

ประมวลรายวิชา

ชื่อวิชา	การโฆษณา
รหัสวิชา	2201-2205
ระดับรายวิชา	ภาคเรียนที่ 1 ชั้นปวช. 2
จำนวนหน่วยกิต	3 หน่วยกิต
อาจารย์ผู้สอน	อาจารย์ขวัญใจ ดินล้วน วุฒิการศึกษา บ.ช.บ. (การตลาด)

1. สมรรถนะรายวิชา

- อธิบายความหมายความสำคัญ และประเภทของการโฆษณา
- เลือกสื่อโฆษณาให้เข้าถึงกับกลุ่มเป้าหมาย
- นำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการจัดทำสื่อโฆษณาอย่างมีจรรยาบรรณ

2. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของการโฆษณา ประเภทของการโฆษณา การตกแต่งร้าน การติดตาม ผลการโฆษณา อาชีพโฆษณา และจรรยาบรรณของอาชีพ และการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการโฆษณา

3. จุดมุ่งหมายรายวิชา เพื่อให้

- มีความรู้เกี่ยวกับวิวัฒนาการ ความหมาย และวัตถุประสงค์ของการโฆษณา
- เชื่อมโยงแนวความคิดของการโฆษณาและการขายที่ใช้อยู่ในกิจการธุรกิจต่างๆ
- มีความเข้าใจเกี่ยวกับการเลือกสื่อและโฆษณาให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย
- เห็นคุณค่าและความสำคัญของการโฆษณา

4. เนื้อหาวิชา

ลำดับ	เนื้อหาสาระ	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน	จำนวนคาบ
1	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการโฆษณา 1. ความหมายของการโฆษณา 2. คำที่มีความหมายคล้ายคลึงกับการโฆษณา 3. การโฆษณากับการตลาด 4. วัตถุประสงค์ของการโฆษณา 5. ความสำคัญของการโฆษณา 6. ประวัติความเป็นมาของการโฆษณา	แนะนำการเรียนรู้ คำอธิบาย รายวิชา ชี้แจงเกณฑ์การ ประเมินผลการเรียน - บรรยาย - แบ่งกลุ่มอภิปราย นำเสนอหน้าชั้นเรียน	3
2	ประเภทและลำดับขั้นของการโฆษณา 1. ประเภทของการโฆษณา 2. ลำดับขั้นของการโฆษณา	- บรรยาย	3
3	การสร้างสรรค์งานโฆษณา 1. ประเภทของการสร้างสรรค์งานโฆษณา 2. เทคนิคการนำเสนองานโฆษณา	- บรรยาย	3
4	3. เทคนิคการสร้างสรรค์งานโฆษณา	- บรรยาย - แบ่งกลุ่มอภิปราย นำเสนอหน้าชั้นเรียน	3
5	4. การสร้างสรรค์งานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์	- บรรยาย	3
6	การเขียนบทโฆษณา 1. การเขียนบทโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียง 2. เพลงโฆษณา (Jingle)	- บรรยาย - แบ่งกลุ่มอภิปราย นำเสนอหน้าชั้นเรียน	3

สัปดาห์	เนื้อหาสาระ	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน	จำนวนคาบ
7	3. การเขียนบทโฆษณา ทางโทรทัศน์	- บรรยาย - แบ่งกลุ่มอภิปราย นำเสนอหน้าชั้นเรียน	3
8	สื่อโฆษณา 1. ความหมายของสื่อโฆษณา	- บรรยาย - แบ่งกลุ่มอภิปราย นำเสนอหน้าชั้นเรียน	3
9	2. ประเภท ลักษณะ วิธีการและ ข้อดี-ข้อจำกัดของสื่อโฆษณา	- บรรยาย - แบ่งกลุ่มอภิปราย นำเสนอหน้าชั้นเรียน	3
10	การตกแต่งร้าน 1. ความหมายและความสำคัญของการตกแต่งร้าน 2. วัตถุประสงค์ของการตกแต่งร้าน 3. ลักษณะการตกแต่งร้านที่ดี หลักในการตกแต่งร้าน	- บรรยาย	3
11	5. พื้นที่ของร้านค้าที่ควร ตกแต่ง 6. ข้อควรพิจารณาในการ ตกแต่งร้านค้า	- บรรยาย	3
12	การทดสอบและประเมินผลการโฆษณา 1. ประโยชน์ของการวัดและประเมินผลการโฆษณา 2. ลักษณะของการทดสอบผลการโฆษณา 3. รูปแบบของการทดสอบผลของการโฆษณา		3
13	การทดสอบและประเมินผลการโฆษณา 4. ประเภทของการทดสอบ ผลการโฆษณา	- บรรยาย - แบ่งกลุ่มอภิปราย นำเสนอหน้าชั้นเรียน - บทบาทสมมติ	3

ลำดับ	เนื้อหาสาระ	กิจกรรมการเรียนรู้	จำนวนคาบ
14	บริษัทตัวแทนโฆษณา 1. ความหมายของบริษัทตัวแทนโฆษณา 2. วิวัฒนาการของบริษัทตัวแทนโฆษณา 3. โครงสร้างของบริษัทตัวแทนโฆษณา 4. หน้าที่ของฝ่ายต่างๆ ในบริษัทตัวแทนโฆษณา 5. ประเภทของบริษัทตัวแทนโฆษณา	- บรรยาย - แบ่งกลุ่มอภิปราย นำเสนอหน้าชั้นเรียน - บทบาทสมมติ	3
15	คุณสมบัติและจรรยาบรรณ ของนักโฆษณา 1. คุณสมบัติของนักโฆษณา 2. จรรยาบรรณของนักโฆษณา 3. หน่วยงานที่มีหน้าที่ควบคุมการโฆษณา 4. ข้อควรรู้ของการควบคุมการโฆษณา	- บรรยาย	3
16	การนำเทคโนโลยีประยุกต์ใช้ ในงานโฆษณา 1. เทคโนโลยีกับสื่อ หนังสือพิมพ์ 2. เทคโนโลยีกับสื่อวิทยุ 3. เทคโนโลยีกับสื่อโทรทัศน์	- บรรยาย	3
17	การนำเทคโนโลยีประยุกต์ใช้ ในงานโฆษณา 4. เทคโนโลยีกับสื่อกลางแจ้ง 5. เทคโนโลยีกับสื่ออินเทอร์เน็ต	- บรรยาย - แบ่งกลุ่มอภิปราย นำเสนอหน้าชั้นเรียน	3
	-กิจกรรมการประเมินผลการเรียน, ทบทวน		3
18	สอบปลายภาคเรียนที่ 1/ 2552		3

5. ชิ้นงานศึกษาค้นคว้า

- 5.1 มอบหมายงานเดี่ยวให้ทำกิจกรรมตามใบงาน
- 5.2 มอบหมายให้ทำรายงานเป็นกลุ่ม ๆ ละ 1 ชั้น 3
- 5.3 แบ่งนักศึกษาเป็นกลุ่ม ๆ ให้ทำกิจกรรมตามใบงาน

6. ข้อตกลงในการเรียน

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

7. สื่อการเรียนการสอน

1. แผ่นใส
2. แผนภูมิ
3. ตัวอย่างเอกสาร
4. เอกสารสรุป , ใบงาน

8. การวัดและประเมินผล

1. ความสนใจเรียนและมีส่วนร่วมในการเรียน	5 คะแนน
2. เวลาเรียน	5 คะแนน
3. งานมอบหมาย (งานกลุ่มและงานเดี่ยว)	20 คะแนน
4. สอบระหว่างภาคเรียน	40 คะแนน
5. สอบปลายภาคเรียน	30 คะแนน
รวม	100 คะแนน

เกณฑ์การให้คะแนน

80-100	4
75-79	3.5
70-74	3.0
65-69	2.5
60-64	2.0
55-59	1.5
50-54	1.0
ต่ำกว่า 50	0

เอกสารตำราประกอบการเรียนการสอน

1. หนังสือประกอบการเรียนวิชาการโฆษณาเบื้องต้น ของ พรทิพย์ สัมปิตตะวนิช สำนักพิมพ์ซีเอ็ด
2. หนังสือประกอบการเรียนวิชาการโฆษณา ของ วิไลลักษณ์ ช่อนกลิ่น สำนักพิมพ์ซีเอ็ด