

**รายละเอียดของรายวิชา**

**วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์**

**หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสร้างสรรค์**

**หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ADM 363 |  | การวิเคราะห์ผู้บริโภคเชิงลึก | | | 3 | (3-0-6) |
| วิชาบังคับร่วม |  | - | | |  |  |
| วิชาบังคับก่อน |  | - | | |  |  |
| ภาคการศึกษา |  | 2/2567 | | |  |  |
| กลุ่ม |  | 01 | | |  |  |
| ประเภทของวิชา |  | วิชาปรับพื้นฐาน | | |  |  |
|  |  | วิชาศึกษาทั่วไป | | |  |  |
|  |  | วิชาเฉพาะ | | |  |  |
|  |  | วิชาเลือกเสรี | | |  |  |
| อาจารย์ผู้รับผิดชอบ | | อ.วชิรวิชญ์ อัคราวิสิฐพล |  | อาจารย์ประจำ |  |  |
| อาจารย์ผู้สอน | | อ.วชิรวิชญ์ อัคราวิสิฐพล |  | อาจารย์ประจำ |  | อาจารย์พิเศษ |
| สถานที่สอน | | มหาวิทยาลัยรังสิต |  | ในที่ตั้ง |  | นอกที่ตั้ง |
| วันที่จัดทำ | | 28 ธันวาคม 2567 |  |  |  |  |

**หมวดที่ 2 วัตถุประสงค์ของรายวิชาและส่วนประกอบของรายวิชา**

**1. วัตถุประสงค์ของรายวิชา**

1. เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โฆษณาในปัจจุบัน
2. เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจและสามารถวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างมีพลวัตร ทั้งในเรื่องรูปแบบการบริโภคหรือเลือกการรับข่าวสาร
3. เพื่อให้นักศึกษาได้พัฒนาโครงการการสื่อสารแบรนด์บนช่องทางที่หลากหลาย
4. เพื่อให้นักศึกษารู้จักวิธีการประเมินคุณค่าแบรนด์ได้

2. คำอธิบายรายวิชา

ความหมาย ลักษณะทั่วไปและการแบ่งกลุ่มผู้บริโภค ทฤษฎี/แนวคิดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม

ผู้บริโภค การวิเคราะห์ผู้บริโภคจากปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อเส้นทางการตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมการบริโภคและกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ที่มีลักษณะการทำงานและความสามารถหลากหลายด้าน การประยุกต์ใช้ความรู้ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคไปเพื่อการสร้างสรรค์งานโฆษณาอย่างเหมาะสม

**3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษา**

มี .......3........ชั่วโมง/สัปดาห์ e-mail : chawaporn.d@rsu.ac.th

Facebook : Aj.Aoie Dhamanitayakul

Line :-

อื่น ระบุ..............................................

หมวดที่ **3** การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

การพัฒนาผลการเรียนรู้ในมาตรฐานผลการเรียนรู้แต่ละด้านที่มุ่งหวัง **มีดังต่อไปนี้**

**1.** คุณธรรม จริยธรรม

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **ผลการเรียนรู้** | **วิธีการสอน** | **วิธีการประเมินผล** |
| 1.1 | ตระหนักในคุณค่า คุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต | * ปฏิบัติกิจกรรมตามสถานการณ์ และบทบาทสมมุติและอภิปรายถึงแนวคิด ข้อคิดที่สร้างความ เข้าใจชีวิต เข้าใจคน และเข้าใจธรรมชาติ และการปฏิบัติ ต่อกันอย่างเหมาะสมและสันติ * อภิปรายกลุ่มทั้งกลุ่มเฉพาะ และกลุ่มใหญ่ * กำหนดให้นักศึกษาหากรณีตัวอย่างที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาวิเคราะห์ตาม ศาสตร์และทฤษฎีที่เรียนพร้อมกับแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน | * พิจารณาจากพฤติกรรมการเข้าเรียนและการทำงานที่ได้รับมอบหมาย อย่างถูกต้องและตรงเวลา * พิจารณาจากการร่วมอภิปรายที่มีเหตุผลถูกต้อง เหมาะสม และสร้างสรรค์ * ประเมินผลการนำเสนอกรณีศึกษาที่มอบหมาย |

2**.** ความรู้

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **ผลการเรียนรู้** | **วิธีการสอน** | **วิธีการประเมินผล** |
| 2.1 | * มีความรู้เกี่ยวกับหลักการ แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง * มีความรู้ที่เกิดจากบูรณาการความรู้ในศาสตร์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมศักยภาพในการประกอบวิชาชีพ * มีความรู้ภาคปฏิบัติอย่างลึกซึ้งและกว้างขวาง เป็นระบบ เป็นสากล และเท่าทันสถานการณ์ การเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก   มีความรู้และความสามารถในการแสวงหาความรู้และประสบการณ์เพิ่มเติมตลอดชีวิต | * บรรยายเนื้อหาทั้ง 15 บท โดย Power Presentation และเอกสารประกอบการสอน คลิปวิดีโอต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง กับเนื้อหาวิชา โดยเปิดโอกาสให้ นักศึกษาซักถามประเด็นสงสัย และมีกิจกรรมในชั้นเรียนโดยเลือก แบบฝึกหัด และ กรณีศึกษาให้เหมาะสม และสอดคล้องกับเนื้อหาแต่ละบท | * ประเมินผลจากคะแนนการทดสอบในชั้นเรียนและการสอบปลายภาคการศึกษา |

3**.** ทักษะทางปัญญา

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **ผลการเรียนรู้** | **วิธีการสอน** | **วิธีการประเมินผล** |
| 3.1 | พัฒนาความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบ มีทักษะทางการวิเคราะห์ สังเคราะห์ | * วิเคราะห์กรณีศึกษาด้วยกระบวนการคิดเชิงระบบตามทฤษฎีทางการตลาดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง | * สอบกลางภาคและปลายภาคโดยเน้นการคิดวิเคราะห์ * ประเมินผลจากการดำเนินโครงงาน |

4.ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **ผลการเรียนรู้** | **วิธีการสอน** | **วิธีการประเมินผล** |
| 4.1 | * ทักษะการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนด้วยกัน * ทักษะความเป็นผู้นำและผู้ตามในการทำงานเป็นทีม * ทักษะในการปฏิสัมพันธ์กับบุคคล สถานภาพในสังคมระดับต่างๆ | * จัดกิจกรรมกลุ่มในการวิเคราะห์กรณีศึกษา * มอบหมายงานทั้งรายกลุ่มและรายบุคคล | * ประเมินผลการรายงานที่นักศึกษานำเสนอ * ประเมินจากรายงานการเขียน และการนำเสนอผลงานในรูปแบบต่างๆ |

5**.** ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **ผลการเรียนรู้** | **วิธีการสอน** | **วิธีการประเมินผล** |
| 5.2 | * พัฒนาทักษะด้านการสื่อสารทั้งการฟัง การพูด การอ่าน การแปล โดยจัดทำเป็น รายงาน * พัฒนาทักษะด้านการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต | * มอบหมายงานให้ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ทางเว็บไซต์ แล้ววิเคราะห์พร้อมกับนำเสนอ ทั้งแบบ บรรยาย และตารางตัวเลข พร้อมกับบอกแหล่งอ้างอิง * นำเสนอผลการศึกษาข้อมูล พร้อมการวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบที่เหมาะสม | * ประเมินและให้คะแนนงานและการนำเสนอโครงงาน |

**หมวดที่ 4 แผนการสอนและการประเมินผล**

นวัตกรรมการสอนในรายวิชา คือ การใช้ Zoom ในการเรียนและตอบคำถามข้อสงสัยในเนื้อหาบทเรียนก่อนสอบ ประกอบกับการใช้ google scholar เพื่อใช้สอนเรื่องการสืบค้นงานวิจัยจากทั่วโลก และ Google Form สำหรับเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลออนไลน์

1. **แผนการสอน**

| **สัปดาห์ที่** | **หัวข้อ/รายละเอียด** | **จำนวนชั่วโมง** | **กิจกรรมการเรียนการสอนและสื่อที่ใช้** | **ผู้สอน** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | แนะนำการเรียนการสอน | บรรยาย 3 ชั่วโมง | การบรรยาย / Power Point | อ.วชิรวิชญ์ อัคราวิสิฐพล |
| 2 | Brand and Brand management | บรรยาย 3 ชั่วโมง | การบรรยาย / Power Point | อ.วชิรวิชญ์ อัคราวิสิฐพล |
| 3 | Brand Equity | บรรยาย 3 ชั่วโมง | การบรรยาย / Power Point | อ.วชิรวิชญ์ อัคราวิสิฐพล |
| 4 | Brand Positioning and Values | บรรยาย 3 ชั่วโมง | การบรรยาย / Power Point | อ.วชิรวิชญ์ อัคราวิสิฐพล |
| 5 | Big Idea | บรรยาย 3 ชั่วโมง | การบรรยาย / Power Point | อ.วชิรวิชญ์ อัคราวิสิฐพล |
| 6 | Brand Elements | บรรยาย 3 ชั่วโมง | การบรรยาย / Power Point | อ.วชิรวิชญ์ อัคราวิสิฐพล |
| 7 | Branding Programs | บรรยาย 3 ชั่วโมง | การบรรยาย / Power Point | อ.วชิรวิชญ์ อัคราวิสิฐพล |
| 8 | Termbreak | | | |
| 9 | IMC for Branding | บรรยาย 3 ชั่วโมง | การบรรยาย / Power Point | อ.วชิรวิชญ์ อัคราวิสิฐพล |
| 10 | Leveraging Brand through 3rd parties | บรรยาย 3 ชั่วโมง | การบรรยาย / Power Point | อ.วชิรวิชญ์ อัคราวิสิฐพล |
| 11 | New Media for Branding | บรรยาย 3 ชั่วโมง | นำเสนอ | อ.วชิรวิชญ์ อัคราวิสิฐพล |
| 12 | Brand Evaluation | บรรยาย 3 ชั่วโมง | การบรรยาย / Power Point | อ.วชิรวิชญ์ อัคราวิสิฐพล |
| 13 | Brand & Changing of Consumer Behavior | บรรยาย 3 ชั่วโมง | การบรรยาย / Power Point | อ.วชิรวิชญ์ อัคราวิสิฐพล |
| 14 | Target Branding | บรรยาย 3 ชั่วโมง | การบรรยาย / Power Point | อ.วชิรวิชญ์ อัคราวิสิฐพล |
| 15 | Experiential Branding | บรรยาย 3 ชั่วโมง | สนทนากลุ่ม | อ.วชิรวิชญ์ อัคราวิสิฐพล |
| 16 | นำเสนองานกลุ่ม และสรุปรูปเล่มการเรียน ที่ผ่านมาทั้งภาคการศึกษา | บรรยาย 3 ชั่วโมง | นำเสนอ/ ร่วมเสนอแนะ | อ.วชิรวิชญ์ อัคราวิสิฐพล |

1. **แผนการประเมินผลการเรียนรู้**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **2. แผนการประเมินการเรียนรู้** | | | |
| **ผลการ**  **เรียนรู้** | **วิธีการประเมินผลนักศึกษา** | **สัปดาห์ที่**  **ประเมิน** | **สัดส่วนของ**  **การ**  **ประเมินผล** |
| 2.1 , 3.1 | โครงงานปลายภาค | 17 | 30 % |
| 1.1 , 2.1 , 3.1, 4.1 ,5.2 | รายงานวิจัย กลุ่ม 1 เล่ม | 15-16 | 30% |
| 2.1 , 3.1 | แบบฝึกหัดและกิจกรรมในชั้นเรียน | 1-16 | 20% |
| 1.2 , 4.1 , 5.2 | การเข้าเรียนและมีส่วนร่วมในชั้นเรียน | 1−16 | 10 % |

##### หมวดที่ 5 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

**1. ตำราและเอกสารหลัก**

-

2**. เอกสารและข้อมูลสำคัญ**

Kotler, Phillip. หลักการตลาด ฉบับบมาตรฐานและนิยามคำศัพท์ = Principles of Marketing with dictionary Thai.-- เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า. กรุงเทพฯ. 2554

อุไรพร ชลสิริรุ่งสกุล. Digital Marketing ไอเดียลัดปฏิวัติการตลาด. กรุงเทพฯ : กรุงเทพธุรกิจ. 2554

**3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ**

พิษณุ จงสถิตย์วัฒนา. การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548.

สุชิน นะตาปา. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : ฟิสิกส์เซ็นเตอร์, 2541.**หมวดที่ 6 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา**

**1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา**

1. การสะท้อนความคิดจากพฤติกรรมผู้เรียน เช่น การซักถาม และแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียนของนักศึกษาและเพื่อนร่วมชั้น
2. ให้นักศึกษาทุกคนประเมินผลรายวิชาผ่านระบบทะเบียนออนไลน์ ด้วยระบบคอมพิวเตอร์ของมหาวิทยาลัยและสอบถามความคิดเห็นของนักศึกษาในประเด็นต่างๆ

**2. กลยุทธ์การประเมินการสอน**

ประเมินการสอนจากผลคะแนนและกิจกรรมดังต่อไปนี้

1. การสังเกตการเรียนในชั้นเรียน
2. การทำแบบฝึกหัดและกิจกรรมในชั้นเรียน
3. การอภิปรายแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน
4. การทำรายงานวิจัย
5. ผลการสอบกลางภาคและปลายภาคเรียน

**3. การปรับปรุงการสอน**

1. การประเมินผลของนักศึกษาหลังการจัดการเรียนการสอน
2. การจัดทำคลังข้อมูลเอกสารการสอน ให้นักศึกษาได้อ่านทบทวนซ้ำ
3. การให้เวลานักศึกษาเข้ามาซักถามข้อสงสัยและตอบคำถามจากอาจารย์
4. ข้อแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

**4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา**

สัมภาษณ์นักศึกษา

การสังเกตพฤติกรรมนักศึกษา

การตรวจสอบการให้คะแนนและประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

การประเมินความรู้รวบยอดโดยการทดสอบ

รายงานผลการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ในแต่ละด้าน

แบบสำรวจ/แบบสอบถาม

อื่นๆ ระบุ

**5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา**

1. การทวนสอบ การให้คะแนนจากคณะกรรมการกำกับมาตรฐานวิชาการ
2. การทวนสอบ การประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ รายงานวิจัย วิธีการให้คะแนนสอบ