



มคอ.3 รายละเอียดของรายวิชา

Course Specification

0105353 กิจกรรมพิเศษเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์  
Special Event for Strategic Communication

รายวิชานี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต  
สาขาวิชานิเทศศาสตร์  
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2562  
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยทักษิณ

## หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัส ชื่อรายวิชา จำนวนหน่วยกิต รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน รายวิชาที่เรียนพร้อมกัน และคำอธิบายรายวิชา

0105353 กิจกรรมพิเศษเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ 3(2-2-5)

Special Event for Strategic Communication

บูรพวิชา : ไม่มี

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมพิเศษ ความสำคัญ องค์ประกอบและประเภทของกิจกรรมพิเศษ เทคนิคการกิจกรรมพิเศษเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์สำหรับองค์กร การบริการ และตราสินค้า กระบวนการจัดและบริหารกิจกรรมพิเศษ วิธีการประเมินผล และฝึกปฏิบัติ

Concepts about special events, elements and types of special events; special events for corporate media, services and brands, processes for organizing and managing special events; evaluation method and practice

2. ประเภทของรายวิชา

- ศึกษาทั่วไป
- วิชาพื้นฐานเฉพาะด้าน
- วิชาเอกบังคับ
- วิชาเอกเลือก
- วิชาโท
- วิชาเลือกเสรี

3. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผศ.ดร.เสริมศักดิ์ ขุนพล

อาจารย์ผู้สอน ผศ.ดร.เสริมศักดิ์ ขุนพล

4. ปีการศึกษา/ ภาคการศึกษา/ กลุ่มผู้เรียน

2567 / ภาคปลาย / นิสิตหลักสูตรนิเทศศาสตร์ ชั้นปีที่ 3

5. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา

## 6. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

6 พฤศจิกายน 2567

### หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

#### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้/มีความสามารถ/สมรรถนะที่ต้องการด้านต่าง ๆ

1.1 เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดในการผลิตและการจัดการสื่อกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์และโฆษณาได้

1.2 เพื่อให้ผู้เรียนสามารถผลิตและวางแผนจัดการสื่อกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์และโฆษณาได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล

#### 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนาของรายวิชา

เนื้อหาที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและ ออกแบบเนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต ฉบับปรับปรุง ปี พ.ศ.2562

### หมวดที่ 3 ลักษณะการดำเนินการ

#### 1. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

ภาคบรรยาย	ภาคปฏิบัติ	การศึกษาด้วยตนเอง
จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ 3x 15 สัปดาห์	จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ 3x 15 สัปดาห์	จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ 5x 15 สัปดาห์

คำชี้แจง : ภาคการศึกษาคิดเป็นไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์

#### 2. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์และช่องทางที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่ผู้เรียนเป็นรายบุคคล

1 ชม.ต่อสัปดาห์ โดยนิสิตสามารถปรึกษาด้วยตนเอง ณ ห้องพักอาจารย์ หรือสามารถขอคำปรึกษาได้ทาง e-mail และ Facebook ของอาจารย์ผู้สอน ด้วยการติดต่อนัดหมายได้ตามวันและเวลาที่เหมาะสม

## หมวดที่ 4 แผนการสอนและการประเมินผล

### 1. แผนการสอน

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		กิจกรรมการเรียน การสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
		บรรยาย	ปฏิบัติ		
1	ชี้แจงวัตถุประสงค์การเรียนรู้ การประเมิน  แนวคิด ความสำคัญ องค์ประกอบของ กิจกรรมพิเศษเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	2	2	<b>กิจกรรมการสอน</b> 1.อธิบายเค้า โครงการสอน 2.อาจารย์แนะนำ ซักถามและเปิด โอกาสให้นิสิตแสดง ความคิดเห็น <b>สื่อการสอน</b> 1.เค้าโครงการสอน 2.เอกสาร ประกอบการสอน 3.PowerPoint	ผศ.ดร.เสริม ศักดิ์ ขุนพล
2	วิวัฒนาการกิจกรรมพิเศษเพื่อการสื่อสาร เชิงกลยุทธ์	2	2	<b>กิจกรรมการสอน</b> 1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่าง ประกอบจากตัวอย่าง ใช้ชุมชนเป็นฐาน ( <b>Community Based</b> ) จากโจทย์ กำหนด 2.กิจกรรมการเรียนรู้ แบบ <b>Active Learning</b> มอบหมายงานเดี่ยว และให้ข้อมูล ย้อนกลับ <b>สื่อการสอน</b> 1.เอกสาร	ผศ.ดร.เสริม ศักดิ์ ขุนพล

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		กิจกรรมการเรียน การสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
		บรรยาย	ปฏิบัติ		
				ประกอบการสอน 2.PowerPoint	
3-4	ทฤษฎีและแนวปฏิบัติของกิจกรรมพิเศษ เพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	4	4	กิจกรรมการสอน 1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่าง ประกอบ 2.ฝึก Work Shop การปฏิบัติกิจกรรม การเรียนรู้แบบ Active Learning โดยชุมชนเป็นฐาน (Community Based) จากโจทย์ กำหนด สื่อการสอน 1.เอกสาร ประกอบการสอน 2.PowerPoint 3.แบบฝึกปฏิบัติ	ผศ.ดร.เสริม ศักดิ์ ชุนพล
5-8	ประเภทกิจกรรมพิเศษเพื่อการสื่อสาร เชิงกลยุทธ์ - Sponsorship - Seminar -Entertainment and Festival -Corporate Event -Association, Convention, and Exhibition - CSR	8	8	กิจกรรมการสอน 1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่าง ประกอบ 2.กิจกรรมการเรียนรู้ แบบ Active Learning วิเคราะห์ โจทย์และสร้างสรรค์ กิจกรรมพิเศษ จาก วิทยากรพิเศษ 3.การศึกษาดูงาน	ผศ.ดร.เสริม ศักดิ์ ชุนพล

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		กิจกรรมการเรียน การสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
		บรรยาย	ปฏิบัติ		
				และฝึกลงภาคสนาม ใช้ชุมชนเป็นฐาน (Community Based) จากโจทย์ กำหนด สื่อการสอน 1.เอกสาร ประกอบการสอน 2.PowerPoint	
9	<b>สอบกลางภาค</b>				
10-13	กระบวนการจัดและบริหารกิจกรรมพิเศษ เพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	8	8	กิจกรรมการสอน 1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่าง ประกอบ 2.กิจกรรมการเรียนรู้ แบบ Active Learning โดย ชุมชนเป็นฐาน (Community Based) จาก หน่วยงาน อุตสาหกรรมและ ธุรกิจ 1.เอกสาร ประกอบการสอน 2.PowerPoint 3.แบบฝึกปฏิบัติ	ผศ.ดร.เสริม ศักดิ์ ชุนพล
14	การประเมินผลการจัดสื่อกิจกรรมพิเศษ เพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	2	2	กิจกรรมการสอน 1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่าง	ผศ.ดร.เสริม ศักดิ์ ชุนพล

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		กิจกรรมการเรียน การสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
		บรรยาย	ปฏิบัติ		
				ประกอบ 2.แบบฝึกหัด <b>สื่อการสอน</b> 1.เอกสาร ประกอบการสอน 2.PowerPoint	
15	อนาคตและแนวโน้มของกิจกรรมพิเศษ เพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ในอนาคต	2	2	<b>กิจกรรมการสอน</b> 1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่าง ประกอบ 2.บรรยาย พร้อม อภิปรายร่วมกัน 1.เอกสาร ประกอบการสอน 2.PowerPoint	ผศ.ดร.เสริม ศักดิ์ ชุนพล
16	การนำเสนอกิจกรรมพิเศษเพื่อการสื่อสาร เชิงกลยุทธ์	2	2	<b>กิจกรรมการสอน</b> 1.โครงการกิจกรรม พิเศษเพื่อเพื่อการ ประชาสัมพันธ์และ การโฆษณา สื่อการสอน 1.การนำเสนอ โครงการ	ผศ.ดร.เสริม ศักดิ์ ชุนพล
17	สอบปลายภาค				
18					
<b>รวม</b>		30	30		

2. แผนพัฒนาประสิทธิภาพรายวิชา (ระบุได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. จัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐานไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของระยะเวลาทั้งหมดของรายวิชา
- 2. จัดการเรียนรู้ร่วมกับสถานประกอบการ องค์กร หรือหน่วยงาน
- 3. จัดการเรียนรู้เชิงรุก

- 4. รายวิชาส่งเสริมทักษะผู้ประกอบการของผู้เรียน
- 5. รายวิชาก่อให้เกิดนวัตกรรมของผู้เรียน โดยมีหนังสือรับรองการใช้ประโยชน์จากหน่วยงาน
- 6. จัดการเรียนรู้ผ่านช่องทางออนไลน์ (online) ร่วมกับ ในที่ตั้ง (on-site)
- 7. มีการพัฒนาสื่อการสอนแบบออนไลน์โดยผ่าน TSU MOOC
- 8. เปิดเผยคะแนนเก็บก่อนการสอบปลายภาค
- 9. ส่งระดับขึ้นตามเวลาที่กำหนด โดยไม่มีข้อผิดพลาด
- 10. มีการทวนสอบรายวิชาในระบบของคณะฯ
- 11. อื่น ๆ ระบุ .....

### 3. แผนการวัดและประเมินผลการเรียนรู้

ลำดับ	หัวเรื่อง/ประเด็น/รายละเอียด	วิธีการประเมิน/ ลักษณะการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	คะแนน
1	ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดในการผลิตและการจัดการสื่อกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์และโฆษณาได้	กิจกรรมนอกชั้น ห้องเรียน แบบฝึกหัด	ทุกสัปดาห์	30
2	ผลิตและวางแผนจัดการสื่อกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์และโฆษณาได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล	กิจกรรมพิเศษเพื่อ การสื่อสารเชิงกล ยุทธ์ กรณีศึกษาจาก หน่วยงานจริง	15-16	40
3	ระเบียบวินัยและความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน	การสังเกตการณ์และ ประเมินจาก พฤติกรรมภายใน ห้องเรียน	ทุกสัปดาห์	10
4	ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดในการผลิตและการจัดการสื่อกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์และโฆษณาได้	สอบปลายภาค	17	20
<b>คะแนนรวม</b>				<b>100</b>

- วิธีการตัดเกรด  อิงเกณฑ์ (FIX-Rate)  
 อิงกลุ่ม (T-Score)



### การกำหนดช่วงคะแนนของเกรด

เกรด	A	B+	B	C+	C	D+	D	E/F
ช่วงคะแนน	≥80	≥75	≥70	≥65	≥60	≥55	≥50	≥0

### หมวดที่ 5 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

#### 1. ตำรา เอกสารหลัก และข้อมูลสำคัญ

เกรียงไกร กาญจนะโกคิน. (2537). *Event Marketing*. กรุงเทพฯ : เบรินด์เอจบุ๊กส์.

C. A. Preston. (2012). *Event Marketing: How to Successfully Promote Events, Festivals, Conventions, and Expositions*.

Ruth Stevens. (2005). *Trade Show & Event Marketing: Plan, Promote & Profit*.

Allen, Johnny. (2007). *Festival and Special Event Management*. Ed 4<sup>th</sup> .

#### 2. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

นิตยสาร Marketeer, นิตยสาร BrandAge และนิตยสาร Positioning