



มคอ.3 รายละเอียดของรายวิชา

Course Specification

0105343 การสร้างสรรค์เพื่อการโฆษณา

CREATIVITY FOR ADVERTISING

รายวิชานี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชานิเทศศาสตร์

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2562

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยทักษิณ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัส ชื่อรายวิชา จำนวนหน่วยกิต รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน รายวิชาที่เรียนพร้อมกัน และคำอธิบายรายวิชา

0105343 การสร้างสรรค์เพื่อการโฆษณา

3(2-2-5)

Creativity for Advertising

บุรพวิชา : ไม่มี

แนวคิด หลักการ และกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อการโฆษณา การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์ แนวความคิด กลยุทธ์และกลวิธีการสร้างสรรค์ การสร้างสรรค์โฆษณาผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ

Concept, principle and creative process for advertising. targeting, objectives, concepts, strategies and creative strategies and methods through various media

2. ประเภทของรายวิชา

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

3. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผศ.ดร.เสริมศักดิ์ ขุนพล

อาจารย์ผู้สอน ผศ.ดร.เสริมศักดิ์ ขุนพล

4. ปีการศึกษา/ ภาคการศึกษา/ กลุ่มผู้เรียน

2568/ภาคต้น/ นิสิตสาขานิเทศศาสตร์ ชั้นปีที่ 3

นิสิตสาขาการสื่อสารการตลาดและสื่อดิจิทัล

5. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา

6. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

6 มิถุนายน 2568

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้/มีความสามารถ/สมรรถนะที่ต้องการด้านต่าง ๆ

- 1.1 เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างสรรค์งานโฆษณาแต่ละประเภท
- 1.2 เพื่อให้ผู้เรียนสามารถสร้างสรรค์งานโฆษณาได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนาของรายวิชา

พัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัยโดยการปรับเนื้อหาที่สอดคล้องกับผลการเรียนรู้ ELOs ของหลักสูตร ด้วยการสอดแทรกกรณีศึกษา ตัวอย่างสื่อ และแบบฝึกหัดที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันต่างๆ และสนองต่อตลาดแรงงานด้านโฆษณาทั้งในระดับท้องถิ่น และระดับประเทศ

หมวดที่ 3 ลักษณะการดำเนินการ

1. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

ภาคบรรยาย	ภาคปฏิบัติ	การศึกษาด้วยตนเอง
จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ 2x 15 สัปดาห์	จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ 2x 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		กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
		บรรยาย	ปฏิบัติ		
1	แนะนำรายวิชา การจัดการเรียนการสอน ตลอดจนการวัดผลและเกณฑ์การให้ คะแนน (Rubric) การประเมินผลของ	2	2	กิจกรรมการสอน 1.อธิบายเค้า โครงการสอน	ผศ.ดร.เสริม ศักดิ์ ขุนพล

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
		บรรยาย	ปฏิบัติ		
	รายวิชา ความรู้เกี่ยวกับการสร้างสรรค์งานโฆษณา			2.อาจารย์แนะนำ ซักถามและเปิด โอกาสให้นักเรียน แสดงความคิดเห็น สื่อการสอน 1.เค้าโครงการสอน 2.เอกสาร ประกอบการสอน 3.PowerPoint	
2	กระบวนการการสร้างสรรค์งานโฆษณา	2	2	กิจกรรมการสอน 1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่าง ประกอบ 2.เน้นการเรียนรู้การ สอนแบบให้ความ ร่วมมือแบบ Active Learning ระหว่าง ผู้สอนและผู้เรียน 3.การมอบหมายงาน เดี่ยวและให้ข้อมูล ย้อนกลับ สื่อการสอน 1.เอกสาร ประกอบการสอน 2.PowerPoint 3.แบบฝึกปฏิบัติ	ผศ.ดร.เสริม ศักดิ์ ขุนพล
3	องค์ประกอบในการสร้างสรรค์การโฆษณา	2	2	กิจกรรมการสอน 1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่าง ประกอบ 2.กรณีศึกษาและฝึก	ผศ.ดร.เสริม ศักดิ์ ขุนพล

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
		บรรยาย	ปฏิบัติ		
				คิดวิเคราะห์กลยุทธ์ การสร้างสรรค์การ โฆษณา เน้น กิจกรรมแบบ Active Learning ระหว่างผู้สอนและ ผู้เรียน สื่อการสอน 1.เอกสารคำสอน 2.PowerPoint 3.แบบฝึกปฏิบัติ	
4	การกำหนดกลุ่มเป้าหมายและ วัตถุประสงค์การโฆษณา	2	2	กิจกรรมการสอน 1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่าง ประกอบ 2.ฝึกคิดวิเคราะห์ ส่วนผสมในการ สร้างสรรค์งาน โฆษณา Based) จากโจทย์ที่กำหนด เน้นกิจกรรมแบบ Active Learning ระหว่างผู้สอนและ ผู้เรียน สื่อการสอน 1.เอกสารคำสอน 2.PowerPoint 3.แบบฝึกปฏิบัติ	ผศ.ดร.เสริม ศักดิ์ ขุนพล
5	กลยุทธ์และกลวิธีการสร้างสรรค์สำหรับ งานโฆษณา	2	2	กิจกรรมการสอน 1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่าง	ผศ.ดร.เสริม ศักดิ์ ขุนพล

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
		บรรยาย	ปฏิบัติ		
				ประกอบ 2.กรณีศึกษา สื่อการสอน 1.เอกสารคำสอน 2.PowerPoint 3.แบบฝึกปฏิบัติ	
6	กลวิธีการนำเสนองานโฆษณา	2	2	กิจกรรมการสอน 1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่าง ประกอบ 2.แบบฝึกคิดการ สร้างสรรค์ เน้น กิจกรรมแบบ Active Learning ระหว่างผู้สอนและ ผู้เรียน สื่อการสอน 1.เอกสารคำสอน 2.PowerPoint 3.แบบฝึกปฏิบัติ	ผศ.ดร.เสริม ศักดิ์ ขุนพล
7-8	การสร้างสรรค์โฆษณาสิ่งพิมพ์	2	2	กิจกรรมการสอน 1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่าง ประกอบ 2.แบบฝึกคิดการ สร้างสรรค์งาน โฆษณาสิ่งพิมพ์ เน้น กิจกรรมแบบ Active Learning ระหว่างผู้สอนและ ผู้เรียน	ผศ.ดร.เสริม ศักดิ์ ขุนพล

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
		บรรยาย	ปฏิบัติ		
				สื่อการสอน 1.เอกสารคำสอน 2.PowerPoint 3.แบบฝึกปฏิบัติ	
9-10	การสร้างสรรค์โฆษณากระจายเสียง	4	4	กิจกรรมการสอน 1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่าง ประกอบ 2.แบบฝึกคิดการ สร้างสรรค์งาน โฆษณากระจายเสียง เน้นกิจกรรมแบบ Active Learning ระหว่างผู้สอนและ ผู้เรียน สื่อการสอน 1.เอกสารคำสอน 2.PowerPoint 3.แบบฝึกปฏิบัติ	ผศ.ดร.เสริม ศักดิ์ ขุนพล
11-12	การสร้างสรรค์โฆษณาวิทัศน์	4	4	กิจกรรมการสอน 1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่าง ประกอบ 2.แบบฝึกคิดการ สร้างสรรค์งาน โฆษณาวิทัศน์เน้น กิจกรรมแบบ Active Learning ระหว่างผู้สอนและ ผู้เรียน สื่อการสอน	ผศ.ดร.เสริม ศักดิ์ ขุนพล

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
		บรรยาย	ปฏิบัติ		
				1.เอกสารคำสอน 2.PowerPoint 3.แบบฝึกปฏิบัติ	
13-14	การสร้างสรรค์โฆษณาสื่อดิจิทัล	4	4	กิจกรรมการสอน 1.อธิบายเนื้อหา พร้อมยกตัวอย่าง ประกอบ 2.แบบฝึกคิดการ สร้างสรรค์งาน โฆษณาสื่อดิจิทัล สื่อการสอน 1.เอกสารคำสอน 2.PowerPoint 3.แบบฝึกปฏิบัติ	ผศ.ดร.เสริม ศักดิ์ ขุนพล (วิทยากร พิเศษ)
15	กิจกรรมการสร้างสรรค์ชิ้นงานโฆษณา	2	2	กิจกรรมการสอน กิจกรรมผลิตชิ้นงาน โฆษณา เน้นกิจกรรม แบบ Active Learning โดยใช้ ชุมชนเป็นฐานจาก ผู้ประกอบการ วิพากษ์ผลงานสื่อ โฆษณา	ผศ.ดร.เสริม ศักดิ์ ขุนพล
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	หัวข้อ/ประเด็น/รายละเอียด	วิธีการประเมิน/ ลักษณะการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	คะแนน
1	การสังเกตการณ์และประเมินจากพฤติกรรมภายในห้องเรียน	การสังเกตการณ์และการเช็คชื่อในชั้นเรียน	ทุกสัปดาห์	10
2	กิจกรรมในห้องเรียนและแบบฝึกหัด	แบบฝึกหัด	1-6	20
3	ผลงานโฆษณา (โฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์/โฆษณาสื่อกระจายเสียง/ โฆษณาสื่อวิทัศน์/โฆษณาสื่อดิจิทัล)	ชิ้นงาน	7-14	20
4	โครงงานจากหน่วยงานจริง	โครงงาน	15	30
5	สอบปลายภาค	ข้อสอบปลายภาค	16-17	20
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

1. ตำรา เอกสารหลัก และข้อมูลสำคัญ

เสริมศักดิ์ ชุนพล. (2566). 0105343 การสร้างสรรค์เพื่อการโฆษณา (*Creativity for advertising*). สงขลา : มหาวิทยาลัยทักษิณ.

2. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

นิตยสาร Marketeer, นิตยสาร BrandAge และนิตยสาร Positioning