

ประมวลรายวิชา

รายชื้อวิชา	หลักการโฆษณา (Advertising)
รหัสวิชา	05-001-101
ระดับวิชา	ภาคเรียนที่ 1 ชั้นปวส. 2
จำนวนหน่วยกิต	3 หน่วยกิต
อาจารย์ผู้สอน	อ.สุนันทา ไตรณสุทธิ

1. สมรรถนะรายวิชา

1. ปฏิบัติตามหลักการโฆษณาที่มีบทบาทต่อการตลาดและการดำเนินชีวิต
2. รณรงค์การโฆษณา และดำรงไว้ซึ่งจรรยาบรรณของนักโฆษณาที่ดี
3. กำหนดงบประมาณการทำโฆษณาที่เหมาะสม
4. เขียนข้อความโฆษณา เลือกใช้สื่อสารการโฆษณาได้อย่างเหมาะสม

2. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาเกี่ยวกับบทบาทและความสำคัญของการโฆษณาต่อการตลาด การรณรงค์โฆษณา พฤติกรรมศาสตร์กับการโฆษณา ข้อความโฆษณา สื่อโฆษณา การโฆษณา ณ แหล่งซื้อ การทดสอบสัมฤทธิ์ผลการโฆษณา กฎหมาย และจรรยาบรรณการโฆษณา

3. วัตถุประสงค์

1. เพื่อเข้าใจบทบาทและความสำคัญของการโฆษณาต่อการตลาด
2. เพื่อทราบการรณรงค์โฆษณาความสัมพันธ์ ระหว่างพฤติกรรมศาสตร์กับการโฆษณา กฎหมาย และจรรยาบรรณการโฆษณา
3. เพื่อเข้าใจการกำหนดงบประมาณโฆษณา
4. เพื่อเข้าใจการเขียนข้อความโฆษณา การเลือกใช้สื่อโฆษณาและการดำเนินการโฆษณา ณ แหล่งซื้อ ได้อย่างเหมาะสม

4. เนื้อหาวิชา

สัปดาห์	เนื้อหาสาระ	กิจกรรมการเรียนการสอน	จำนวนคาบ
1-3	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการโฆษณา 1.1 ความหมายและความสำคัญของการโฆษณา 1.2 การโฆษณากับการตลาดและประวัติความเป็นมาของการโฆษณา	-ปฐมนิเทศนักศึกษาเพื่อเตรียมพร้อมในการเรียน -อธิบายความหมายและความสำคัญของการโฆษณาในระบบตลาด -บอกความจำเป็นของการโฆษณา -อธิบายความแตกต่างของการโฆษณากับการตลาด -บอกประวัติการโฆษณาทั้งในสากลและประเทศไทย	7
4-5	ประเภทของการโฆษณา 2.1 ประเภทของการโฆษณา 2.2 วงจรของการโฆษณา	-อธิบายประเภทของการโฆษณาพร้อมยกตัวอย่างประกอบ -อธิบายขั้นตอนของการโฆษณาพร้อมยกตัวอย่างประกอบ	6
6-9	การสื่อสารการโฆษณา 3.1 ลักษณะของการสื่อสารการโฆษณา 3.2 ประเภทของการโฆษณา 3.3 หน้าที่ของการโฆษณา 3.4 การพัฒนาและการจัดการโปรแกรมการโฆษณา	-อธิบายลักษณะความแตกต่างของสื่อแต่ละประเภท -บอกหน้าที่ของการโฆษณา -บอกลักษณะของสื่อสารทางด้านการโฆษณา -บอกข้อดี-ข้อเสียของการโฆษณาโดยการใช้สื่อสาร	12
10-13	สื่อการโฆษณากับการวางแผนการใช้สื่อ 4.1 ความหมายของสื่อการโฆษณา 4.2 คุณลักษณะสำคัญของสื่อแต่ละประเภท 4.3 การวางแผนการใช้สื่อ	-อธิบายความหมายของสื่อการโฆษณา -คุณลักษณะของการใช้สื่อแต่ละประเภทตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระเจ้าอยู่หัว	12

สัปดาห์	เนื้อหาสาระ	กิจกรรมการเรียนการสอน	จำนวนคาบ
14-16	<p>การสร้างสรรค์งานการโฆษณา</p> <p>5.1 ความหมายของความคิดสร้างสรรค์</p> <p>5.2 คุณลักษณะของบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์</p> <p>5.3 ลักษณะของแนวความคิดที่สร้างสรรค์</p>	<p>-อธิบายความหมายความคิดสร้างสรรค์</p> <p>อธิบายการเขียนข้อความ / คำขวัญ / การสร้างข้อความโฆษณา/ การตรวจสอบข้อความการโฆษณา / การใช้ภาพประกอบการโฆษณา / การพัฒนากลยุทธ์สร้างสรรค์การโฆษณา</p>	11

5 ชิ้นงานศึกษาค้นคว้า

- 5.1 มอบหมายให้ทำหาภาพการโฆษณาคนละ 2 ภาพ
- 5.2 แบ่งนักศึกษาเป็นกลุ่ม ๆ ละ 8 คน รวมเป็น 6 กลุ่ม ทำสมุดภาพการโฆษณาประเภทต่าง ๆ
- 5.3 แบ่งนักศึกษาเป็นกลุ่ม ๆ ละ 8 คน รวมเป็น 6 กลุ่ม ทำ Storyboard สีน้า 1 ประเภทนำเสนอหน้าชั้นเรียน

6 ข้อตกลงในการเรียน

- 6.1 เข้าชั้นเรียนมีส่วนร่วม อภิปรายโต้ตอบแสดงความคิดเห็น
- 6.2 มีส่วนร่วมฝึกปฏิบัติหน้าชั้นเรียนอย่างสม่ำเสมอ โดยมีเวลาเรียนไม่น้อยกว่าร้อยละ 80
- 6.3 ส่งงานและนำเสนองานครบทุกชิ้นตามเวลาที่กำหนด

7. สื่อการเรียนการสอน

1. แผ่นใส
2. แผนภูมิ
3. ตัวอย่างแผนภาพโฆษณา
4. วี.ดี.โอ.
5. เอกสารการสอน

8. การวัดและประเมินผล

1. ความสนใจเรียนและมีส่วนร่วมในการเรียน เวลาเรียน	5 คะแนน
2. งานมอบหมายงานเดี่ยว	5 คะแนน
3. งานมอบหมายกลุ่มละ 1 ชิ้น	20 คะแนน
4. สอบระหว่างภาคเรียน	30 คะแนน
5. สอบปลายภาคเรียน	40 คะแนน
รวม	100 คะแนน

เกณฑ์การให้คะแนน

80-100	A
75-79	B+
70-74	B
65-69	C+
60-64	C
55-59	D+
50-54	D
ต่ำกว่า 50	F

เอกสารตำราประกอบการเรียนการสอน

1. หลักการโฆษณา รศ.ดร.เสวี วงศ์มณฑา
 2. หลักการโฆษณา รศ.ดร.ศิริวรรณ เสรีรัตน์
 3. หลักการโฆษณา ประชาสัมพันธ์และการสื่อสารเพื่อการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ ญัฐนันท์ ศิริเจริญ
 4. หลักการโฆษณา ฐานะวัฒนา สุขวงศ์
-