



มคอ.๓ รายละเอียดของรายวิชา
(Course Specification)

รหัสวิชา ๓๐๗๐๕๓๐๖ การตลาดสำหรับสื่อดิจิทัล
Marketing for Digital Media

รายวิชานี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๑
คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยนครพนม

สารบัญ

	หน้า
หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป	๑
หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	๒
หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ	๔
หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	๔
หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล	๙
หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	๑๖
หมวดที่ ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	๑๗

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา

มหาวิทยาลัยนครพนม

คณะ/วิทยาลัย

คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

ภาษาไทย

๓๐๗๐๕๓๐๖

การตลาดสำหรับสื่อดิจิทัล

ภาษาอังกฤษ

30705306

Marketing for Digital Media

๒. จำนวนหน่วยกิต

๓ (๓-๐-๖)

๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ ☒ สำหรับหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๑)

☐ หลายหลักสูตร (หลักสูตรที่ใช้รายวิชานี้เป็นรายวิชาเลือกทั่วไป /รายวิชาศึกษาทั่วไป)

๓.๒ ประเภทของรายวิชา

☐ วิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชา.....

☒ วิชาเฉพาะ (วิชาแกน วิชาเฉพาะด้าน วิชาพื้นฐานวิชาชีพและวิชาชีพ)

☐ วิชาเลือก

๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

ชื่ออาจารย์ นายวัชร สุตะโคตร เลขบัตรประจำตัวประชาชน ๓๔๗๐๖๐๐๓๕XXXX

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์ คณบดีการศึกษา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาการโฆษณา มหาวิทยาลัยศรีปทุม

๔.๒ อาจารย์ผู้สอน

ชื่ออาจารย์ นายวัชร สุตะโคตร เลขบัตรประจำตัวประชาชน ๓๔๗๐๖๐๐๓๕XXXX

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์ คณบดีการศึกษา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาการโฆษณา มหาวิทยาลัยศรีปทุม

๕. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

๑/๒๕๖๔ ชั้นปีที่เรียน ๓

๖. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)

ไม่มี

๗. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites)

ไม่มี

๘. สถานที่เรียน

☒ ในสถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยนครพนม (คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ)

☐ นอกสถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยนครพนม (ระบุ.....)

๙. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

วันที่ ๑๐ พฤษภาคม พ.ศ.๒๕๖๔

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

จุดมุ่งหมายของรายวิชา เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการเรียนรู้ในรายวิชาโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้นักศึกษาเกิดผลลัพธ์การเรียนรู้ ตามลักษณะของคำอธิบายรายวิชา ดังต่อไปนี้

แนวคิด องค์ประกอบ บทบาทและความสำคัญของการตลาดดิจิทัล กลยุทธ์การทำการตลาดดิจิทัล แผนงานการตลาดดิจิทัล การประเมินประสิทธิภาพ

ผู้สอนจึงขอแยกจุดมุ่งหมายของรายวิชา เพื่อให้เห็นถึงผลที่เกิดแก่นักศึกษา ดังต่อไปนี้

๑.๑ เพื่อให้นักศึกษาได้เข้าใจ แนวคิด องค์ประกอบ บทบาทและความสำคัญของการตลาดดิจิทัล

๑.๒ เพื่อให้นักศึกษาได้เข้าใจ กลยุทธ์การทำการตลาดดิจิทัล แผนงานการตลาดดิจิทัล การประเมินประสิทธิภาพ ตลอดจนกฎหมายและระเบียบข้อบังคับในการทำการสื่อสารการตลาดดิจิทัล

๑.๓ เพื่อให้นักศึกษาได้เข้าใจ ในเรื่องของพัฒนาการ แนวโน้มของการตลาดดิจิทัล เพื่อให้ นักศึกษาสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้สำหรับการดำเนินงานต่างๆ เพื่อการสร้างชาติ สังคมองค์กรวม อีกทั้งการมีความรับผิดชอบต่อสังคมและประเทศ

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนาปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้รายวิชา ๓๐๗๐๕๓๐๖ การตลาดสำหรับสื่อดิจิทัล มีเนื้อหาที่ชัดเจนในทฤษฎีและเข้มข้น สามารถเชื่อมโยงแนวคิดและทฤษฎี มีความทันสมัย ด้วยการเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาเนื้อหา ตามหลักแนวคิดการตลาดดิจิทัล ที่ให้ความหมายและความสำคัญในทำการตลาดรูป โดยโปรโมทสินค้าหรือบริการผ่านทางสื่อดิจิทัล และสามารถสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้บริโภค เพื่อเพิ่มยอดขายโดยใช้กลยุทธ์ต่างๆ ทางสื่อดิจิทัล ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน เนื่องจากผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสื่อเหล่านี้ได้ง่าย และสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา นอกจากนี้

การตลาดดิจิทัลคืออีกทางเลือกหนึ่งของการสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นกับธุรกิจแบรนด์ใหม่ ทำให้การรับรู้ในวงกว้างไม่ใช่เรื่องที่ยากอีกต่อไป อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ในจำนวนมากได้โดยตรง ธุรกิจแบรนด์ใหม่จึงมีโอกาที่จะเป็นที่รู้จัก และเติบโตได้อย่างรวดเร็วช่องทางต่างๆ ของการตลาดแบบดิจิทัล

จากข้อมูลทางวิชาการข้างต้น ทำให้ผู้สอนในรายวิชา ๓๐๗๐๕๓๐๖ การตลาดสำหรับสื่อดิจิทัล เห็นความสำคัญถึงการปรับปรุงและพัฒนาเนื้อหาในรายวิชาให้ทันสมัยและสอดคล้องกับรายวิชานี้ เพื่อการพัฒนาเนื้อหาในรายวิชาและเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจให้กับนักศึกษามากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์	ข้อมูล/หลักฐาน	วิธีการพัฒนาปรับปรุง	ผู้รับผิดชอบ
ปรับปรุงและพัฒนาเนื้อหาในรายวิชาให้ทันสมัยและสอดคล้องกับเนื้อหาของรายวิชา และผู้เรียนโดยอ้างอิงแนวคิดที่ทันสมัย กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัลที่ทันสมัย นวัตกรรมการตลาดดิจิทัล ที่ผสมผสานการสร้างสรรค์การผลิตสื่อทางนิเทศศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสม	๑. สืบค้นเนื้อหาที่ทันสมัยจากงานวิจัย วิทยานิพนธ์และบทความออนไลน์ สืบค้นคำสำคัญ คือ “การตลาดดิจิทัล” และ “DIGITAL MARKETING” ๒. ได้ทำการศึกษาถึงแนวโน้มของการตลาดดิจิทัล เพื่อนำมาวิเคราะห์หากกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับการเรียนรู้ในรายวิชา	วิเคราะห์และปรับปรุงเนื้อหาของรายวิชา ให้ทันสมัย โดยเพิ่มเติมข้อมูลที่มีความทันสมัยขึ้น จากบทความทางวิชาการและตำรา	นายวัชร สุตะโคตร

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

แนวคิด องค์ประกอบ บทบาทและความสำคัญของการตลาดดิจิทัล กลยุทธ์การทำการตลาดดิจิทัล แผนงานการตลาดดิจิทัล การประเมินประสิทธิภาพ ตลอดจนกฎหมายและระเบียบข้อบังคับในการทำการสื่อสารการตลาดดิจิทัล

Concepts, elements, roles and importance of digital marketing, digital marketing strategies, digital marketing plan, performance evaluation, including laws and regulations for digital marketing communications

๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

จำนวนชั่วโมง บรรยาย/ทฤษฎี	จำนวนชั่วโมงฝึก ปฏิบัติการ	จำนวนชั่วโมง การศึกษาด้วยตนเอง	จำนวนชั่วโมงที่ สอนเสริมใน รายวิชา
๓	๐	๖	๐

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

วิธีการให้คำแนะนำ ให้นักศึกษาเข้าพบในชั่วโมงให้คำปรึกษา

วันพุธ ๑๓.๐๐ – ๑๖.๓๐ น.

จำนวน ๔๘ ชั่วโมง

หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

๑. คุณธรรม จริยธรรม

คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
๑.๒ เคารพในกฎระเบียบ มีวินัย และตรงต่อเวลา ๐	๑. ทรอดแทรกเนื้อหาที่บอกเล่าประสบการณ์ของผู้สอนหรือรุ่นพี่ของนักศึกษา เกี่ยวกับเรื่องของการทำงาน การตรงต่อเวลา การรับผิดชอบในการทำงาน ๒. ในการปฏิบัติงานในชั้นเรียน จะให้มีการแบ่งกลุ่มกันปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดความตระหนักในหน้าที่ที่รับผิดชอบ ๓. มีกำหนดการส่งงานที่ชัดเจน และตรงเวลา หากไม่ปฏิบัติตามกำหนดการจะมีการหักคะแนน พร้อมชี้แจงและเรียกนักศึกษาเข้าพบเพื่ออธิบายถึงความสำคัญของหน้าที่รับผิดชอบ	ประเมินจากพฤติกรรมการเข้าเรียน และการส่งงานที่ได้รับมอบหมาย พร้อมทั้งประเมินจากการวิเคราะห์ผลงานการผลิตสื่อในทุกครั้งที่เข้าชั้นเรียน

คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
๑.๕ มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพทางนิติศาสตร์ ●	๑. ทรูดแทรกเนื้อหาในเรื่องของจริยธรรมในวิชาชีพนักนิติศาสตร์ ๒. นำเสนอและวิเคราะห์เกี่ยวกับกรณีศึกษาที่เกิดจากผลดีและผลเสียทางด้านการมีและการขาดซึ่งจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพทางนิติศาสตร์ ทั้งในอดีตและปัจจุบัน	๑. ประเมินจากพฤติกรรมการเข้าเรียน และการส่งงานที่ได้รับมอบหมาย สังเกตและให้คะแนนจากการนำเสนอหน้าชั้นเรียน ๒. ให้คะแนนจากการเข้าร่วมกิจกรรมของสาขาวิชานิติศาสตร์ดิจิทัล ในส่วนของของความรับผิดชอบต่อส่วนรวม การมีจิตอาสาในกิจกรรมต่อส่วนรวม และสังคม ๓. ประเมินจากการวิเคราะห์เนื้อหาทั้งระหว่างการอภิปรายในชั้นเรียน และงานที่ได้รับมอบหมาย

๒. ความรู้

ความรู้ที่ต้องได้รับ	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
๒.๑ มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชานิติศาสตร์อย่างกว้างขวาง เป็นระบบ เป็นสากล และทันสมัยต่อสถานการณ์โลก ●	๑. สอนนักศึกษาโดยการวิเคราะห์และสังเคราะห์เนื้อหาที่มาจากตำราและบทความทางวิชาการ มีเนื้อหากว้างขวาง ชัดเจน เชื่อถือได้ และมีความเป็นสากล ๒. ทรูดแทรกเนื้อหา และวิธีการสอนที่ทันสมัย เน้นให้เห็นถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงของสื่อสร้างสรรค์ จากอดีตสู่ปัจจุบัน ๓. เน้นให้นักศึกษาตระหนักถึงความสำคัญของการนำวิชาความรู้ทางนิติศาสตร์ไปประกอบ	๑. ประเมินจากพฤติกรรมการเข้าเรียน และการส่งงานที่ได้รับมอบหมาย สังเกตและให้คะแนนจากการนำเสนอหน้าชั้นเรียน ๒. ประเมินจากการวิเคราะห์เนื้อหาทั้งระหว่างการอภิปรายในชั้นเรียน และงานที่ได้รับมอบหมาย

ความรู้ที่ต้องได้รับ	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
	วิชาชีพในอนาคตให้เกิดประโยชน์ กับ ชีวิต ครอบครัว สังคม อย่างไร	
๒.๒ มีความรู้และความเข้าใจ เกี่ยวกับกระบวนการบริหารจัดการ และสามารถบูรณาการความรู้ใน ศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ○	๑. มอบหมายให้นักศึกษา วิเคราะห์และสังเคราะห์เนื้อหา จากตำราและบทความทาง วิชาการ ที่เฉพาะเจาะจงใน ศาสตร์ของนิเทศศาสตร์ เนื้อหา เจาะลึกในเรื่องของการตลาดใน ยุคดิจิทัล ๒. ให้แบบฝึกหัด ในการคิด สร้างสรรค์ธุรกิจโฆษณาออนไลน์ การตลาดในยุคดิจิทัล หรือด้าน การส่งเสริมการตลาดสินค้าภูมิ ปัญญาท้องถิ่น ในชุมชนที่ นักศึกษาอาศัยอยู่	๑. ประเมินจากพฤติกรรมการเข้า เรียน และการส่งงานที่ได้รับ มอบหมาย สังเกตและให้คะแนน จากการนำเสนอหน้าชั้นเรียน ๒. ประเมินจากการวิเคราะห์ เนื้อหาทั้งระหว่างการอภิปรายใน ชั้นเรียน และงานที่ได้รับ มอบหมาย
๒.๔ มีความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะ ทางในงานด้านนิเทศศาสตร์ โดยเฉพาะความรู้ ที่เกี่ยวข้องกับ ธุรกิจ การตลาด และเทคโนโลยีการ สื่อสารสมัยใหม่ ●	๑. สอนในเนื้อหาที่วิเคราะห์จาก ข้อมูลที่ได้มาจาสื่อออนไลน์ ที่ ปรับปรุงและนำเสนอล่าสุด เพื่อ กระตุ้นและสร้างแรงบันดาลใจ ให้กับนักศึกษาในเรื่องของ การตลาดดิจิทัลในปัจจุบัน ๒.มอบหมายให้นักศึกษาวิเคราะห์ และสังเคราะห์เนื้อหาจากตำรา และบทความทางวิชาการ ที่ เฉพาะเจาะจงในศาสตร์ของนิเทศ ศาสตร์ เนื้อหาเจาะลึกในเรื่องของ การตลาดในยุคดิจิทัล ๒. ให้แบบฝึกหัด ในการคิด สร้างสรรค์ธุรกิจโฆษณาออนไลน์	๑. ประเมินจากพฤติกรรมการเข้า เรียน และการส่งงานที่ได้รับ มอบหมาย สังเกตและให้คะแนน จากการนำเสนอหน้าชั้นเรียน ๒. ประเมินจากการวิเคราะห์ เนื้อหาทั้งระหว่างการอภิปรายใน ชั้นเรียน และงานที่ได้รับ มอบหมาย

ความรู้ที่ต้องได้รับ	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
	การตลาดในยุคดิจิทัล หรือด้าน การส่งเสริมการตลาดสินค้าภูมิ ปัญญาท้องถิ่น ในชุมชนที่ นักศึกษาอาศัยอยู่	

๓. ทักษะทางปัญญา

ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
๓.๒ สืบค้น รวบรวม จัดระบบ และ สรุปข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่ หลากหลายได้ ●	๑. สอนในเนื้อหา ของการ วิเคราะห์ข้อมูล และการสืบค้น ข้อมูล เพื่อนำมาพัฒนาในการ สร้างกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัล ๒. สร้างกิจกรรมการเรียนรู้ ที่เน้น การสรุปข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่ หลากหลายได้ ๒. นำผลจากของกิจกรรมการ เรียนรู้ มาวิเคราะห์อภิปรายในชั้น เรียน โดยใช้ทฤษฎีทางด้านนิเทศ ศาสตร์ ผสานกับ แนวคิดด้าน การตลาดในยุคดิจิทัล ๓. ให้นักศึกษาเข้าอบรมการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ กับทาง ศูนย์เทคโนโลยีดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม	๑. ประเมินจากพฤติกรรมการเข้า เรียน และการส่งงานที่ได้รับ มอบหมาย สังเกตและให้คะแนน จากการนำเสนอหน้าชั้นเรียน ๒. ประเมินจากการวิเคราะห์ เนื้อหาทั้งระหว่างการอภิปรายใน ชั้นเรียน และงานที่ได้รับ มอบหมาย ๓. ประเมินผลความรู้ จากการเข้า อบรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ กับทางศูนย์เทคโนโลยีดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม โดยการ อภิปรายกลุ่มในชั้นเรียน เกี่ยวกับ ประโยชน์ที่ได้จากการอบรมและ การนำไปประยุกต์ใช้กับการเรียน และการใช้เทคโนโลยีใน ชีวิตประจำวัน
๓.๓ สามารถวิเคราะห์ สังเคราะห์ และประเมินผลข้อมูลเพื่อนำไปใช้ ประโยชน์ใน เชิงพาณิชย์และเพื่อ ประโยชน์ทางสังคม ○	๑. ให้แบบฝึกหัด ในการคิด สร้างสรรค์ธุรกิจโฆษณาออนไลน์ หรือด้านการส่งเสริมการตลาด ดิจิทัลสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่น ใน ชุมชนที่นักศึกษาอาศัยอยู่	๑. ประเมินจากพฤติกรรมการเข้า เรียน และการส่งงานที่ได้รับ มอบหมาย สังเกตและให้คะแนน จากการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
	๒. นำผลจากแบบฝึกหัดในข้อ ๑ มาวิเคราะห์อภิปรายในชั้นเรียน โดยใช้ทฤษฎีทางด้านนิเทศศาสตร์ ผสานกับ แนวคิดด้านการตลาด ในยุคดิจิทัล	๒. ประเมินจากการวิเคราะห์ เนื้อหาทั้งระหว่างการอภิปรายในชั้นเรียน และงานที่ได้รับมอบหมาย

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
๔.๓ มีความรับผิดชอบต่อตนเอง ผู้อื่น สังคม และวิชาชีพ รวมทั้งต่อ งานที่ได้รับมอบหมาย ○	๑. ให้แบบฝึกหัด ในการคิดสร้างสรรค์ธุรกิจโฆษณาออนไลน์ หรือด้านการส่งเสริมการตลาด สินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่น ในชุมชน ที่นักศึกษาอาศัยอยู่ ๒. นำผลจากแบบฝึกหัดในข้อ ๑ มาวิเคราะห์อภิปรายในชั้นเรียน โดยใช้ทฤษฎีทางด้านนิเทศศาสตร์ ผสานกับ แนวคิดด้านการตลาด ในยุคดิจิทัล	๑. ประเมินจากพฤติกรรมการเข้าเรียน และการส่งงานที่ได้รับมอบหมาย สังเกตและให้คะแนน จากการนำเสนอหน้าชั้นเรียน ๒. ประเมินจากการวิเคราะห์ เนื้อหาทั้งระหว่างการอภิปรายในชั้นเรียน และงานที่ได้รับมอบหมาย

๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
๕.๑ สามารถนำทักษะการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการ บริหารงานด้านนิเทศศาสตร์ ○	๑.สอนเนื้อหาการสืบค้นและวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบ อินโฟกราฟิก เพื่อนำผล มาใช้ในการบริหารงานด้าน นิเทศศาสตร์ ๒. มอบหมายงานให้สืบค้น ข้อมูลในอินเทอร์เน็ต ใน รูปแบบอินโฟกราฟิก ที่ใหม่ มี	๑. ประเมินจากพฤติกรรมการเข้าเรียน และการส่งงานที่ได้รับมอบหมาย สังเกต และให้คะแนนจากการนำเสนอหน้าชั้นเรียน ๒. ประเมินจากการวิเคราะห์เนื้อหาทั้ง ระหว่างการอภิปรายในชั้นเรียน และงาน ที่ได้รับมอบหมาย

	ความน่าสนและมีควม เหมาะสมกับสถานการณ์ สังคมในยุคปัจจุบัน	
๕.๒ มีทักษะการสื่อสาร ทั้งการ ฟัง การพูด การอ่าน การเขียน การนำเสนอ และการสื่อ ความหมายให้สอดคล้องกับ กลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม โดยมุ่งพัฒนาการสื่อสาร ด้วยภาษาอังกฤษ ○	๑. ให้นักศึกษารายงานข้อมูล ความเคลื่อนไหวของแวดวง สื่อสารมวลชน วารสารศาสตร์ และสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ ใน รูปแบบอินโฟกราฟิก โดยให้ วิเคราะห์ในเชิงของตัวเลข พร้อมกับการนำเสนอหน้าชั้น เรียนด้วยภาษาอังกฤษ ๒. มอบหมายงานให้สืบค้น ข้อมูลในอินเทอร์เน็ต และ นำมาจัดทำกรนำเสนอใน รูปแบบที่น่าสนใจ พร้อมทั้งยัง นำตัวอย่างสื่อออนไลน์ที่มีผล ต่อสังคม มาให้นักศึกษาได้ชม และวิเคราะห์ร่วมกัน	๑. ประเมินจากพฤติกรรมการเข้าเรียน และการส่งงานที่ได้รับมอบหมาย สังเกต และให้คะแนนจากการนำเสนอหน้าชั้น เรียน ๒. ประเมินจากการวิเคราะห์เนื้อหาทั้ง ระหว่างการอภิปรายในชั้นเรียน และงาน ที่ได้รับมอบหมาย

๖. ทักษะการปฏิบัติงาน

ทักษะการปฏิบัติงานที่ต้องพัฒนา	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
-	-	-

หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

๑. แผนการสอน

สัปดาห์ ที่/ (๑)	สาระเนื้อหาการเรียนรู้(Learning Contents) (๒)	วิธีสอนและกิจกรรมการเรียนรู้ (Method) (๓)	สื่อการเรียนรู้ (Media) (๔)	จำนวนชั่วโมง (๕)			วิธีการวัดและประเมินผล (Evaluation) (๖)	ชื่อผู้สอน (๗)
				บรรยาย	ปฏิบัติการ	ศึกษาด้วย ตนเอง		
สัปดาห์ที่ ๑	แนะนำรายวิชา อธิบายความสำคัญของรายวิชา Learning Outcome นักศึกษามี ความเข้าใจเกี่ยวกับภาพรวมของ การเรียนการตลาดดิจิทัล เนื้อหา รายวิชา กิจกรรม และการ ประเมินผล	๑. อธิบายถึงรายละเอียดของ แผนบริหารการสอน ๒. อธิบายงานและอธิบายถึง . ความสำคัญของรายวิชา ๓. ให้นักศึกษาแนะนำตัว และ พูดถึงรายวิชาที่เคยเรียนมา ว่ามี ปัญหา หรือมีความชอบส่วนตัว อย่างไร มีความสนใจ ชอบ ถนัด ในเรื่องไหน	๑. เอกสาร ประกอบการเรียน ๒. PowerPoint ๓. ระบบอินเทอร์เน็ต ๔. ภาพนิ่ง ๕. ภาพยนต์ ๖. โซเชียลมีเดีย	๓	๐	๖	๑. ประเมินจากพฤติกรรม การเข้าเรียน ๒. การสังเกตพฤติกรรมของ นักศึกษาและการส่งงาน การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน การตอบคำถามและการ สนทนา ในส่วนของเนื้อหา วิชาการ	อ.วัชร
สัปดาห์ที่ ๒	แนวคิดการตลาดดิจิทัล - ความหมาย ความสำคัญของ การตลาดดิจิทัล - ธุรกิจกับ การตลาดดิจิทัล - การพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce)	๑. บรรยายเนื้อหา ๒. ให้นักศึกษาชมตัวอย่าง ผลงานด้านการตลาดดิจิทัลที่ สร้างกระแสในปัจุบัน	๑. เอกสาร ประกอบการเรียน ๒. PowerPoint ๓. ระบบอินเทอร์เน็ต ๔. ภาพนิ่ง	๓	๐	๖	๑. ประเมินจากพฤติกรรม การเข้าเรียน ๒. การสังเกตพฤติกรรมของ นักศึกษาและการส่งงาน การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	อ.วัชร

สัปดาห์ ที่/ (๑)	สาระเนื้อหาการเรียนรู้(Learning Contents) (๒)	วิธีสอนและกิจกรรมการเรียนรู้ (Method) (๓)	สื่อการเรียนรู้ (Media) (๔)	จำนวนชั่วโมง (๕)			วิธีการวัดและประเมินผล (Evaluation) (๖)	ชื่อผู้สอน (๗)
				บรรยาย	ปฏิบัติการ	ตนเอง มอบหมาย		
	Learning Outcome นักศึกษา ได้เรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับ การตลาด ดิจิทัลและสามารถแยก ความแตกต่างจาก การตลาดแบบ ออฟไลน์ได้	๓. ให้นักศึกษาฝึกใช้ความคิด สร้างสรรค์ โดยให้คิดวิธีการใน การสื่อสารการตลาดดิจิทัล ที่มี ผลต่อการสื่อสารในการรับ สมัครเข้าศึกษาต่อในสาขาวิชา นิเทศศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม ในสื่อ ออนไลน์	๕. ภาพยนต์ ๖. โซเชียลมีเดีย				การตอบคำถามและการ สนทนา ในส่วนของเนื้อหา วิชาการ	
สัปดาห์ที่ ๓-๔	ส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัล Learning Outcome นักศึกษามี ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับส่วน ประสมทางการตลาดดิจิทัลและ สามารถนำไป ประยุกต์ใช้ได้ พฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดดิจิทัล - ลักษณะของผู้บริโภคในตลาด ดิจิทัล – การใช้สื่อดิจิทัล	๑. บรรยายเนื้อหา ๒. ให้นักศึกษาชมตัวอย่าง ผลงานด้านการตลาดดิจิทัลที่ สร้างกระแสนิยมในปัจจุบัน ๓. ให้นักศึกษาฝึกใช้ความคิด สร้างสรรค์ โดยให้คิดวิธีการใน การสื่อสารการตลาดดิจิทัล ที่มี ผลต่อการสื่อสารในการรับ สมัครเข้าศึกษาต่อในสาขาวิชา	๑. เอกสาร ประกอบการเรียน ๒. PowerPoint ๓. ระบบอินเทอร์เน็ต ๔. ภาพนิ่ง ๕. ภาพยนต์ ๖. โซเชียลมีเดีย	๖	๐	๑๒	๑. ประเมินจากพฤติกรรม การเข้าเรียน ๒. การสังเกตพฤติกรรมของ นักศึกษาและการส่งงาน การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน การตอบคำถามและการ สนทนา ในส่วนของเนื้อหา วิชาการ	อ.วัชร

สัปดาห์ ที่/ (๑)	สาระเนื้อหาการเรียนรู้(Learning Contents) (๒)	วิธีสอนและกิจกรรมการเรียนรู้ (Method) (๓)	สื่อการเรียนรู้ (Media) (๔)	จำนวนชั่วโมง (๕)			วิธีการวัดและประเมินผล (Evaluation) (๖)	ชื่อผู้สอน (๗)
				บรรยาย	ปฏิบัติการ	ตนเอง และผู้อื่น		
	Learning Outcome นักศึกษา ได้เรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับ พฤติกรรม ของผู้บริโภคในตลาด ดิจิทัล และสามารถอธิบาย ลักษณะการใช้สื่อของผู้บริโภคได้	นิเทศศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม ในสื่อ ออนไลน์						
สัปดาห์ที่ ๕-๖	การจัดการฐานข้อมูลของลูกค้า – ความสำคัญในการจัดการ ฐานข้อมูลลูกค้า – การทำ CRM (Customer Relationship Management) Learning Outcome นักศึกษา ได้เรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับการ จัดการ ฐานข้อมูลและสามารถ อธิบายถึงความสำคัญ ของการทำ CRM ได้	๑. บรรยายเนื้อหา ๒. ให้นักศึกษาศึกษาเนื้อหาของ การตลาดดิจิทัล ที่มีผลกับตัว นักศึกษาเอง ทั้งในอดีตและ ปัจจุบัน ๓. นำเนื้อหาวิเคราะห์และ นำเสนอในรูปแบบรายงานและ นำเสนอหน้าชั้นเรียน ใน รูปแบบการสื่อสารที่เข้าใจได้ ง่าย	๑. เอกสาร ประกอบการเรียน ๒. PowerPoint ๓. ระบบอินเทอร์เน็ต ๔. ภาพนิ่ง ๕. ภาพยนต์ ๖. โซเชียลมีเดีย	๖	๐	๑๒	๑. ประเมินจากพฤติกรรม การเข้าเรียน ๒. การสังเกตพฤติกรรมของ นักศึกษาและการส่งงาน การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน การตอบคำถามและการ สนทนา ในส่วนของเนื้อหา วิชาการ	อ.วัชร

สัปดาห์ ที่/ (๑)	สาระเนื้อหาการเรียนรู้(Learning Contents) (๒)	วิธีสอนและกิจกรรมการเรียนรู้ (Method) (๓)	สื่อการเรียนรู้ (Media) (๔)	จำนวนชั่วโมง (๕)			วิธีการวัดและประเมินผล (Evaluation) (๖)	ชื่อผู้สอน (๗)
				บรรยาย	ปฏิบัติการ	ตนเอง และผู้อื่น		
	การสื่อสารการตลาดดิจิทัล - ความหมายและลักษณะของการ สื่อสาร การตลาดดิจิทัล - เครื่องมือของการสื่อสาร การตลาดดิจิทัล (โฆษณา ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการ ขาย การจัดกิจกรรม...IMC) Learning Outcome นักศึกษามี ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการ สื่อสารการตลาดดิจิทัล และ สามารถเลือกใช้ เครื่องมือของการ สื่อสารการตลาดได้							
สัปดาห์ที่ ๗-๘	การสื่อสารการตลาดดิจิทัล (ต่อ) Learning Outcome นักศึกษามี ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการ	๑. บรรยายพร้อมนำตัวอย่าง งานมาวิเคราะห์ประกอบ	๑. เอกสาร ประกอบการเรียน ๒. PowerPoint	๖	๐	๑๒	- ตรวจสอบผลจากงานที่ได้มอบหมายให้ไปค้นคว้า	อ.วัชร

สัปดาห์ ที่/ (๑)	สาระเนื้อหาการเรียนรู้(Learning Contents) (๒)	วิธีสอนและกิจกรรมการเรียนรู้ (Method) (๓)	สื่อการเรียนรู้ (Media) (๔)	จำนวนชั่วโมง (๕)			วิธีการวัดและประเมินผล (Evaluation) (๖)	ชื่อผู้สอน (๗)
				บรรยาย	ปฏิบัติการ	ตนเอง และผู้อื่น		
	สื่อสารการตลาดดิจิทัล และ สามารถเลือกใช้ เครื่องมือของการ สื่อสารการตลาดได้ การวัดประสิทธิผลของเครื่องมือ การตลาดดิจิทัล - โปรแกรมที่ใช้ในการวัด ประสิทธิภาพ - วิธีการวัด Learning Outcome นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับวิธีการวัด ประสิทธิภาพของ เครื่องมือการตลาดดิจิทัล และ สามารถอธิบายประสิทธิภาพของ เครื่องมือได้	หลักการและแนวคิดทาง วิชาการ ๒. ฝึกปฏิบัติงานวิเคราะห์ อภิปราย สื่อสังคมออนไลน์	๓. ระบบอินเทอร์เน็ต ๔. ภาพนิ่ง ๕. ภาพยนต์ ๖. โซเชียลมีเดีย				- ประเมินผลจากการมีส่วนร่วม ร่วมในชั้นเรียน - ประเมินจากการ สังเกตการฝึกปฏิบัติงาน	
สัปดาห์ที่ ๙	สอบกลางภาค							

สัปดาห์ ที่/ (๑)	สาระเนื้อหาการเรียนรู้(Learning Contents) (๒)	วิธีสอนและกิจกรรมการเรียนรู้ (Method) (๓)	สื่อการเรียนรู้ (Media) (๔)	จำนวนชั่วโมง (๕)			วิธีการวัดและประเมินผล (Evaluation) (๖)	ชื่อผู้สอน (๗)
				บรรยาย	ปฏิบัติการ	ตนเอง และคู่บัดดี้		
สัปดาห์ที่ ๑๐-๑๑	การออกแบบเนื้อหา ของ การตลาดดิจิทัล - วัตถุประสงค์การสื่อสาร - รูปแบบเนื้อหา (ข้อความ ภาพนิ่ง แอนิเมชัน เสียง อินโฟกราฟิก ภาพยนตร์) Learning Outcome นักศึกษามี ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการ ออกแบบเนื้อหาของการตลาด ดิจิทัล และ สามารถออกแบบ เนื้อหาให้สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์การสื่อสารการตลาด ได้	๑. บรรยายพร้อมนำตัวอย่าง งานสิ่งพิมพ์มาวิเคราะห์ อภิปรายร่วมกันในชั้นเรียน ๒. นำเนื้อหาวิเคราะห์และ นำเสนอในรูปแบบรายงานและ นำเสนอหน้าชั้นเรียน ใน รูปแบบการสื่อสารที่เข้าใจได้ ง่าย	๑. เอกสาร ประกอบการเรียนรู้ ๒. PowerPoint ๓. ระบบอินเทอร์เน็ต ๔. ภาพนิ่ง ๕. ภาพยนต์ ๖. โซเชียลมีเดีย	๖	-	๑๒	- ตรวจสอบประเมินผลจากงานที่ได้มอบหมายให้ไปค้นคว้า - ประเมินผลจากการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน - ประเมินจากการสังเกตการฝึกปฏิบัติงาน	อ.วัชร
สัปดาห์ที่ ๑๒-๑๓	การใช้สื่อของการตลาดดิจิทัล	๑. บรรยายพร้อมนำตัวอย่าง งานสิ่งพิมพ์มาวิเคราะห์ อภิปรายร่วมกันในชั้นเรียน	๑. เอกสาร ประกอบการเรียนรู้ ๒. PowerPoint	๖	-	๑๒	- ตรวจสอบประเมินผลจากงานที่ได้มอบหมายให้ไปค้นคว้า	อ.วัชร

สัปดาห์ ที่/ (๑)	สาระเนื้อหาการเรียนรู้(Learning Contents) (๒)	วิธีสอนและกิจกรรมการเรียนรู้ (Method) (๓)	สื่อการเรียนรู้ (Media) (๔)	จำนวนชั่วโมง (๕)			วิธีการวัดและประเมินผล (Evaluation) (๖)	ชื่อผู้สอน (๗)
				บรรยาย	ปฏิบัติการ	ตนเอง และผู้อื่น		
	- ลักษณะและรูปแบบสื่อ (เว็บไซต์ เครือข่าย สังคม ระบบสตริมมิ่ง โทรศัพท์เคลื่อนที่...) - วิธีการใช้งาน ความถี่ ช่วงเวลาในการใช้ Learning Outcome นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้สื่อ ของการตลาดดิจิทัล และสามารถอธิบาย วิธีการใช้งานแต่ละสื่อได้	๒. นำเนื้อหาวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบรายงานและนำเสนอหน้าชั้นเรียน ในรูปแบบการสื่อสารที่เข้าใจได้ง่าย	๓. ระบบอินเทอร์เน็ต ๔. ภาพนิ่ง ๕. ภาพยนต์ ๖. โซเชียลมีเดีย				- ประเมินผลจากการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน - ประเมินจากการสังเกตการฝึกปฏิบัติงาน	
สัปดาห์ที่ ๑๔-๑๕	การใช้เว็บไซต์ในการตลาดดิจิทัล Learning Outcome นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เว็บไซต์ในการตลาดดิจิทัลและสามารถอธิบาย ลักษณะการใช้งานได้	๑. บรรยายพร้อมนำตัวอย่างงานสิ่งพิมพ์ออนไลน์มาวิเคราะห์ อภิปรายร่วมกันในชั้นเรียน ๒. นำเนื้อหาวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบรายงานและ	๑. เอกสารประกอบการเรียน ๒. PowerPoint ๓. ระบบอินเทอร์เน็ต ๔. ภาพนิ่ง ๕. ภาพยนต์	๖	-	๑๒	- ตรวจสอบผลจากงานที่ได้มอบหมายให้ไปค้นคว้า - ประเมินผลจากการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน - ประเมินจากการสังเกตการฝึกปฏิบัติงาน	อ.วัชร

สัปดาห์ ที่/ (๑)	สาระเนื้อหาการเรียนรู้(Learning Contents) (๒)	วิธีสอนและกิจกรรมการเรียนรู้ (Method) (๓)	สื่อการเรียนรู้ (Media) (๔)	จำนวนชั่วโมง (๕)			วิธีการวัดและประเมินผล (Evaluation) (๖)	ชื่อผู้สอน (๗)
				บรรยาย	ปฏิบัติการ	ตนเอง และผู้อื่น		
		นำเสนอหน้าชั้นเรียน ใน รูปแบบการสื่อสารที่เข้าใจได้ ง่าย	๖. โซเชียลมีเดีย					
สัปดาห์ที่ ๑๖	การใช้เครือข่ายสังคมในการตลาด ดิจิทัล - Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Netflix,... Learning Outcome นักศึกษามี ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ เครือข่ายสังคมในการตลาดดิจิทัล และสามารถ อธิบายลักษณะการใช้ งานได้	๑. บรรยายพร้อมนำตัวอย่าง งานสิ่งพิมพ์มาวิเคราะห์ อภิปรายร่วมกันในชั้นเรียน ๒. นำเนื้อหาวิเคราะห์และ นำเสนอในรูปแบบรายงานและ นำเสนอหน้าชั้นเรียน ใน รูปแบบการสื่อสารที่เข้าใจได้ ง่าย	๑. เอกสาร ประกอบการเรียน ๒. PowerPoint ๓. ระบบอินเทอร์เน็ต ๔. ภาพนิ่ง ๕. ภาพยนต์ ๖. โซเชียลมีเดีย	๓	-	๖	- ตรวจสอบผลจากงานที่ ได้มอบหมายให้ไปค้นคว้า - ประเมินผลจากการมีส่วน ร่วมในชั้นเรียน - ประเมินจากการ สังเกตการฝึกปฏิบัติงาน	อ.วัชร
สัปดาห์ที่ ๑๗	การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ใน การตลาดดิจิทัล	๑. บรรยายพร้อมนำตัวอย่าง งานสิ่งพิมพ์มาวิเคราะห์ อภิปรายร่วมกันในชั้นเรียน	๑. เอกสาร ประกอบการเรียน ๒. PowerPoint	๓	-	๖	- ตรวจสอบผลจากงานที่ ได้มอบหมายให้ไปค้นคว้า	อ.วัชร

สัปดาห์ ที่/ (๑)	สาระเนื้อหาการเรียนรู้(Learning Contents) (๒)	วิธีสอนและกิจกรรมการเรียนรู้ (Method) (๓)	สื่อการเรียนรู้ (Media) (๔)	จำนวนชั่วโมง (๕)			วิธีการวัดและประเมินผล (Evaluation) (๖)	ชื่อผู้สอน (๗)
				บรรยาย	ปฏิบัติการ	ตนเอง มอบหมาย		
	Learning Outcome นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้โทรศัพท์มือถือในการตลาดดิจิทัล และสามารถ อธิบายลักษณะการใช้งานได้ จริยธรรมสำหรับการตลาดดิจิทัล Learning Outcome นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับจริยธรรม สำหรับการตลาดดิจิทัล และสามารถนำไป ประยุกต์ใช้ได้	๒. นำเนื้อหาวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบรายงานและนำเสนอหน้าชั้นเรียน ในรูปแบบการสื่อสารที่เข้าใจได้ง่าย	๓. ระบบอินเทอร์เน็ต ๔. ภาพนิ่ง ๕. ภาพยนต์ ๖. โซเชียลมีเดีย				- ประเมินผลจากการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน - ประเมินจากการสังเกตการฝึกปฏิบัติงาน	
สัปดาห์ที่ ๑๘	สอบปลายภาค							
รวมจำนวนชั่วโมง				๔๘	๐	๘๔		

๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

ผลการเรียนรู้ Learning Outcome		วิธีการประเมินผลนักศึกษา	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
●	○			
๑.๔, ๒.๑, ๒.๒, ๒.๔, ๓.๒	๑.๒, ๒.๒, ๓.๓	สอบกลางภาค	๙	๒๐
๑.๔, ๒.๑, ๒.๒, ๒.๔	๑.๒, ๒.๒, ๓.๓	สอบปลายภาค	๑๘	๔๐
๑.๔, ๒.๑, ๒.๒, ๒.๔, ๓.๒	๑.๒, ๒.๒, ๓.๓	รายงานหน้าชั้นเรียน	๒ - ๑๗	๑๐
๑.๔, ๒.๑, ๒.๒, ๒.๔, ๓.๒	๑.๒, ๒.๒, ๓.๓, ๔.๓	กิจกรรมวิเคราะห์เนื้อหา/อภิปราย เสนอแนะแนวทางและเหตุผล ระหว่างกันในห้องเรียน	๑ - ๑๗	๑๐
๑.๔, ๒.๑, ๒.๒, ๒.๔, ๓.๒	๑.๒, ๒.๒, ๓.๓, ๔.๓, ๕.๑, ๕.๒	การประเมินพฤติกรรมนักศึกษา โดยผู้สอน	๑ - ๑๗	๑๐
๑.๔, ๒.๑, ๒.๒, ๒.๔, ๓.๒	๑.๒, ๕.๑, ๕.๒	การฝึกปฏิบัติงานสร้างสรรค์ผลงาน ที่ได้รับมอบหมาย	๑๗	๑๐
				๑๐๐%

หมวดที่ ๒ ทฤษฎีการประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ และ วรณรัตน์ ศรีรัตน์(2561).การตลาดดิจิทัล.กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือ
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ (เว็บไซต์)

- เว็บไซต์มาร์เก็ตติ้งอุปส์ (<https://www.marketingoops.com>)
- เว็บไซต์มาร์เก็ตเทียร์ (<http://marketeer.co.th>)
- เว็บไซต์สมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) (<http://www.daat.in.th>)
- เว็บไซต์thumbsup (<http://thumbsup.in.th>)

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

อิทธิวัฒน์ รัตนพองบุ. (2555). E-Marketing การตลาดอิเล็กทรอนิกส์.

กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์วิดีดี กรุ๊ป.

ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง.(2557) .CONTENT MARKETING เล่าให้คลิก พลิกแบรนด์ให้ดัง.

กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊คส์.

หมวดที่ ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ที่จัดทำโดยนักศึกษา ได้จัดกิจกรรมในการนำแนวคิดและความเห็นจากนักศึกษา ได้ดังนี้

ซึ่งจะดำเนินการวัดผลเพื่อตรวจสอบคุณภาพในด้าน

๑.๑ ความรู้ความสามารถทั้งด้านทฤษฎี และฝึกปฏิบัติ

๑.๒ ทักษะการคิดและกระบวนการเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง

๑.๓ คุณธรรม จริยธรรม และคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของการเป็นนักสร้างสรรค์และผลิตสื่อเพื่องานนิเทศศาสตร์

๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ที่จัดทำโดยนักศึกษา ได้จัดกิจกรรมในการนำแนวคิดและความเห็นจากนักศึกษา ได้ดังนี้

☒ แบบประเมินรายวิชา

☒ การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน

☒ การสะท้อนความคิดจากพฤติกรรมของผู้เรียน

☒ ข้อเสนอแนะผ่านเว็บบอร์ด ที่อาจารย์ผู้สอนได้จัดทำเป็นช่องทางการสื่อสารกับนักศึกษา

☐ อื่นๆ (ระบุ).....

๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

☒ แบบประเมินผู้สอน

☒ ผลการสอบ

☒ การตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้

☐ การประเมินโดยคณะกรรมการประเมินข้อสอบ

☐ การสังเกตการณ์สอนของผู้ร่วมทีมการสอน

☐ อื่นๆ (ระบุ).....

๓. กลไกการปรับปรุงการสอน

- ☐ สัมมนาการจัดการเรียนการสอน
- ☐ การวิจัยในชั้นเรียน
- ☒ อื่นๆ (ระบุ) สาขาวิชานิติศาสตร์ดิจิทัล มีการกำหนดกลไกและวิธีการปรับปรุงการสอนโดยมีขั้นตอนการประเมินผลเพื่อพัฒนา ๑. ประสิทธิภาพของรายวิชาโดยนักศึกษา ๒. ด้านการสอน อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้ข้อมูลย้อนกลับ อันจะสะท้อนให้เห็นถึงผลการดำเนินงานที่ผ่านมาว่าบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้เพียงใด รวมทั้งมีจุดอ่อนหรือปัญหาในเรื่องใดบ้าง แล้วปรับปรุงแก้ไข รวมทั้งวางแผนและจัดการเรียนการสอนในภาคการศึกษาต่อไปให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพ

๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชาของนักศึกษา

- ☒ มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ รายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม
- ☒ การทวนสอบการให้คะแนนการตรวจผลงานของนักศึกษาโดยคณะกรรมการวิชาการประจำคณะ
- ☐ การทวนสอบการให้คะแนนจากการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษาโดยอาจารย์ หรือผู้ทรงคุณวุฒิอื่นๆ ที่ไม่ใช่อาจารย์ประจำหลักสูตร
- ☐ อื่นๆ (ระบุ).....

๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- ☒ ปรับปรุงรายวิชาในแต่ละปี ตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบตามมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ ๔
- ☒ ปรับปรุงรายวิชาในแต่ละปี ตามผลการประเมินผู้สอนโดยนักศึกษา
- ☒ ปรับปรุงรายวิชาในช่วงเวลาการปรับปรุงหลักสูตร
- ☐ อื่นๆ (ระบุ).....

ลงชื่อ

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

(นายวัชร สุธะโคตร)

ลงชื่อ

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

()