



มคอ.3 รายละเอียดของรายวิชา

Course Specification

0105211 ภาษาเพื่องานนิเทศศาสตร์
(Language for Communication Arts)

รายวิชานี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรนิเทศศาสตร์
สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์ สารสนเทศศาสตร์และนิเทศศาสตร์
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2562
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยทักษิณ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัส ชื่อรายวิชา จำนวนหน่วยกิต รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน รายวิชาที่เรียนพร้อมกัน และคำอธิบายรายวิชา

0105211 ภาษาเพื่องานนิเทศศาสตร์

3(2-2-5)

Language for Communication Arts

บุรพวิชา : 3(2-2-5)

ควบลู่ : -

คำอธิบายรายวิชา

หลักการใชภาษาในงานนิเทศศาสตร การสร้งสรรคภาษาในงานนิเทศศาสตร ภาษา
กับเทคโนโลยีการสื่อสารยุคดิจิทัล ผูกทักษะการใชภาษาในงานนิเทศศาสตร

Principles of language using for the work of communication. Creativity of languages for communication. Languages and digital technology. Practice on the use of language for communication.

- ## 2. ประเภทของรายวิชา

- ☐ ศึกษาทั่วไป
- ☐ วิชาพื้นฐานเฉพาะด้าน
- ☐ วิชาเอกบังคับ
- ☐ วิชาเอกเลือก
- ☒ วิชาโท
- ☐ วิชาเลือกเสรี

- ### 3. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ลัดดา ประสาร

อาจารย์ผู้สอน ลัดดา ประสาร

4. ปีการศึกษา/ ภาคการศึกษา/ กลุ่มผู้เรียน

2568/ภาคการศึกษาที่ 1/ กลุ่มผู้เรียน S101

- ## 5. สถานที่เรียน

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ (สงขลา)

6. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด
13 มิถุนายน พ.ศ.2567

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้นิสิตเกิดการเรียนรู้/ มีความสามารถ/ สมรรถนะที่ต้องการด้านต่าง ๆ

- 1.1 เพื่อให้นิสิตมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย ของงานทางด้านวารสารศาสตร์
- 1.2 เพื่อให้นิสิตมีความรู้เกี่ยวกับประวัติและวิวัฒนาการทางด้านวารสารศาสตร์
- 1.3 เพื่อให้นิสิตมีความรู้ และเข้าใจลักษณะของงานทางวารสารศาสตร์แต่ละประเภท เช่น หนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ประเภท หนังสือเล่ม
- 1.4 เพื่อให้นิสิตมีความรู้ และเข้าใจบทบาทหน้าที่ของงานวารสารศาสตร์ ที่มีต่อสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรม

(หมายเหตุ : สำหรับหลักสูตรที่กำหนด CLOs ของรายวิชา ให้ระบุ CLOs)

2. วัตถุประสงค์ของรายวิชา

หลักการใช้ภาษาในงานนิเทศศาสตร์ การสร้างสรรค์ภาษาในงานนิเทศศาสตร์ ภาษากับเทคโนโลยีการสื่อสารยุคดิจิทัล ฝึกทักษะการใช้ภาษาในงานนิเทศศาสตร์

หมวดที่ 3 ลักษณะการดำเนินการ

1. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

ภาคบรรยาย	ภาคปฏิบัติ	การศึกษาด้วยตนเอง
จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ 3 x 15 สัปดาห์	จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ 0x 15 สัปดาห์	จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ 0 x 15 สัปดาห์

คำชี้แจง : ภาคการศึกษาคิดเป็นไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์

2. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์และช่องทางที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่ผู้เรียนเป็นรายบุคคล

3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือกลุ่มบุคคลตามความต้องการแต่ไม่เกิน 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ให้หมายเลขโทรศัพท์มือถือ และ e-mail ของอาจารย์ผู้สอน โดยให้นิสิตสามารถโทรศัพท์หรือติดต่อนัดหมายหรือปรึกษาได้ตามความเหมาะสม

หมวดที่ 4 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
		บรรยาย	ปฏิบัติ		
1	ปฐมนิเทศรายวิชา จุดมุ่งหมาย วัตถุประสงค์รายวิชา กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน การวัดและประเมินผล ระบบใบ งานใน TSU MOOC และเกณฑ์การให้ คะแนน (Rubric) ของแต่ละใบงานและ การสอบ	4	0	1.อธิบายเค้า โครงการสอน 2. อาจารย์แนะนำ ซักถาม และเปิด โอกาสให้นิสิตแสดง ความคิดเห็น 3. การสร้างกลุ่ม Line รายวิชาเพื่อ การสื่อสาร สื่อการสอน Powerpoint	อ.ลัดดา ประสาร
2	บทที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภาษา	2	2	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน	อ.ลัดดา

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
		บรรยาย	ปฏิบัติ		
	บทที่ 2 Verbal and Non Verbal language			1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่างประกอบ 2. เปิดโอกาสให้นักเรียน แสดงความคิดเห็น ต่อหัวข้อการสอน สื่อการสอน 1.เอกสารประกอบ การสอน 2. powerpoint	
3	บทที่ 3 การสร้างสรรค์ภาษาในงานนิเทศศาสตร์	2	2	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน 1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่างประกอบ 2. เปิดโอกาสให้นักเรียน แสดงความคิดเห็น ต่อหัวข้อการสอน สื่อการสอน 1.เอกสารประกอบ การสอน 2. powerpoint	อ.ลัดดา
4-5	บทที่ 4 หลักการเขียนบทความสร้างสรรค์ การสร้างสรรค์ภาษาเขียนและการฝึก ทักษะงานเขียน	4	4	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน 1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่างประกอบ 2. เปิดโอกาสให้นักเรียน แสดงความคิดเห็น ต่อหัวข้อการสอน สื่อการสอน	อ.ลัดดา

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
		บรรยาย	ปฏิบัติ		
				1.เอกสาร ประกอบการสอน 2. powerpoint ใบงานที่ 1 แบบฝึก ทักษะการเขียน	
6-7	บทที่ 5 หลักการเขียนรายงานข่าวและ ข่าวประชาสัมพันธ์	4	4	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน 1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่าง ประกอบ 2. เปิดโอกาสให้นิสิต แสดงความคิดเห็น ต่อหัวข้อการสอน สื่อการสอน 1.เอกสาร ประกอบการสอน 2. powerpoint	
8-9	บทที่ 6 การสร้างสรรค์ภาษาในงาน โฆษณา	4	4	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน 1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่าง ประกอบ 2. เปิดโอกาสให้นิสิต แสดงความคิดเห็น ต่อหัวข้อการสอน สื่อการสอน Power point การสอบเก็บคะแนน	อ.ลัดดา
10-11	บทที่ 7 การสื่อสารด้วยภาษาภาพ (ถ่าย) ในงานนิเทศศาสตร์	4	4	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน	อ.ลัดดา

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
		บรรยาย	ปฏิบัติ		
				1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่าง ประกอบ 2. เปิดโอกาสให้นิสิต แสดงความคิดเห็น ต่อหัวข้อการสอน สื่อการสอน 1.เอกสาร ประกอบการสอน 2. powerpoint ใบงานที่ 2 TSU MOOC การผลิต ชิ้นงาน	
12	การนำเสนอใบงานที่ 2 และการวิพากษ์ งานกลุ่ม	0	4	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน การนำเสนองานและ การวิพากษ์งานโดย อาจารย์ผู้สอน	อ.ลัดดา
13-14	บทที่ 8 ภาษากับศิลปการเจรจาต่อรอง	4	4	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน 1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่าง ประกอบ 2. เปิดโอกาสให้นิสิต แสดงความคิดเห็น ต่อหัวข้อการสอน สื่อการสอน 1.เอกสาร ประกอบการสอน 2. powerpoint	อ.ลัดดา

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
		บรรยาย	ปฏิบัติ		
15	สรุปเนื้อหาการเรียนการสอนตลอดทั้งภาค การศึกษา ประมวลความรู้	2	2	การอภิปรายร่วม จากหัวข้อที่ กำหนดไว้ในสัปดาห์ ที่ 13	
16	สอบปลายภาค				
17					
รวม		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	แบบฝึกทักษะการเขียนตามหลักภาษา นิเทศศาสตร์	ใบงานที่ 1	4	10
2	การสอบเก็บคะแนน	ใบงานที่ 2	8	15
3	การสร้างสรรค์สื่อ (งาน Copy write โฆษณาสินค้า และงานเขียนแบบต่าง ๆ ที่ ผู้เรียนเลือกได้ตามถนัด)	ใบงานที่ 3	14	30

ลำดับ	หัวเรื่อง/ประเด็น/รายละเอียด	วิธีการประเมิน/ ลักษณะการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	คะแนน
4		สอบปลายภาค	16-17	35
5	การมีส่วนร่วมในกิจกรรมชั้นเรียน ใช้เกณฑ์ ค่าจิตพิสัยที่มีหลักฐานปรากฏ	การตอบคำถามอย่าง ง่ายในชั้นเรียนด้วย ระบบ line กลุ่ม	ตลอดภาค การศึกษา	10
คะแนนรวม				100

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

รุ่งนภา พิตรปรีชา, บุษบา สุธีธร, รสขงพร โกมลเสวิน, & สุภาภรณ์ ศรีดี (บก.). (2561). *หลักการประชาสัมพันธ์และโฆษณา* (พิมพ์ครั้งที่ 1). สอนสุนันทา.

สมัชชนันท์ เอกปัญญากุล. (2558). *การเขียนข้อความโฆษณา (Copy Writing)*. สำนักพิมพ์ธรรมศาสตร์.

อุบลวรรณ บิตพัฒนะโฆษิต & อวยพร พานิช. (2548). *ภาษาและหลักการเขียนเพื่อการสื่อสาร*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Bayan, R. (2009). *Words That Sell: The Thesaurus to Help You Promote Your Products, Services, and Ideas*. Writer's Digest Books.

Bradshaw, P. (2010). *The Online Journalism Handbook: Skills to Survive and Thrive in the Digital Age*. Focal Press.

Bly, R. W. (2005). *The Copywriter's Handbook: A Step-by-Step Guide to Writing Copy That Sells* (4th ed.). Holt Paperbacks.

Caples, J. M. (1932). *Tested Advertising Methods*. Appleton-Century.

Fiske, J. (2010). *Introduction to Communication Studies* (3rd ed.). Routledge.

Griffin, E. (2011). *A First Look at Communication Theory* (8th ed.). McGraw-Hill.

Halbert, G. C. (1987). *The Boron Letters*. Boron Books.

- Hopkins, C. C. (1923). *Scientific Advertising*. Doubleday, Page & Co.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). *Theories of Human Communication* (9th ed.). Waveland Press.
- Ogilvy, D. (1985). *Ogilvy on Advertising*. Crown Publishers.
- Pickering, I. (2017). *Writing for News Media*. Routledge.
- Sugarman, J. (2007). *The Adweek Copywriting Handbook: The Ultimate Guide to Writing Powerful Advertising and Marketing Copy*. Adweek Books.
- Schwartz, E. M. (1966). *Breakthrough Advertising*. Boardroom Books.
- Schwab, V. (1942). *How to Write a Good Advertisement*. Prentice-Hall.
- Sullivan, L. S. (2005). *Hey, Whipple, Squeeze This: The Classic Guide to Creating Great Ads* (2nd ed.). Wiley.
- Ward, M. (2012). *Journalism Online* (1st ed.). Routledge.