่อคุณธรรมและจริยธรรมของนักโฆษณาได้ 9.3 บอกจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพโฆษณาได้ 9.4 รู้และเข้าใจกฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณา 9.5 บอกองค์การที่ควบคุมการโฆษณาได้ 9.6 บอกลักษณะการโฆษณาเปรียบเทียบกับได้ 9.7 บอกลักษณะของการโฆษณาที่ผิดกฎหมายได้	1	4

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
10	<p>10. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารการโฆษณา</p> <p>5.1 บอกวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้</p> <p>5.2 บอกความหมายและลักษณะของการค้าระบบอินเทลิกทรอนิกส์ได้</p> <p>5.3 บอกผลกระทบของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงโลกธุรกิจ</p> <p>5.4 นำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาประยุกต์ใช้ในการโฆษณาได้</p>	1	4

การประเมินผลรายวิชา

รายวิชานี้แบ่งเป็น 10 หน่วย แยกได้ 10 บทเรียน การวัดและประเมินผลรายวิชาจะดำเนินการ ดังนี้

1. วิธีการ
 - ดำเนินการรวบรวมข้อมูลเพื่อการประเมินผลแยกเป็น 3 ส่วนโดยแบ่งแยกคะแนนแต่ละส่วนจากคะแนนเต็ม ทั้งรายวิชา 100 คะแนนดังนี้
 - 1.1 ผลงานที่มอบหมาย 40 คะแนน หรือร้อยละ 40
 - 1.2 พิจารณาจากจิตพิสัย ความตั้งใจ และการเข้าร่วมกิจกรรม 10 คะแนน หรือร้อยละ 10
 - 1.3 การทดสอบแต่ละหน่วยเรียน 50 คะแนน หรือร้อยละ 50
โดยจัดแบ่งน้ำหนักคะแนนในแต่ละหน่วยตามตารางหน้าถัดไป
2. เกณฑ์ผ่านรายวิชา
 - ผู้ที่ผ่านรายวิชานี้จะต้อง
 - 2.1 คะแนนสอบรวมต้องไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50
 - 2.2 มีเวลาเรียนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80
 - 2.3 ต้องผ่านการสอบกลางภาค และปลายภาค
3. เกณฑ์ค่าระดับคะแนน
 - 3.1 พิจารณาเกณฑ์ผ่านรายวิชาตามข้อ 2 ผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์ข้อ 2 จะได้รับค่าระดับคะแนน F
 - 3.2 ผู้ที่ผ่านเกณฑ์ข้อ 2 จะได้รับค่าระดับคะแนนตามเกณฑ์ ดังนี้

คะแนนร้อยละ 80 ขึ้นไป	ได้ระดับคะแนน A
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ 75	ได้ระดับคะแนน B+
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ 70	ได้ระดับคะแนน B
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ 65	ได้ระดับคะแนน C+
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ 60	ได้ระดับคะแนน C
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ 55	ได้ระดับคะแนน D+
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ 50	ได้ระดับคะแนน D
คะแนนต่ำกว่าร้อยละ 0	ได้ระดับคะแนน F

ตารางกำหนดน้ำหนักคะแนน

เลขที่บทเรียน	คะแนนรายบทเรียนและน้ำหนักคะแนน ชื่อบทเรียน	คะแนนรายหน่วย	น้ำหนักคะแนน				
			พุทธิพิสัย				ทักษะพิสัย
			ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้	สูงกว่า	
1	หลักการและความสำคัญของการโฆษณา	9	3	2	2	-	2
2	ประเภทและขั้นตอนของการโฆษณา	9	3	2	2	-	2
3	การสร้างสรรค้งานโฆษณาและการเขียนข้อความโฆษณา	10	3	2	3	-	2
4	งานสร้างสรรค์โฆษณาด้านศิลป์และภาพประกอบโฆษณา	10	3	2	3	-	2
5	การวางผังโฆษณา	10	3	2	3	-	2
6	สื่อการโฆษณา	8	3	1	2	-	2
7	การวัดผลและประเมินผลการโฆษณา	8	3	1	2	-	2
8	ตัวแทนโฆษณา	8	3	1	2	-	2
9	จรรยาบรรณ กฎหมายและองค์การที่ควบคุมการโฆษณา	9	3	2	2	-	2
10	เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารการโฆษณา	9	3	2	2	-	2
ก	คะแนนภาควิชาการ	50	30	17	23		20
ข	คะแนนภาคผลงาน	40					
ค	คะแนนจิตพิสัย	10					
	รวมทั้งสิ้น	100					

กำหนดการสอน

สัปดาห์ที่	วัน / เดือน	คาบที่	รายการสอน	หมายเหตุ
1	6 พ.ย. 2562	1-2	1. หลักการและความสำคัญของการโฆษณา 1.1 ความหมายของการโฆษณา 1.2 วิวัฒนาการของการโฆษณา	
	8 พ.ย. 2562	3-5	1.3 ประวัติการโฆษณาในประเทศไทย 1.4 หลักการโฆษณา 1.5 วัตถุประสงค์ของการโฆษณา	
2	13 พ.ย. 2562	1-2	1. หลักการและความสำคัญของการโฆษณา(ต่อ) 1.6 หน้าที่ของการโฆษณา 1.7 บทบาทของการโฆษณา	
	15 พ.ย. 2562	3-5	1.8 ความสำคัญของการโฆษณา 1.9 รูปแบบการนำเสนอโฆษณา 1.10 หลักการสร้างสรรค์งานโฆษณา 1.11 สื่อโฆษณา	
3	20 พ.ย. 2562	1-2	2. ประเภทและขั้นตอนของการโฆษณา 2.1 การเตรียมการโฆษณา 2.2 ประเภทของการโฆษณา	
	22 พ.ย. 2562	3-5	2.3 ขั้นตอนการโฆษณา 2.4 วงจรโฆษณา	
4	27 พ.ย. 2562	1-2	3. การสร้างสรรค์งานโฆษณาและการเขียนข้อความโฆษณา 3.1 การสร้างสรรค์งานโฆษณา	
	29 พ.ย. 2562	3-5	3.2 ความหมายของข้อความโฆษณา	
5	4 ธ.ค. 2562	1-5	3. การสร้างสรรค์งานโฆษณาและการเขียนข้อความโฆษณา(ต่อ) 3.3 หลักการเขียนข้อความโฆษณา	
	6 ธ.ค. 2562		3.4 วิธีการเขียนข้อความโฆษณา	
6	11 ธ.ค. 2562	1-2	4. งานสร้างสรรค์โฆษณาด้านศิลป์และภาพประกอบโฆษณา 4.1 งานสร้างสรรค์โฆษณาด้านศิลป์	
	13 ธ.ค. 2562	3-5	4.2 ความสำคัญของการใช้ภาพประกอบโฆษณา 4.3 ลักษณะของภาพประกอบโฆษณา 4.4 หน้าที่และประเภทของภาพประกอบโฆษณา 4.5 หลักการใช้ภาพประกอบโฆษณา	

7	18 ธ.ค. 2562 20 ธ.ค. 2562	1-5	5. การวางผังโฆษณา 5.1 ความหมายของการวางผังโฆษณา 5.2 หลักการวางผังโฆษณา 5.3 ขั้นตอนการวางผังโฆษณา 5.4 รูปแบบของการวางผังโฆษณา	
8	25 ธ.ค. 2562 27 ธ.ค. 2562	1-5	6. สื่อการโฆษณา 6.1 ความหมายของสื่อการโฆษณา 6.2 ประเภทของสื่อการโฆษณา	
9	1 ม.ค. 2563 3 ม.ค. 2563		หยุดชดเชยวันขึ้นปีใหม่ 6. สื่อการโฆษณา (ต่อ) 6.3 การเลือกสื่อการโฆษณา	
10	8 ม.ค. 2563		สอบกลางภาค(เลื่อนสอบ)	
11	15 ม.ค. 2563 17 ม.ค. 2563	1-2 3-5	7. การวัดผลและประเมินผลการโฆษณา 7.1 ความหมายและความสำคัญของการวัดผลประเมินผล การโฆษณา 7.2 วัตถุประสงค์ของการวัดผลและประเมินผลการโฆษณา	
12	22 ม.ค. 2563 24 ม.ค. 2563	1-2	7. การวัดผลและประเมินผลการโฆษณา(ต่อ) 7.3 ลักษณะของการวัดผลและประเมินผลการโฆษณา 7.4 ประเภทของการวัดผลและประเมินผลการโฆษณา 7.5 การวัดผลและประเมินผลการโฆษณา	
13	29 ม.ค. 2563 30 ม.ค. 2563	1-2 3-5	8. ตัวแทนโฆษณา 8.1 ความหมายของตัวแทนโฆษณา 8.2 รูปแบบการบริการของตัวแทนโฆษณา 8.3 บทบาทและหน้าที่ของตัวแทนโฆษณา	
14	5 ก.พ. 2563 7 ก.พ. 2563	1-2 3-5	8. ตัวแทนโฆษณา(ต่อ) 8.4 การวางแผนงานของตัวแทนโฆษณา 8.5 โครงสร้างบริษัทตัวแทนโฆษณา 8.6 โอกาสและแนวโน้มธุรกิจตัวแทนโฆษณา	
15	12 ก.พ. 2563	1-2	9. จรรยาบรรณ กฎหมายและองค์การที่ควบคุมการโฆษณา 9.1 หลักเกณฑ์การดำเนินงานของวิชาชีพโฆษณา 9.2 ปัจจัยที่มีผลต่อคุณธรรมและจริยธรรมของนักโฆษณา 9.3 จรรยาบรรณแห่งวิชาชีพโฆษณา	

	14 ก.พ. 2563		<p>9.4 กฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณา</p> <p>9.5 องค์การที่ควบคุมการโฆษณา</p> <p>9.6 การโฆษณาเปรียบเทียบ</p> <p>9.7 ลักษณะของการโฆษณาที่ผิดกฎหมาย</p>	
16	19 ก.พ. 2563 21 ก.พ. 2563		<p>10. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารการโฆษณา</p> <p>5.1 วิวัฒนาการทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร</p> <p>5.2 อินเทอร์เน็ตกับการเปลี่ยนแปลงโลกธุรกิจ</p>	
17	26 ก.พ. 2563 28 ก.พ. 2563	1-5	<p>10. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารการโฆษณา(ต่อ)</p> <p>5.3 การค้าในระบบอิเล็กทรอนิกส์</p> <p>5.4 เทคนิคการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาประยุกต์ใช้ในการโฆษณา</p>	
18	4-8 มี.ค. 2563		สอบปลายภาค	

บรรณานุกรม

พนิตตา ตันธเนศและคณะ. 2557. การโฆษณา. พิมพ์ครั้งที่1. จังหวัดกรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์พัฒนาวิชาการ