



มคอ.5 รายงานผลการดำเนินการของรายวิชา
(Course Report)

0105221 หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
Principles of Advertising and Public Relations

รายวิชานี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดและสื่อดิจิทัล
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2567
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยทักษิณ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัส ชื่อรายวิชา จำนวนหน่วยกิต รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน รายวิชาที่เรียนพร้อมกัน และคำอธิบายรายวิชา

0105221 หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

3(3-0-6)

Principles of Advertising and Public Relations

บูรพวิชา : (ถ้ามี)

ควบคู่ : (ถ้ามี)

แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการโฆษณา กระบวนการ การวางแผน และบทบาทของการโฆษณาต่อสังคมและเศรษฐกิจ ความหมาย หลักการ กระบวนการ กลุ่มเป้าหมาย เครื่องมือ กลยุทธ์ และเทคนิคการประชาสัมพันธ์ จริยธรรมของนักโฆษณาและนักประชาสัมพันธ์

Concepts and theories of advertisement. Procedures, planning, and roles on society and economics of advertisements. Meaning, principals, procedures, target group, tools, strategies, and technics of public relations. Ethics of advertisement and public relations practitioners.

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/ 1 / ชั้นปีที่ 1 วิชาเอกสื่อสารการตลาด

5. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา

6. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

7 พฤศจิกายน 2568

หมวดที่ 2 การจัดการเรียนการสอน

1. รายงานชั่วโมงการสอนจริงเมื่อเทียบกับแผนการสอน

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง ตามแผนการสอน		จำนวนชั่วโมง ที่สอนจริง		ความ แตกต่าง (%)	เหตุผล (หาก ความแตกต่าง เกิน 25%)
		บรรยาย	ปฏิบัติการ	บรรยาย	ปฏิบัติการ		
1	แนวคิดและความหมายการโฆษณา 1.แนวคิดการโฆษณา 2.ความหมายของโฆษณา 3.องค์ประกอบของโฆษณา 4.วัตถุประสงค์ของการโฆษณา 5.แนวคิด AIDA Model	3		3		0	
2-3	การวิเคราะห์สินค้า 1.องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ 2.วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ 3.ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ 4.ภาพลักษณ์และบุคลิกภาพผลิตภัณฑ์	6		3		0	
4-5	ผู้บริโภคและตลาด 1.การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 2.การจูงใจและทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ 3.กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค 4.การตลาดเป้าหมาย	6		6		0	
6-7	การสร้างสรรค์การโฆษณา 1.การสร้างสรรค์งานโฆษณา 2.กระบวนการสร้างสรรค์งานโฆษณา 3.เทคนิคการสร้างสรรค์งานโฆษณา	6		6		0	
8	ค ว า ม ห ม า ย แ ล ะ แ น ว คิ ด ของการประชาสัมพันธ์	3		3		0	
9-10	กระบวนการสร้างสรรค์งาน ประชาสัมพันธ์	6		6		0	
11	สื่อและการวางแผนสื่อในงานโฆษณา และประชาสัมพันธ์	3		3		0	
12	จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพของ นักโฆษณาและประชาสัมพันธ์	3		3		0	
13	บ ท บ า ท ข อ ง ก า ร โฆษณา	3		3		0	

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมงตามแผนการสอน		จำนวนชั่วโมงที่สอนจริง		ความแตกต่าง (%)	เหตุผล (หากความแตกต่างเกิน 25%)
		บรรยาย	ปฏิบัติการ	บรรยาย	ปฏิบัติการ		
	และประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อระบบเศรษฐกิจสังคมและการเมือง						
14-15	นำเสนอผลงานโฆษณาและประชาสัมพันธ์	6		6		0	
จำนวนชั่วโมงรวม		45		45		0	

2. หัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผนและการชดเชย (ถ้ามี)

3. ข้อเสนอการดำเนินงานเพื่อปรับปรุงแผนการสอน (ถ้ามี)

เนื่องจากตรงกับวันหยุดค่อนข้างเยอะ ต้องหาเวลาสอนชดเชย ลองให้นิสิตทบทวนเนื้อหาออนไลน์ในช่วงปิดติดต่อกันหลายวัน ปรากฏไม่เป็นผล อาจจะต้องใช้กระบวนการเรียนรู้อื่นๆ แทน

หมวดที่ 3 การพัฒนาประสิทธิภาพรายวิชา

1. รายงานประสิทธิภาพรายวิชาเมื่อเทียบกับแผนพัฒนา

#	หัวข้อ	ตามแผน		ตามจริง	
		มี	ไม่มี	มี	ไม่มี
1	จัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐานไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของระยะเวลาทั้งหมด	✓		✓	
2	จัดการเรียนรู้ร่วมกับสถานประกอบการ องค์กร หรือหน่วยงาน			✓	
3	จัดการเรียนรู้เชิงรุก	✓		✓	
4	รายวิชาส่งเสริมทักษะผู้ประกอบการของผู้เรียน				
5	รายวิชาก่อให้เกิดนวัตกรรมของผู้เรียน โดยมีหนังสือรับรองการใช้ประโยชน์				
6	จัดการเรียนรู้ผ่านช่องทางออนไลน์ (online) ร่วมกับ ในที่ตั้ง (on-site)				
7	มีการพัฒนาสื่อการสอนแบบออนไลน์โดยผ่าน TSU MOOC	✓		✓	
8	เปิดเผยคะแนนเก็บก่อนการสอบปลายภาค	✓		✓	
9	ส่งระดับชั้นตามเวลาที่กำหนด โดยไม่มีข้อผิดพลาด	✓		✓	
10	มีการทวนสอบรายวิชาในระบบของคณะฯ	✓		✓	
11	อื่น ๆ ระบุ				

2. ชื่อนวัตกรรมของผู้เรียนโดยมีหนังสือรับรองการใช้ประโยชน์ (ถ้ามี)

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	จำนวนนวัตกรรม	ชื่อนวัตกรรมของผู้เรียน
			1.

3. ชื่อของผู้เรียนที่เป็นผู้ประกอบการ (ถ้ามี)

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	จำนวนผู้เรียนที่เป็นผู้ประกอบการ	ระบุกลุ่มผู้เรียน (กรณีทั้งกลุ่มเรียน) หรือระบุ ชื่อ-สกุล ของผู้เรียน (กรณีเฉพาะบุคคล)
			1. 2.

คำชี้แจง ผู้เรียนที่เป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) หมายถึง ผู้เรียนที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ใน 2 ลักษณะ ดังนี้ (1) ประกอบธุรกิจส่วนตัวโดยมีลูกจ้าง หมายถึง เป็นผู้ประกอบธุรกิจของตนเอง เพื่อหวังผลกำไรหรือส่วนแบ่งและได้จ้างบุคคลอื่นมาทำงานในธุรกิจในฐานะลูกจ้าง (2) ประกอบธุรกิจส่วนตัวโดยไม่มีลูกจ้าง หมายถึง เป็นผู้ประกอบธุรกิจของตนเองโดยลำพังผู้เดียวหรืออาจมีบุคคลอื่นมาร่วมกิจการด้วย เพื่อหวังผลกำไรหรือส่วนแบ่ง และได้จ้างลูกจ้างแต่อาจมีสมาชิกในครัวเรือนหรือผู้ฝึกงานมาช่วยทำงานโดยไม่ได้รับค่าจ้างหรือค่าตอบแทนอย่างอื่นสำหรับงานที่ทำ

3. ปัญหาและผลกระทบต่อดำเนินงาน (ถ้ามี)

- 2.1 ด้านทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน
- 2.2 ด้านสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้
- 2.3 ด้านการบริหารองค์กร
- 2.4 ด้านอื่น ๆ

4. ข้อเสนอการดำเนินงานเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพรายวิชา (ถ้ามี)

หมวดที่ 4 สรุปผลการจัดการเรียนการสอน

1. การกระจายของระดับคะแนน (เกรด) : จำนวนและร้อยละของผู้เรียนในแต่ละระดับคะแนน

กลุ่ม S 101

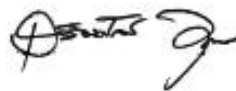
เกรด	A	B+	B	C+	C	D+	D	E/F	I	W	S	U	AUD	IP
ช่วงคะแนน	≥80	≥75	≥70	≥65	≥60	≥55	≥50	≥0						
จำนวนผู้เรียน	9	22	14	6	2	1	3	0						
สัดส่วนร้อยละเมื่อเทียบกับจำนวนผู้เรียนที่คงอยู่	15.79	238.6	24.56	10.53	3.51	1.75	5.26	0						

กรณีระดับชั้น E/F ☐ เวลาเรียนน้อยกว่า 80%

☐ คะแนนต่ำกว่าเกณฑ์

☐ พุจริตในการสอบ

2. ปัจจัยที่ทำให้ระดับคะแนนผิดปกติ (ถ้ามี)



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เสริมศักดิ์ ชุนพล)

อาจารย์ผู้สอน

วันที่รายงาน7/11/68.....