

แนวการสอน (Course Syllabus)

สาขาวิชานิเทศศาสตร์

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

1. ข้อมูลทั่วไป

รหัสวิชา 3051101 วิชา หลักการโฆษณา (Principles of Advertising)

จำนวนหน่วยกิต / ชั่วโมง 3(3-0-3)

ผู้สอน ผศ. สุวรรณิ โปธิศรี

วัน เวลา ห้องเรียน ไทยธุรกิจ จ 2-4 ห้อง 3673

2. คำอธิบายรายวิชา

ความหมาย ความสำคัญ ประชญาและแนวคิดต่าง ๆ หลักและวิธีการดำเนินงานโฆษณา บทบาทและอิทธิพลของการโฆษณาที่มีต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม จริยธรรม และนักโฆษณา

3. วัตถุประสงค์ของรายวิชา

1. เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้และเข้าใจในความหมาย ความสำคัญ ประชญาและแนวคิดต่างๆ ของการโฆษณา
2. เพื่อให้ นักศึกษาสามารถอธิบายหลักและวิธีการดำเนินงานโฆษณา
3. เพื่อให้ นักศึกษาสามารถวิเคราะห์บทบาทและอิทธิพลของการโฆษณาที่มีต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม
4. เพื่อให้ นักศึกษาตระหนักถึงจริยธรรมของนักโฆษณา

4. เนื้อหา-กิจกรรมการเรียนการสอนและสื่อการสอน

สัปดาห์ที่	เนื้อหา-ประสบการณ์	วิธีสอน/กิจกรรม	สื่อการสอน
1	- แนะนำเนื้อหาในหลักสูตร วิธีการเรียนการสอน กิจกรรมตลอดหลักสูตร การวัดผล การจัดการกลุ่มสัมพันธ์ ประเมินผู้เรียน	- บรรยาย - อภิปราย - จัดกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ - ทดสอบ	- แนวการสอน - เอกสารการสอน - power point - เกม
2	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการโฆษณา - ความหมายของการโฆษณา - ความสำคัญของการโฆษณา - บทบาทของการโฆษณา	- บรรยาย - กิจกรรมทำบทบาท - อภิปราย/ซักถาม	- เอกสารการสอน - power point - ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการโฆษณา

	<ul style="list-style-type: none"> - ประวัติของการโฆษณา - ประวัติของการโฆษณาไทย 		
3	วัตถุประสงค์และองค์ประกอบของการโฆษณา <ul style="list-style-type: none"> - วัตถุประสงค์หลักของการโฆษณา - วัตถุประสงค์ทั่วไปของการโฆษณา - องค์ประกอบพื้นฐานการโฆษณา 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรยาย - อภิปราย/ซักถาม - กิจกรรมทำแบบท 	<ul style="list-style-type: none"> - เอกสารการสอน - power point - ตัวอย่างสื่อโฆษณา
4-5	แนวคิดพื้นฐานการโฆษณา <ul style="list-style-type: none"> - ทฤษฎีการจูงใจและการโน้มน้าวใจ - ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อโฆษณา - ทฤษฎีการใช้เหตุผลจริงและเหตุผลสมมติ - ทฤษฎีการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ - ทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และลำดับขั้นของการโฆษณา 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรยาย - ศึกษาค้นคว้า (กลุ่ม) - วิเคราะห์โฆษณาเกี่ยวกับทฤษฎี - รายงานหน้าชั้น - กิจกรรมทำแบบท 	<ul style="list-style-type: none"> - เอกสารการสอน - power point - ตัวอย่างสื่อโฆษณา - แหล่งค้นคว้าอินเทอร์เน็ต
6-7	การเขียนข้อความโฆษณา <ul style="list-style-type: none"> - โครงร่างข้อความโฆษณา - หลักการเขียนข้อความโฆษณาสำหรับสื่อต่าง ๆ 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรยาย - ศึกษาตัวอย่างโฆษณา - ฝึกเขียนข้อความโฆษณา 	<ul style="list-style-type: none"> - เอกสารการสอน - power point - ตัวอย่างสื่อโฆษณา - ใบงาน
8	สอบกลางภาค	ข้อสอบลักษณะปรนัยและอัตนัย	- ข้อสอบ
9	ประเภทของการโฆษณา <ul style="list-style-type: none"> - การโฆษณาระดับชาติ - การโฆษณาค้าปลีก - การโฆษณาการค้า - การโฆษณานำทางพนักงานขายสินค้าพิเศษ - การโฆษณาสินค้าที่ใช้ในแวดวงอุตสาหกรรม - การโฆษณาในงานอาชีพ - การโฆษณาสั่งซื้อสินค้าทางไปรษณีย์ - การโฆษณาที่ไม่เกี่ยวกับสินค้า 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรยาย - ศึกษาตัวอย่างโฆษณา - อภิปราย/ซักถาม - กิจกรรมทำแบบท 	<ul style="list-style-type: none"> - เอกสารการสอน - power point - ตัวอย่างสื่อโฆษณา
10-11	สื่อโฆษณา <ul style="list-style-type: none"> - ประเภทของสื่อโฆษณา - การวางแผนสื่อโฆษณา 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรยาย - ศึกษาค้นคว้านอกห้องเรียนเพื่อนำเสนอ - ฝึกวางแผนสื่อโฆษณา 	<ul style="list-style-type: none"> - เอกสารการสอน - power point - แหล่งศึกษาค้นคว้า เช่น

		- กิจกรรมท้ายบท	ห้องสมุด หรือ ศูนย์คอมพิวเตอร์
12	การประเมินการโฆษณา - วัตถุประสงค์ของการประเมินผลการโฆษณา - รูปแบบของการทดสอบการโฆษณา - วิธีการประเมินผลโฆษณา	- บรรยาย - อภิปราย/ซักถาม - กิจกรรมท้ายบท	- เอกสารการสอน - power point
13	คุณสมบัตินักโฆษณา - คุณสมบัติ - หลักเกณฑ์การดำเนินงานของวิชาชีพโฆษณา - จรรยาบรรณของอาชีพโฆษณา	- บรรยาย - คั่นคว่ำและนำเสนอ - วิเคราะห์/อภิปราย - กิจกรรมท้ายบท	- เอกสารการสอน - power point - แหล่งศึกษาคั่นคว่ำ นอกห้องเรียน
14	บริษัทตัวแทนโฆษณา - หน้าที่และความรับผิดชอบของบริษัทตัวแทนโฆษณา - โครงสร้างของบริษัทตัวแทนโฆษณา - ประเภทของบริษัทตัวแทนโฆษณา	- บรรยาย - คั่นคว่ำนอกห้องเรียนเพื่อนำเสนอ	- เอกสารการสอน - power point - โครงสร้างบริษัทตัวแทนโฆษณา - แหล่งคั่นคว่ำ
15	การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการโฆษณา	- บรรยาย - ศึกษาตัวอย่างสื่อ	- เอกสารการสอน - power point - ตัวอย่างสื่อที่ประยุกต์เทคโนโลยี

5. การวัดผลและประเมินผล

5.1 วัดผลและประเมินผลจาก

- 5.1.1 การเข้าเรียน จิตพิสัย ความสนใจในชั้นเรียน 20 %
- 5.1.2 สอบระหว่างภาค 20 %
- 5.1.3 งานคั่นคว่ำ นำเสนอ และกิจกรรมในชั้นเรียน 30 %
- 5.1.4 การทดสอบความรู้ความเข้าใจ สอบปลายภาค 30 %

5.2 เกณฑ์การตัดเกรด

- ระดับคะแนน 80-100 ได้ระดับ A
- ระดับคะแนน 75-79 ได้ระดับ B+
- ระดับคะแนน 70-74 ได้ระดับ B
- ระดับคะแนน 65-69 ได้ระดับ C+
- ระดับคะแนน 60-64 ได้ระดับ C

ระดับคะแนน 55-59 ได้ระดับ D+

ระดับคะแนน 50-54 ได้ระดับ D

ระดับคะแนน 0-49 ได้ระดับ E

5.3 มาตรฐานในการให้ระดับคะแนน

กระทำตามประกาศมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง เรื่อง แนวปฏิบัติในการประเมินผล การศึกษาสำหรับนักศึกษาในระดับอนุปริญญาและระดับปริญญาตรี ปีการศึกษา 2544

การให้ระดับคะแนนในการประเมินผลการเรียนในรายวิชาที่มี 8 ระดับคะแนน คือ A B+ B C+ C D+ D และ E จะต้องจำแนกระดับคะแนนของนักศึกษารวมทุกกลุ่มที่สอนไม่น้อย กว่า 5 ระดับคะแนน ดังนี้

5.3.1 ระดับคะแนน A และ B+ รวมกันไม่เกินร้อยละ 20 โดยระดับคะแนน A จะต้องไม่มากกว่าระดับคะแนน B+

5.3.2 ระดับคะแนน B ไม่เกินร้อยละ 25 ของจำนวนผู้เรียน

5.3.3 ระดับคะแนนที่เหลืออยู่ในดุลพินิจของอาจารย์ผู้สอน

6. แหล่งอ้างอิง

จรรยา ปิ่นท้วงกูร. (2551). การเขียนบทโฆษณา. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุษยากร ตีระพุดติกุลชัย. (2549). หลักการโฆษณา. ลำปาง : มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

วาที ชันธุวาร. (2550). การเขียนเพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์. ขอนแก่น : คลังน่านาวิทยา.

เสวี วงษ์มณฑา. (2540). การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

----- (2540). การโฆษณาเชิงปฏิบัติ. (2540). กรุงเทพฯ : เอ.เอ็น.

สุวรรณณี โพธิศรี. (2551). การผลิตสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์. ลำปาง : มหาวิทยาลัยราชภัฏ-
ลำปาง.

http://www.thaigoodview.com/library/contest2551/tech04/59/advertising/11_techno2_1html

<http://www.kosanathai.com>

www. adintrend.com

<http://e-book.ram.edu/e-book/inside/html/dlbook.asp?code=AP204>

elearning.spu.ac.th/allcontent/ads210/index.htm

www.sonthayonline.com/tag/

elearning.nstru.ac.th/category.php?id=117

elearning.yru.ac.th/e-learning/course/info.php?id=111