


รายละเอียดของรายวิชา (Course Specification)

	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง				
	สาขาวิชา	การออกแบบ		กลุ่มวิชา	นิเทศศิลป์
	หลักสูตร	ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศิลป์			
	หลักสูตรฉบับ พ.ศ.	2548			
ปีการศึกษา	2555	ภาคการศึกษา	1		
รหัสวิชา	02046023	หน่วยกิต	3 (3-0)		
ชื่อรายวิชา	ชื่อภาษาไทย	การเขียนข้อความโฆษณา			
	ชื่อภาษาอังกฤษ	COPY WRITING			

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสวิชาและชื่อวิชา	02046023	การเขียนข้อความโฆษณา			
2. จำนวนหน่วยกิต	3 (3-0)				
3. หลักสูตรและประเภทรายวิชา	ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศิลป์ กลุ่มวิชาบังคับ				
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน	ผู้ช่วยศาสตราจารย์บรรจงศักดิ์ พิมพ์ทอง				
5. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน	ภาคการศึกษาที่ 1 ชั้นปีที่ 3				
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)	ไม่มี				
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites)					
8. สถานที่เรียน	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์				
	อาคารเรียนรวม				
	ห้อง 316				
	วันที่สอน	อังคาร	เวลา	13.00 – 16.00 น.	
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด					พฤษภาคม 2555

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

จุดมุ่งหมายรายวิชา

1. เพื่อให้นักศึกษาได้ศึกษา เข้าใจทฤษฎี หลักการของการเขียนข้อความโฆษณา
2. เพื่อให้นักศึกษาได้เข้าใจกระบวนการวิธี ในการนำ หลักการ สร้างสรรค์แนวคิด (Creative Idea) และฝึกเขียนข้อความ หรือคำโฆษณา
3. เพื่อให้นักศึกษามีความตระหนักถึงความสำคัญของการใช้ภาษา ด้วยการเขียนข้อความโฆษณา ซึ่งเป็นพื้นฐานที่สำคัญยิ่งของการสื่อสารและการโฆษณาประชาสัมพันธ์
4. เพื่อให้นักศึกษาได้ทดลองฝึกเขียนข้อความ หรือคำโฆษณาที่สร้างแรงจูงใจ และสร้างความน่าสนใจ พร้อมสอดคล้องกับวิธีการ รูปแบบของสื่อ (Media) ที่ใช้ในการนำเสนอโดยตรง เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สามารถนำไปประยุกต์ร่วมกับวิชาอื่นๆในหลักสูตรหรือเป็นความรู้ไปใช้ในการประกอบวิชาชีพได้

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา (ตามที่ระบุไว้ในรายละเอียดหลักสูตร)

รหัสวิชา	ชื่อวิชาภาษาไทย การเขียนข้อความโฆษณา	หน่วยกิต
02046023	ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ COPY WRITING	3 (3-0)
<p>คำอธิบายรายวิชาภาษาไทย</p> <p>ศึกษารูปแบบและวิธีการในการนำเสนอผลงานทางด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ โดยถ่ายทอดด้วยวิธีการสื่อสารด้วยการเขียนเป็นข้อความ ให้เกิดความน่าสนใจและสามารถดึงดูดใจต่อกลุ่มเป้าหมาย เพื่อผลสัมฤทธิ์ทางด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์</p>		
<p>คำอธิบายรายวิชาภาษาอังกฤษ</p> <p>The study of the forms and presentation methods of advertisements and publicity materials conveyed in written statements that are interesting and appeal to target groups for efficiency in advertising and publicity.</p>		

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

ภาคบรรยาย	<p>3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (42 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา)</p> <p>เป็นการบรรยายเนื้อหาตั้งแต่ ความหมายของคำว่า COPY WRITING และ บทบาทหน้าที่ของ COPY WRITER ในการประกอบวิชาชีพ พร้อมทั้งให้รับรู้ เข้าใจ ประวัติศาสตร์ที่มา และความสำคัญ ของการเขียนข้อความโฆษณา ประเด็นของต้นเหตุ และสาเหตุของกระบวนการสร้างแนวคิด(Creative Idea) การนำเสนองานโฆษณาอย่าง มีหลักการกับวิธีการแก้ไขของการตลาด(Marketing Brief) วิธีการ หลักการ วิเคราะห์ หาแนวทางพัฒนาในการสร้าง Key Words และ Key Messages การสร้างคำขวัญ (Slogan) เพื่อกำหนดจุดยืนของสินค้า(Product Positioning) จุดขาย ที่บ่งบอกจุดแข็ง ของสินค้า(Strong Point & Unique Selling Point) และภาพพจน์ของสินค้า(Product Image)เป็นการเริ่มจุดประกายการนำเสนอ การสร้างสรรค์งานสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณา(Press Ad.) การสร้างสรรค์งานโฆษณาทางสื่อวิทยุ(Radio Spot) และการสร้างสรรค์ภาพยนต์ โฆษณาทางโทรทัศน์(T.V. Commercials)</p> <p>โดยเน้นการใช้ภาษาที่สร้างสรรค์ข้อความสาระ(Messages) โฆษณาเป็นสาร นำร่องผ่านช่องทางสื่อ (Media) ต่างๆ ทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โปสเตอร์ ป้ายโฆษณา วิทยุ โทรทัศน์หรือเว็บไซต์ เป็นต้น</p> <p>ให้นักศึกษาทดลองฝึกเขียนข้อความโฆษณา และนำเสนอผลงานในชั่วโมงที่มีการเรียนการสอน โดยผู้ให้คำแนะนำ เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ตรงประเด็นดึงดูด และเข้าถึง จิตใจกลุ่มเป้าหมาย</p>
-----------	--

ภาคปฏิบัติ	0 ชั่วโมง เป็นการทำงานต่อเนื่องจากการฝึกหัดในชั่วโมงเรียนอาจไม่เสร็จ อนุญาตให้นักศึกษานำไปทำต่อเป็นการบ้าน เพื่อได้ผลงานที่สมบูรณ์
ศึกษาด้วยตนเอง	2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (20 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา) เป็นการมอบหมายให้การบ้าน นักศึกษาไปค้นคว้าแล้วนำไปฝึกฝนที่ช่วย ในการหาแนวคิด(Creative Concept)ใหม่ๆ เพื่อเป็นบันทึกลอง นำมาประยุกต์ใช้เขียนข้อความโฆษณาอย่างสร้างสรรค์

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล
ผู้สอนให้คำปรึกษาแนะนำต่อนักศึกษาเป็นรายบุคคล สัปดาห์ 2 ชั่วโมงในเวลา 16.30-18.30 น. ของวันทำงาน

หมวดที่ 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรมจริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องการพัฒนา

- เริ่มต้นโดยผู้สอน ประพฤติตนเป็นตัวอย่างนักศึกษาต้องปฏิบัติตาม คือ การตรงต่อเวลา มีวินัย รู้จักหน้าที่ และมีความรับผิดชอบ

1.2 วิธีการสอน

- บรรยายสอดแทรกลงในเนื้อหา หรือการยกตัวอย่างกรณีศึกษา(Case Study) จากให้ชมงานโฆษณาที่รณรงค์ ปลุกจิตสำนึกให้ตระหนักในหน้าที่ กับความรับผิดชอบต่อของมนุษย์เช่น เรื่อง ความไม่ตรงต่อเวลานั้น ก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคม หรือการขาดจริยบรรณในการแอบอ้าง ลอกเลียนผลงานของผู้อื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต
- ให้นักศึกษาตระหนักในด้านการเข้าเรียน และการส่งงานที่ตรงต่อเวลานั้นมีผลกับการประเมินผลของการให้คะแนน

1.3 วิธีการประเมินผล

- ร้อยละ 100 ของนักศึกษาที่เข้าเรียน ได้ส่งงานครบ และที่สอบ นั้นผ่านตามเกณฑ์ของวิชา
- ร้อยละ 80 ของนักศึกษาที่เข้าเรียนและส่งงานที่มอบหมายตรงต่อเวลา

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- นักศึกษาได้ศึกษา เข้าใจในทฤษฎี หลักการของการเขียนข้อความโฆษณา
- นักศึกษาได้เข้าใจกระบวนการวิธี ในการนำ หลักการ สร้างสรรค์แนวคิด (Creative Idea) และฝึกเขียนข้อความ หรือคำโฆษณา
- นักศึกษาเกิดความตระหนักถึงความสำคัญของการใช้ภาษา การเขียนข้อความโฆษณา ซึ่งเป็นพื้นฐานที่สำคัญยิ่งของการสื่อสาร และการโฆษณาประชาสัมพันธ์

- นักศึกษาได้เกิดทักษะ ทดลอง ฝึกเขียนข้อความ หรือคำโฆษณาที่สร้างแรงจูงใจ และสร้างความน่าสนใจ พร้อมสอดคล้องกับวิธีการ รูปแบบของสื่อ(Media) ที่ใช้ในการนำเสนอ มุ่งตรงเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สามารถนำไปประยุกต์ร่วมกับวิชาอื่นๆในหลักสูตรหรือเป็นความรู้ไปใช้ในการประกอบวิชาชีพได้

2.2 วิธีการสอน

- ใช้การบรรยายประกอบสื่อการสอน พร้อมยกตัวอย่างผลงานของนักสร้างสรรค์ระดับนานาชาติ ให้นักศึกษาได้ชม ได้รู้ที่มาของความคิด การสร้างแนวคิดจนเกิดเป็นผลงานของการนำเสนอ
- มอบหมายนักศึกษา ทดลอง ฝึกปฏิบัติเขียนข้อความ หรือคำโฆษณาที่สร้างแรงจูงใจ และสร้างความน่าสนใจโดยผู้สอนคอยให้คำปรึกษา แนะนำ เปิดโอกาสให้สอบถามข้อสงสัยทั้งในและนอกชั่วโมงเรียน
- ให้มีการศึกษา ค้นคว้า เรียนรู้ วิเคราะห์ปัญหาด้วยตนเองแล้วเปิดให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้เรียนกับผู้สอน เช่น การศึกษาพฤติกรรมของวัยรุ่นในการบริโภคอาหาร Fast Food นั้นลดลงอย่างต่อเนื่อง เป็นต้น

2.3 วิธีการประเมินผล

- จากการเข้าเรียนสม่ำเสมอ
- การส่งงานที่มอบหมาย ครบ ตรงต่อเวลา และคุณภาพของผลงาน
- การสอบกลางภาค และการสอบปลายภาค

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- ความคิด สติปัญญา ที่ใช้ในการวิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูล ความสามารถในการตีความ ที่ตรงประเด็นอย่างมีเหตุและมีผล เป็นความคิดสร้างสรรค์ที่สะท้อน สรุปออกมาในรูปของ ภาษา ข้อความที่มีสาระใช้สื่อสารโดนใจกลุ่มเป้าหมาย

3.2 วิธีการสอน

- บรรยายกระบวนการ หลักการในการสร้างแนวคิดชี้ให้เห็นประเด็นสำคัญ ที่สามารถนำมาเป็นสาระที่จุดประกายความคิด พร้อมยกตัวอย่างผลงานของนักสร้างสรรค์ระดับนานาชาติให้นักศึกษา ได้รู้ที่มาของความคิด สู่การนำเสนออย่างเป็นรูปธรรม

3.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินผลจากผลงานมีมอบหมายในห้องเรียนและการบ้าน
- ประเมินผลจากการสอบกลางภาคและปลายภาค

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- มอบหมายให้งาน โดยลักษณะการทำงานเป็นกลุ่ม (Team Work)ให้รู้จักการบริหารจัดการการแบ่งหน้าที่ ความรับผิดชอบ

4.2 วิธีการสอน

- ให้โจทย์ที่นักศึกษาในแต่ละกลุ่มต้องช่วยกันค้นคว้าหาข้อมูล มีการวิเคราะห์แล้วจึงนำมาสรุปสร้างแนวคิด(Creative Idea) พัฒนาสู่แบบร่าง(Sketch Design)

4.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินผลจากระบวน การวิเคราะห์เป็นที่มาของการสร้างแนวคิด(Creative Idea)ซึ่งสามารถเห็นปรากฏอยู่ในผลงาน

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- การสืบค้นข้อมูลโดยใช้การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต เพื่อนำข้อมูลมาประกอบกับข้อมูลที่ได้จากเอกสารตำราประยุกต์เข้าด้วยกันเพื่อก่อให้เกิดแนวคิดใหม่ๆได้

5.2 วิธีการสอน

- มอบหมายงานโดยให้นักศึกษาสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตให้ได้มากที่สุด แล้วนำมาพิจารณาถ่วงน้ำหนักข้อมูล เพื่อเป็นเหตุผลการอ้างอิงสนับสนุนในการสร้างสรรค์ผลงาน

5.3 วิธีการประเมินผล

- สังเกตจากการนำข้อมูลที่ได้จากอินเทอร์เน็ต มีส่วนผสมผสานซึ่งปรากฏอยู่ในกระบวนการพัฒนาและการสร้างสรรค์ผลงาน

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมงการสอน	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอนและสื่อที่ใช้	ผู้สอน
1	แนะนำ เนื้อหารายละเอียดวิชาเกี่ยวกับข้อตกลงเบื้องต้นในการเรียนการสอน และการวัดผลบรรยาย ความหมาย COPY WRITING และบทบาทหน้าที่ของ COPY WRITER ในการประกอบวิชาชีพ พร้อมทั้งให้รับรู้ เข้าใจประวัติศาสตร์ที่มา และความสำคัญ ของ การเขียนข้อความโฆษณา	3	CAI. SLIDE POWER POINT	บรรจงศักดิ์ พิมพ์ทอง
2	บรรยาย เพื่อให้นักศึกษาได้รู้จักนักเขียนข้อความโฆษณา(COPY WRITER) และผลงานของ COPY WRITER ที่มีชื่อเสียง มีอาชีพในระดับประเทศ และในระดับสากล ชี้ให้เห็นประเด็นของต้นเหตุ และสาเหตุของ กระบวนการสร้างแนวคิด นำเสนอในลักษณะเป็นกรณีศึกษา(Case Study) ที่ COPY WRITER ซึ่งแต่ละคน มีหลักการกับวิธีการแก้โจทย์ของการตลาด (Marketing Brief) ที่แตกต่างกัน	3	POWER POINT Projector มอบหมายการบ้านให้ค้นคว้างานสิ่งพิมพ์โฆษณาที่ตนเองคิดว่ายอดเยี่ยม 2 ชิ้น และที่ตนเองคิดว่า ยอดแย่ 2 ชิ้น โดยให้เขียนการวิพากษ์พร้อมข้อเสนอแนะในการปรับปรุงAd.เหล่านั้น	บรรจงศักดิ์ พิมพ์ทอง
3	หลักการกับวิธีการแก้โจทย์ของการตลาด (Marketing Brief)และการตั้งประเด็นที่นำมาสู่โจทย์ของการสร้างสรรค์(Creative Brief)การเริ่มต้นกระบวนการสร้างสรรค์ การโฆษณา(3	POWER POINT ตรวจการบ้านโดยให้นักศึกษาฝึกนำเสนอบทวิพากษ์ที่ได้ค้นคว้ามา	บรรจงศักดิ์ พิมพ์ทอง

	Processes of Advertising Concept & Creative Concept)			
4	การสร้าง Key Words และ Key Messages เพื่อเป็นจุดประกาย นำร่อง เพื่อเป็นแนวทางพัฒนาสู่การสร้างคำขวัญ(Slogan) เพื่อกำหนดจุดยืนของสินค้า(Product Positioning) จุดขาย ที่บ่งบอกจุดแข็งของสินค้า(Strong Point & Unique Selling Point) และภาพพจน์ของสินค้า(Product Image)	3	POWER POINT มอบหมายการบ้านให้นักศึกษาเลือกสินค้าที่มีคุณภาพเป็นของไทย และยังไม่ค่อยมีชื่อเสียง มาคนละ 2 ยี่ห้อ พร้อมข้อมูลพื้นฐานของการตลาดคือ 4 Ps เบื้องต้น	บรรจงศักดิ์พิมพ์ทอง
5	บรรยายวิธีการ หลักการ วิเคราะห์สินค้าในประเด็นดังนี้ - ปัญหาทางการตลาด - วัตถุประสงค์ทางการตลาด - กลุ่มเป้าหมายหลัก(ผู้บริโภค) - คู่แข่งขันของการตลาดโดยตรง - คุณประโยชน์ของสินค้าต่อผู้บริโภค - บุคคลิกภาพที่เป็นจุดเด่นของสินค้า - และความต้องการหวังผลที่นอกเหนือจากการขายสินค้า เพื่อให้นักศึกษา ได้ทำการศึกษา มีความรอบรู้ และเข้าใจในตัวสินค้าอย่างละเอียด และลึกซึ้ง ก่อนที่จะทำการสร้างแนวคิดสร้างสรรค์งานโฆษณา (Advertising Concept) เพื่อให้เกิดความแม่นยำในการสื่อสารอย่างมีเหตุและมีผลที่สนับสนุนความคิด นำเสนอผลงานตัวอย่างInternational Ad.เพื่อเป็นกรณีศึกษา	3	POWER POINT เริ่มให้Project กลางภาค เริ่มด้วยการฝึกวิเคราะห์สินค้าโดยการเขียน อธิบายความด้วยภาษาที่มุ่งสู่ประเด็นเฉพาะสาระที่สำคัญในแต่ละหัวข้อ ปฏิบัติทำและส่งในชั่วโมงแล้วนำไปสร้าง Key Words และ Key Messagesพัฒนาสู่การสร้างคำขวัญ(Slogan) เพื่อกำหนดจุดยืนของสินค้า(Product Positioning) จุดขาย ที่บ่งบอกจุดแข็งของสินค้า(Strong Point & Unique Selling Point) และภาพพจน์ของสินค้า(Product Image) ส่งสัปดาห์ถัดไป	บรรจงศักดิ์พิมพ์ทอง
6	บรรยาย การนำ Key Words และ Key Messages การสร้างคำขวัญ(Slogan) ที่กำหนดจุดยืนของสินค้า(Product Positioning) จุดขาย ที่บ่งบอกจุดแข็งของสินค้า(Strong Point & Unique Selling Point) และภาพพจน์ของสินค้า(Product Image) พัฒนสู่การสร้างคำ เป็นภาษาเขียนข้อความพาดหัว Head Line, Body Copy, Base Line และ Punch Line นำมารวมเป็นองค์ประกอบ อันเป็นโครงสร้างที่สำคัญ และสมบูรณ์ของงานสิ่งพิมพ์โฆษณา(Press Ad.) พร้อมตัวอย่างผลงานที่นักศึกษา	3	POWER POINT ให้นักศึกษาทำแบบร่าง (Rough Sketch Design) งานสิ่งพิมพ์โฆษณา (Press Ad.) คนละ 3 ความคิดโดยเน้นการนำเสนอผลงานด้วยข้อความโฆษณาส่งในชั่วโมงโดยผู้สอนให้ข้อคิดเห็นเสนอแนะ	บรรจงศักดิ์พิมพ์ทอง

	ควรนำไปประยุกต์เพื่อสร้างสรรค์ผลงานของแต่ละคน		และชี้แนวทางปรับปรุง นำไปพัฒนาต่อเป็น การบ้าน ส่งงานที่ สมบูรณ์ในสัปดาห์ถัดไป	
7	ส่งผลงานสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณา(Press Ad.)ชั้นสมบูรณ์ พร้อมการนำเสนอ ด้วยการพูดประกอบคำอธิบาย ของนักศึกษาในแต่ละคนโดยให้เวลาคนละ 5 นาที	3	ผู้สอนรับฟังการนำเสนอ งานของนักศึกษาพร้อม ซักถาม เสนอแนะให้ ข้อคิดเห็น	บรรจงศักดิ์ พิมพ์ทอง
8	สอบกลางภาค	3 ชั่วโมง	ผู้สอนจัดสอบเอง	บรรจงศักดิ์ พิมพ์ทอง เป็นผู้คุมสอบ
9	บรรยาย วิธีการสร้างสื่อกาโฆษณาทางสื่อวิทยุ (Radio Spot) เป็นการส่งสารด้วยเสียงไปสู่ผู้บริโภค หรือกลุ่มเป้าหมายให้รับรู้ โดยใช้แค่เสียงเป็นสื่อ อัน ก่อให้เกิดจินตภาพ	3	กระบวนการ วิธีการ สร้างสื่อกาโฆษณา ทางสื่อวิทยุ(Radio Spot)และศัพท์ทาง เทคนิคมอบหมายงานให้ นักศึกษานำแนวคิด (Creative Idea)ของ งานสิ่งพิมพ์ที่ส่งเมื่อต้น เทอมมาพัฒนา ดัดแปลงสร้างสรรค์เป็น งานโฆษณาทางสื่อวิทยุ (Radio Spot)	บรรจงศักดิ์ พิมพ์ทอง
10	บรรยาย นำตัวอย่างผลงานโฆษณาทางสื่อวิทยุ (Radio Spot) มาเปิดให้นักศึกษารับฟังเพื่อให้รับรู้ถึง วิธีการสร้างสรรค์ การนำเสนองานโฆษณาทางสื่อวิทยุ (Radio Spot) ที่สามารถสร้างความน่าสนใจเป็นแรง ดึงดูด เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย	3	Computer &Speakerส่งงานที่ มอบหมายให้ เพื่อตรวจ แนวคิด วิธึนำเสนอให้ ข้อคิดเห็น นำไป ปรับปรุง	บรรจงศักดิ์ พิมพ์ทอง
11	ส่งผลงานโฆษณาทางสื่อวิทยุ(Radio Spot)ที่มีการ Mix Sound และมีองค์ประกอบเสียง ได้แก่ คำ เสียงพูดข้อความที่เป็นจุดขายในการโฆษณา เสียง ประกอบ (Sound Effect) เสียงดนตรี(Music)หรือ ลูกเล่น(Gimmick)อื่นๆในรูปแบบของ CD ROM	3	Computer &Speakerผู้สอนรับฟัง การนำเสนอของ นักศึกษาพร้อมซักถาม เสนอแนะให้ข้อคิดเห็น	บรรจงศักดิ์ พิมพ์ทอง
12	บรรยาย วิธีการสร้างสรรค์ภาพยนตร์โฆษณาทางสื่อ โทรทัศน์(T.V. Commercials) นำตัวอย่างผลงาน ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์(T.V. Commercials) ที่ได้รับรางวัลในระดับประเทศ และระดับนานาชาติ มาเปิดให้นักศึกษาชมเพื่อให้รับรู้ โดยชี้ประเด็นให้ ทราบถึงที่มาของความคิด สร้างแรงบันดาลใจ เข้าใจ ถึงวิธีการสร้างสรรค์ เทคนิค ลูกเล่น ในการนำเสนอ ที่สามารถสร้างความน่าสนใจเป็นแรงดึงดูด เข้าถึง กลุ่มเป้าหมาย	3	POWPER POINT Projector &Speaker มอบหมายงานกลุ่ม โดยให้นักศึกษาแบ่ง ออกเป็นกลุ่มละ 3 คน แล้วให้ทุกกลุ่มไปเลือก สินค้าที่ต้องการทำ	บรรจงศักดิ์ พิมพ์ทอง

			โฆษณาอย่างน้อย กลุ่มละ 2 สินค้าพร้อม ข้อมูลของการตลาด และเหตุผลสนับสนุน (Rationale)	
13	บรรยาย วิธีการ เขียนบท จุดประเด็นที่นำไปสู่จุดขาย (Hit to the Point) นำเสนอให้เป็นเรื่องราวน่าสนใจ ในการสร้างสรรค์ภาพยนตร์โฆษณา (Script of T.V. Commercials)	3	POWER POINT Projector& Speaker พร้อมคำบรรยาย	บรรจงศักดิ์ พิมพ์ทอง
14	บรรยาย วิธีการเขียนภาพ Story Board ตามบทที่ สร้างไว้ ให้เกิดเป็นเรื่องราว ที่เห็นเป็นภาพ(Visual- Video-Audio) ให้ครบซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ของภาพยนตร์โฆษณา	3	ให้นักศึกษาแต่ละกลุ่ม ช่วยกัน ฝึกทดลองทำ แบบร่าง(Sketch Design)ในชั่วโมงเรียน	บรรจงศักดิ์ พิมพ์ทอง
15	ส่งงาน Sketch Idea Story Board พร้อมให้ นักศึกษาของแต่ละกลุ่มนำเสนอผลงาน สรุป ทบทวนสาระเนื้อหาบทเรียนในการเรียนการสอนของ วิชาการเขียนข้อความโฆษณา(Copy Writing) มา ตลอดทั้งภาคการศึกษาเพื่อเตรียมตัวสอบปลายภาค	3	Computer Projector& Speaker ผู้สอนรับฟังการนำเสนอ และชมผลงานของ นักศึกษาพร้อมซักถาม เสนอแนะให้ข้อคิดเห็น	บรรจงศักดิ์ พิมพ์ทอง
16	สอบปลายภาค	3 ชั่วโมง	สอบตามตารางสอบของ คณะฯ	กรรมการคุม สอบ

2. แผนการประเมินการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล (%)
1	การเข้าเรียนร้อยละ 80 ตลอด ภาคการศึกษา	การเข้าเรียนไม่ต่ำกว่า 15 ครั้ง	ตลอดภาคการศึกษา	10
2	การส่งผลงานที่มอบหมาย ชิ้นที่ 1	ผลงาน	5-7	20
3	การส่งผลงานที่มอบหมาย ชิ้นที่ 2	ผลงาน	11	20
4	การส่งผลงานที่มอบหมาย ชิ้นที่ 3	ผลงาน	15	20
5	ผลการสอบกลางภาคและ ปลายภาค	คะแนนที่สอบ	8 และ 16	30

การพิจารณาเกณฑ์ผ่านในรายวิชาผู้เรียนจะต้อง

1. มีเวลาเข้าชั้นเรียนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80 ของเวลาเรียนทั้งหมด หากเวลาเรียนไม่พอตามที่กำหนดจะพิจารณาผลเป็นตกเนื่องจากเวลาเรียนไม่พอ ไม่มีสิทธิ์สอบ โดยได้รับค่าระดับคะแนน Fa (Failed, Insufficient Attendance)
2. ผู้เรียนจะต้องมีคะแนนรวมทั้งรายวิชาไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของคะแนนรวมทั้งหมด
3. ผู้ที่ผ่านเกณฑ์ข้อ 2 จะได้รับค่าระดับคะแนนตามเกณฑ์ ดังนี้

คะแนนร้อยละ	80 ขึ้นไป	จะได้ค่าระดับคะแนน	A
คะแนนร้อยละ 75-79		จะได้ค่าระดับคะแนน	B+
คะแนนร้อยละ 70-74		จะได้ค่าระดับคะแนน	B
คะแนนร้อยละ 65-69		จะได้ค่าระดับคะแนน	C+
คะแนนร้อยละ 60-64		จะได้ค่าระดับคะแนน	C
คะแนนร้อยละ 55-59		จะได้ค่าระดับคะแนน	D+
คะแนนร้อยละ 50-54		จะได้ค่าระดับคะแนน	D
คะแนนต่ำกว่าร้อยละ 50		จะได้ค่าระดับคะแนน	F

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. ตำราและเอกสารหลัก

Doyle Dane & Bern Bark : **Ad Campaign of The Century**. Print Magazine
American Graphic Design U.S.A. 1995

Jackie Dickens : **Better Advertising Strategies** . Leo Burnett Asia Pacific
.1996

Jean Etienne : **Epica Book 6 Europe's Best Ads**. Published by Rotovision
S.A. Switzerland . 1993

John Barnicoat : **A Concise History of Posters** Thames and Hudson Great
Britain by Jarroll & Sons Ltd.,Norwich London. 1975

McAlhone Beryl & Stuart David : **A Smile in the Mind Witting Thinking in
Graphic Design**,Published and Distributed by Roto Vistion SA Switzerland. 1999

Poster:Graphis Poster 94:Herausgegeben Von , B. Martin Pedersen
,Graphic Press Corp. Zurich Switchzerland. 1994

Rusell Bestley & Ian Nobel : **Up Against the Wall International Poster
Design**, Published and Distributed by Roto Vistion SA Switzerland. 2002

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

ดลชัย บุญยะรัตเวช. 2545. **Brand Voice**. กรุงเทพฯ : ทิปปิง พอยท์.

ปริญ ลักขิตานนท์. 2544. **จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: ทิปปิง พอยท์.

ศรีกัญญา มงคลศิริ. 2547. **Brand Management**. กรุงเทพฯ : ไฮเออร์ เพรส.

Trout, J. And Rivkin, S. 2544. **แตกต่างเพื่ออยู่รอด**. แปลจาก **Differentiate or
Die**:

Die:

Survival in Our Era of Killer Competition. โดย กรรณ พิระอัมพร.
 กรุงเทพฯ : เอ.อาร์. บีซีเนส.
 Trout, J. And Rivkin, S. 2541. 22 กฎเหล็กทางการตลาด. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ด.

3.เอกสารและข้อมูลแนะนำ

www. Niel french.com
www.marcelloserpa.com
 the one show 2002-2008
 how to be a good copy writer

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

ให้นักศึกษาทำการประเมินประสิทธิผลของรายวิชาผ่านทางระบบประเมินการสอนของสถาบันฯ ที่จัด
 ขึ้น โดยมีหัวข้อในการประเมินดังนี้

1. มีการแจ้งให้นักศึกษาทราบกฎเกณฑ์และรายละเอียดของการเรียนการสอน
2. ตรงต่อเวลาในการสอน
3. เข้าสอนครบตามที่กำหนด
4. ใช้สื่อการสอนที่ช่วยให้เข้าใจดีขึ้น
5. มีความรู้ความสามารถในการสอนให้นักศึกษาเข้าใจเนื้อหาได้ดี
6. มอบหมายงานให้นักศึกษาทำในปริมาณที่เหมาะสม
7. ตรวจงานและชี้แจงข้อบกพร่องของนักศึกษาในงานที่ให้ทำ
8. เปิดโอกาสให้นักศึกษาคิดวิเคราะห์แก้ไขปัญหาและสร้างสรรค์
9. เปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถามในเวลาเรียน
10. เปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถามนอกเวลาเรียน
11. สอนเนื้อหาครบตามที่กำหนดไว้ในแผนการสอน
12. โดยภาพรวมนักศึกษาได้รับความรู้เพิ่มขึ้นจากการเรียนวิชานี้
13. ส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม คุณและเสียวินัย และทำตนเป็นตัวอย่างที่ดี

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- การสังเกตการณ์สอนของผู้สอน กลยุทธ์อีกทางหนึ่ง ผู้สอนได้จัดเตรียมแบบสอบถามแบบ
 ปลายเปิด (Open End) ขึ้นเอง ใช้สำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาในขณะสอบปลายภาคและส่งผลงานชิ้น
 สุดท้ายให้นักศึกษาตอบได้อย่างอิสระ ก็เพราะต้องการนำผลการประเมินการสอนที่ผู้สอนจัดทำขึ้นเองนี้มา
 พิจารณาควบคู่กับผลการประเมินการสอนของสถาบันฯ จะได้นำผลการประเมินมาทำการวิเคราะห์ เพื่อหา
 แนวทางปรับปรุงวิธีการเรียนการสอนของวิชานี้ในครั้งต่อไป
- ผลงาน และผลการสอบของนักศึกษา