

## ลักษณะรายวิชา

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

## การแบ่งบทเรียน/หัวข้อ

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
1	<b>1. หลักการและความสำคัญของการโฆษณา</b> 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	<b>2. ประเภทและขั้นตอนของการโฆษณา</b> 2.1 การเตรียมการโฆษณา 2.2 ประเภทของการโฆษณา 2.3 ขั้นตอนการโฆษณา 2.4 วงจรโฆษณา	1	4
3	<b>3. การสร้างสรรค์งานโฆษณาและการเขียนข้อความโฆษณา</b> 3.1 การสร้างสรรค์งานโฆษณา 3.2 ความหมายของข้อความโฆษณา 3.3 หลักการเขียนข้อความโฆษณา 3.4 วิธีการเขียนข้อความโฆษณา	2	8
4	<b>4. งานสร้างสรรค์โฆษณาด้านศิลป์และภาพประกอบโฆษณา</b> 4.1 งานสร้างสรรค์โฆษณาด้านศิลป์ 4.2 ความสำคัญของการใช้ภาพประกอบโฆษณา 4.3 ลักษณะของภาพประกอบโฆษณา 4.4 หน้าที่และประเภทของภาพประกอบโฆษณา 4.5 หลักการใช้ภาพประกอบโฆษณา	1	4

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
5	<b>5. การวางผังโฆษณา</b> 5.1 ความหมายของการวางผังโฆษณา 5.2 หลักการวางผังโฆษณา 5.3 ขั้นตอนการวางผังโฆษณา 5.4 รูปแบบของการวางผังโฆษณา	2	8
6	<b>6. สื่อการโฆษณา</b> 6.1 ความหมายของสื่อการโฆษณา 6.2 ประเภทของสื่อการโฆษณา 6.3 การเลือกสื่อการโฆษณา	2	8
7	<b>7. การวัดผลและประเมินผลการโฆษณา</b> 7.1 ความหมายและความสำคัญของการวัดผลประเมินผล การโฆษณา 7.2 วัตถุประสงค์ของการวัดผลและประเมินผลการโฆษณา 7.3 ลักษณะของการวัดผลและประเมินผลการโฆษณา 7.4 ประเภทของการวัดผลและประเมินผลการโฆษณา 7.5 การวัดผลและประเมินผลการโฆษณา	2	8
8	<b>8. ตัวแทนโฆษณา</b> 8.1 ความหมายของตัวแทนโฆษณา 8.2 รูปแบบการบริการของตัวแทนโฆษณา 8.3 บทบาทและหน้าที่ของตัวแทนโฆษณา 8.4 การวางแผนงานของตัวแทนโฆษณา 8.5 โครงสร้างบริษัทตัวแทนโฆษณา 8.6 โอกาสและแนวโน้มธุรกิจตัวแทนโฆษณา	1	4
9	<b>9. จรรยาบรรณ กฎหมายและองค์การที่ควบคุมการโฆษณา</b> 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	<b>10. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารการโฆษณา</b> 5.1 วิวัฒนาการทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร 5.2 อินเทอร์เน็ตกับการเปลี่ยนแปลงโลกธุรกิจ 5.3 การค้าในระบบอิเล็กทรอนิกส์ 5.4 เทคนิคการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาประยุกต์ใช้ในการโฆษณา	1	4

## จุดประสงค์การสอน

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
1	<b>1. หลักการและความสำคัญของการโฆษณา</b> 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	<b>2. ประเภทและขั้นตอนของการโฆษณา</b> 2.1 อธิบายการเตรียมการโฆษณาได้ 2.2 อธิบายประเภทของการโฆษณาได้ 2.3 จำแนกขั้นตอนการโฆษณาได้ 2.4 อธิบายวงจรโฆษณาได้	2	8
3	<b>3. การสร้างสรรค์งานโฆษณาและการเขียนข้อความโฆษณา</b> 3.1 อธิบายการสร้างสรรค์งานโฆษณาได้ 3.2 บอกความหมายของข้อความโฆษณาได้ 3.3 รู้และเข้าใจหลักการเขียนข้อความโฆษณาได้ 3.4 รู้และเข้าใจวิธีการเขียนข้อความโฆษณาได้	1	4
4	<b>4. งานสร้างสรรค์โฆษณาด้านศิลป์และภาพประกอบโฆษณา</b> 4.1 อธิบายงานสร้างสรรค์โฆษณาด้านศิลป์ได้ 4.2 ตระหนักถึงความสำคัญของการใช้ภาพประกอบโฆษณาได้ 4.3 บอกลักษณะของภาพประกอบโฆษณาได้ 4.4 รู้และเข้าใจหน้าที่และประเภทของภาพประกอบโฆษณาได้ 4.5 รู้และเข้าใจหลักการใช้ภาพประกอบโฆษณาได้	1	4

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
5	<b>5. การวางผังโฆษณา</b> 5.1 บอกความหมายของการวางผังโฆษณาได้ 5.2 รู้และเข้าใจวางผังโฆษณา 5.3 อธิบายขั้นตอนการวางผังโฆษณาได้ 5.4 จำแนกรูปแบบของการวางผังโฆษณาได้	2	8
6	<b>6. สื่อการโฆษณา</b> 6.1 บอกความหมายของสื่อการโฆษณาได้ 6.2 แยกประเภทของสื่อการโฆษณาได้ 6.3 รู้และเข้าใจการเลือกสื่อการโฆษณา	2	8
7	<b>7. การวัดผลและประเมินผลการโฆษณา</b> 7.1 บอกความหมายและความสำคัญของการวัดผลประเมินผลการโฆษณาได้ 7.2 บอกวัตถุประสงค์ของการวัดผลและประเมินผลการโฆษณาได้ 7.3 บอกลักษณะของการวัดผลและประเมินผลการโฆษณาได้ 7.4 ประเภทของการวัดผลและประเมินผลการโฆษณา 7.5 การวัดผลและประเมินผลการโฆษณา	2	8
8	<b>8. ตัวแทนโฆษณา</b> 8.1 บอกความหมายของตัวแทนโฆษณาได้ 8.2 บอกรูปแบบการบริการของตัวแทนโฆษณาได้ 8.3 อธิบายถึงบทบาทและหน้าที่ของตัวแทนโฆษณาได้ 8.4 อธิบายการวางแผนงานของตัวแทนโฆษณาได้ 8.5 ทราบถึงโครงสร้างบริษัทตัวแทนโฆษณา 8.6 อธิบายแนวโน้มธุรกิจตัวแทนโฆษณาได้	1	4
9	<b>9. จรรยาบรรณ กฎหมายและองค์การที่ควบคุมการโฆษณา</b> 9.1 บอกหลักเกณฑ์การดำเนินงานของวิชาชีพโฆษณาได้ 9.2 อธิบายปัจจัยที่มีผลต่อคุณธรรมและจริยธรรมของนักโฆษณาได้ 9.3 บอกจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพโฆษณาได้ 9.4 รู้และเข้าใจกฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณา 9.5 บอกองค์การที่ควบคุมการโฆษณาได้ 9.6 บอกลักษณะการโฆษณาเปรียบเทียบได้ 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
  - ผู้ที่จะผ่านรายวิชานี้จะต้อง
    - 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. 2561	1-5	<b>1. หลักการและความสำคัญของการโฆษณา</b> 1.1 ความหมายของการโฆษณา 1.2 วิวัฒนาการของการโฆษณา 1.3 ประวัติการโฆษณาในประเทศไทย 1.4 หลักการโฆษณา 1.5 วัตถุประสงค์ของการโฆษณา	
2	13 พ.ย. 2561	1-5	<b>1. หลักการและความสำคัญของการโฆษณา(ต่อ)</b> 1.6 หน้าที่ของการโฆษณา 1.7 บทบาทของการโฆษณา 1.8 ความสำคัญของการโฆษณา 1.9 รูปแบบการนำเสนอโฆษณา 1.10 หลักการสร้างสรรค์งานโฆษณา 1.11 สื่อโฆษณา	
3	20 พ.ย. 2561	1-5	<b>2. ประเภทและขั้นตอนของการโฆษณา</b> 2.1 การเตรียมการโฆษณา 2.2 ประเภทของการโฆษณา 2.3 ขั้นตอนการโฆษณา 2.4 วงจรโฆษณา	
4	27 พ.ย. 2561	1-3	<b>3. การสร้างสรรค์งานโฆษณาและการเขียนข้อความโฆษณา</b> 3.1 การสร้างสรรค์งานโฆษณา 3.2 ความหมายของข้อความโฆษณา	
5	4 ธ.ค. 2561	1-5	<b>3. การสร้างสรรค์งานโฆษณาและการเขียนข้อความโฆษณา(ต่อ)</b> 3.3 หลักการเขียนข้อความโฆษณา 3.4 วิธีการเขียนข้อความโฆษณา	
6	11 ธ.ค. 2561	1-5	<b>4. งานสร้างสรรค์โฆษณาด้านศิลป์และภาพประกอบโฆษณา</b> 4.1 งานสร้างสรรค์โฆษณาด้านศิลป์ 4.2 ความสำคัญของการใช้ภาพประกอบโฆษณา 4.3 ลักษณะของภาพประกอบโฆษณา 4.4 หน้าที่และประเภทของภาพประกอบโฆษณา 4.5 หลักการใช้ภาพประกอบโฆษณา	
7	18 ธ.ค. 2561	1-5	<b>5. การวางผังโฆษณา</b>	

			<p>5.1 ความหมายของการวางผังโฆษณา</p> <p>5.2 หลักการวางผังโฆษณา</p> <p>5.3 ขั้นตอนการวางผังโฆษณา</p> <p>5.4 รูปแบบของการวางผังโฆษณา</p>	
8	25 ธ.ค. 2561	1-5	<p><b>6. สื่อการโฆษณา</b></p> <p>6.1 ความหมายของสื่อการโฆษณา</p>	
9	1 ม.ค. 2562		<b>หยุดชดเชยวันขึ้นปีใหม่</b>	
10	8 ม.ค. 2562		<b>สอบกลางภาค(เลื่อนสอบ)</b>	
11	15 ม.ค. 2562	1-5	<p><b>6. สื่อการโฆษณา(ต่อ)</b></p> <p>6.2 ประเภทของสื่อการโฆษณา</p> <p>6.3 การเลือกสื่อการโฆษณา</p>	
12	22 ม.ค. 2562	1-5	<p><b>7. การวัดผลและประเมินผลการโฆษณา</b></p> <p>7.1 ความหมายและความสำคัญของการวัดผลประเมินผล การโฆษณา</p> <p>7.2 วัตถุประสงค์ของการวัดผลและประเมินผลการโฆษณา</p>	
13	29 ม.ค. 2562	1-5	<p><b>7. การวัดผลและประเมินผลการโฆษณา</b></p> <p>7.3 ลักษณะของการวัดผลและประเมินผลการโฆษณา</p> <p>7.4 ประเภทของการวัดผลและประเมินผลการโฆษณา</p> <p>7.5 การวัดผลและประเมินผลการโฆษณา</p>	
14	5 ก.พ. 2562	1-5	<p><b>8. ตัวแทนโฆษณา</b></p> <p>8.1 ความหมายของตัวแทนโฆษณา</p> <p>8.2 รูปแบบการบริการของตัวแทนโฆษณา</p> <p>8.3 บทบาทและหน้าที่ของตัวแทนโฆษณา</p> <p>8.4 การวางแผนงานของตัวแทนโฆษณา</p> <p>8.5 โครงสร้างบริษัทตัวแทนโฆษณา</p> <p>8.6 โอกาสและแนวโน้มธุรกิจตัวแทนโฆษณา</p>	
15	12 ก.พ. 2562	1-5	<p><b>9. จรรยาบรรณ กฎหมายและองค์การที่ควบคุมการโฆษณา</b></p> <p>9.1 หลักเกณฑ์การดำเนินงานของวิชาชีพโฆษณา</p> <p>9.2 ปัจจัยที่มีผลต่อคุณธรรมและจริยธรรมของนักโฆษณา</p> <p>9.3 จรรยาบรรณแห่งวิชาชีพโฆษณา</p> <p>9.4 กฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณา</p> <p>9.5 องค์การที่ควบคุมการโฆษณา</p> <p>9.6 การโฆษณาเปรียบเทียบ</p>	

			9.7 ลักษณะของการโฆษณาที่ผิดกฎหมาย	
16	19 ก.พ. 2562		หยุดชดเชยวันมาฆบูชา	
17	26 ก.พ. 2562	1-5	<b>10. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารการโฆษณา</b> 5.1 วิวัฒนาการทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร 5.2 อินเทอร์เน็ตกับการเปลี่ยนแปลงโลกธุรกิจ 5.3 การค้าในระบบอิเล็กทรอนิกส์ 5.4 เทคนิคการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาประยุกต์ใช้ในการโฆษณา	
18	4-8 มี.ค. 2562		สอบปลายภาค	

## บรรณานุกรม

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