

หน่วยที่ ๓

พินิจคำ พินิจความสารนั้มน้าวใจ



หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ พินิจคำ พินิจความ สารโน้มน้าวใจ

รหัสวิชา ท๒๓๑๐๑
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓

รายวิชา ภาษาไทย
ภาคเรียนที่ ๑

กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย
เวลา ๑๖ ชั่วโมง

มาตรฐานการเรียนรู้/ตัวชี้วัด

สาระที่ ๑ การอ่าน

มาตรฐานการเรียนรู้ ท ๑.๑ ใช้กระบวนการอ่านสร้างความรู้และความคิดเพื่อนำไปใช้ตัดสินใจ แก้ปัญหาในการดำเนินชีวิตและมีนิสัยรักการอ่าน

ตัวชี้วัด

ม.๓/๓ ระบุใจความสำคัญและรายละเอียดของข้อมูลที่สนับสนุนจากเรื่องที่อ่าน

ม.๓/๕ วิเคราะห์ วิวิจารณ์ และประเมินเรื่อง ที่อ่านโดยใช้ กลวิธีการเปรียบเทียบเพื่อให้ผู้อ่าน เข้าใจได้ดีขึ้น

ม.๓/๙ ตีความและประเมินคุณค่าและแนวคิดที่ได้จาก งานเขียนอย่างหลากหลายเพื่อนำไปใช้

สาระที่ ๒ การเขียน

มาตรฐานการเรียนรู้ ท ๒.๑ ใช้กระบวนการเขียนเขียนสื่อสาร เขียนเรียงความ ย่อความ และเขียนเรื่องราวในรูปแบบต่างๆ เขียนรายงานข้อมูลสารสนเทศและรายงานการศึกษาค้นคว้าอย่างมีประสิทธิภาพ

ตัวชี้วัด

ม.๓/๒ เขียนข้อความโดยใช้ถ้อยคำได้ถูกต้องตามระดับภาษา

ม.๓/๖ เขียนอธิบาย ชี้แจง แสดงความคิดเห็นและโต้แย้งอย่างมีเหตุผล

สาระที่ ๓ การฟัง การดู และการพูด

มาตรฐานการเรียนรู้ ท ๓.๑ สามารถเลือกฟังและดูอย่างมีวิจารณญาณ และพูดแสดงความรู้ ความคิด และความรู้สึกในโอกาสต่างๆ อย่างมีวิจารณญาณและสร้างสรรค์

ตัวชี้วัด

ม.๓/๑ แสดงความคิดเห็นและประเมินเรื่องจากการฟัง และการดู

ม.๓/๕ พูดโน้มน้าวโดยนำเสนอหลักฐานตาม ลำดับ เนื้อหาอย่างมีเหตุผล และน่าเชื่อถือ

๒. สาระสำคัญ/ความคิดรวบยอด

เขียนและพูดโฆษณาสินค้าในท้องถิ่นโดยคัดสรรเนื้อหาอย่างมีวิจารณญาณ ใช้ภาษาโน้มน้าวใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้รูปแบบสื่อโฆษณาได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งจะต้องไม่บิดเบือนข้อมูล และมีความรับผิดชอบต่อสังคม

๓. จุดประสงค์การเรียนรู้

๓.๑ ด้านความรู้ ความเข้าใจ (K)

- ๑) ระบุประเภทสารโน้มน้าวใจได้
- ๒) ระบุใจความสำคัญของสารโน้มน้าวใจได้
- ๓) บอกองค์ประกอบสำคัญของโฆษณาได้
- ๔) ระบุกลวิธีของการใช้ภาษาในสื่อโฆษณาได้
- ๕) อธิบายองค์ประกอบของโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ได้
- ๖) อธิบายกระบวนการสร้างสรรค์โฆษณาสินค้าในท้องถิ่นได้
- ๗) อธิบายส่วนประกอบของโฆษณาสินค้าในท้องถิ่นได้
- ๘) อธิบายลักษณะการใช้ภาษาในการโน้มน้าวใจได้
- ๙) บอกเกณฑ์ประเมินการโฆษณาสินค้าท้องถิ่นได้

๓.๒ ด้านทักษะ/ กระบวนการ (P)

- ๑) วิเคราะห์การใช้ภาษาของสารโน้มน้าวใจได้
- ๒) อธิบายเจตนาของสารโน้มน้าวใจได้
- ๓) ประเมินความน่าเชื่อถือของสารโน้มน้าวใจอย่างมีเหตุผล
- ๔) พูดยุติแสดงความคิดเห็นต่อสารโน้มน้าวใจได้
- ๕) วิเคราะห์องค์ประกอบของโฆษณาได้
- ๖) ยกตัวอย่างคำที่เป็นจุดเด่นจากโฆษณาประกอบการอธิบายได้อย่างถูกต้อง
- ๗) อธิบายหลักการประเมินสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวันได้
- ๘) ประเมินความน่าเชื่อถือของสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวันได้อย่างมีเหตุผล
- ๙) แสดงความคิดเห็นต่อสื่อโฆษณาในฐานะผู้บริโภคอย่างมีหลักการ
- ๑๐) วิเคราะห์ วิจัยโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ได้
- ๑๑) ประเมินค่าโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ได้อย่างมีเหตุผล
- ๑๒) บอกเหตุผลในการเลือกสินค้าในท้องถิ่นได้
- ๑๓) เขียนคำโฆษณาสินค้าในท้องถิ่นได้
- ๑๔) พูดยุติโฆษณาสินค้าในท้องถิ่นโดยใช้สารโน้มน้าวใจได้

๓.๓ ด้านคุณลักษณะ เจตคติ ค่านิยม (A)

- ๑) ตระหนักถึงความสำคัญของการอ่านสารโน้มน้าวใจอย่างมีวิจารณญาณ
- ๒) ประเมินโฆษณาในสื่อออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ
- ๓) เลือกสื่อโฆษณาอย่างมีวิจารณญาณ
- ๔) เลือกสื่อในยุคดิจิทัลได้
- ๕) รู้เท่าทันเจตนาของผู้ส่งสาร
- ๖) ใช้ภาษาแสดงถึงอัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่นได้

๗) ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้

๘) ประเมินการพูดและการเขียนโฆษณาด้วยความเที่ยงตรง

๔. สมรรถนะที่ต้องการให้เกิดกับผู้เรียน (KSA)

พูดวิเคราะห์ วิจัย และประเมินค่าต่อสารโน้มน้าวใจ สื่อโฆษณาในชีวิตประจำวันทั้งสื่อภาพเคลื่อนไหว และสื่อสิ่งพิมพ์ โดยระบุใจความสำคัญ วิเคราะห์องค์ประกอบของสื่อโฆษณา รวมถึงอธิบายการใช้ภาษาของสารโน้มน้าวใจ อธิบายเจตนาของสาร และระบุประเภทสารโน้มน้าวใจได้ถูกต้อง อีกทั้งสามารถนำความรู้เรื่องการโน้มน้าวใจมาสร้างสรรค์โฆษณาสินค้าในท้องถิ่นพร้อมบอกเหตุผลในการเลือกสินค้า และสร้างสรรค์สารโฆษณาและพูดโฆษณาด้วยภาษาที่แสดงถึงอัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่นอย่างมีศิลปะและมีความน่าเชื่อถือ (๒.๑.๑, ๔.๒.๑, ๔.๒.๓)

๕. คุณลักษณะอันพึงประสงค์

๕.๑ ใฝ่เรียนรู้

- รู้เท่าทันสื่อโฆษณา

๕.๒ อยู่อย่างพอเพียง

- มีภูมิคุ้มกันต่อการรับสื่อในยุคดิจิทัล

- เลือกซื้อสินค้าและบริการอย่างมีเหตุผล

- เลือกสินค้าท้องถิ่นอย่างมีเหตุผล

๕.๓ ซื่อสัตย์

- ใช้คำโฆษณาที่น่าเชื่อถือ

๖. การประเมินผลรวบยอด

๖.๑ ชิ้นงานหรือภาระงาน

๑) ใบงานเรื่อง การวิเคราะห์และอธิบายลักษณะการใช้ภาษาสารโน้มน้าวใจ

๒) ประเมินค่าการรื้อฟื้นค่านักเรียน

๓) วิเคราะห์องค์ประกอบของโฆษณา

๔) วิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาในโฆษณาได้

๕) ประเมินสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน

๖) ใบงานเรื่อง ประเมินสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน (๒)

๗) สร้างสรรค์สื่อโฆษณาจากสินค้าในท้องถิ่นสารโน้มน้าวใจ

๘) การพูดโฆษณาสินค้าท้องถิ่น

๙) การประเมินการเขียนและการพูดโฆษณาสินค้าท้องถิ่น

๖.๒ เกณฑ์การประเมินผลชิ้นงานหรือภาระงาน

ประเด็นการประเมิน	เกณฑ์การประเมิน
๑) ใบงานเรื่อง การวิเคราะห์และอธิบายลักษณะการใช้ภาษาสารโน้มน้าวใจ	ผ่านร้อยละ ๗๐ ระดับ ดี
๒) ประเมินค่าการรื้อฟื้นค่านักเรียน	ผ่านร้อยละ ๗๐ ระดับ ดี
๓) วิเคราะห์องค์ประกอบของโฆษณา	ผ่านร้อยละ ๗๐ ระดับ ดี
๔) วิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาในโฆษณาได้	ผ่านร้อยละ ๗๐ ระดับ ดี
๕) ประเมินสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน	ผ่านร้อยละ ๗๐ ระดับ ดี
๖) ใบงานเรื่อง ประเมินสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน (๒)	ผ่านร้อยละ ๗๐ ระดับ ดี
๗) สร้างสรรค์สื่อโฆษณาจากสินค้าในท้องถิ่นสารโน้มน้าวใจ	ผ่านร้อยละ ๗๐ ระดับ ดี
๘) การพูดโฆษณาสินค้าท้องถิ่น	ผ่านร้อยละ ๗๐ ระดับ ดี
๙) การประเมินการเขียนและการพูดโฆษณาสินค้าท้องถิ่น	ผ่านร้อยละ ๗๐ ระดับ ดี

เกณฑ์การตัดสิน

คะแนน ๙ - ๑๐ คะแนน	หมายถึง	ดีมาก
คะแนน ๗ - ๘ คะแนน	หมายถึง	ดี
คะแนน ๔ - ๖ คะแนน	หมายถึง	พอใช้
คะแนน ๑ - ๓ คะแนน	หมายถึง	ปรับปรุง

เกณฑ์การผ่าน

ผ่านเกณฑ์การประเมินระดับ ดี ขึ้นไป

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๒๗

เรื่อง พินิจภาษา ตรวจตราสารโน้มน้าวใจ

หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓

เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ

รหัสวิชา ท๒๓๑๐๑

รายวิชา ภาษาไทย

กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย

ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓

ภาคเรียนที่ ๑

เวลา ๕๐ นาที

๑. มาตรฐานการเรียนรู้/ตัวชี้วัด

สาระที่ ๒ การเขียน

มาตรฐานการเรียนรู้ ท ๑.๑

ใช้กระบวนการอ่านสร้างความรู้และความคิดเพื่อนำไปใช้ตัดสินใจ
แก้ปัญหาในการดำเนินชีวิต และมีนิสัยรักการอ่าน

ตัวชี้วัด ม.๓/๙

ตีความและประเมินคุณค่าและแนวคิดที่ได้จาก งานเขียนอย่าง
หลากหลายเพื่อนำไปใช้

๒. สาระสำคัญ/ความคิดรวบยอด

การอ่านสารประเภทสารโน้มน้าวใจ เป็นการอ่านที่ต้องใช้วิจารณญาณในการวิเคราะห์ ตีความเจตนา
ของสารเพื่อให้รู้เท่าทันสารในชีวิตประจำวันซึ่งมีทั้งคำเชิญชวน คำโฆษณาสินค้าหรือบริการ คำโฆษณาชวนเชื่อ
นักเรียนต้องระบุประเภทของสารโน้มน้าวใจ วิเคราะห์การใช้ภาษาของสารโน้มน้าวใจ และอธิบายเจตนาของสาร
นั้นได้ ตลอดจนตระหนักถึงความสำคัญของการอ่านสารโน้มน้าวใจอย่างมีวิจารณญาณ เพื่อให้เป็นผู้บริโภคที่รู้เท่า
ทันสื่อในยุคปัจจุบัน

๓. สาระการเรียนรู้

การโน้มน้าวใจ คือการใช้ความพยายามด้วยวิธีที่เหมาะสมจนทำให้ผู้ถูกโน้มน้าวใจเกิดความ
ประจักษ์ และยอมเปลี่ยนความเชื่อ ทศคติ ค่านิยม และพฤติกรรม ไปในทิศทางที่ผู้โน้มน้าวใจต้องการ

ประเภทของสารโน้มน้าวใจ

๑. คำเชิญชวน

๒. คำโฆษณาสินค้าหรือบริการ

๓. คำโฆษณาชวนเชื่อ

๔. จุดประสงค์การเรียนรู้

๔.๑ ด้านความรู้ ความเข้าใจ (K)

๑) ระบุประเภทสารโน้มน้าวใจได้

๔.๒ ด้านทักษะ/กระบวนการ (P)

๑) วิเคราะห์การใช้ภาษาของสารโน้มน้าวใจได้

๒) อธิบายเจตนาของสารโน้มน้าวใจได้

๔.๓ ด้านคุณลักษณะ เจตคติ ค่านิยม (A)

๑) ตระหนักถึงความสำคัญของการอ่านสารโน้มน้าวใจอย่างมีวิจารณญาณ

๕. สมรรถนะที่ต้องการให้เกิดกับผู้เรียน (KSA)

อ่านวิเคราะห์การใช้ภาษาของสารโน้มน้าวใจ พร้อมอธิบายเจตนาของสาร และระบุประเภทสารโน้มน้าวใจได้ถูกต้อง ทั้งยังตระหนักถึงความสำคัญของการอ่านสารโน้มน้าวใจอย่างมีวิจารณญาณ (๒.๑.๑)

๖. คุณลักษณะอันพึงประสงค์

๖.๑ ใฝ่เรียนรู้

๖.๑.๑ รู้เท่าทันสื่อในยุคปัจจุบัน

๗. กิจกรรมการเรียนรู้



แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๒๗ พินิจภาษา ตรวจตราสารโน้มน้าวใจ หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ รหัสวิชา ๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
สมรรถนะที่ต้องการให้เกิดกับผู้เรียน อ่านวิเคราะห์การใช้ภาษาของสารโน้มน้าวใจ พร้อมอธิบายเจตนาของสาร และระบุประเภทสารโน้มน้าวใจ ได้ถูกต้อง ทั้งยังตระหนักถึงความสำคัญของการอ่านสารโน้มน้าวใจอย่างมีวิจารณญาณ (๒.๑.๑) ๑. ด้านความรู้ (K) ๑) ระบุประเภทสารโน้มน้าวใจได้ ๒. ด้านทักษะ/กระบวนการ (P)	ชั้นนำเข้าสู่บทเรียน (๕ นาที) ๑. ครูตั้งคำถามว่า “การโน้มน้าวใจ” คืออะไร ๒. ครูตั้งคำถามว่าการสื่อสารแบบใดจัดเป็นการโน้มน้าวใจ ๓. ครูสรุปว่า การโน้มน้าวใจคือการพยายามเปลี่ยนแปลง ความเชื่อ ทศนคติ การกระทำของบุคคล โดยใช้กลวิธีต่าง ๆ ให้มีผลกระทบใจผู้นั้น จนเกิดการ ยอมรับและเปลี่ยนตามผู้โน้มน้าวใจต้องการ ขั้นสอน (๑๕ นาที) ๑. ครูให้นักเรียนแบ่งกลุ่มกลุ่มละ ๕ - ๖ คน แล้วให้นักเรียนศึกษาตัวอย่างการใช้ภาษาของสารโน้มน้าวใจ	๑. นักเรียนตอบคำถามว่า “การโน้มน้าวใจ” คืออะไร <i>แนวคำตอบ</i> การจูงใจให้คล้อยตาม ๒. นักเรียนตอบคำถามว่าการสื่อสารแบบใดจัดเป็นการโน้มน้าวใจ <i>แนวคำตอบ</i> โฆษณา ป้ายหาเสียง ฯลฯ ๓. นักเรียนฟังสรุปความหมายของการโน้มน้าวใจจากครู ๑. นักเรียนแบ่งกลุ่มกลุ่มละ ๕ - ๖ คน แล้วให้นักเรียนศึกษาตัวอย่างการใช้ภาษาของสารโน้มน้าวใจและอธิบายเจตนาของสารโน้มน้าวใจ	- หนังสือเรียนหลักการใช้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓/วิธีภาษาม.๓	วิเคราะห์และอธิบายลักษณะการใช้ภาษาสารโน้มน้าวใจ	ประเมินการวิเคราะห์และอธิบายลักษณะการใช้ภาษาสารโน้มน้าวใจ

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๒๗ พินิจภาษา ตรวจตราสารโน้มน้าวใจ หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ รหัสวิชา ๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
๑) วิเคราะห์การใช้ภาษาของสารโน้มน้าวใจได้ ๒) อธิบายเจตนาของสารโน้มน้าวใจได้ ๓. ด้านคุณลักษณะเจตคติ ค่านิยม (A) ๑) ตระหนักถึงความสำคัญของการอ่านสารโน้มน้าวใจอย่างมีวิจารณญาณ ๔. คุณลักษณะอันพึงประสงค์ ๑) ต่อยอดวรรณคดีไทยสู่งานเขียนร่วมสมัย	นำใจและอธิบายเจตนาของสารโน้มน้าวใจ ๒. ครูให้นักเรียนส่งตัวแทนมาอธิบายลักษณะและเจตนาของสารโน้มน้าวใจที่ได้รับมอบหมาย ๓. ครูแสดงประเภทของสารโน้มน้าวใจ ๓ ประเภท ได้แก่ คำเชิญชวน คำโฆษณาสินค้าหรือบริการ และคำโฆษณาชวนเชื่อ แล้วให้นักเรียนระบุประเภทสารโน้มน้าวใจของสารที่กลุ่มตนเองได้รับมอบหมาย ขั้นปฏิบัติ (๒๐ นาที) ๑. ครูให้นักเรียนแต่ละคนทำแบบฝึกวิเคราะห์สารประเภทโน้มน้าวใจในแบบฝึกหัดเรื่องพินิจภาษา ตรวจตราสารโน้มน้าวใจ ๑๕ นาที ๒. ครูเฉลยแบบฝึกหัดผ่านเกม “เศรษฐีพินิจสาร” มีกติกาดังนี้	๒. นักเรียนส่งตัวแทนมาอธิบายลักษณะและเจตนาของสารโน้มน้าวใจที่ได้รับมอบหมาย ๓. นักเรียนระบุประเภทสารโน้มน้าวใจของสารที่กลุ่มตนเองได้รับมอบหมาย โดยเลือกระบุ ๓ ประเภท ได้แก่ เชิญชวน คำโฆษณาสินค้าหรือบริการ และคำโฆษณาชวนเชื่อ ๑. นักเรียนแต่ละคนทำแบบฝึกวิเคราะห์สารประเภทโน้มน้าวใจในแบบฝึกหัดเรื่องพินิจภาษา ตรวจตราสารโน้มน้าวใจ ๑๐ นาที ๒. นักเรียนร่วมกันเฉลยแบบฝึกหัดผ่านเกม “เศรษฐีพินิจสาร”			

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๒๗ พินิจภาษา ตรวจตราสารโน้มน้าวใจ หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ รหัสวิชา พ๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
	๑) ให้นักเรียนแบ่งกลุ่มตามกลุ่มวิเคราะห์สารโน้มน้าวใจเหมือนเดิม ๒) แต่ละกลุ่มได้รับเงินกลุ่มละ ๒๐,๐๐๐ บาท (เงินปลอม) ๓) ให้นักเรียนอ่านสารโน้มน้าวใจแล้วเลือกกระบุว่าสารโน้มน้าวใจนั้นเป็นสารประเภทใดโดยวางเงินที่ตัวเลือกนั้น สามารถวางแบบกระจายตัวเลือกหรือเลือกตัวเลือกใดตัวเลือกหนึ่งได้ หากตอบถูกก็จะได้รับเงินจำนวนนั้นคืน และข้อที่ตอบผิดเงินที่วางในตัวเลือกนั้นจะถูกยึดไป แต่ละกลุ่มมีสิทธิ์เล่น ๓ ข้อ ๔) กลุ่มใดเหลือเงินมากที่สุดจะเป็นฝ่ายชนะ				

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๒๗ พินิจภาษา ตรวจตราสารโน้มน้าวใจ หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ รหัสวิชา ๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
	ขั้นสรุป (๑๐ นาที) ครูและนักเรียนร่วมกันสรุปว่าการวิเคราะห์สารประเภทโน้มน้าวใจสำคัญอย่างไร	นักเรียนร่วมกันสรุปว่าการวิเคราะห์สารประเภทโน้มน้าวใจสำคัญอย่างไร			



๘. สื่อ/แหล่งเรียนรู้

- หนังสือเรียนหลักการใช้ภาษาม.๓

๙. การประเมินผลรวบยอด

ชิ้นงานหรือภาระงาน

- ใบงานเรื่อง การวิเคราะห์และอธิบายลักษณะการใช้ภาษาสารโน้มน้าวใจ

สิ่งที่ต้องการวัด/ประเมิน	วิธีการ	เครื่องมือ	เกณฑ์การประเมิน
๑. ด้านความรู้ (K) ๑) ระบุประเภทสารโน้มน้าวใจ	การถาม-ตอบ	คำถาม	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ร้อยละ ๗๐ ขึ้นไป
ด้านทักษะ/กระบวนการ (P) ๑) วิเคราะห์การใช้ภาษาของสารโน้มน้าวใจได้ ๒) อธิบายเจตนาของสารโน้มน้าวใจได้	- แบบประเมินการวิเคราะห์การใช้ภาษาของสารโน้มน้าวใจ - ใบงาน	- ใช้แบบประเมิน - ตรวจใบงาน	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ร้อยละ ๗๐ ขึ้นไป
คุณลักษณะ เจตคติ ค่านิยม (A) ๑) ตระหนักถึงความสำคัญของการอ่านสารโน้มน้าวใจอย่างมีวิจารณญาณ	แบบประเมินการวิเคราะห์การใช้ภาษาของสารโน้มน้าวใจ	ใช้แบบประเมิน	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ระดับคุณภาพ “ผ่าน”
สมรรถนะที่ต้องการให้เกิดกับผู้เรียน (KSA) อ่านวิเคราะห์การใช้ภาษาของสารโน้มน้าวใจ พร้อมอธิบายเจตนาของสาร และระบุประเภทสารโน้มน้าวใจได้ถูกต้อง ทั้งยังตระหนักถึงความสำคัญของการอ่านสารโน้มน้าวใจอย่างมีวิจารณญาณ (๒.๑.๑)	แบบประเมินการวิเคราะห์การใช้ภาษาของสารโน้มน้าวใจ	ใช้แบบประเมินการวิเคราะห์การใช้ภาษาของสารโน้มน้าวใจ	ผ่านเกณฑ์ การประเมินระดับ คุณภาพ “ผ่าน”
คุณลักษณะอันพึงประสงค์ ๖.๑ ใฝ่เรียนรู้ - รู้เท่าทันสื่อในยุคปัจจุบัน	ใช้แบบสังเกต	แบบสังเกต	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ระดับคุณภาพ “ผ่าน”



๑๐. บันทึกผลหลังสอน*

ผลการจัดการเรียนการสอน

.....

.....

.....

ความสำเร็จ

.....

.....

.....

ปัญหาและอุปสรรค

.....

.....

.....

ข้อจำกัดการใช้แผนการจัดการเรียนรู้และข้อเสนอแนะ/แนวทางการปรับปรุงแก้ไข

.....

.....

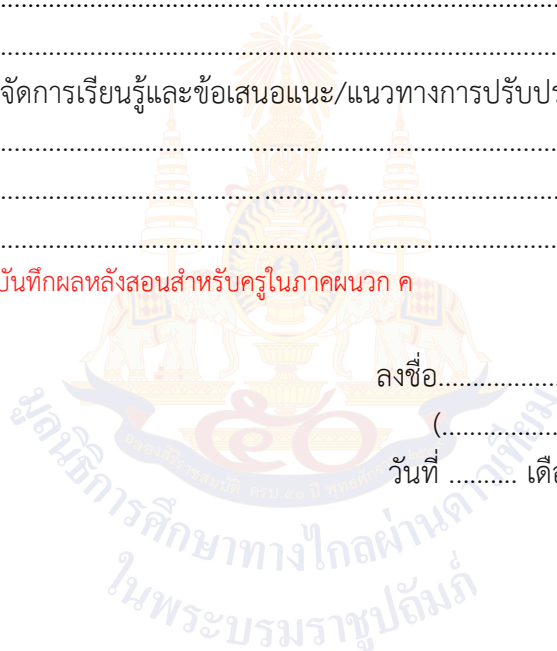
.....

*หมายเหตุ : ดูแนวคำถามการบันทึกผลหลังสอนสำหรับครูในภาคผนวก ค

ลงชื่อ.....ผู้สอน

(.....)

วันที่ เดือน พ.ศ.



การโน้มน้าวใจ

การโน้มน้าวใจ คือการใช้ความพยายามด้วยวิธีที่เหมาะสมจนทำให้ผู้ถูกโน้มน้าวใจเกิดความรู้สึก และยอมเปลี่ยนความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรม ไปในทิศทางที่ผู้โน้มน้าวใจต้องการ

ประเภทของสารโน้มน้าวใจ

๑. คำเชิญชวน เป็นคำเชิญชวนให้ทำประโยชน์แก่ส่วนรวม เช่น คำเชิญชวนให้บริจาคทรัพย์และสิ่งของแก่ผู้ประสบทุกข์ภัย กลวิธีที่ชัด คือชี้ให้ผู้ถูกโน้มน้าวใจเกิดความภูมิใจว่าถ้าปฏิบัติตามคำเชิญชวนจะเป็นผู้ที่ทำประโยชน์แก่ส่วนรวมเป็นที่ยอมรับในสังคมจุดประสงค์ของสารโน้มน้าวใจประเภทนี้มักเป็นไปในทางวัฒนธรรม

๒. โฆษณาสินค้าหรือบริการ เป็นการใช้คำนำเสนอสินค้าหรือบริการเพื่อสร้างความสนใจเกิดความรู้สึกรักอยากซื้อสินค้าหรือใช้บริการนั้น มีลักษณะสำคัญดังนี้

- ๑) ใช้ถ้อยคำสะกดหู สะกดตาเพื่อให้มีผลเป็นที่สะดุดใจสาธารณชนเป็นพิเศษ เช่น ใช้คำสแลง คำซ้ำ คำสัมผัส คำเลียนเสียง
- ๒) ใช้วลีหรือประโยคสั้น ๆ กระชับ จำง่าย
- ๓) ชี้ให้เห็นข้อดีของสินค้า อาจมีความเกินจริง
- ๔) ใช้กลวิธีโน้มน้าวใจให้เห็นว่าสินค้าหรือบริการนั้นตอบความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์

๓. โฆษณาชวนเชื่อ เป็นการใช้ภาษาโน้มน้าวใจเพื่อเปลี่ยนความเชื่อและพฤติกรรมของคนจำนวนมากไปในทางที่ต้องการ มีกลวิธีโฆษณาชวนเชื่อดังนี้

- การตราชื่อ: ใช้คำพูดมาใช้เรียกบุคคลหรือสถาบันฝ่ายตรงข้ามเพื่อเราอารมณ์ของผู้รับสารให้หมดความเชื่อถือในตัวบุคคลหรือสถาบันนั้นโดยเบนความสนใจของผู้รับสารไปจากเหตุผลและข้อเท็จจริง เช่น ตราชื่อว่า เฒ่าสารพัดพิษ เด็กไม่สิ้นกลืนน้ำนม
- การอ้างบุคคลหรือสถาบันที่ทรงคุณวุฒิ ทรงเกียรติเป็นที่เคารพนับถือ เพื่อให้ผู้รับสารเกิดเจตคติที่ดี หรือเกิดความชมชอบนโยบายหรืออุดมการณ์ของตน
- การแสดงตนเป็นพวกเดียวกับผู้รับสาร ทำให้เกิดความเชื่อใจ
- การกล่าวแต่สิ่งที่เป็นประโยชน์แก่ฝ่ายตน
- อ้างสถิติคนส่วนใหญ่ เพื่อสร้างความมั่นใจว่าสิ่งที่นำเสนอเป็นสิ่งที่คนส่วนใหญ่ยอมรับ
- การใช้หลักการ อุดมการณ์นำฟังเพื่อจูงใจให้คล้อยตาม

ใบงานเรื่อง การวิเคราะห์และอธิบายลักษณะการใช้ภาษาสารโน้มน้าวใจ หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ รหัสวิชา ท๒๓๑๐๑	เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ รายวิชา ภาษาไทย	กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย
---	---	------------------------------------

คำชี้แจง: ให้นักเรียนระบุประเภทของสารโน้มน้าวใจ

๑. บินสบายๆ ราคาดี๊ๆ สัมผัสประสบการณ์เที่ยวอาเซียน ไปกับแอร์เอเชีย

เป็นสารโน้มน้าวใจประเภท.....

เจตนาของสาร.....

๒. ขอรับบริจาคขวดพลาสติกที่ทิ้งแล้วไปมอบให้วัดจากแดง นำไปทอเป็นผ้าไตร เพราะขวดพลาสติก ๑ ขวดใช้เวลา ๔๕๐ ปีในการย่อยสลายแต่ขวดพลาสติก ๑๕ ขวด ทอผ้าไตรได้ ๑ ผืน

เป็นสารโน้มน้าวใจประเภท.....

เจตนาของสาร.....

๓. งาน Pet Expo Championship ๒๐๒๔ กลับมาแล้ว! คนรักสัตว์เลี้ยงต้องร้องว้าว~ งานสัตว์เลี้ยงแห่งปีประกาศวันจัดแล้วละ และปีนี้เค้าก็มีสินค้า-บริการกว่า ๔๕๐ บูธ

เป็นสารโน้มน้าวใจประเภท.....

เจตนาของสาร.....

๔. สายชานมต้องเลิฟ เพราะ Dreamy Bubble Milk Tea ชานมแบบพร้อมชงจัดโปรพิเศษ ๑ แกม ๑ ตกแพ็คละ ๒๑.- (จากราคาปกติ ๔๒.-)

เป็นสารโน้มน้าวใจประเภท.....

เจตนาของสาร.....

๕. แคคลิกก็รวยได้ ธุรกิจออนไลน์ อยู่ไหนก็ทำงานได้ งานไหลเข้ากระเป๋าสบาย ๆ มาทำงานกับเรา Thaiyim

เป็นสารโน้มน้าวใจประเภท.....

เจตนาของสาร.....

๖. ระวังเพลอหลับไม่รู้ตัว กับศาสตร์การนวดศีรษะอินเดีย หรือ ชิโรดารา

เป็นสารโน้มน้าวใจประเภท.....

เจตนาของสาร.....

๗. วันเดียวเท่านั้น!! ลดหนักมาก เคลียร์ผ้าหมดจดด้วยเซตนี้ !!

เป็นสารโน้มน้าวใจประเภท.....

เจตนาของสาร.....

เฉลยใบงานเรื่อง พินิจภาษา ตรวจตราสารโน้มน้าวใจ

หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓	เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ	
รหัสวิชา ท๒๓๑๐๑	รายวิชา ภาษาไทย	กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย

คำชี้แจง: ให้นักเรียนระบุประเภทของสารโน้มน้าวใจ

๑. บินสบายๆ ราคาดี๊ๆ สัมผัสประสบการณ์เที่ยวอาเซียน ไปกับแอร์เอเชีย

เป็นสารโน้มน้าวใจประเภท.....โฆษณาบริการ.....

เจตนาของสาร.....ขายตัวเครื่องบิน.....

๒. ขอรับบริจาคขวดพลาสติกที่ทิ้งแล้วไปมอบให้วัดจากแดง นำไปทอเป็นผ้าไตร เพราะขวดพลาสติก

๑ ขวดใช้เวลา ๔๕๐ ปีในการย่อยสลายแต่ขวดพลาสติก ๑๕ ขวด ทอผ้าไตรได้ ๑ ผืน

เป็นสารโน้มน้าวใจประเภท.....คำเชิญชวน.....

เจตนาของสาร.....ชวนให้บริจาคขวดพลาสติกให้วัด.....

๓. งาน Pet Expo Championship ๒๐๒๔ กลับมาแล้ว! คนรักสัตว์เลี้ยงต้องร้องว้าว งานสัตว์เลี้ยง

แห่งปีประกาศันจัดแล้วอะ และปีนี้เค้าก็มีสินค้า-บริการกว่า ๔๕๐ บูธ

เป็นสารโน้มน้าวใจประเภท.....คำเชิญชวน.....

เจตนาของสาร.....เชิญชวนให้มาชมงาน.....

๔. สายชานมต้องเลิฟ เพราะ Dreamy Bubble Milk Tea ชานมแบบพร้อมชงจัดโปรพิเศษ ๑ แกม

๑ ตกแพ็คละ ๒๑.- (จากราคาปกติ ๔๒.-)

เป็นสารโน้มน้าวใจประเภท.....โฆษณาสินค้า.....

เจตนาของสาร.....ขายชานมด้วยโปรโมชั่น ๑ แกม ๑.....

๕. แคคลิกก็รวยได้ ธุรกิจออนไลน์ อยู่ไหนก็ทำงานได้ งานไหลเข้ากระเป๋าสบาย ๆ มาทำงานกับเรา

Thaiyim

เป็นสารโน้มน้าวใจประเภท.....โฆษณาชวนเชื่อ.....

เจตนาของสาร.....ชักจูงให้มาทำธุรกิจร่วมกันโดยใช้เงินดึงดูดความสนใจ.....

๖. ระวังเพลอหลับไม่รู้ตัว กับศาสตร์การนวดศีรษะอินเดีย หรือ ชิโรดารา

เป็นสารโน้มน้าวใจประเภท.....โฆษณาบริการนวด.....

เจตนาของสาร.....นำเสนอบริการนวดแบบอินเดีย.....

๗. วันเดียวเท่านั้น!! ลดหนักมาก เคลียร์ผ้าหมดจดภายใน ๗ วันด้วยเชิ้ตนี้ !!

เป็นสารโน้มน้าวใจประเภท.....โฆษณาชวนเชื่อ.....

เจตนาของสาร.....โน้มน้าวใจให้เชื่อมั่นในประสิทธิภาพของครีมลดฝ้า.....

Gain ^{1st} Simple

เริ่มง่าย ได้ชัวร์

ชัวร์
ชัวร์
ชัวร์



✓ จ่ายเบี้ยเริ่มต้นง่าย
เพียงเดือนละ

500 บาท*

สมัครง่ายผ่าน

✓ www.bangkokbank.com/simple

✓ ธนาคารกรุงเทพทุกสาขา

* เฉพาะการสมัครผ่านเว็บไซต์ธนาคารกรุงเทพ อายุที่รับประกันภัย 20 - 50 ปี จำนวนเงินเอาประกันภัย 50,000 บาท

** บอกรายการเอาประกันภัย

หมายเหตุ ผู้เอาประกันภัยควรศึกษาและทำความเข้าใจในรายละเอียดความคุ้มครอง ข้อกำหนดและเงื่อนไข ก่อนตัดสินใจทำประกันภัยทุกครั้ง

✓ รับเงินคืน
ชัวร์ๆ **2%****
ทุก **2 ปี**



รับประกันชีวิตโดย

กรุงเทพ
ประกันชีวิต
BANGKOK LIFE

วิเศษนิยม

เป็นยาสีฟันไทย
ที่มีคุณภาพเป็นที่นิยม
ของประชาชน
มากมาย



เชิญ
ท่านเลือกใช้
ตามใจชอบ

พี่น้อง ชาวไทย!



จง มีความสามัคคีกัน
เชื่อมั่นในรัฐบาล และ
กองทัพของเรา
มีความแน่ใจว่าเราต้องชนะ
จงระลึกเสมอว่าข้าวที่มาจากศัตรู บ่อม
เป็นการให้ร้ายต่อเรา และข้าวที่ไม่ดี
สำหรับเรา ก็คือข้าวของศัตรู

กรมโฆษณาการ

เจียบไว้ปลอดภัยดีกว่า!
ศัตรูของชาติไทยกำลังเจียหูฟัง
อยู่ทุกแห่ง!



อย่า พูดเรื่องการรบ
พูดความลับทางทหาร
พูดเรื่องที่ไม่เป็นมงคล
แก่บ้านเมืองของเรา

กรมโฆษณาการ

น้ำหอมพีโรโมน
"กลิ่นคลั่งรัก"

ขวดละ...
190.-

ผู้หญิง

หอมเซ็กซี่
เย้ายวน

ฉีดแล้วผู้หญิงมึน
เขลียวนจัง

ผู้ชาย
หอมหวานเบาๆ



โครงการ
กองทุนเสื้อผ้า
เพื่อการแบ่งปัน

เสื้อผ้าเก่าของคุณต้องทำไง!!
ไปบริจาคสิเธอ
19 มูลนิธิเปิดรับ-แบ่งปัน
ยังให้ยังได้รับ

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๒๘

เรื่อง ประเมินคุณค่าจากสาร โน้มน้าวใจ

หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓

เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ

รหัสวิชา ท๒๓๑๐๑

รายวิชา ภาษาไทย

กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย

ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓

ภาคเรียนที่ ๑

เวลา ๕๐ นาที

๑. มาตรฐานการเรียนรู้/ตัวชี้วัด

สาระที่ ๒ การเขียน

มาตรฐานการเรียนรู้ ท ๑.๑

ใช้กระบวนการอ่านสร้างความรู้และความคิดเพื่อนำไปใช้ตัดสินใจ

แก้ปัญหาในการดำเนินชีวิต และมีนิสัยรักการอ่าน

ตัวชี้วัด ม.๓/๙

ตีความและประเมินคุณค่าและแนวคิดที่ได้จาก งานเขียนอย่าง

หลากหลายเพื่อนำไปใช้

สาระที่ ๓ การฟัง การดู และการพูด

มาตรฐานการเรียนรู้ ท ๓.๑

สามารถเลือกฟังและดูอย่างมีวิจารณญาณ และพูดแสดงความรู้
ความคิด และความรู้สึก ในโอกาสต่าง ๆ อย่างมีวิจารณญาณและ
สร้างสรรค์

ตัวชี้วัด ม.๓/๑

แสดงความคิดเห็นและประเมินเรื่องจากการฟัง และการดู

๒. สาระสำคัญ/ความคิดรวบยอด

การประเมินค่าสารโน้มน้าวใจ เป็นการพิจารณาไตร่ตรองสารที่มีกลวิธีการโน้มน้าวใจ โดยพิจารณาจาก
การใช้ภาษา เจตนาของผู้ส่งสารอย่างมีวิจารณญาณ การศึกษาเรื่องการประเมินค่าสารโน้มน้าวใจทำให้นักเรียน
สามารถสรุปใจความสำคัญของสารได้ และประเมินความน่าเชื่อถือของสารโน้มน้าวใจได้อย่างมีวิจารณญาณ
ตลอดจนนำข้อมูลจากการประเมินค่ามาแสดงความคิดเห็นได้อย่างมีเหตุผล

๓. สาระการเรียนรู้

๓.๑ คุณค่าของสารโน้มน้าวใจ

สารโน้มน้าวใจ ช่วยให้ผู้รับสารรู้สึกหรือมีความเห็นคล้อยตาม สามารถสร้างแรงจูงใจให้
ผู้คนจำนวนมากปฏิบัติตาม เกิดปฏิกิริยา หรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติตามที่คุณต้องการได้

๓.๑.๑ สารโน้มน้าวใจทางวัฒนธรรม หมายถึง สารโน้มน้าวใจที่มุ่งให้เกิดผลลัพธ์ในทางที่ดี
สร้างสรรค์เกิดคุณค่าแก่ผู้รับสาร

๓.๑.๒ สารโน้มน้าวใจทางหายนะ หมายถึง สารโน้มน้าวใจที่มุ่งให้เกิดผลลัพธ์ในทางที่
ไม่ดีทั้งด้านการปฏิบัติและด้านความคิด เกิดความเสียหายต่อผู้รับสาร

๓.๒ การประเมินคุณค่าสารโน้มน้าวใจ

ขั้นตอนที่ ๑ ฟังอย่างตั้งใจเพื่อจับประเด็นของสาร

ขั้นตอนที่ ๒ ตีความเจตนา จุดมุ่งหมายของผู้ส่งสาร

ขั้นตอนที่ ๓ วิเคราะห์ข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็นจากสาร

ขั้นตอนที่ ๔ พิจารณาวัจจภาษา อัจจภาษาของสาร
ขั้นตอนที่ ๔ ประเมินความน่าเชื่อถือของสารโน้มน้าวใจ

๔. จุดประสงค์การเรียนรู้

๔.๑ ด้านความรู้ ความเข้าใจ (K)

๑) ระบุใจความสำคัญของสารโน้มน้าวใจได้

๔.๒ ด้านทักษะ/กระบวนการ (P)

๑) ประเมินความน่าเชื่อถือของสารโน้มน้าวใจอย่างมีเหตุผล

๒) พุดแสดงความคิดเห็นต่อสารโน้มน้าวใจได้

๔.๓ ด้านคุณลักษณะ เจตคติ ค่านิยม (A)

๑) ตระหนักถึงความสำคัญของการรับสารโน้มน้าวใจอย่างมีวิจารณญาณ

๕. สมรรถนะที่ต้องการให้เกิดกับผู้เรียน (KSA)

พุดแสดงความคิดเห็นต่อสารโน้มน้าวใจ โดยระบุใจความสำคัญของสาร ประเมินความน่าเชื่อถือของสาร และตระหนักถึงความสำคัญของการรับสารโน้มน้าวใจอย่างมีวิจารณญาณ (๔.๒.๑)

๖. คุณลักษณะอันพึงประสงค์

๖.๑ ใฝ่เรียนรู้

๖.๑.๑ รู้เท่าทันสื่อออนไลน์

๗. กิจกรรมการเรียนรู้



แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๒๘ ประเมินคุณค่าจากสาร โน้มน้าวใจ หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ รหัสวิชา ๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
สมรรถนะที่ต้องการ ให้เกิดกับผู้เรียน พุดแสดงความคิดเห็น ต่อสารโน้มน้าวใจ โดย ระบุใจความสำคัญของ สาร ประเมิน ความน่าเชื่อถือของ สาร และตระหนักถึง ความสำคัญของการรับ สารโน้มน้าวใจอย่างมี วิจารณญาณ (๔.๒.๑) ๑. ด้านความรู้ (K) ๑) ระบุใจความสำคัญของสารโน้มน้าวใจได้ ๒. ด้านทักษะ/ กระบวนการ (P) ๑) ประเมินความ น่าเชื่อถือของสารโน้มน้าวใจอย่างมีเหตุผล	ชั้นนำเข้าสู่บทเรียน (๕ นาที) ๑. ครูให้นักเรียนอ่านข่าว กรณีศึกษาว่าด้วยเรื่อง “ไม่ตรง ปก” “คนแห่ขอเลขเด็ด! หนุ่มจ้องโรงแรม ย่านไฮโซเชียงใหม่ วันเช็กอินผงะ ตึก ร้างวิญญานหลอน”  ที่มา: https://www.sanook.com/news/๙๒๐๕๐๕๐/ ๒. ครูให้นักเรียนอภิปรายว่าเหตุใด จึงเกิดเหตุการณ์เช่นนี้ และในฐานะ ผู้บริโภคจะอย่างไร	๑. นักเรียนอ่านข่าวกรณีศึกษาว่าด้วยเรื่อง “ไม่ตรงปก” ๒. นักเรียนอภิปรายว่าเหตุใดจึงเกิด เหตุการณ์เช่นนี้ และในฐานะผู้บริโภคจะทำ อย่างไร <i>แนวคำตอบ</i>	- หนังสือ เรียนหลักการ ใช้ภาษาไทย ชั้น มัธยมศึกษาปี ที่ ๓/วิธี ภาษาม.๓	วิเคราะห์และ อธิบาย ลักษณะการใช้ ภาษาสารโน้มน้าวใจ	ประเมินการ วิเคราะห์และ อธิบายลักษณะ การใช้ภาษาสาร โน้มน้าวใจ

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๒๘ ประเมินคุณค่าจากสาร โนม์น้ำใจ หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโนม์น้ำใจ รหัสวิชา ๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
๒) พุดแสดงความ คิดเห็นต่อสารโนม์น้ำ ใจได้ ๓. ด้านคุณลักษณะ เจตคติ ค่านิยม (A) ๑) ตระหนักถึง ความสำคัญของการ อ่านสารโนม์น้ำใจ อย่างมีวิจารณญาณ ๔. คุณลักษณะอันพึง ประสงค์ ๑) ต่อยอดวรรณคดี ไทยสู่งานเขียนร่วม สมัย	ขั้นสอน (๑๕ นาที) ๑. ครูอธิบายความหมายของสาร โนม์น้ำใจที่สร้างความวิวัฒนะและ ความหายนะ ๒. ครูให้นักเรียนวิเคราะห์สารโนม์ น้ำใจว่าเป็นสารโนม์น้ำใจที่สร้าง ความวิวัฒนะ หรือหายนะ - มาร่วมส่งกำลังใจให้เหล่าเรือจ้าง มีแรงสู้ต่อไป - สู้ดิ ปัญหาแค่นี้ใคร ๆ ก็ผ่านมาได้ - ใคร ๆ ก็ทำกันมาแต่โบราณ โยราห์ อย่าพยายามตั้งคำถาม	- การใช้ข้อความและภาพของผู้ประกอบการ ไม่เชื่อสตัต่อผู้บริโภค - ในฐานะผู้บริโภคต้องศึกษาข้อมูลอย่างถึ ถ้วน โดยอาจพิจารณาจากยอดผู้ติดตาม การรีวิวจากผู้ให้บริการจริง และความ สมเหตุสมผลในด้านบริโภค ๑. นักเรียนศึกษาความหมายของสารโนม์ น้ำใจที่สร้างความวิวัฒนะและความหายนะ ๒. นักเรียนวิเคราะห์สารโนม์น้ำใจว่าเป็น สารโนม์น้ำใจที่สร้างความวิวัฒนะ หรือ หายนะ <i>แนวคำตอบ</i> - มาร่วมส่งกำลังใจให้เหล่าเรือจ้างมีแรงสู้ ต่อไป (วิวัฒนะ) - สู้ดิ ปัญหาแค่นี้ใคร ๆ ก็ผ่านมาได้ (หายนะ) - ใคร ๆ ก็ทำกันมาแต่โบราณ โยราห์ อย่าพยายามตั้งคำถาม (หายนะ)			

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๒๘ ประเมินคุณค่าจากสาร โนม์น้ำใจ หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโนมน์น้ำใจ รหัสวิชา ๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
	- อย่าพาตัวเองเข้าไปเป็นความสุขใคร เก็บความหวังดีไว้ใช้กับคนที่เห็นคุณค่าของเรา - ลงทุนเพียงครั้งเดียว นั่งนับเงินเป็นเสือนอนกินได้ - ใช้เพียงเลขบัตรประจำตัวประชาชนแลกลสิทธิประโยชน์มากมายจากการเป็นสมาชิก - ใช้แก้วน้ำเยติ ลดปริมาณพลาสติกไปได้หลายตัน ขั้นปฏิบัติ (๒๐ นาที) ๑. ครูให้นักเรียนประเมินสารโนมน์ครูให้นักเรียนกรรม “สำรวจสารสำรวจสารโนมน์น้ำใจจาก” มีกติกาดังนี้ ๑) แบ่งกลุ่มเป็นกลุ่มละ ๕ - ๖ คน	- อย่าพาตัวเองเข้าไปเป็นความสุขใคร เก็บความหวังดีไว้ใช้กับคนที่เห็นคุณค่าของเรา (หายนะ) - ลงทุนเพียงครั้งเดียว นั่งนับเงินเป็นเสือนอนกินได้ (หายนะ) - ใช้เพียงเลขบัตรประจำตัวประชาชนแลกลสิทธิประโยชน์มากมายจากการเป็นสมาชิก (หายนะ) - ใช้แก้วน้ำเยติ ลดปริมาณพลาสติกไปได้หลายตัน (วัดนะ) ๑. นักเรียนประเมินสารโนมน์ครูให้นักเรียนกรรม “สำรวจสารสำรวจสารโนมน์น้ำใจจาก”			

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๒๘ ประเมินคุณค่าจากสาร โน้มน้าวใจ หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ รหัสวิชา พ๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
	๒) สุ่มเลือกการรีวิวกุ่มละ ๑ วิดีโอ ๓) ศึกษาและวิเคราะห์การรีวิวกุ่มโดยพิจารณาจากใจความสำคัญ จุดมุ่งหมายในการรีวิว การใช้ภาษาทั้งวัจนภาษา และอวัจนภาษา ๔) ประเมินความน่าเชื่อถือของวิดีโออย่างมีเหตุผล ๕) เลือกตัวแทนกลุ่มมานำเสนอ ๒. ครูและนักเรียนร่วมกันสรุปว่าการวิเคราะห์สารประเภทโน้มน้าวใจสำคัญอย่างไร ขั้นสรุป (๑๐ นาที) ๑. ครูและนักเรียนร่วมกันจัดอันดับการรีวิวที่น่าเชื่อถือจากวิดีโอที่แต่ละกลุ่มได้ศึกษาและนำเสนอ โดยจัดอันดับจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด	 ๒. นักเรียนร่วมกันสรุปว่าการวิเคราะห์สารประเภทโน้มน้าวใจสำคัญอย่างไร ๑. นักเรียนร่วมกันจัดอันดับการรีวิวที่น่าเชื่อถือจากวิดีโอที่แต่ละกลุ่มได้ศึกษาและนำเสนอ โดยจัดอันดับจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด			

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๒๘ ประเมินคุณค่าจากสาร โน้มน้าวใจ หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ รหัสวิชา ๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
	๒. ครูตั้งคำถามว่าการศึกษารีวิวมีประโยชน์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือไม่	๒. นักเรียนตอบคำถามว่าการศึกษารีวิวมีประโยชน์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือไม่ แนวคำตอบ มี เพราะช่วยให้เห็น ประสบการณ์ของผู้ใช้สินค้าจริง ไม่มี เพราะ การรีวิวส่วนใหญ่มุ่งขายสินค้าจึง มักนำเสนอเพียงด้านดีของสินค้าเท่านั้น			



๘. สื่อ/แหล่งเรียนรู้

- หนังสือเรียนหลักการใช้ภาษาสาม.๓

๙. การประเมินผลรวบยอด

ชิ้นงานหรือภาระงาน

- ประเมินค่าการรื้อฟื้นคืนค่าของนักเรียน

สิ่งที่ต้องการวัด/ประเมิน	วิธีการ	เครื่องมือ	เกณฑ์การประเมิน
๑. ด้านความรู้ (K) ๑) ระบุใจความสำคัญของสาร โน้มน้าวใจได้	การถาม-ตอบ	คำถาม	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ร้อยละ ๗๐ ขึ้นไป
ด้านทักษะ/กระบวนการ (P) ๑) ประเมินความน่าเชื่อถือ ของสารโน้มน้าวใจอย่างมี เหตุผล ๒) พุดแสดงความคิดเห็นต่อสาร โน้มน้าวใจได้	- แบบประเมินการ ประเมินค่าการรื้อฟื้นคืนค่า ของนักเรียน	- ใช้แบบประเมิน	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ร้อยละ ๗๐ ขึ้นไป
คุณลักษณะ เจตคติ ค่านิยม (A) ๑) ตระหนักถึงความสำคัญของการ รับสารโน้มน้าวใจอย่างมี วิจารณญาณ	แบบประเมินการ ประเมินค่าการรื้อฟื้นคืนค่า ของนักเรียน	ใช้แบบประเมินการ ประเมินค่าการรื้อฟื้น คืนค่าของนักเรียน	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ระดับคุณภาพ “ผ่าน”
สมรรถนะที่ต้องการให้เกิดกับ ผู้เรียน (KSA) พุดแสดงความคิดเห็นต่อสาร โน้มน้าวใจ โดยระบุใจความ สำคัญของสาร ประเมิน ความน่าเชื่อถือของสาร และ ตระหนักถึงความสำคัญของการ รับสารโน้มน้าวใจอย่างมี วิจารณญาณ (๔.๒.๑)	แบบประเมินการ ประเมินค่าการรื้อฟื้นคืนค่า ของนักเรียน	ใช้แบบประเมินการ ประเมินค่าการรื้อฟื้น คืนค่าของนักเรียน	ผ่านเกณฑ์ การประเมินระดับ คุณภาพ “ผ่าน”
คุณลักษณะอันพึงประสงค์ ๖.๑ ใฝ่เรียนรู้ - รู้เท่าทันสื่อออนไลน์	ใช้แบบสังเกต	แบบสังเกต	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ระดับคุณภาพ “ผ่าน”



๑๐. บันทึกผลหลังสอน*

ผลการจัดการเรียนการสอน

.....

.....

.....

ความสำเร็จ

.....

.....

.....

ปัญหาและอุปสรรค

.....

.....

.....

ข้อจำกัดการใช้แผนการจัดการเรียนรู้และข้อเสนอแนะ/แนวทางการปรับปรุงแก้ไข

.....

.....

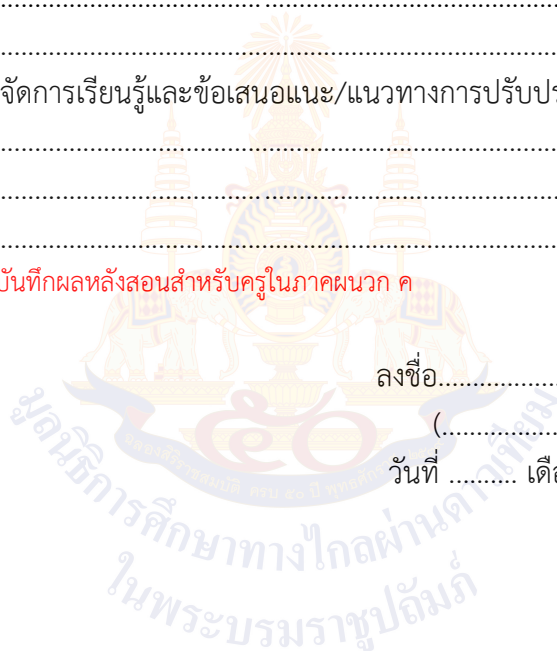
.....

*หมายเหตุ : ดูแนวคำถามการบันทึกผลหลังสอนสำหรับครูในภาคผนวก ค

ลงชื่อ.....ผู้สอน

(.....)

วันที่ เดือน พ.ศ.



วิดีโอกิจกรรมสำรวจการรีวิวของนักรีวิว

ชื่อคลิป	ที่มา
โลชั่นShiroi ที่หมอกกลางแนะนำ ช่องรูสนันท์	https://vt.tiktok.com/ZS๒RQuDav/
ตะลุยกิน ๑๕ ร้าน พัทยา ช่อง KP ตะลุยกิน (แพรว)	https://vt.tiktok.com/ZS๒RC๒pt๗/
เผ็ดเกินไปไหม ช่องน็อตฮัก (Knot.TK)	https://vt.tiktok.com/ZS๒RC๖xqM/
ไฮยารูลอน ๘ ชนิดเติมน้ำ เพิ่มความชุ่มชื้นให้ผิว ช่อง CHAYARีวิว	https://vt.tiktok.com/ZS๒RCF๔xu/

รายการอ้างอิง

จิราภรณ์ อัจฉริยะประสิทธิ์. (ม.ป.ป.). เอกสารประกอบการสอน วิชา การฟังและการพูด (THL๑๒๐๑). สาขาวิชาภาษาไทย ภาควิชามนุษยศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์

และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.



แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๒๙		
เรื่อง ประเมินคุณค่าจากสาร โน้มน้าวใจ		
หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓	เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ	
รหัสวิชา ท๒๓๑๐๑	รายวิชา ภาษาไทย	กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓	ภาคเรียนที่ ๑	เวลา ๕๐ นาที

๑. มาตรฐานการเรียนรู้/ตัวชี้วัด

สาระที่ ๑ การอ่าน

มาตรฐาน ท ๑.๑	ใช้กระบวนการอ่านสร้างความรู้และความคิดเพื่อนำไปใช้ตัดสินใจ แก้ปัญหาในการดำเนินชีวิต และมีนิสัยรักการอ่าน
ตัวชี้วัด ม.๓/๓	ระบุใจความสำคัญและรายละเอียดของข้อมูลที่สนับสนุนจากเรื่องที่อ่าน

๒. สาระสำคัญ/ความคิดรวบยอด

การอ่านสารโฆษณา เป็นการอ่านงานเขียนประเภทโน้มน้าวใจเพื่อนำเสนอข้อดีของสินค้าและบริการ ตลอดจนชักนำให้ปฏิบัติตามแนวความคิดต่าง ๆ การศึกษาโฆษณาต้องพิจารณาตามองค์ประกอบของบทโฆษณา ได้แก่ วัจนภาษา และอวัจนภาษา เพื่อให้ทราบถึงรายละเอียดของสินค้าและบริการ หรือเจตนาของผู้เขียน ทั้งนี้ โฆษณาในปัจจุบันอยู่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย ดังนั้นนักเรียนจึงควรมีทักษะการอ่านวิเคราะห์เพื่อรับสารอย่างมีวิจารณญาณ

๓. สาระการเรียนรู้

๓.๑ ความหมายของโฆษณา

โฆษณา หมายถึง การประกาศเพื่อให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าและบริการ ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ของการโฆษณา ได้แก่ เพื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อโน้มน้าวใจ หรือเพื่อเตือน สาระสำคัญหรือประเด็นที่ต้องการกล่าวถึง รายละเอียดสินค้าหรือบริการ รวมถึงคำกระตุ้นหรือสิ่งเร้าพฤติกรรม โดยนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ อาทิ สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโฆษณากลางแจ้ง สื่อออนไลน์ เป็นต้น

๓.๒ องค์ประกอบของโฆษณา

๓.๒.๑ วัจนภาษา ((Verbal Language) ประกอบด้วย พาดหัวเรื่อง (Headline) พาดหัวรอง (Sub-headline) เนื้อหาหรือบทโฆษณา (Body Copy) ส่วนท้ายหรือปิดการขาย (Ending/Baseline)

๓.๒.๒ อวัจนภาษา (Non – Verbal Language) ประกอบด้วย ภาพประกอบ (Illustration) การออกแบบ (Design) สัญลักษณ์ตราสินค้า (Logo) สี (Color) การจัดองค์ประกอบ (Layout) ตัวอักษร (Typographic) และ ขนาด (Size)

๔. จุดประสงค์การเรียนรู้

๔.๑ ด้านความรู้ ความเข้าใจ (K)

๑) บอกความสำคัญขององค์ประกอบแต่ละส่วนของโฆษณาได้

๔.๒ ด้านทักษะ/กระบวนการ (P)

๑) วิเคราะห์องค์ประกอบของโฆษณาได้

๔.๓ ด้านคุณลักษณะ เจตคติ ค่านิยม (A)

๑) ประเมินโฆษณาในสื่อออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ

๕. สมรรถนะที่ต้องการให้เกิดกับผู้เรียน (KSA)

วิเคราะห์และบอกความสำคัญขององค์ประกอบแต่ละส่วนของโฆษณา รวมถึงประเมินโฆษณาในสื่อออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ (๔.๒.๑)

๖. คุณลักษณะอันพึงประสงค์

๖.๑ ใฝ่เรียนรู้

๖.๑.๑ รู้เท่าทันสื่อโฆษณา

๗. กิจกรรมการเรียนรู้



แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๒๙ พิจารณาสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน (๑) หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารนัมน้ำใจ รหัสวิชา ๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
สมรรถนะที่ต้องการ ให้เกิดกับผู้เรียน วิเคราะห์และบอก ความสำคัญของ องค์ประกอบแต่ละ ส่วนของโฆษณา รวมถึงประเมินโฆษณา ในสื่อออนไลน์อย่างมี วิจารณญาณ (๔.๒.๑) ๑. ด้านความรู้ (K) บอกความสำคัญของ องค์ประกอบแต่ละ ส่วนของโฆษณาได้ ๒. ด้านทักษะ/ กระบวนการ (P) วิเคราะห์องค์ประกอบ ของโฆษณาได้ ๓. ด้านคุณลักษณะ เจตคติ ค่านิยม (A)	ชั้นนำเข้าสู่บทเรียน (๕ นาที) ๑. ครูให้นักเรียนเล่นเกม “ทายคำ โฆษณา” มีกติกา คือ ๑) ให้นักเรียนแบ่งกลุ่มกลุ่มละ ๕ - ๖ คน ๒) ให้นักเรียนทายชื่อสินค้าหรือ บริการจาก “คำโฆษณา” โดยกลุ่ม ที่ยกมือหลังนับ ๑ - ๓ ก่อนมีสิทธิ์ ตอบก่อน หากตอบผิด กลุ่มอื่น สามารถขโมยตอบ (Steal) ก็จะได้ คะแนนไป ๓) ครูและนักเรียนสรุปคะแนนใน ตารางแสดงคะแนนสะสม ๒. ครูสรุปว่าโฆษณาเป็นสารนัมน้ำ ใจประเภทหนึ่งที่ใช้ภาษาสร้าง ความสนใจกระตุ้นให้เกิดการซื้อ สินค้าและบริการ	๑. นักเรียนเล่นเกม “ทายคำโฆษณา” ๒. นักเรียนฟังครูสรุปเชื่อมโยงโฆษณว่าเป็น ส่วนหนึ่งของสารนัมน้ำใจ	- หนังสือ เรียนหลักการ ใช้ภาษาไทย ชั้น มัธยมศึกษา ปีที่ ๓/วิธี ภาษาม.๓	วิเคราะห์และ อธิบาย ลักษณะการใช้ ภาษาสารนัมน้ำ ใจ	ประเมินการ วิเคราะห์และ อธิบายลักษณะ การใช้ภาษาสาร นัมน้ำใจ

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๒๙ พิจารณาสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน (๑) หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารนั้มนั้ใจ รหัสวิชา พ๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
ประเมินโฆษณาในสื่อออนไลน์อย่างมีวิจารณ์ญาณ๔. คุณลักษณะอันพึงประสงค์ ๑) ต่อยอดวรรณคดีไทยสู่งานเขียนร่วมสมัย	ขั้นสอน (๑๕ นาที) ๑. ครูอธิบายความหมายของโฆษณา ๒. ครูให้นักเรียนศึกษาองค์ประกอบของโฆษณาด้วยตนเอง ๕ นาที ๓. ครูให้นักเรียนพิจารณาสื่อโฆษณาจากแพลตฟอร์มออนไลน์ แล้วระบุว่ามื้องค้ประกอบใดบ้าง ภาพที่ ๑ พิมพ์เสนน้ำคุณมี 	๑. นักเรียนศึกษาความหมายของโฆษณา ๒. นักเรียนศึกษาองค์ประกอบของโฆษณาด้วยตนเอง ๕ นาที ๓. นักเรียนพิจารณาสื่อโฆษณาจากแพลตฟอร์มออนไลน์ แล้วระบุว่ามื้องค้ประกอบใดบ้าง <i>แนวคำตอบ</i> ภาพที่ ๑ มีส่วนพาดหัวเรื่อง เนื้อหากระจายเป็นส่วนเพื่อบอกสรรพคุณแต่ละด้าน ส่วนท้ายเรื่องบอกส่วนประกอบและวิธีใช้			

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๒๙ พิจารณาสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน (๑)					
หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารนัมน้ำใจ รหัสวิชา ๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย					
กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
	ที่มา: https://www.facebook.com/photo/?fbid=๑๒๒๑๖๖๐๒๙๙๒๒๓๐๙๙๔&set=pcb.๑๒๒๑๖๖๐๓๑๒๔๒๓๐๙๙๔ ภาพที่ ๒ หยกสด  ที่มา: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=๑๘๘๗๑๓๑๖๙๔๖๗๙				

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๒๙ พิจารณาสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน (๑) หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารนั้มนั้าวใจ รหัสวิชาท๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
	๘๓๐&id=๑๕๑๙๑๒๗๒๓๘๑๔๖๙๔๖ &set=a.๑๕๒๓๓๓๑๔๘๓๑๐๖๑๕๒๐ ขั้นปฏิบัติ (๒๐ นาที) ๑. ครูให้นักเรียนวิเคราะห์สื่อโฆษณา ผ่านกิจกรรม “ตำรวจตรวจสื่อโฆษณา” มีกติกาดังนี้ ๑) แบ่งกลุ่มเป็นกลุ่มละ ๕ - ๖ คน ๒) นักเรียนเลือกสื่อโฆษณาที่สนใจจากแพลตฟอร์มออนไลน์ ๓) ศึกษาและวิเคราะห์องค์ประกอบของโฆษณา ทั้งวจนภาษา และอวจนภาษา ๔) ประเมินความน่าเชื่อถือของวิธีโออย่างมีเหตุผล ๕) เลือกตัวแทนกลุ่มมานำเสนอ	๑. นักเรียนวิเคราะห์สื่อโฆษณา ผ่านกิจกรรม “ตำรวจตรวจสื่อโฆษณา”			

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๒๙ พิจารณาสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน (๑) หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารนั้มนั้าวใจ รหัสวิชา ๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
	ขั้นสรุป (๑๐ นาที) ๑. ครูให้นักเรียนประเมินโฆษณาของแต่ละกลุ่มแล้วจัดอันดับความสมบูรณ์ครบถ้วนของโฆษณา ๒. ครูและนักเรียนร่วมกันสรุปความสำคัญของการพิจารณาสื่อโฆษณาตามองค์ประกอบ	๑. นักเรียนประเมินโฆษณาของแต่ละกลุ่มแล้วจัดอันดับความสมบูรณ์ครบถ้วนของโฆษณา ๒. นักเรียนร่วมกันสรุปความสำคัญของการพิจารณาสื่อโฆษณาตามองค์ประกอบ			

๘. สื่อ/แหล่งเรียนรู้

- หนังสือเรียนหลักการใช้ภาษาม.๓

๙. การประเมินผลรวบยอด

ชิ้นงานหรือภาระงาน

- วิเคราะห์องค์ประกอบของโฆษณา

สิ่งที่ต้องการวัด/ประเมิน	วิธีการ	เครื่องมือ	เกณฑ์การประเมิน
๑. ด้านความรู้ (K) บอกความสำคัญขององค์ประกอบแต่ละส่วนของโฆษณาได้	การถาม-ตอบ	คำถาม	ผ่านเกณฑ์การประเมินร้อยละ ๗๐ ขึ้นไป
ด้านทักษะ/กระบวนการ (P) วิเคราะห์องค์ประกอบของโฆษณาได้	- แบบประเมินการวิเคราะห์องค์ประกอบของโฆษณาได้	ใช้แบบประเมินการวิเคราะห์องค์ประกอบของโฆษณาได้	ผ่านเกณฑ์การประเมินร้อยละ ๗๐ ขึ้นไป
คุณลักษณะ เจตคติ ค่านิยม (A) ประเมินโฆษณาในสื่อออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ	แบบประเมินการวิเคราะห์องค์ประกอบของโฆษณาได้	ใช้แบบประเมินการวิเคราะห์องค์ประกอบของโฆษณาได้	ผ่านเกณฑ์การประเมินระดับคุณภาพ “ผ่าน”
สมรรถนะที่ต้องการให้เกิดกับผู้เรียน (KSA) วิเคราะห์และบอกความสำคัญขององค์ประกอบแต่ละส่วนของโฆษณา รวมถึงประเมินโฆษณาในสื่อออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ (๔.๒.๑)	แบบประเมินการวิเคราะห์องค์ประกอบของโฆษณาได้	ใช้แบบประเมินการวิเคราะห์องค์ประกอบของโฆษณาได้	ผ่านเกณฑ์การประเมินระดับคุณภาพ “ผ่าน”
คุณลักษณะอันพึงประสงค์ ๖.๑ ใฝ่เรียนรู้ รู้เท่าทันสื่อโฆษณา	ใช้แบบสังเกต	แบบสังเกต	ผ่านเกณฑ์การประเมินระดับคุณภาพ “ผ่าน”



๑๐. บันทึกผลหลังสอน*

ผลการจัดการเรียนการสอน

.....

.....

.....

ความสำเร็จ

.....

.....

.....

ปัญหาและอุปสรรค

.....

.....

.....

ข้อจำกัดการใช้แผนการจัดการเรียนรู้และข้อเสนอแนะ/แนวทางการปรับปรุงแก้ไข

.....

.....

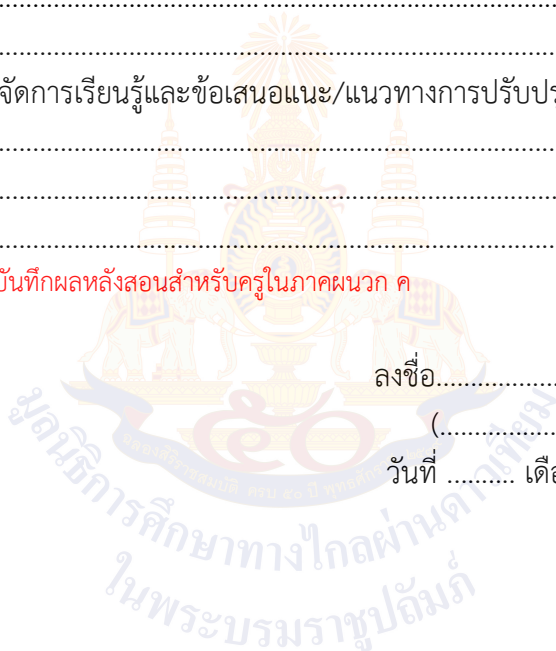
.....

*หมายเหตุ : ดูแนวคำถามการบันทึกผลหลังสอนสำหรับครูในภาคผนวก ค

ลงชื่อ.....ผู้สอน

(.....)

วันที่ เดือน พ.ศ.



แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๓๐

เรื่อง พิจารณาสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน (๒)

หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓

เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารนัยน้ำใจ

รหัสวิชา ท๒๓๑๐๑

รายวิชา ภาษาไทย

กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย

ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓

ภาคเรียนที่ ๑

เวลา ๕๐ นาที

๑. มาตรฐานการเรียนรู้/ตัวชี้วัด

สาระที่ ๑ การอ่าน

มาตรฐาน ท ๑.๑

ใช้กระบวนการอ่านสร้างความรู้และความคิดเพื่อนำไปใช้ตัดสินใจ แก้ปัญหาในการดำเนินชีวิต และมีนิสัยรักการอ่าน

ตัวชี้วัด ม.๓/๓

ท ๑.๑ ม.๓/๙ ตีความและประเมินคุณค่าและแนวคิดที่ได้จากงานเขียนอย่างหลากหลายเพื่อนำไปใช้

๒. สาระสำคัญ/ความคิดรวบยอด

การวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาในโฆษณา เป็นการศึกษาการใช้คำ ข้อความ สำนวนที่มีพลังในการสร้างความน่าสนใจและน่าจดจำ ซึ่งสามารถทำได้หลายรูปแบบ นักเรียนต้องศึกษาและระบุกลวิธีทางภาษาที่พบในโฆษณาจากสื่อออนไลน์ที่นักเรียนสนใจ พร้อมยกคำที่เป็นจุดเด่นจากโฆษณาประกอบการอธิบายได้อย่างถูกต้อง และมีวิจารณญาณในการรับสารโฆษณา การศึกษาการวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาในโฆษณาจะช่วยให้นักเรียนมีทักษะการรับสารโน้มน้าวใจเพื่อประกอบการตัดสินใจรับสื่อในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๓. สาระการเรียนรู้

๓.๑ กลวิธีการใช้ภาษาในโฆษณา

๓.๑.๑ การใช้ภาษาแบบตรงไปตรงมา เป็นการใช้ภาษาเพื่อนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์หรือ ประสิทธิภาพของสินค้าซึ่งต้องอธิบายข้อมูลรายละเอียดสินค้าให้ชัดเจน เป็นการอ้างถึงประโยชน์ที่ผู้บริโภค จะได้รับ โดยไม่อ้างถึงข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน

๓.๑.๒ การใช้ภาษาเปรียบเทียบ เป็นการนำเสนอสินค้า ๒ ยี่ห้อ เพื่อเปรียบเทียบคุณสมบัติอย่างชัดเจนซึ่งลักษณะดังกล่าวมักถูกใช้กับโฆษณาที่เป็นผู้ตามในตลาด ซึ่งมีผู้นำตลาดที่แข็งแกร่ง โดยการนำเสนอต้องแน่ใจว่าคุณสมบัติสินค้านั้นมีสรรพคุณเหนือกว่าและทำพิสูจน์ได้จริง

๓.๑.๓ การใช้ภาษาเกี่ยวกับการดำเนินชีวิต เป็นโฆษณาที่นำเสนอส่วนเล็กๆ ส่วนหนึ่งในชีวิตที่มี สินค้ารวมอยู่ในเหตุการณ์นั้นด้วย อาจจะนำเสนอรูปแบบของปัญหาและการใช้สินค้านั้นเพื่อแก้ไข ปัญหา

๓.๑.๔ การใช้ภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ขบขัน เป็นโฆษณาที่เน้นความบันเทิงของผู้รับสาร เป็นการสื่อสารโดยอ้อมไม่ใช่การนำเสนอสารแบบตรงไปตรงมา

๓.๑.๕ การอ้างถึงบุคคลที่มีชื่อเสียง/สถาบันรับรองที่น่าเชื่อถือ เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง เพื่อสร้างแรงดึงดูดให้สนใจโฆษณา

๓.๑.๖ การชักจูงด้วยปริมาณ ประสบการณ์ โพรโมชัน เป็นการนำเสนอข้อมูลเชิงปริมาณ ให้เห็นผลประโยชน์เชิงปริมาณ ได้แก่ การยืมตื๋นเงิน การลดราคาสินค้าหรือดอกเบี๊ยะ ฯลฯ

๓.๑.๗ การแนะนำ เช่น บอกวิธีใช้ บอกให้ลอง บอกให้ทำ

ฯลฯ

๔. จุดประสงค์การเรียนรู้

๔.๑ ด้านความรู้ ความเข้าใจ (K)

๑) ระบุงลวิธีของการใช้ภาษาในสื่อโฆษณาได้

๔.๒ ด้านทักษะ/กระบวนการ (P)

๑) นำเสนอภาษาที่มีลักษณะเด่นจากโฆษณาได้อย่างถูกต้อง

๔.๓ ด้านคุณลักษณะ เจตคติ ค่านิยม (A)

๑) เลือกสื่อโฆษณาอย่างมีวิจารณ์ญาณ

๕. สมรรถนะที่ต้องการให้เกิดกับผู้เรียน (KSA)

ระบุและนำเสนอภาษาที่มีลักษณะเด่นจากสื่อโฆษณา และประเมินสื่อออนไลน์อย่างมีวิจารณ์ญาณ (๔.๒.๑)

๖. คุณลักษณะอันพึงประสงค์

๖.๑ ใฝ่เรียนรู้

๖.๑.๑ รู้เท่าทันสื่อโฆษณา

๗. กิจกรรมการเรียนรู้

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๓๐ พิจารณาสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน (๒) หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ รหัสวิชา พ๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
สมรรถนะที่ต้องการ ให้เกิดกับผู้เรียน ระบุและนำเสนอภาษา ที่มีลักษณะเด่นจากสื่อ โฆษณา และประเมิน สื่อออนไลน์อย่างมี วิจารณญาณ (๔.๒.๑) (๔.๒.๑) ๑. ด้านความรู้ (K) ๑) ระบุกลวิธีของการ ใช้ภาษาในสื่อโฆษณา ได้ ๒. ด้านทักษะ/ กระบวนการ (P) ๑) นำเสนอภาษาที่มี ลักษณะเด่นจากสื่อ โฆษณาได้อย่างถูกต้อง ๓. ด้านคุณลักษณะ เจตคติ ค่านิยม (A)	ชั้นนำเข้าสู่บทเรียน (๕ นาที) ๑. ครูตั้งคำถามว่านักเรียนเลือก ซื้อสินค้าหรือบริการด้วย เหตุผลใดบ้าง ขั้นสอน (๑๐ นาที) ๑. ครูสรุปเชื่อมโยงเนื้อหาสู่การ วิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาในการ โฆษณา ๒. ครูสรุปเชื่อมโยงเนื้อหาสู่การ วิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาในการ โฆษณา ๑. ครูตั้งคำถามว่าโฆษณาส่วนใหญ่ ใช้ภาษาแบบใด	๑. นักเรียนตอบคำถามว่านักเรียนเลือกซื้อ สินค้าหรือบริการด้วยเหตุผลใดบ้าง แนวคำตอบ - สินค้าน่าเชื่อถือ - ราคากับสินค้าสมเหตุผล - คุณภาพของสินค้า - การนำเสนอสินค้า - ฯลฯ ๒. นักเรียนฟังครูสรุปเชื่อมโยงเนื้อหาสู่การ วิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาในการโฆษณา ๑. นักเรียนตอบคำถามว่าโฆษณาส่วนใหญ่ ใช้ภาษาแบบใด แนวคำตอบ จูงใจ ชื่นผลดี เสนอสิทธิพิเศษ ฯลฯ	- หนังสือ เรียนหลักการ ใช้ภาษาไทย ชั้น มัธยมศึกษา ปีที่ ๓/วิธี ภาษาม.๓	วิเคราะห์กล วิธีการใช้ภาษา ในโฆษณา	ประเมินการ วิเคราะห์กล วิธีการใช้ภาษาใน โฆษณา

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๓๐ พิจารณาสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน (๒) หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ รหัสวิชา ๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
ประเมินโฆษณาในสื่อออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ๔. คุณลักษณะอันพึงประสงค์ ๔.๑ ใฝ่เรียนรู้ - รู้เท่าทันสื่อโฆษณา	๒. ครูให้นักเรียนศึกษาตัวอย่างการใช้ภาษาในสื่อโฆษณาพร้อมระบุกลวิธีที่ปรากฏ โฆษณาชาวนมไข่มุก Chakuma  โฆษณารองเท้า @Tiktokshop Zinno 	๒. นักเรียนศึกษาตัวอย่าง การใช้ภาษาในสื่อโฆษณาพร้อมระบุกลวิธีที่ปรากฏ โฆษณาชาวนมไข่มุก Chakuma แนวคำตอบ ใช้โปรโมชั่นดึงดูดความสนใจ โฆษณารองเท้า @Tiktokshop Zinno แนวคำตอบ ใช้การเปรียบเทียบความนุ่มเหมือนอุจจาระ ๒. นักเรียนฟังครูสรุปเชื่อมโยงโฆษณาว่าเป็นส่วนหนึ่งของสารโน้มน้าวใจ			

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๓๐ พิจารณาสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน (๒) หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารนัมน้ำใจ รหัสวิชา ๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
	๓. ครูสรุปให้เห็นแนวทางการวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาในสื่อโฆษณา ขั้นปฏิบัติ (๓๐ นาที) ๑. ครูให้นักเรียนแบ่งกลุ่มกลุ่มละ ๕ - ๖ คน เลือกสื่อโฆษณาในแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยกำหนดเป็นสื่อภาพนิ่งที่คิดว่าใช้กลวิธีการใช้ภาษาน่าสนใจ ๒. ครูให้นักเรียนร่วมกันวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาในสื่อโฆษณาที่เลือก ๒๐ นาที ๓. ครูให้นักเรียนส่งตัวแทนนำเสนอผลการวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาในสื่อโฆษณา	๓. นักเรียนฟังครูสรุปให้เห็นแนวทางการวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาในสื่อโฆษณา ๑. ครูให้นักเรียนแบ่งกลุ่มกลุ่มละ ๕ - ๖ คน เลือกสื่อโฆษณาในแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยกำหนดเป็นสื่อภาพนิ่งที่คิดว่าใช้กลวิธีการใช้ภาษาน่าสนใจ ๒. นักเรียนร่วมกันวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาในสื่อโฆษณาที่เลือก ๒๐ นาที โดยจัดทำสไลด์นำเสนอให้เห็นกลวิธีทั้งหมดที่พบในโฆษณานั้น ไม่เกิน ๓ สไลด์ ๓. นักเรียนส่งตัวแทนนำเสนอผลการวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาในสื่อโฆษณา			

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๓๐ พิจารณาสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน (๒) หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารนัมน้ำใจ รหัสวิชา ท๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
	ขั้นสรุป (๕ นาที) ครูและนักเรียนร่วมกันสรุปข้อควรระวังในการรับสื่อโฆษณาที่ใช้ภาษาดึงดูดผู้บริโภคที่อาจทำให้เข้าใจผิด	นักเรียนร่วมกันสรุปข้อควรระวังในการรับสื่อโฆษณาที่ใช้ภาษาดึงดูดผู้บริโภคที่อาจทำให้เข้าใจผิด			

๘. สื่อ/แหล่งเรียนรู้

- หนังสือเรียนหลักการใช้ภาษาม.๓

๙. การประเมินผลรวบยอด

ชั้นงานหรือภาระงาน

- วิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาในโฆษณาได้

สิ่งที่ต้องการวัด/ประเมิน	วิธีการ	เครื่องมือ	เกณฑ์การประเมิน
๑. ด้านความรู้ (K) ระบุกลวิธีของการใช้ภาษาในสื่อโฆษณาได้	การถาม-ตอบ	คำถาม	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ร้อยละ ๗๐ ขึ้นไป
ด้านทักษะ/กระบวนการ (P) นำเสนอภาษาที่มีลักษณะเด่นจากสื่อโฆษณาได้อย่างถูกต้อง	- แบบประเมินการ วิเคราะห์กลวิธีการใช้ ภาษาในโฆษณา	ใช้แบบประเมินการ วิเคราะห์กลวิธีการใช้ ภาษาในโฆษณา	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ร้อยละ ๗๐ ขึ้นไป
คุณลักษณะ เจตคติ ค่านิยม (A) เลือกสื่อโฆษณาอย่างมี วิจารณญาณ	แบบประเมินการ วิเคราะห์กลวิธีการใช้ ภาษาในโฆษณา	ใช้แบบประเมิน การวิเคราะห์กล วิธีการใช้ภาษาใน โฆษณา	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ระดับคุณภาพ “ผ่าน”
สมรรถนะที่ต้องการให้เกิดกับผู้เรียน (KSA) วิเคราะห์และนำเสนอภาษาที่มี ลักษณะเด่นจากสื่อโฆษณา รวมถึงประเมินสื่อออนไลน์อย่าง มีวิจารณญาณ (๔.๒.๑)	แบบประเมินการ วิเคราะห์องค์ประกอบ ของโฆษณาได้	ใช้แบบประเมิน การวิเคราะห์ องค์ประกอบของ โฆษณาได้	ผ่านเกณฑ์ การประเมินระดับ คุณภาพ “ผ่าน”
คุณลักษณะอันพึงประสงค์ ๖.๑ ใฝ่เรียนรู้ รู้เท่าทันสื่อโฆษณา	ใช้แบบสังเกต	แบบสังเกต	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ระดับคุณภาพ “ผ่าน”

๑๐. บันทึกผลหลังสอน*

ผลการจัดการเรียนการสอน

.....

.....

.....

ความสำเร็จ

.....

.....

.....

ปัญหาและอุปสรรค

.....

.....

.....

ข้อจำกัดการใช้แผนการจัดการเรียนรู้และข้อเสนอแนะ/แนวทางการปรับปรุงแก้ไข

.....

.....

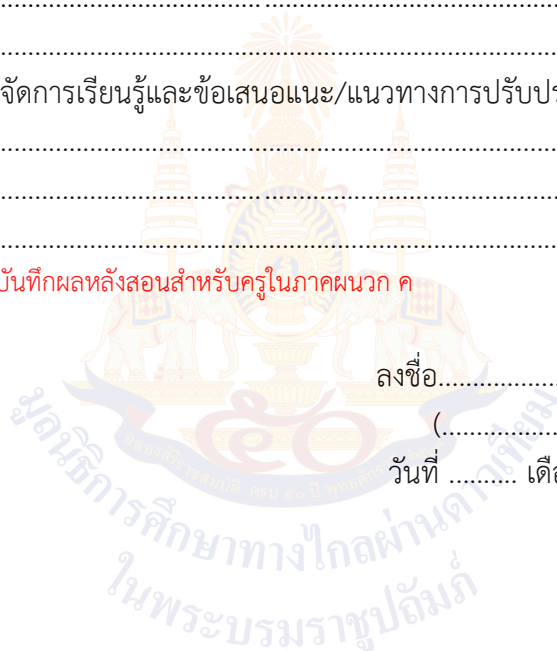
.....

*หมายเหตุ : ดูแนวคำถามการบันทึกผลหลังสอนสำหรับครูในภาคผนวก ค

ลงชื่อ.....ผู้สอน

(.....)

วันที่ เดือน พ.ศ.



แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๓๑

เรื่อง ประเมินสื่อโฆษณาใน ชีวิตประจำวัน (๑)

หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓

เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ

รหัสวิชา ท๒๓๑๐๑

รายวิชา ภาษาไทย

กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย

ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓

ภาคเรียนที่ ๑

เวลา ๕๐ นาที

๑. มาตรฐานการเรียนรู้/ตัวชี้วัด

สาระที่ ๓ การฟัง การดู และการพูด

มาตรฐาน ท ๓.๑

สามารถเลือกฟังและดูอย่างมีวิจารณญาณ และพูดแสดงความรู้ ความคิด และความรู้สึกในโอกาสต่าง ๆ อย่างมีวิจารณญาณและสร้างสรรค์

ตัวชี้วัด ม. ๓/๑

แสดงความคิดเห็นและประเมินเรื่องจากการฟัง และการดู

๒. สาระสำคัญ/ความคิดรวบยอด

การประเมินสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน เป็นการประเมินข้อดี ข้อด้อยของการใช้ภาษานำเสนอสินค้าและบริการ โดยพิจารณาจากสาระสำคัญที่นำเสนอ และกลวิธีการใช้ภาษาเพื่อโน้มน้าวใจ การศึกษาการประเมินสื่อโฆษณาช่วยให้นักเรียนได้ฝึกใช้วิจารณญาณในการกลั่นกรองสารโน้มน้าวใจเพื่อที่สามารถประเมินความน่าเชื่อถือของสื่อโฆษณา ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการอย่างมีเหตุผล และแสดงความคิดเห็นต่อโฆษณาในฐานะผู้บริโภคอย่างมีหลักการ นอกจากนี้ยังทำให้นักเรียนมีภูมิคุ้มกันในการเลือกรับสื่อในยุคดิจิทัลได้

๓. สาระการเรียนรู้

๓.๑ หลักการประเมินสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน

- ๑) พิจารณาใจความของสารอย่างถ่องแท้และสรุปความของสื่อโฆษณา
- ๒) วิเคราะห์ แยกแยะข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็นของสาร พิจารณาน่าเชื่อถือหรือไม่
- ๓) พิจารณาวิธีการใช้ภาษาโน้มน้าวใจว่ามีการเร้าหรือดึงดูดความสนใจผู้รับสารอย่างไร
- ๔) ประเมินภาพรวมว่าสื่อโฆษณานั้นสนองความต้องการพื้นฐานอย่างไร
- ๕) สรุปข้อดี ข้อด้อยของสื่อโฆษณา
- ๖) สรุปการตัดสินใจพร้อมระบุเหตุผลว่าเหตุใดจึงควรเลือกหรือไม่เลือกเชื่อถือสื่อโฆษณานั้น

๔. จุดประสงค์การเรียนรู้

๔.๑ ด้านความรู้ ความเข้าใจ (K)

- ๑) อธิบายหลักการประเมินสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวันได้

๔.๒ ด้านทักษะ/กระบวนการ (P)

- ๑) ประเมินความน่าเชื่อถือของสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวันได้อย่างมีเหตุผล
- ๒) แสดงความคิดเห็นต่อสื่อโฆษณาในฐานะผู้บริโภคอย่างมีหลักการ

๔.๓ ด้านคุณลักษณะ เจตคติ ค่านิยม (A)

- ๑) เลือกรับสื่อโฆษณาในยุคดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม

๕. สมรรถนะที่ต้องการให้เกิดกับผู้เรียน (KSA)

ประเมินความน่าเชื่อถือสื่อโฆษณาและแสดงความคิดเห็น โดยสามารถใช้หลักการประเมินสื่อโฆษณา และสามารถเลือกรับสื่อโฆษณาในยุคดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม (๔.๒.๑)

๖. คุณลักษณะอันพึงประสงค์

๖.๑ อยู่อย่างพอเพียง

- ๖.๑.๑ มีภูมิคุ้มกันต่อการรับสื่อในยุคดิจิทัล

๗. กิจกรรมการเรียนรู้



แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๓๑ ประเมินสื่อโฆษณาใน ชีวิตประจำวัน (๑) หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารนัมน้ำใจ รหัสวิชา ๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
สมรรถนะที่ต้องการให้เกิดกับผู้เรียน ประเมินความน่าเชื่อถือสื่อโฆษณา และแสดงความคิดเห็น โดยสามารถใช้หลักการประเมินสื่อโฆษณา และสามารถเลือกรับสื่อโฆษณาในยุคดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม (๔.๒.๑) ๑. ด้านความรู้ (K) อธิบายหลักการประเมินสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวันได้ ๒. ด้านทักษะ/กระบวนการ (P) ๑) ประเมินความน่าเชื่อถือของสื่อ	ชั้นนำเข้าสู่บทเรียน (๕ นาที) ๑. ครูตั้งคำถามว่านักเรียนหรือคนใกล้ตัวของนักเรียนเคยตกเป็นเหยื่อโฆษณาชวนเชื่อหรือไม่ ๒. ครูตั้งคำถามว่านักเรียนจะรู้ได้อย่างไรว่าโฆษณาใดเป็นโฆษณาชวนเชื่อ ๓. ครูสรุปข้อสังเกตเกี่ยวกับโฆษณาชวนเชื่อโดยนำเสนอถ้อยคำที่เป็นการกล่าวเกินจริง และสามารถร้องเรียนไปที่สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) หมายเลข ๑๒๐๐	๑. นักเรียนตอบคำถามเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์เกี่ยวกับการตกเป็นเหยื่อโฆษณาชวนเชื่อ ๒. นักเรียนตอบคำถามว่าโฆษณาใดเป็นโฆษณาชวนเชื่อ <i>แนวคำตอบ</i> อธิบายสรรพคุณเกินจริง ไม่สมเหตุผล ขัดต่อหลักวิทยาศาสตร์ ใช้ ๓. นักเรียนศึกษาข้อสังเกตเกี่ยวกับโฆษณาชวนเชื่อโดยนำเสนอถ้อยคำที่เป็นการกล่าวเกินจริง และสามารถร้องเรียนไปที่สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) หมายเลข ๑๒๐๐	- หนังสือเรียนหลักการ ใช้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓/วิธีภาษาม.๓	ประเมินสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน	ประเมินการประเมินสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๓๑ ประเมินสื่อโฆษณาใน ชีวิตประจำวัน (๑) หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารนั้มนั้าวใจ รหัสวิชา ๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
โฆษณาใน ชีวิตประจำวันได้อย่าง มีเหตุผล ๒) แสดงความคิดเห็น ต่อสื่อโฆษณาในฐานะ ผู้บริโภคอย่างมี หลักการ ๓. ด้านคุณลักษณะ เจตคติ ค่านิยม (A) เลือกรับสื่อโฆษณาใน ยุคดิจิทัลได้ ๔. คุณลักษณะอันพึง ประสงค์ ๔.๑ อยู่อย่างพอเพียง - มีภูมิคุ้มกันต่อการรับ สื่อในยุคดิจิทัล	ขั้นสอน (๑๐ นาที) ๑. ครูอธิบายหลักการประเมินสื่อ โฆษณาในชีวิตประจำวัน ๒. ครูให้นักเรียนยกตัวอย่าง ลักษณะที่ดีของโฆษณาประเภท เครื่องสำอางและอาหาร ๓. ครูให้นักเรียนยกตัวอย่าง ลักษณะที่ไม่ดีของโฆษณาประเภท เครื่องสำอางและอาหาร	๑. นักเรียนศึกษาหลักการประเมินสื่อ โฆษณาในชีวิตประจำวัน ๒. นักเรียนยกตัวอย่างลักษณะที่ดีของ โฆษณาประเภทเครื่องสำอางและอาหาร <i>แนวคำตอบ</i> - มีสถาบันที่น่าเชื่อถือรับรอง - ระบุส่วนประกอบชัดเจน - เครื่องสำอางผ่านการทดสอบการ แพ้มาแล้ว ๓. นักเรียนยกตัวอย่างลักษณะที่ไม่ดีของ โฆษณาประเภทเครื่องสำอางและอาหาร <i>แนวคำตอบ</i> - เน้นสรรพคุณที่ดูเกินจริง - ไม่บอกส่วนประกอบให้ชัดเจน - อาหารขาดการบอกคุณค่าทาง โภชนาการ			

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๓๑ ประเมินสื่อโฆษณาใน ชีวิตประจำวัน (๑) หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารนั้มนั้าวใจ รหัสวิชา๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
	ขั้นปฏิบัติ (๓๐นาที) ๑. ครูให้นักเรียนศึกษาสื่อโฆษณา ภาพยนตร์โฆษณา Acuvue X Salmon House : เจมีไนน์อย่าจับแพ็ค ที่มา : https://youtu.be/ZN๕afvoZoSI https://youtu.be/ZN๕afvoZoSI ๒. ครูให้เวลานักเรียนประเมินสื่อโฆษณาในใบงาน และเตรียมข้อความสำหรับการแสดงความคิดเห็น ๑๐ นาที ๓. ครูให้นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ ๕ – ๖ คน เพื่อแสดงความคิดเห็นในกลุ่มย่อย และคัดเลือกตัวแทนกลุ่มออกมาสรุปประเด็นการแสดงความความคิดเห็นของกลุ่มตนเอง ๑ - ๒ คน	๑. นักเรียนศึกษาสื่อโฆษณาภาพยนตร์โฆษณา Acuvue X Salmon House : เจมีไนน์อย่าจับแพ็ค ๒. นักเรียนประเมินสื่อโฆษณาในใบงาน และเตรียมข้อความสำหรับการแสดงความคิดเห็น ๑๐ นาที ๓. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ ๕ – ๖ คน เพื่อแสดงความคิดเห็นในกลุ่มย่อย และคัดเลือกตัวแทนกลุ่มออกมาสรุปประเด็นการแสดงความความคิดเห็นของกลุ่มตนเอง ๑ - ๒ คน			

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๓๑ ประเมินสื่อโฆษณาใน ชีวิตประจำวัน (๑) หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ รหัสวิชา ๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
	ขั้นสรุป (๕ นาที) ๑. ครูตั้งคำถามว่าในฐานะเด็กยุคดิจิทัลที่ต้องรับสื่อมากมายจะมีวิธีการสร้างภูมิคุ้มกันในการรับชมสื่อโฆษณาได้อย่างไรบ้าง ๒. ครูตั้งคำถามว่าเราจะมีวิธีการสื่อสารอย่างไรเพื่อให้ความรู้แก่ผู้อาวุโสในครอบครัวที่มักหลงเชื่อโฆษณาชวนเชื่อ ๓. ครูสรุปการเรียนรู้เรื่องการรับสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวันว่า เป็นทักษะสำคัญของคนยุคดิจิทัลที่ต้องมีความรู้เท่าทันต่อข้อมูลข่าวสารและภัยจากการโฆษณาเกินจริงเพื่อไม่ให้ตกเป็นเหยื่อของการโฆษณา	๑. นักเรียนเสนอวิธีการสร้างภูมิคุ้มกันในการรับชมสื่อโฆษณาได้อย่างไรบ้าง <i>แนวคำตอบ</i> - สืบค้นข้อมูลจากหลายแหล่งมาวิเคราะห์ก่อนตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ - อ่านรีวิวจากผู้ใช้งานจริง ฯลฯ ๒. นักเรียนเสนอวิธีการสื่อสารอย่างไรเพื่อให้ความรู้แก่ผู้อาวุโสในครอบครัวที่มักหลงเชื่อโฆษณาชวนเชื่อ <i>แนวคำตอบ</i> - อธิบายให้เห็นข้อเท็จจริง พร้อมหาหลักฐานประกอบเพื่อให้ท่านเข้าใจ ๓. นักเรียนฟังการสรุปบทเรียนการเรียนรู้เรื่องการรับสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน			

๘. สื่อ/แหล่งเรียนรู้

- หนังสือเรียนหลักการใช้ภาษาม.๓

๙. การประเมินผลรวบยอด

ชิ้นงานหรือภาระงาน

- ประเมินสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน

สิ่งที่ต้องการวัด/ประเมิน	วิธีการ	เครื่องมือ	เกณฑ์การประเมิน
๑. ด้านความรู้ (K) อธิบายหลักการประเมินสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวันได้	การถาม-ตอบ	คำถาม	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ร้อยละ ๗๐ ขึ้นไป
ด้านทักษะ/กระบวนการ (P) ๑) ประเมินความน่าเชื่อถือของสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวันได้อย่างมีเหตุผล ๒) แสดงความคิดเห็นต่อสื่อโฆษณาในฐานะผู้บริโภคอย่างมีหลักการ	- แบบประเมินการประเมินสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน	- ประเมินการประเมินสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ร้อยละ ๗๐ ขึ้นไป
คุณลักษณะ เจตคติ ค่านิยม (A) เลือกรับสื่อโฆษณาในยุคดิจิทัลได้	แบบประเมินการประเมินสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน	ใช้แบบประเมินการประเมินสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ระดับคุณภาพ “ผ่าน”
สมรรถนะที่ต้องการให้เกิดกับผู้เรียน (KSA) ประเมินความน่าเชื่อถือสื่อโฆษณาและแสดงความคิดเห็นโดยสามารถใช้หลักการประเมินสื่อโฆษณา และสามารถเลือกรับสื่อโฆษณาในยุคดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม (๔.๒.๑)	แบบประเมินการประเมินสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน	ใช้แบบประเมินการประเมินสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน	ผ่านเกณฑ์ การประเมินระดับ คุณภาพ “ผ่าน”
คุณลักษณะอันพึงประสงค์ ๖.๑ อยู่อย่างพอเพียง มีภูมิคุ้มกันต่อการรับสื่อในยุคดิจิทัล	ใช้แบบสังเกต	แบบสังเกต	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ระดับคุณภาพ “ผ่าน”

๑๐. บันทึกผลหลังสอน*

ผลการจัดการเรียนการสอน

.....

.....

.....

ความสำเร็จ

.....

.....

.....

ปัญหาและอุปสรรค

.....

.....

.....

ข้อจำกัดการใช้แผนการจัดการเรียนรู้และข้อเสนอแนะ/แนวทางการปรับปรุงแก้ไข

.....

.....

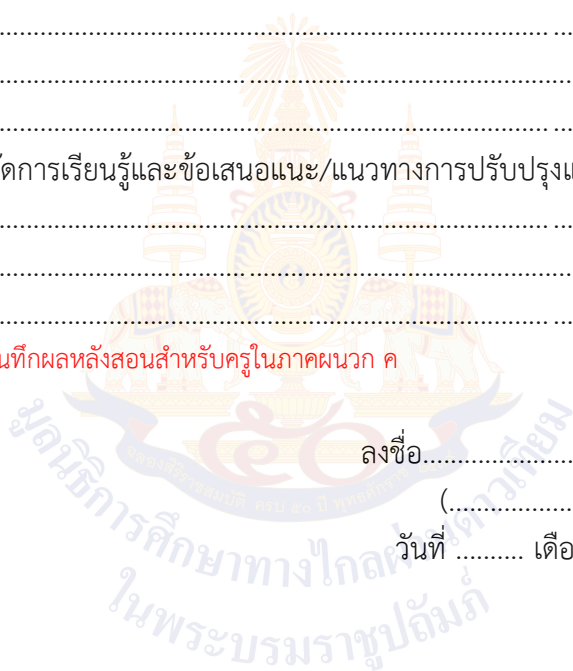
.....

*หมายเหตุ : ดูแนวคำถามการบันทึกผลหลังสอนสำหรับครูในภาคผนวก ค

ลงชื่อ.....ผู้สอน

(.....)

วันที่ เดือน พ.ศ.



ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓



สื่อชั้นนำ

อย่าหลงเชื่อ จะตกเป็นเหยื่อโฆษณาเกินจริง

สถานการณ์ปัญหาการโฆษณาโอ้อวดเกินจริง

จากการเฝ้าระวังของมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค (มพบ.) ตามโครงการสร้างเครือข่ายผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๗ ของ สำนักงาน กสทช. พบว่า มีการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่โอ้อวด เกินจริง เข้าข่ายเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ๑๐๓ ชิ้นโฆษณา แบ่งเป็น โฆษณาอาหารเสริม ๕๔ ชิ้น โฆษณายา ๓๕ ชิ้น และโฆษณาเครื่องสำอาง ๑๓ ชิ้น หากผู้บริโภคหลงเชื่อ อาจส่งผลตั้งแต่เสียทรัพย์สิน เสียสุขภาพ เสียโอกาสในการรักษา และอาจรุนแรงถึงเสียชีวิต

รู้เท่าทัน โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพหลอกลวงเกินจริง

“ยา” มีสรรพคุณใช้รักษา บรรเทา ป้องกันโรค กฎหมายกำหนดให้โฆษณายาได้เพียงบางประเภทเท่านั้น และการโฆษณายา ต้องได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ก่อน ยาที่ได้รับอนุญาตโฆษณาต่อประชาชนทั่วไป หากไม่ปรากฏเลขที่อนุญาตโฆษณา ขท...../..... ให้สันนิษฐานไว้ก่อนว่าเป็นโฆษณาที่หลอกลวง

ถ้อยคำต่อไปนี้ ไม่อนุญาตให้ใช้ในการโฆษณายา ถ้อยคำที่แสดงว่ารักษาโรคได้หายขาด ยอดเยี่ยม หายแน่ วิเศษยิ่ง ปลอดภัย ไม่มีผลข้างเคียง ไม่ทำให้เกิดอาการแพ้ ทนใจ พิเศษ ดีที่สุด เด็ดขาด หายขาด หายห่วง ฉับพลัน ทนใจ ศักดิ์สิทธิ์ มหัศจรรย์ เป็นหนึ่ง ที่หนึ่ง ที่สุด แน่นนอน เหนือกว่า พิษิตโรคร้าย

การโฆษณายา ไม่อาจแสดงสรรพคุณได้ว่าสามารถรักษาโรคเรื้อรังหรือร้ายแรง เช่น เบาหวาน มะเร็ง อัมพาต วัณโรค โรคเรื้อน โรคเกี่ยวกับสมอง หัวใจ ปอด ตับ ม้าม ไต เสริมสมรรถภาพทางเพศ คุณกำเนิด ทำแท้ง

การโฆษณายาที่มีการรับรองคุณภาพ โดยบุคคลอื่น เช่น บุคคลที่มีชื่อเสียง บุคลากรทางการแพทย์ สถาบันวิชาการ หรืออํานาจานวิจัย สถิติที่น่าเชื่อถือ โฆษณาที่มีการแถม หรือออกสลากรางวัล ชื่อเป็นของฝาก โฆษณาโดยไม่สุภาพ ร้องรำทำเพลง แสดงความทุกข์ทรมานของผู้ป่วย ให้สันนิษฐานไว้ก่อนว่า เป็นการโฆษณายาที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย

“อาหาร” มีสรรพคุณ เป็นเครื่องค้ำจุนชีวิต การโฆษณาคุณประโยชน์ สรรพคุณของอาหาร ต้องได้รับอนุญาต จาก อย.ก่อน หากไม่ปรากฏเลขที่อนุญาตโฆษณา ขอ...../..... ให้สันนิษฐานไว้ก่อนว่าเป็นโฆษณาที่หลอกลวง

อาหาร มิใช่ ยา จึงไม่อาจโฆษณาว่าสามารถ รักษา บำบัด บรรเทา หรือป้องกันโรคได้ ไม่อาจโฆษณาสรรพคุณทางเครื่องสำอาง เช่น ทำให้ผิวดขาว ลดริ้วรอย ป้องกันผมร่วง ได้ และไม่อาจโฆษณาว่าได้รับการรับรองคุณภาพ คุณประโยชน์ โดยบุคคลอื่น บุคคลที่มีชื่อเสียง บุคลากรทางการแพทย์ หรือสถาบันวิชาการได้

ถ้อยคำต่อไปนี้ ไม่อนุญาตให้ใช้ในการโฆษณาอาหาร ยอด ดีเลิศ เด็ดขาด อันดับหนึ่ง ศักดิ์สิทธิ์ มหัศจรรย์ที่สุด สุดยอด เยี่ยม เยี่ยมยอด ยอดเยี่ยม ดีที่สุดเลิศที่สุด ชนะเลิศ เลิศเลอ ดีเด็ด สุดเหวี่ยง วิเศษ ฮีโร่ บริสุทธิ์ ล้ำเลิศ ชั้นเลิศ เลิศล้ำ เด็ดหนึ่งเดียว พิเศษ ยอดไปเลย เยี่ยมไปเลย ที่หนึ่งเลย โดดเด่น ปาฏิหาริย์

“**เครื่องสำอาง**” เป็นผลิตภัณฑ์ใช้ภายนอก เพื่อความสะอาด สวยงาม มีผลต่อร่างกายเพียงแคผิวภายนอก เท่านั้น ไม่มีผลการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างหรือการทำงานของร่างกาย การโฆษณาเครื่องสำอาง จะไม่มีเลขที่โฆษณาเนื่องจากกฎหมายกำหนดว่า สามารถทำการโฆษณาได้โดยไม่ต้องขออนุญาต แต่ต้องไม่โฆษณาที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญ

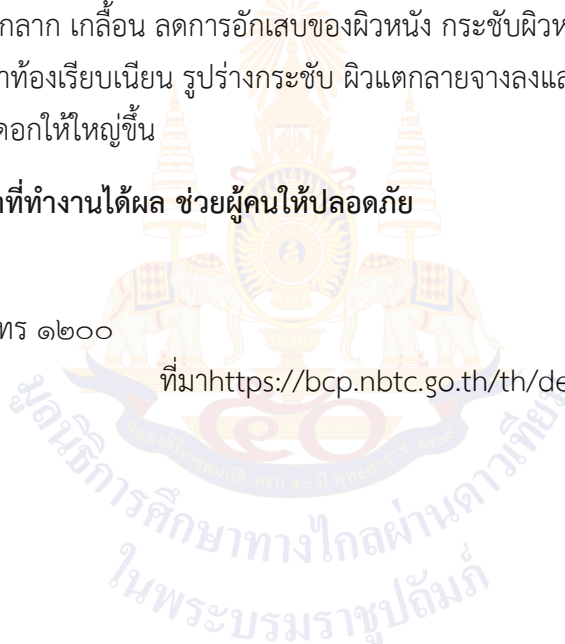
การโฆษณาด้วยถ้อยคำต่อไปนี้ เข้าข่ายโอ้อวด หลอกลวง เกินจริง

ช่วยยับยั้งกระบวนการสร้างเมลานิน ที่เป็นสาเหตุของผิวหมองคล้ำ ช่วยลดสิวฝ้า ปกป้องผิวจากแดด ผื่นคัน ช่วยฆ่าเชื้อแบคทีเรีย เชื้อรา กลาก เกื้อน ลดการอักเสบของผิวหนัง กระจับผิวหน้าโดยไม่ต้องศัลยกรรม สวยเพริ้ว กระจับไว ผิวและหน้าท้องเรียบเนียน รูปร่างกระจับ ผิวแตกลายจางลงและเรียบเนียน ช่วยปรับสภาพทรงอกคุณให้เต่งตึงขึ้น เพิ่มขนาดอกให้ใหญ่ขึ้น

ร้องเรียนถูกรื้อ ช่วยเจ้าหน้าที่ทำงานได้ผล ช่วยผู้คนที่ปลอดภัย

- อย. โทร ๑๕๕๖
- สำนักงาน กสทช. โทร ๑๒๐๐

ที่มา <https://bcp.nbtc.go.th/th/detail/๒๐๑๗-๐๑-๒๕-๑๒-๐๓-๔๒>



แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๓๒

เรื่อง ประเมินสื่อโฆษณาใน ชีวิตประจำวัน (๒)

หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓

เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ

รหัสวิชา ท๒๓๑๐๑

รายวิชา ภาษาไทย

กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย

ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓

ภาคเรียนที่ ๑

เวลา ๕๐ นาที

๑. มาตรฐานการเรียนรู้/ตัวชี้วัด

สาระที่ ๑ การอ่าน

มาตรฐาน ท ๑.๑

ใช้กระบวนการอ่านสร้างความรู้และความคิดเพื่อนำไปใช้ตัดสินใจ แก้ปัญหาในการดำเนินชีวิต และมีนิสัยรักการอ่าน

ตัวชี้วัด ม.๓/๕

วิเคราะห์ วิจารณ์ และประเมินเรื่อง ที่อ่านโดยใช้ กลวิธีการเปรียบเทียบเพื่อให้ผู้อ่าน เข้าใจได้ดีขึ้น

๒. สาระสำคัญ/ความคิดรวบยอด

การวิเคราะห์วิจารณ์และประเมินค่าโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ที่พบในชีวิตประจำวัน เป็นการพิจารณาและวิจารณ์ข้อดี ข้อด้อยของโฆษณาอย่างถี่ถ้วนรอบด้าน ทั้งด้านเนื้อหา ภาษาในการโน้มน้าวใจ และองค์ประกอบอื่น ๆ ที่มีผลต่อความน่าเชื่อถือของผู้บริโภค การฝึกฝนทักษะการวิจารณ์และประเมินค่าโฆษณาอันเป็นสารโน้มน้าวใจจึงต้องเข้าใจองค์ประกอบของโฆษณาเพื่อให้วิเคราะห์วิจารณ์ และประเมินค่าตามองค์ประกอบได้อย่างรอบด้าน และรู้เท่าทันเจตนาของผู้ส่งสาร ทำให้นักเรียนสามารถวิเคราะห์วิจารณ์และประเมินค่าโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ที่พบในชีวิตประจำวันเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการในชีวิตจริงอย่างมีวิจารณญาณ

๓. สาระการเรียนรู้

๓.๑ หลักการประเมินสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน

- ๑) พิจารณาใจความของสารอย่างถี่ถ้วนและสรุปความของสื่อโฆษณา
- ๒) วิเคราะห์ แยกแยะข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็นของสาร พิจารณาน่าเชื่อถือหรือไม่
- ๓) พิจารณากลวิธีการใช้ภาษาโน้มน้าวใจว่ามีการเร้าหรือดึงดูดความสนใจผู้รับสารอย่างไร
- ๔) ประเมินภาพรวมว่าสื่อโฆษณานั้นสนองความต้องการพื้นฐานอย่างไร
- ๕) สรุปข้อดี ข้อด้อยของสื่อโฆษณา
- ๖) สรุปการตัดสินใจพร้อมระบุเหตุผลว่าเหตุใดจึงควรเลือกหรือไม่เลือกเชื่อถือสื่อโฆษณานั้น

๔. จุดประสงค์การเรียนรู้

๔.๑ ด้านความรู้ ความเข้าใจ (K)

- ๑) อธิบายองค์ประกอบของโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ได้

๔.๒ ด้านทักษะ/กระบวนการ (P)

- ๑) วิเคราะห์และวิจารณ์โฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ได้

๒) ประเมินค่าโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ได้อย่างมีเหตุผล

๔.๓ ด้านคุณลักษณะ เจตคติ ค่านิยม (A)

๑) รู้เท่าทันเจตนาของผู้ส่งสาร

๕. สมรรถนะที่ต้องการให้เกิดกับผู้เรียน (KSA)

วิเคราะห์ วิจารณ์ และประเมินค่าโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ในชีวิตประจำวันตามองค์ประกอบของโฆษณาได้และ
รู้เท่าทันเจตนาของผู้ส่งสาร (๔.๒.๑)

๖. คุณลักษณะอันพึงประสงค์

๖.๑ อยู่อย่างพอเพียง

๖.๑.๑ เลือกซื้อสินค้าและบริการอย่างมีเหตุผล

๗. กิจกรรมการเรียนรู้



แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๓๒ ประเมินสื่อโฆษณาใน ชีวิตประจำวัน (๒) หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารนัมน้ำใจ รหัสวิชา ๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
สมรรถนะที่ต้องการให้เกิดขึ้นกับผู้เรียน วิเคราะห์ วิจารณ์ และ ประเมินค่าโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ใน ชีวิตประจำวันตาม องค์ประกอบของ โฆษณาได้อย่างมี วิจาร์ณญาณและรู้เท่า ทันเจตนาของผู้ส่งสาร (๔.๒.๑) ๑. ด้านความรู้ (K) อธิบายหลักการ ประเมินสื่อโฆษณาใน ชีวิตประจำวันได้ ๒. ด้านทักษะ/ กระบวนการ (P) ๑) วิเคราะห์ วิจารณ์ โฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ได้	ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน (๓ นาที) ๑. ครูนำเสนอบทความเรื่อง “สื่อเก่าที่คุ้นเคย สื่อใหม่ก็เข้ามา” ที่มา https://www.gramdigital.net/blog/how-to-use-new-media ๒. ครูเชื่อมโยงให้เห็นว่าเทคโนโลยี ทำให้การโฆษณาเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย ดังนั้นการพัฒนาทักษะการอ่าน การฟังและการดูจึงเป็นสิ่งสำคัญ ๓. ครูให้นักเรียนศึกษาโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ในอดีตเพื่อให้เห็น วิวัฒนาการของการโฆษณา - โฆษณาในนิตยสาร - โฆษณาในใบปลิว - โฆษณาในหนังสือพิมพ์	๑. นักเรียนศึกษาบทความเรื่อง “สื่อเก่าที่คุ้นเคย สื่อใหม่ก็เข้ามา” ๒. นักเรียนฟังครูเชื่อมโยงให้เห็นว่า เทคโนโลยีทำให้การโฆษณาเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย ๓. นักเรียนศึกษาโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ในอดีต เพื่อให้เห็นวิวัฒนาการของการโฆษณา - โฆษณาในนิตยสาร - โฆษณาในใบปลิว - โฆษณาในหนังสือพิมพ์	- หนังสือเรียนหลักการ ใช้ภาษาไทย ชั้น มัธยมศึกษาปีที่ ๓/วิธี ภาษา.๓	ประเมิน โฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ใน ชีวิตประจำวัน	ประเมินการ ประเมินโฆษณา สื่อสิ่งพิมพ์ใน ชีวิตประจำวัน

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๓๒ ประเมินสื่อโฆษณาใน ชีวิตประจำวัน (๒) หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ รหัสวิชา ๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
๒) ประเมินค่าโฆษณา สื่อสิ่งพิมพ์ได้อย่างมี เหตุผล ๓. ด้านคุณลักษณะ เจตคติ ค่านิยม (A) รู้เท่าทันเจตนาของผู้ส่ง สาร ๔. คุณลักษณะอันพึง ประสงค์ ๔.๑ อยู่อย่างพอเพียง - เลือกซื้อสินค้าและ บริการอย่างมีเหตุผล	๔. ครูสรุปว่าโฆษณาส่งพิมพ์ใน ปัจจุบันอาจเหลือน้อยลง แต่ยังมี สื่อสิ่งพิมพ์ในชีวิตประจำวันอยู่ ขั้นสอน (๘ นาที) ๑. ครูทบทวนองค์ประกอบของ โฆษณา ๒. ครูอธิบายความแตกต่างระหว่าง การวิเคราะห์ และการวิจารณ์ ๓. ครูยกตัวอย่างสารโฆษณา แล้ว สุ่มนักเรียน ๒ คน โดยคนที่ ๑ ให้ พูดวิเคราะห์สาร และคนที่ ๒ ให้ พูดวิจารณ์สาร ๔. ครูตั้งคำถามกับนักเรียนว่าสารที่ ครูยกตัวอย่างน่าเชื่อถือหรือไม่โดย ให้ทุกคนยกมือ เพื่อสำรวจสถิติ จากนั้นครูสุ่มนักเรียนที่ลง ความเห็นว่สารโฆษณาน่าเชื่อถือ และไม่น่าเชื่อถือ จำนวน ๒ คน	๔. นักเรียนฟังครูสรุปว่าโฆษณาส่งพิมพ์ใน ปัจจุบันอาจเหลือน้อยลง แต่ยังมีสื่อสิ่งพิมพ์ ในชีวิตประจำวันอยู่ ๑. นักเรียนทบทวนองค์ประกอบของโฆษณา ๒. นักเรียนอธิบายความแตกต่างระหว่าง การวิเคราะห์ และการวิจารณ์ ๓. นักเรียนศึกษายกตัวอย่างสารโฆษณา แล้วฝึกพูดวิเคราะห์ วิเคราะห์สาร ๔. นักเรียนตอบคำถามว่าสารที่ครู ยกตัวอย่างน่าเชื่อถือหรือไม่โดยให้ทุกคนยก มือ เพื่อสำรวจสถิติ และฝึกใช้เหตุผล ประกอบความคิดเห็น			

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๓๒ ประเมินสื่อโฆษณาใน ชีวิตประจำวัน (๒) หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ รหัสวิชา๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
	เพื่อให้เหตุผลประกอบความ คิดเห็น ๕. ครูสรุปความคิดรวบยอดการ วิเคราะห์ วิจารณ์ และประเมินค่า สารโฆษณา ขั้นปฏิบัติ (๓๕นาที) ๑. ครูให้นักเรียนแบ่งกลุ่มออกเป็น กลุ่มละ ๕ - ๖ คน แล้วเลือกสื่อ โฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์ที่ครูเตรียม ให้ (ครูปลายทางใช้สื่อสิ่งพิมพ์ที่หา ได้จากท้องถิ่น เช่น ใบปลิว แผ่น พับ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร ฯลฯ) ๒. ครูอธิบายการดำเนินกิจกรรม ดังนี้ ๑) ให้นักเรียนศึกษาโฆษณาสื่อ สิ่งพิมพ์ แล้วจับประเด็นสำคัญของ โฆษณา	๕. นักเรียนฟังสรุปความคิดรวบยอดการ วิเคราะห์ วิจารณ์ และประเมินค่าสาร โฆษณา ๑. นักเรียนแบ่งกลุ่มออกเป็นกลุ่มละ ๕ - ๖ คน แล้วเลือกสื่อโฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์ที่ครู เตรียมให้ ๒. นักเรียนทำความเข้าใจการดำเนิน กิจกรรมร่วมกัน			

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๓๒ ประเมินสื่อโฆษณาใน ชีวิตประจำวัน (๒) หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารนั้มนั้าวใจ รหัสวิชา ๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
	๒) นักเรียนช่วยกันวิเคราะห์องค์ประกอบของโฆษณา ๓) นักเรียนช่วยกันระบุข้อดีข้อด้อยของโฆษณา ๔) นักเรียนประเมินความน่าเชื่อถือของโฆษณาพร้อมอธิบายเหตุผลประกอบ ๕) นักเรียนส่งตัวแทนนำเสนอการวิเคราะห์ วิจารณ์ และประเมินค่าโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ ๓. ครูให้นักเรียนวิเคราะห์ วิจารณ์ และประเมินค่าโฆษณา ๑๕ นาที ๔. ครูให้นักเรียนนำเสนอการวิเคราะห์ วิจารณ์ และประเมินค่าโฆษณา กลุ่มละไม่เกิน ๓ นาที ขั้นสรุป (๔ นาที) ๑. ครูให้นักเรียนทั้งหมดช่วยกันเรียงลำดับโฆษณาที่น่าเชื่อถือที่สุดจากมากไปหาน้อย	 ๓. นักเรียนวิเคราะห์ วิจารณ์ และประเมินค่าโฆษณา ๑๕ นาที ๔. นักเรียนนำเสนอการวิเคราะห์ วิจารณ์ และประเมินค่าโฆษณา กลุ่มละไม่เกิน ๓ นาที ๑. นักเรียนทั้งหมดช่วยกันเรียงลำดับโฆษณาที่น่าเชื่อถือที่สุดจากมากไปหาน้อย			

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๓๒ ประเมินสื่อโฆษณาใน ชีวิตประจำวัน (๒) หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ รหัสวิชา ท๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
	๒. ครูตั้งคำถามว่าการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในชีวิตจริงนอกจากปัจจัยเรื่องพลังของโฆษณาแล้วยังมีปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของเรา ๓. ครูสรุปความรู้ที่ได้รับจากการฝึกวิเคราะห์ วิจารณ์ และประเมินสื่อโฆษณาอย่างมีวิจารณญาณ	๒. นักเรียนตอบคำถามว่าการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในชีวิตจริงนอกจากปัจจัยเรื่องพลังของโฆษณาแล้วยังมีปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของเรา แนวคำตอบ - กำลังซื้อ - รสนิยม - ความจำเป็น ๓. นักเรียนฟังครูสรุปความรู้ที่ได้รับจากการฝึกวิเคราะห์ วิจารณ์ และประเมินสื่อโฆษณาอย่างมีวิจารณญาณ			

๘. สื่อ/แหล่งเรียนรู้

- หนังสือเรียนหลักการใช้ภาษาม.๓

๙. การประเมินผลรวบยอด

ชิ้นงานหรือภาระงาน

- ประเมินโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ในชีวิตประจำวัน

สิ่งที่ต้องการวัด/ประเมิน	วิธีการ	เครื่องมือ	เกณฑ์การประเมิน
๑. ด้านความรู้ (K) อธิบายหลักการประเมินสื่อ โฆษณาในชีวิตประจำวันได้	การถาม-ตอบ	คำถาม	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ร้อยละ ๗๐ ขึ้นไป
ด้านทักษะ/กระบวนการ (P) ๑) วิเคราะห์ วิจารณ์โฆษณาสื่อ สิ่งพิมพ์ได้ ๒) ประเมินค่าโฆษณาสื่อ สิ่งพิมพ์ได้อย่างมีเหตุผล	- แบบประเมินการ ประเมินสื่อโฆษณาใน ชีวิตประจำวัน	- ประเมินการ ประเมินสื่อโฆษณาใน ชีวิตประจำวัน	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ร้อยละ ๗๐ ขึ้นไป
คุณลักษณะ เจตคติ ค่านิยม (A) รู้เท่าทันเจตนาของผู้ส่งสาร	แบบประเมินการ ประเมินสื่อโฆษณาใน ชีวิตประจำวัน	ใช้แบบประเมิน การประเมินสื่อ โฆษณาใน ชีวิตประจำวัน	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ระดับคุณภาพ “ผ่าน”
สมรรถนะที่ต้องการให้เกิดกับ ผู้เรียน (KSA) วิเคราะห์ วิจารณ์ และประเมิน ค่าโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ใน ชีวิตประจำวันตามองค์ประกอบ ของโฆษณาได้อย่างมี วิจารณญาณและรู้เท่าทันเจตนา ของผู้ส่งสาร (๔.๒.๑)	แบบประเมินการ ประเมินสื่อโฆษณาใน ชีวิตประจำวัน	ใช้แบบประเมิน การประเมินสื่อ โฆษณาใน ชีวิตประจำวัน	ผ่านเกณฑ์ การประเมินระดับ คุณภาพ “ผ่าน”
คุณลักษณะอันพึงประสงค์ ๖.๑ อยู่อย่างพอเพียง เลือกซื้อสินค้าและบริการอย่าง มีเหตุผล	ใช้แบบสังเกต	แบบสังเกต	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ระดับคุณภาพ “ผ่าน”

การประเมินตามจุดประสงค์การเรียนรู้

[illegible]

๑๐. บันทึกผลหลังสอน*

ผลการจัดการเรียนการสอน

.....

.....

.....

ความสำเร็จ

.....

.....

.....

ปัญหาและอุปสรรค

.....

.....

.....

ข้อจำกัดการใช้แผนการจัดการเรียนรู้และข้อเสนอแนะ/แนวทางการปรับปรุงแก้ไข

.....

.....

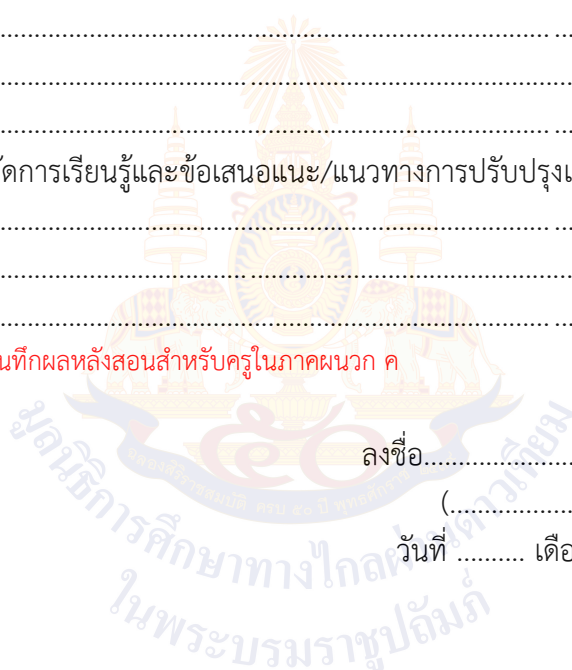
.....

*หมายเหตุ : ดูแนวคำถามการบันทึกผลหลังสอนสำหรับครูในภาคผนวก ค

ลงชื่อ.....ผู้สอน

(.....)

วันที่ เดือน พ.ศ.



ใบงานเรื่อง ประเมินสื่อโฆษณาใน ชีวิตประจำวัน (๒)		
หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓	เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารนั้มนั้ใจ	
รหัสวิชา ท๒๓๑๐๑	รายวิชา ภาษาไทย	ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓

ชื่อ.....ชั้น.....เลขที่.....

คำชี้แจง: ให้นักเรียนแบ่งกลุ่มกลุ่มละ ๕ - ๖ คน ศึกษาโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์แล้ววิเคราะห์ วิจารณ์ และประเมินค่าความน่าเชื่อถือ

๓. ข้อเท็จจริงในโฆษณา

.....

.....

๔. ข้อคิดเห็นในโฆษณา

ข้อดีของโฆษณา	ข้อด้อยของโฆษณา

แสดงความคิดเห็นต่อโฆษณานี้

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



ให้ผมอยู่ทรงสวยดังใจพึงค์ๆ ชีวิตก็ใสปิ้งทั้งวัน! ด้วย ชันซิลสูตรผมมีน้ำหนัก จัดทรงง่าย

ไม่ว่าวันไหน แค่ผมสวยดังใจก็ทำให้เราเบิกบานใจกันรอย ไม่ต้องกังวลกับลุคตัวเองอีกต่อไป เพราะผมเป๊ะอยู่ทรงตลอดวันด้วย ชันซิล สูตรผมมีน้ำหนักจัดทรงง่าย สีสันพุ่มพวงนี้ช่วยให้เรามีผมสุขภาพดีจริงๆ และเปลี่ยนวันที่แสนธรรมดา ให้เต็มไปด้วยความสุขใจ เว้นหลังไหลในเส้นผมของคุณแบบที่สาวๆ ทุกคนอยากเป็นเจ้าของ อย่างที่เบลล่าและพริ้มพิสูจน์มาแล้ว สาวๆ ห้ามพลาดเลย

พร้อม
น้ำมันธรรมชาติ
5 ชนิด

ชันซิลสีชมพู กลายเป็น
Must-Have ของ
หญิงสาวทุกคนเพื่อ
ผมมีน้ำหนักจัดทรงง่าย
เพราะมีน้ำมันธรรมชาติ
ถึง 5 ชนิดอยู่ในขวด
เดียวอย่าง...

น้ำมันมะกอก
เปลี่ยนผมจัดทรงยาก
ให้เรียบสวย

น้ำมันโจโจบา
ให้ผมสวยอยู่
ทรงได้นานทั้งคืน

น้ำมันอัลมอนด์
ให้ผมสลัดหัว
มีน้ำหนัก

น้ำมันมะพร้าว
เพิ่มบำรุงผมที่แห้งเสียให้
กลับมามีสุขภาพดีอีกครั้ง

น้ำมันอาร์แกน
ช่วยบำรุงผมด้วย
คุณค่าเป็นต้น



sunsilk

gsk
GlaxoSmithKline

ศาสตร์แห่งความงาม ที่แพทย์ผิวหนังทั่วโลกแนะนำ



PRESCRIBED BY
DERMATOLOGISTS
In Over 60 Countries
WORLDWIDE

จีเอสเค สตีเฟล แนะนำผลิตภัณฑ์เวชสำอางดูแลผิวพรรณครบวงจรระดับโลก
รังสรรค์จากความมุ่งมั่นเชี่ยวชาญด้านการคิดค้น และพัฒนาเวชสำอาง
มากกว่า 165 ปี ในนานาประเทศ อาทิ เยอรมนี สหรัฐอเมริกา และประเทศ
ในกลุ่มอเมริกาใต้

จีเอสเค สตีเฟล เสนอนวัตกรรมดูแลผิวพรรณสุดล้ำสมัยตอบโจทย์
หลากหลายความต้องการของปัญหาผิว

Researched and Developed by

Stiefel
a GSK company



ปรับ
โฉมใหม่

อ่าน **สารคดี** ในรูปแบบใหม่

ANSi

Your Inspiring
Reading Experience

ตื่นตา กว่าที่เคย

แอปพลิเคชัน
เปิดประสบการณ์ความรู้ไม่จำกัด
โดยมี **สารคดี**
[สารคดี]



สมัครสมาชิกวันนี้ ประโยชน์ตั้งมากมาย

ดาวน์โหลดเลย



Link สำหรับเข้าใช้งาน ANSi
เพื่อการดาวน์โหลด
ให้มา Link ในเว็บ Chrome/Safari
จะมีปุ่มให้ Install App ANSi ลงบนมือถือ/PC)

สมัคร ANSi
สมาชิกรายเดือน
เริ่มเพียง **99** บาท
ต่อเดือนเท่านั้น

- ได้อ่าน **สารคดี** เล่มใหม่ทุกเดือน
และอ่านเล่มย้อนหลังมากมายหลายฉบับ
- ได้อ่านบทความพิเศษ ที่มีมากกว่าในเล่มหนังสือ
- มีคลิป vdo ดูเต็มฉบับ
- ชมภาพสวยงามมากมายอย่างจุใจ
- มีบุปผาสง, ฟังเสียงสับกาน้ำสุด Exclusive
- เกมยังได้อ่านหนังสือ **สารคดี** ย้อนหลังทุกฉบับใน e-Library
- อ่านง่าย อ่านได้ 2 รูปแบบ อ่านสะดวกทุกที่ทุกเวลา
รองรับทุก Device โทรศัพท์ Tablet Notebook PC
- พิเศษ สามารถอ่านได้ใน Ver. ภาษาอังกฤษ
เพียงเปิด Link ใน Chrome (กดเปลี่ยนภาษาที่ Translate)



ภูมิพุกษา
POOMPUKSA

ใหม่!



ยาสีฟัน
ฟันขาว สะอาด
ลดกลิ่นปาก ลมหายใจสดชื่น

มี 2 สูตร
ให้เลือก



สูตรมินท์ มีซิลิกาช่วยให้ฟันขาวสะอาด



สูตรโรลิเวอร์่า ดูแลร่องเหงือกและฟัน

เนื้อเข้มข้น
ใช้เพียงนิดเดียว

ซื้อสินค้าได้ที่ห้างสรรพสินค้า
หรือร้านค้าชั้นนำทั่วไป

บริษัท สบู่ไพร่ ภูมิพุกษา จำกัด

เลขที่ ๓๙ ม.๒
ถ.พวงทอง
อ.พนาทอง
จ.สกลนคร ๔๗๑๖๐

@poompuksa

poompuksa

ภูมิพุกษา Poompuksa



www.poompuksa.com

096-889-1999

084-360-0124

084-360-0125



แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๓๓

เรื่อง สร้างสรรค์สื่อโฆษณาจากสินค้าในท้องถิ่นสารโน้มน้าวใจ (๑)

หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓

เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ

รหัสวิชา ท๒๓๑๐๑

รายวิชา ภาษาไทย

กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย

ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓

ภาคเรียนที่ ๑

เวลา ๕๐ นาที

๑. มาตรฐานการเรียนรู้/ตัวชี้วัด

สาระที่ ๒ การเขียน

- | | |
|--|---|
| <p>มาตรฐาน ท ๒.๑</p> <p>ตัวชี้วัด ม.๓/๒</p> <p> ม.๓/๖</p> | <p>ใช้กระบวนการเขียนสื่อสาร เขียนเรียงความ ย่อความ และเขียนเรื่องราวในรูปแบบต่าง ๆ เขียนรายงานข้อมูลสารสนเทศและรายงานการศึกษาค้นคว้าอย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>เขียนข้อความโดยใช้ถ้อยคำได้ถูกต้องตามระดับภาษา</p> <p>เขียนอธิบาย ชี้แจง แสดงความคิดเห็นและโต้แย้งอย่างมีเหตุผล</p> |
|--|---|

๒. สาระสำคัญ/ความคิดรวบยอด

การใช้ภาษาแสดงถึงการให้ความสำคัญกับภูมิปัญญาท้องถิ่นในสื่อโฆษณา คือการใช้ภาษาสร้างแรงจูงใจให้เกิดความรู้สึกคล้อยตามหรือเกิดความคิดที่เปลี่ยนไปตามวัตถุประสงค์ของผู้โน้มน้าว โดยมุ่งนำเสนอภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งการศึกษาการโน้มน้าวใจควรเริ่มฝึกจากการกำหนดวัตถุประสงค์การสื่อสาร เลือกใช้คำในการโน้มน้าวใจ อันเป็นทักษะหนึ่งในการสื่อสาร เพื่อต่อยอดไปสู่การพูดโน้มน้าวใจได้ การเรียนรู้เรื่องการใช้ภาษาแสดงถึงการให้ความสำคัญกับภูมิปัญญาท้องถิ่นในสื่อโฆษณา นักเรียนได้ฝึกการใช้ภาษาแสดงถึงการให้ความสำคัญกับภูมิปัญญาท้องถิ่นในสื่อโฆษณา กระบวนการวางแผนโดยการเขียนโครงร่างโฆษณาโน้มน้าวใจ โดยกำหนดให้เลือกสรรสินค้าในท้องถิ่นมาสร้างสรรค์พร้อมอธิบายเหตุผลในการเลือกสินค้าชนิดนั้นได้อย่างชัดเจน

๓. สาระการเรียนรู้

๓.๑ หลักการสร้างสรรคสารโน้มน้าวใจ

- ๑) กำหนดจุดประสงค์ในการสื่อสาร
- ๒) แสดงให้เห็นความน่าเชื่อถือของผู้โน้มน้าว
- ๓) แสดงให้เห็นความสมเหตุสมผล
- ๔) แสดงให้เห็นทั้งด้านดีและด้านเสียเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจเลือก
- ๕) ใช้กลวิธีการใช้ภาษาที่สร้างความหรรษาให้แก่ผู้รับสาร
- ๖) ใช้ภาษาเร้าอารมณ์อย่างแรงกล้า

๔. จุดประสงค์การเรียนรู้

- ๔.๑ ด้านความรู้ ความเข้าใจ (K)
 - ๑) ระบุลักษณะเด่นของสินค้าในท้องถิ่นในโฆษณาได้
- ๔.๒ ด้านทักษะ/กระบวนการ (P)
 - ๑) อธิบายเหตุผลในการเลือกสินค้าในท้องถิ่นได้

๔.๓ ด้านคุณลักษณะ เจตคติ ค่านิยม (A)

๑) ใช้ภาษาแสดงถึงการให้ความสำคัญกับภูมิปัญญาท้องถิ่นในสื่อโฆษณาได้

๕. สมรรถนะที่ต้องการให้เกิดกับผู้เรียน (KSA)

อธิบายเหตุผลในการเลือกสินค้าในท้องถิ่นพร้อมระบุลักษณะเด่นของสินค้าในท้องถิ่นในโฆษณา โดยใช้ภาษาแสดงถึงการให้ความสำคัญกับภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ (๔.๒.๓)

๖. คุณลักษณะอันพึงประสงค์

๖.๑ อยู่อย่างพอเพียง

๖.๑.๑ เลือกสินค้าท้องถิ่นอย่างมีเหตุผล

๗. กิจกรรมการเรียนรู้



แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๓๓ สร้างสรรค์สื่อโฆษณาจากสินค้าในท้องถิ่นสารโน้มน้าวใจ (๑) หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ รหัสวิชา ๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
นักรเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
สมรรถนะที่ต้องการ ให้เกิดกับผู้เรียน อธิบายเหตุผลในการ เลือกสินค้าในท้องถิ่น พร้อมระบุลักษณะเด่น ของสินค้าในท้องถิ่นใน โฆษณา โดยใช้ภาษา แสดงถึงการให้ ความสำคัญกับภูมิ ปัญญาท้องถิ่นได้ (๔.๒.๓) ๑. ด้านความรู้ (K) ระบุลักษณะเด่นของ สินค้าในท้องถิ่นใน โฆษณาได้ ๒. ด้านทักษะ/ กระบวนการ (P)	ชั้นนำเข้าสู่บทเรียน (๕ นาที) ๑. ครูให้นักเรียนศึกษาประเด็น “กระแสแห่งซอฟต์แวร์” ที่มา: https://www.sac.or.th/portal/th/article/detail/๔๕๗ ๒. ครูตั้งคำถามให้นักเรียนแสดง ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ซอฟต์แวร์ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจใน ท้องถิ่น ๓. ครูสรุปเชื่อมโยงสู่กิจกรรมการ สร้างสรรค์โฆษณาสินค้าในท้องถิ่น เพื่อใช้ภาษาสร้างซอฟต์แวร์สู่ ผู้บริโภค ขั้นสอน (๑๐ นาที) ๑. ครูสำรวจความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับท้องถิ่นของนักเรียน	๑. นักเรียนศึกษาประเด็น “กระแสแห่ง ซอฟต์แวร์” ๒. นักเรียนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ ซอฟต์แวร์ขับเคลื่อนเศรษฐกิจใน ท้องถิ่น <i>แนวคำตอบ</i> ผลักดันสินค้าท้องถิ่นสู่ตลาดโลกด้วยการ ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ ๓. นักเรียนฟังครูสรุปเชื่อมโยงสู่กิจกรรมการ สร้างสรรค์โฆษณาสินค้าในท้องถิ่นเพื่อใช้ ภาษาสร้างซอฟต์แวร์สู่ผู้บริโภค ๑. นักเรียนร่วมกันอธิบายความรู้ ความ เข้าใจเกี่ยวกับท้องถิ่นของนักเรียน	- หนังสือ เรียนหลักการ ใช้ภาษาไทย ชั้น มัธยมศึกษา ปีที่ ๓/วิธี ภาษาม.๓	ประเมิน โฆษณาสื่อ สิ่งพิมพ์ใน ชีวิตประจำวัน	ประเมินการ ประเมินโฆษณา สื่อสิ่งพิมพ์ใน ชีวิตประจำวัน

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๓๓ สร้างสรรค์สื่อโฆษณาจากสินค้าในท้องถิ่นสารโน้มน้าวใจ (๑) หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ รหัสวิชา ๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
นักรเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
อธิบายเหตุผลในการเลือกสินค้าในท้องถิ่นได้ ๓. ด้านคุณลักษณะ เจตคติ ค่านิยม (A) ใช้ภาษาแสดงถึงอัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่นได้ ๔. คุณลักษณะอันพึงประสงค์ ๔.๑ อยู่อย่างพอเพียง เลือกสินค้าท้องถิ่นอย่างมีเหตุผล	๒. ครูให้นักเรียนช่วยนำเสนอสินค้าที่สามารถใช้สร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นได้ ขั้นปฏิบัติ (๓๕ นาที) ๑. ครูอธิบายการดำเนินกิจกรรมการสร้างสื่อโฆษณาสินค้าในท้องถิ่นโดยใช้สารโน้มน้าวใจ ดังนี้ ๑) ให้นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ ๕ - ๖ คน พร้อมตั้งชื่อกลุ่มตามชื่อหมู่บ้านในท้องถิ่นของตน ๒) ให้นักเรียนประชุมเพื่อคัดเลือกสินค้าประจำท้องถิ่นเพื่อใช้ออกแบบโฆษณา พร้อมสรุปเหตุผลในการเลือก ๓) กำหนดข้อมูลที่ใช้ในการโฆษณา ๒. ครูให้นักเรียนดำเนินกิจกรรมโดยใช้เวลา ๑๕ นาที	๒. นักเรียนช่วยนำเสนอสินค้าที่สามารถใช้สร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นได้ ๑. นักเรียนทบทวนองค์ประกอบของโฆษณา ๒. นักเรียนอธิบายความแตกต่างระหว่างการวิเคราะห์ และการวิจารณ์ ๓. นักเรียนศึกษายกตัวอย่างสารโฆษณา แล้วฝึกพูดวิเคราะห์ วิเคราะห์สารประกอบความคิดเห็น ๔. นักเรียนตอบคำถามว่าสารที่ครูยกตัวอย่างน่าเชื่อถือหรือไม่โดยให้ทุกคนยกมือ เพื่อสำรวจสถิติ และฝึกใช้เหตุผลประกอบความคิดเห็น ๒. นักเรียนดำเนินกิจกรรม โดยใช้เวลา ๑๕ นาที			

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๓๓ สร้างสรรค์สื่อโฆษณาจากสินค้าในท้องถิ่นสารโน้มน้าวใจ (๑) หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ รหัสวิชา ท๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
นักรเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
	๓. ครูให้นักเรียนส่งตัวแทนกลุ่มนำเสนอสินค้าและอธิบายเหตุผลที่เลือกสินค้านั้น ขั้นสรุป (๔ นาที) ครูสรุปกิจกรรม และนัดหมายการดำเนินกิจกรรมครั้งต่อไปเพื่อให้ นักเรียนเตรียมข้อมูลรวมถึงอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการออกแบบสื่อโฆษณา	๓. นักเรียนส่งตัวแทนกลุ่มนำเสนอสินค้าและอธิบายเหตุผลที่เลือกสินค้านั้น นักเรียนร่วมสรุปกิจกรรม และรับฟังการนัดหมายการดำเนินกิจกรรมครั้งต่อไปเพื่อให้ นักเรียนเตรียมข้อมูลรวมถึงอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการออกแบบสื่อโฆษณา			

๘. สื่อ/แหล่งเรียนรู้

- หนังสือเรียนหลักการใช้ภาษาม.๓

๙. การประเมินผลรวบยอด

ชิ้นงานหรือภาระงาน

- สร้างสรรค์สื่อโฆษณาจากสินค้าในท้องถิ่นสารโน้มน้าวใจ

สิ่งที่ต้องการวัด/ประเมิน	วิธีการ	เครื่องมือ	เกณฑ์การประเมิน
๑. ด้านความรู้ (K) ระบุลักษณะเด่นของสินค้าในท้องถิ่นในโฆษณาได้	การถาม-ตอบ	คำถาม	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ร้อยละ ๗๐ ขึ้นไป
ด้านทักษะ/กระบวนการ (P) อธิบายเหตุผลในการเลือกสินค้าในท้องถิ่นได้	- แบบประเมินการประเมินสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน	- ประเมินการประเมินสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ร้อยละ ๗๐ ขึ้นไป
คุณลักษณะ เจตคติ ค่านิยม (A) ใช้ภาษาแสดงถึงอัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่นได้	แบบประเมินการประเมินสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน	ใช้แบบประเมินการประเมินสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ระดับคุณภาพ “ผ่าน”
สมรรถนะที่ต้องการให้เกิดกับผู้เรียน (KSA) อธิบายกระบวนการสร้างสรรค์โฆษณาสินค้าในท้องถิ่นพร้อมบอกเหตุผลในการเลือกสินค้าและสร้างสรรค์สารโฆษณาด้วยภาษาที่แสดงถึงอัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่นได้ (๔.๒.๓)	แบบประเมินการประเมินสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน	ใช้แบบประเมินการประเมินสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน	ผ่านเกณฑ์ การประเมินระดับ คุณภาพ “ผ่าน”
คุณลักษณะอันพึงประสงค์ ๖.๑ อยู่อย่างพอเพียง เลือกสินค้าท้องถิ่นอย่างมีเหตุผล	ใช้แบบสังเกต	แบบสังเกต	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ระดับคุณภาพ “ผ่าน”

๑๐. บันทึกผลหลังสอน*

ผลการจัดการเรียนการสอน

.....

.....

.....

ความสำเร็จ

.....

.....

.....

ปัญหาและอุปสรรค

.....

.....

.....

ข้อจำกัดการใช้แผนการจัดการเรียนรู้และข้อเสนอแนะ/แนวทางการปรับปรุงแก้ไข

.....

.....

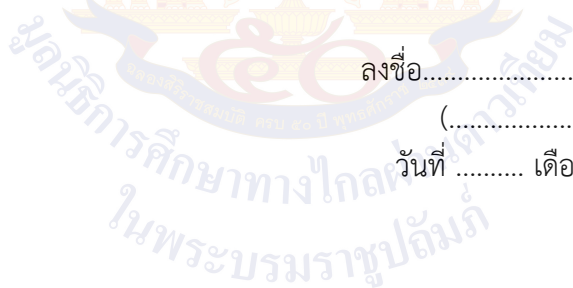
.....

*หมายเหตุ : ดูแนวคำถามการบันทึกผลหลังสอนสำหรับครูในภาคผนวก ค

ลงชื่อ.....ผู้สอน

(.....)

วันที่ เดือน พ.ศ.



แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๓๔

เรื่อง สร้างสรรค์สื่อโฆษณาจากสินค้าในท้องถิ่นสารโน้มน้าวใจ (๓)

หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓

เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ

รหัสวิชา ท๒๓๑๐๑

รายวิชา ภาษาไทย

กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย

ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓

ภาคเรียนที่ ๑

เวลา ๕๐ นาที

๑. มาตรฐานการเรียนรู้/ตัวชี้วัด

สาระที่ ๒ การเขียน

มาตรฐาน ท ๒.๑

ใช้กระบวนการเขียนสื่อสาร เขียนเรียงความ ย่อความ และเขียนเรื่องราวในรูปแบบต่าง ๆ เขียนรายงานข้อมูลสารสนเทศและรายงานการศึกษาค้นคว้าอย่างมีประสิทธิภาพ

ตัวชี้วัด ม.๓/๒

เขียนข้อความโดยใช้ถ้อยคำได้ถูกต้องตามระดับภาษา

ม.๓/๖

เขียนอธิบาย ชี้แจง แสดงความคิดเห็นและโต้แย้งอย่างมีเหตุผล

๒. สาระสำคัญ/ความคิดรวบยอด

การเขียนโฆษณาในท้องถิ่น คือการเขียนเพื่อโน้มน้าวให้ผู้อ่านสนใจสินค้าท้องถิ่น โดยบทโฆษณามีส่วนประกอบได้แก่ เนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ ภาษาโฆษณา และการโน้มน้าวใจ การศึกษาเรื่องการเขียนโฆษณาในท้องถิ่นจะเป็นแนวทางการโฆษณาสินค้าในท้องถิ่นเพื่อนำข้อมูลมาออกแบบโฆษณาให้มีความน่าสนใจ มีข้อมูลครบถ้วน น่าเชื่อถือ และสามารถใช้ภาษาแสดงถึงอัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่นได้

๓. สาระการเรียนรู้

๓.๑ ส่วนประกอบของโฆษณา

- ๑) เนื้อหา ชี้ให้เห็นคุณสมบัติที่ดีหรือลักษณะเด่นของสินค้าและบริการ
- ๒) รูปแบบการนำเสนอ เป็นคำคม คำขวัญ ข้อความสั้น หรือบทสนทนา
- ๓) การโน้มน้าวใจที่ตอบสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์

๔. จุดประสงค์การเรียนรู้

๔.๑ ด้านความรู้ ความเข้าใจ (K)

- ๑) อธิบายส่วนประกอบของโฆษณาสินค้าในท้องถิ่นได้

๔.๒ ด้านทักษะ/กระบวนการ (P)

- ๑) เขียนคำโฆษณาสินค้าในท้องถิ่นได้

๔.๓ ด้านคุณลักษณะ เจตคติ ค่านิยม (A)

- ๑) เขียนโฆษณาโดยภาษาแสดงถึงอัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่นได้

๕. สมรรถนะที่ต้องการให้เกิดกับผู้เรียน (KSA)

อธิบายส่วนประกอบของโฆษณาสินค้าในท้องถิ่นและเขียนสร้างสรรค์สารโฆษณาด้วยภาษาที่แสดงถึงอัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่นได้ (๔.๒.๓)

๖. คุณลักษณะอันพึงประสงค์

๖.๑ ชื่อสัตย์

๖.๑.๑ ใช้คำโฆษณาที่น่าเชื่อถือ

๗. กิจกรรมการเรียนรู้



แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๓๔ สร้างสรรค์สื่อโฆษณาจากสินค้าในท้องถิ่นสารโน้มน้าวใจ (๒)
หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ รหัสวิชา ๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย
กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที

นักการเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
สมรรถนะที่ต้องการ ให้เกิดกับผู้เรียน อธิบายกระบวนการ สร้างสรรค์โฆษณา สินค้าในท้องถิ่นพร้อม บอกเหตุผลในการ เลือกสินค้า และ สร้างสรรค์สารโฆษณา ด้วยภาษาที่แสดงถึงอัต ลักษณะความเป็น ท้องถิ่นได้ (๔.๒.๓) ๑. ด้านความรู้ (K) อธิบายกระบวนการ สร้างสรรค์โฆษณา สินค้าในท้องถิ่นได้ ๒. ด้านทักษะ/ กระบวนการ (P)	ชั้นนำเข้าสู่บทเรียน (๕ นาที) ครูทบทวนกิจกรรมการสร้างสรรค โฆษณาจากสินค้าในท้องถิ่นด้วย สารโน้มน้าวใจ ขั้นสอน (๕ นาที) ครูให้ตัวอย่างการเขียนโฆษณาเพื่อ เป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ ขั้นปฏิบัติ (๔๐ นาที) ๑. ครูให้นักเรียนคิดคำโฆษณาและ ออกแบบสื่อโฆษณาในวัสดุที่เตรียม มา ใช้เวลา ๓๐ นาที ๒. ครูให้นักเรียนรายงานความ คืบหน้า ขั้นสรุป (๕ นาที) ครูสรุปกิจกรรม และนัดหมายการ ดำเนินกิจกรรมครั้งต่อไปเพื่อให้ นักเรียนเตรียมข้อมูลรวมถึง อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการนำเสนอ ผลงาน	นักเรียนทบทวนกิจกรรมการสร้างสรรค โฆษณาจากสินค้าในท้องถิ่นด้วยสารโน้มน้าว ใจ นักเรียนศึกษาตัวอย่างการเขียนโฆษณาเพื่อ เป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ ๑. นักเรียนคิดคำโฆษณาและออกแบบสื่อ โฆษณาในวัสดุที่เตรียมมา ใช้เวลา ๓๐ นาที ๒. นักเรียนรายงานความคืบหน้า นักเรียนสรุปกิจกรรม และนัดหมายการ ดำเนินกิจกรรมครั้งต่อไปเพื่อเตรียมดำเนิน กิจกรรมเปิดตลาดสินค้าท้องถิ่น	- หนังสือ เรียนหลักการ ใช้ภาษาไทย ชั้น มัธยมศึกษา ปีที่ ๓/วิธี ภาษาม.๓	คำโฆษณา สินค้าใน ท้องถิ่น	ตรวจสอบคำโฆษณา สินค้าในท้องถิ่น

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๓๔ สร้างสรรค์สื่อโฆษณาจากสินค้าในท้องถิ่นสารโน้มน้าวใจ (๒) หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ รหัสวิชา ท๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
นักรเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
บอกเหตุผลในการเลือกสินค้าในท้องถิ่นได้ ๓. ด้านคุณลักษณะเจตคติ ค่านิยม (A) ใช้ภาษาแสดงถึงอัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่นได้ ๔. คุณลักษณะอันพึงประสงค์ ๔.๑ อยู่อย่างพอเพียง ใช้คำโฆษณาที่น่าเชื่อถือ					

๘. สื่อ/แหล่งเรียนรู้

- หนังสือเรียนหลักการใช้ภาษาฯ.๓

๙. การประเมินผลรวบยอด

ชิ้นงานหรือภาระงาน

- คำโฆษณาสินค้าในท้องถิ่น

สิ่งที่ต้องการวัด/ประเมิน	วิธีการ	เครื่องมือ	เกณฑ์การประเมิน
๑. ด้านความรู้ (K) อธิบายกระบวนการสร้างสรรค์ โฆษณาสินค้าในท้องถิ่นได้	การถาม-ตอบ	คำถาม	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ร้อยละ ๗๐ ขึ้นไป
ด้านทักษะ/กระบวนการ (P) บอกเหตุผลในการเลือกสินค้าใน ท้องถิ่นได้	ตรวจคำโฆษณาสินค้าใน ท้องถิ่น	แบบประเมินคำ โฆษณาสินค้าใน ท้องถิ่น	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ร้อยละ ๗๐ ขึ้นไป
คุณลักษณะ เจตคติ ค่านิยม (A) เขียนโฆษณาโดยภาษาแสดง ถึงอัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่นได้	แบบประเมินการ ประเมินสื่อโฆษณาใน ชีวิตประจำวัน	ใช้แบบประเมิน การประเมินสื่อ โฆษณาใน ชีวิตประจำวัน	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ระดับคุณภาพ “ผ่าน”
สมรรถนะที่ต้องการให้เกิดกับ ผู้เรียน (KSA) อธิบายกระบวนการสร้างสรรค์ โฆษณาสินค้าในท้องถิ่นพร้อม บอกเหตุผลในการเลือกสินค้า และสร้างสรรค์สารโฆษณาด้วย ภาษาที่แสดงถึงอัตลักษณ์ความ เป็นท้องถิ่นได้ (๔.๒.๓)	แบบประเมินคำโฆษณา สินค้าในท้องถิ่น	ใช้แบบประเมิน คำโฆษณาสินค้าใน ท้องถิ่น	ผ่านเกณฑ์ การประเมินระดับ คุณภาพ “ผ่าน”
คุณลักษณะอันพึงประสงค์ ๖.๑ อยู่อย่างพอเพียง ใช้คำโฆษณาที่น่าเชื่อถือ	ใช้แบบสังเกต	แบบสังเกต	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ระดับคุณภาพ “ผ่าน”

๑๐. บันทึกผลหลังสอน*

ผลการจัดการเรียนการสอน

.....

.....

.....

ความสำเร็จ

.....

.....

.....

ปัญหาและอุปสรรค

.....

.....

.....

ข้อจำกัดการใช้แผนการจัดการเรียนรู้และข้อเสนอแนะ/แนวทางการปรับปรุงแก้ไข

.....

.....

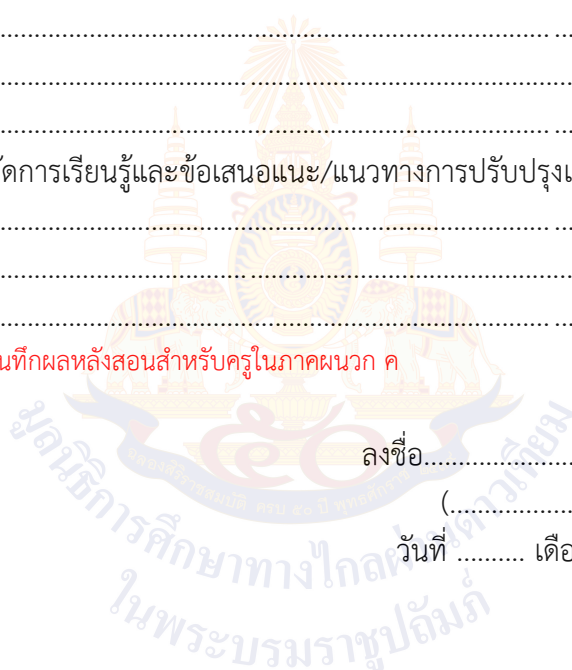
.....

*หมายเหตุ : คู่มือคำถามการบันทึกผลหลังสอนสำหรับครูในภาคผนวก ค

ลงชื่อ.....ผู้สอน

(.....)

วันที่ เดือน พ.ศ.



แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๓๕

เรื่อง สร้างสรรค์สื่อโฆษณาจากสินค้าในท้องถิ่นสารโน้มน้าวใจ (๓)

หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓

เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ

รหัสวิชา ท๒๓๑๐๑

รายวิชา ภาษาไทย

กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย

ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓

ภาคเรียนที่ ๑

เวลา ๕๐ นาที

๑. มาตรฐานการเรียนรู้/ตัวชี้วัด

สาระที่ ๓ การฟัง การดู และการพูด

มาตรฐาน ท ๓.๑

สามารถเลือกฟังและดูอย่างมีวิจารณญาณ และพูดแสดงความรู้ ความคิด และความรู้สึก ในโอกาสต่าง ๆ อย่างมีวิจารณญาณและสร้างสรรค์

ตัวชี้วัด ม.๓/๕

พูดโน้มน้าวโดยนำเสนอหลักฐานตาม ลำดับ เนื้อหาอย่างมีเหตุผล และ น่าเชื่อถือ

๒. สาระสำคัญ/ความคิดรวบยอด

การพูดโฆษณาสินค้าในท้องถิ่น เป็นการใช้ทักษะทางภาษาและจิตวิทยาเพื่อสื่อสารให้ให้ผู้ฟังเกิดความประทับใจและรู้สึกอยากซื้อสินค้า ผู้เรียนต้องฝึกใช้ทักษะการใช้ภาษาโดยให้รายละเอียดของสินค้าครบถ้วน ชัดเจน ใช้ภาษาโน้มน้าวใจสร้างความน่าเชื่อถือของสินค้า ทำให้นักเรียนได้ทักษะการสื่อสาร มีแนวทางการพูด โฆษณาและการพูดในรูปแบบอื่น ๆ ได้ รวมถึงฝึกการรับผิดชอบต่อการสื่อสาร

๓. สาระการเรียนรู้

๓.๑ ลักษณะภาษาที่มีน้ำเสียงโน้มน้าวใจ

- ๑) ไม่ขู่ บังคับหรือตีเถียน
- ๒) ชี้ให้เห็นประโยชน์ของการซื้อสินค้า
- ๓) ชี้ให้เห็นโทษหรือข้อเสียของสินค้าอย่างตรงไปตรงมา
- ๔) เสนอแนะแนวทางปฏิบัติหรือวิธีการใช้สินค้าอย่างชัดเจน
- ๕) ใช้ภาษานุ่มนวล ไพเราะน่าฟัง

๔. จุดประสงค์การเรียนรู้

๔.๑ ด้านความรู้ ความเข้าใจ (K)

- ๑) อธิบายลักษณะการใช้ภาษาในการโน้มน้าวใจได้

๔.๒ ด้านทักษะ/กระบวนการ (P)

- ๑) พูดโฆษณาสินค้าในท้องถิ่นโดยใช้สารโน้มน้าวใจได้

๔.๓ ด้านคุณลักษณะ เจตคติ ค่านิยม (A)

- ๑) รับผิดชอบต่อสื่อสาร

๕. สมรรถนะที่ต้องการให้เกิดกับผู้เรียน (KSA)

พูดโฆษณาสินค้าในท้องถิ่นโดยเลือกใช้ภาษาในการโน้มน้าวใจ และมีความรับผิดชอบต่อการสื่อสาร

(๔.๒.๓)

๖. คุณลักษณะอันพึงประสงค์

๖.๑ ซื่อสัตย์

๖.๑.๑ ใช้คำโฆษณาที่น่าเชื่อถือ

๗. กิจกรรมการเรียนรู้

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๓๕ สร้างสรรค์สื่อโฆษณาจากสินค้าในท้องถิ่นสารโน้มน้าวใจ (๓)
หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ รหัสวิชา ๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย
กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที

จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
สมรรถนะที่ต้องการ ให้เกิดกับผู้เรียน พุดโฆษณาสินค้าใน ท้องถิ่นโดยเลือกใช้ ภาษาในการโน้มน้าวใจ และมีความรับผิดชอบ ต่อการสื่อสาร(๔.๒.๓) ๑. ด้านความรู้ (K) อธิบายลักษณะการใช้ ภาษาในการโน้มน้าวใจ ได้ ๒. ด้านทักษะ/ กระบวนการ (P) พุดโฆษณาสินค้าใน ท้องถิ่นโดยใช้สารโน้มน้าวใจได้ ๓. ด้านคุณลักษณะ เจตคติ ค่านิยม (A)	ชั้นนำเข้าสู่บทเรียน (๒ นาที) ๑. ครูตั้งคำถามทบทวนสิ่งที่ควร คำนึงถึงในการพุดโฆษณา ขั้นสอน (๕ นาที) ๑. ครูให้นักเรียนชมวิดีโอทัศน์เรื่อง เสริมเทคนิคการโน้มน้าวใจ เรื่อง โน้มน้าวใจใครก็ได้ เพียงใช้ ๓ เทคนิคระดับโลก ที่มา https://www.youtube.com/watch?v=JE๗bCr๖๙ppk ๒. ครูสรุปให้เห็นว่าการใช้น้ำเสียง และคำพูดมีผลต่อความรู้สึกผู้ฟัง	๑. นักเรียนตอบคำถาม/ทบทวนสิ่งที่ควร คำนึงถึงในการพุดโฆษณา แนวคำตอบ - การรายละเอียดของสินค้าครบถ้วน ชัดเจน - การใช้ภาษาโน้มน้าวใจสร้างความ น่าเชื่อถือของสินค้า ๑. นักเรียนชมวิดีโอทัศน์เสริมเทคนิคการโน้มน้าวใจ เรื่อง โน้มน้าวใจใครก็ได้ เพียงใช้ ๓ เทคนิคระดับโลก ๒. นักเรียนฟังครูสรุปให้เห็นว่าการใช้น้ำเสียง และคำพูดมีผลต่อความรู้สึกผู้ฟัง	- หนังสือ เรียนหลักการ ใช้ภาษาไทย ชั้น มัธยมศึกษา ปีที่ ๓/วิธี ภาษาม.๓	การพุดโฆษณา สินค้าใน ท้องถิ่น	ตรวจสอบคำโฆษณา สินค้าในท้องถิ่น

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๓๕ สร้างสรรค์สื่อโฆษณาจากสินค้าในท้องถิ่นสารโน้มน้าวใจ (๓) หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ รหัสวิชา ๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
รับผิดชอบต่อการ สื่อสาร ๔. คุณลักษณะอันพึง ประสงค์ ๔.๑ อยู่อย่างพอเพียง ใช้คำโฆษณาที่ น่าเชื่อถือ	ขั้นปฏิบัติ (๔๐ นาที) ๑. ครูให้นักเรียนฝึกปฏิบัติการพูดโน้มน้าวใจกับกิจกรรม “นักพากย์สมัครเล่น” โดยฝึกจากบทอ่านดังนี้ “ดูต้น ไม่เกรงใจใคร พบกับความ แรง ๓๐๐ แรงแม่ได้ที่โชว์รูมทั่ว ประเทศ” “ใหม่ บัตรเครดิตบวกพลังความสุข ให้ชีวิต” “๘.๘ โปรเด็ต ราคาโดน ดิลเดียด ๗๐ เปอร์เซ็นต์ ราคาดีแบบนี้ต้อง โดน ยังไม่พอรับฟรีส่วนลดส่งฟรีทั้ง วันจนถึง ๘ สิงหาคมนี้เท่านั้น” ๒. ครูให้นักเรียนแต่ละกลุ่มฝึกซ้อม และคัดเลือกตัวแทนออกมาประชัน การพากย์เสียงประกอบ ภาพเคลื่อนไหว	๑. นักเรียนฝึกปฏิบัติการพูดโน้มน้าวใจกับ กิจกรรม “นักพากย์สมัครเล่น” ๒. นักเรียนแต่ละกลุ่มฝึกซ้อมและคัดเลือก ตัวแทนออกมาประชันการพากย์เสียง ประกอบภาพเคลื่อนไหว			

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๓๕ สร้างสรรค์สื่อโฆษณาจากสินค้าในท้องถิ่นสารโน้มน้าวใจ (๓) หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ รหัสวิชา ท๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
	๓. ครูชื่นชมและมอบรางวัลตัวแทนนักเรียนที่ออกมาพากย์เสียง ๔. ครูให้นักเรียนแต่ละกลุ่มออกแบบและฝึกซ้อมการพูดโฆษณาสินค้าของตนเอง ๕. ครูสังเกตการปฏิบัติงานของนักเรียนแล้วให้ข้อเสนอแนะเป็นรายกลุ่ม ขั้นสรุป (๕ นาที) ครูสรุปข้อสังเกตเกี่ยวกับการโฆษณาของนักเรียน และให้ข้อเสนอแนะตามความเหมาะสม	๓. นักเรียนตัวแทนรับรางวัลจากครู ๔. นักเรียนแต่ละกลุ่มออกแบบและฝึกซ้อมการพูดโฆษณาสินค้าของตนเอง ๕. นักเรียนปฏิบัติให้ครูประเมินและรับข้อเสนอแนะจากครูเป็นรายกลุ่ม ครูสรุปข้อสังเกตเกี่ยวกับการโฆษณาของนักเรียน และให้ข้อเสนอแนะตามความเหมาะสม			

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๓๕ สร้างสรรค์สื่อโฆษณาจากสินค้าในท้องถิ่นสารโน้มน้าวใจ (๓) หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ รหัสวิชาท๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
		๑. นักเรียนดำเนินกิจกรรมโดยครูเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรม ๒. นักเรียนฟังผลการลงคะแนน และผลการโฆษณา นักเรียนฟังครูสรุปข้อสังเกตเกี่ยวกับการโฆษณาของนักเรียน และให้ข้อเสนอตามความเหมาะสม			

๘. สื่อ/แหล่งเรียนรู้

- หนังสือเรียนหลักการใช้ภาษาม.๓

๙. การประเมินผลรวบยอด

ชิ้นงานหรือภาระงาน

- การพูดโฆษณาสินค้าท้องถิ่น

สิ่งที่ต้องการวัด/ประเมิน	วิธีการ	เครื่องมือ	เกณฑ์การประเมิน
๑. ด้านความรู้ (K) อธิบายลักษณะการใช้ภาษาในการโน้มน้าวใจได้	การถาม-ตอบ	คำถาม	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ร้อยละ ๗๐ ขึ้นไป
ด้านทักษะ/กระบวนการ (P) พูดโฆษณาสินค้าในท้องถิ่นโดยใช้สารโน้มน้าวใจได้	ประเมินการพูดโฆษณา สินค้าท้องถิ่น	แบบประเมินการพูด โฆษณาสินค้าท้องถิ่น	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ร้อยละ ๗๐ ขึ้นไป
คุณลักษณะ เจตคติ ค่านิยม (A) รับผิดชอบต่อการสื่อสาร	แบบประเมินการ ประเมินสื่อโฆษณาใน ชีวิตประจำวัน	ใช้แบบประเมิน การประเมินสื่อ โฆษณาใน ชีวิตประจำวัน	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ระดับคุณภาพ “ผ่าน”
สมรรถนะที่ต้องการให้เกิดกับผู้เรียน (KSA) พูดโฆษณาสินค้าในท้องถิ่นด้วยการโน้มน้าวใจอย่างมีศิลปะและมีความน่าเชื่อถือ (๔.๒.๓)	แบบประเมินการพูด โฆษณาสินค้าท้องถิ่น	ใช้แบบประเมิน การพูดโฆษณาสินค้า ท้องถิ่น	ผ่านเกณฑ์ การประเมินระดับ คุณภาพ “ผ่าน”
คุณลักษณะอันพึงประสงค์ ๑. มีความซื่อสัตย์ - ใช้คำโฆษณาที่ น่าเชื่อถือ	ใช้แบบสังเกต	แบบสังเกต	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ระดับคุณภาพ “ผ่าน”

ผลการจัดการเรียนการสอน

.....

.....

.....

ความสำเร็จ

.....

.....

.....

ปัญหาและอุปสรรค

.....

.....

.....

ข้อจำกัดการใช้แผนการจัดการเรียนรู้และข้อเสนอแนะ/แนวทางการปรับปรุงแก้ไข

.....

.....

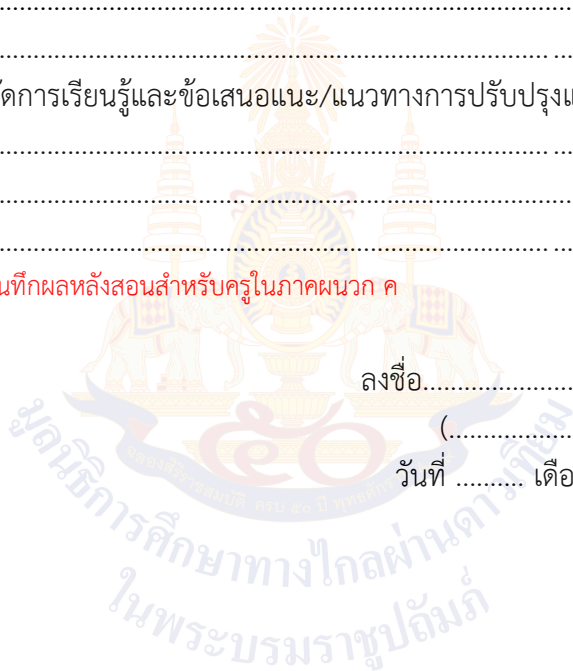
.....

*หมายเหตุ : ดูแนวคำถามการบันทึกผลหลังสอนสำหรับครูในภาคผนวก ค

ลงชื่อ.....ผู้สอน

(.....)

วันที่ เดือน พ.ศ.



แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๓๖

เรื่อง สร้างสรรค์สื่อโฆษณาจากสินค้าในท้องถิ่นสารโน้มน้าวใจ (๔)

หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓

เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ

รหัสวิชา ท๒๓๑๐๑

รายวิชา ภาษาไทย

กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย

ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓

ภาคเรียนที่ ๑

เวลา ๕๐ นาที

๑. มาตรฐานการเรียนรู้/ตัวชี้วัด

สาระที่ ๒ การเขียน

มาตรฐาน ท ๒.๑

ใช้กระบวนการเขียนสื่อสาร เขียนเรียงความ ย่อความ และเขียนเรื่องราวในรูปแบบต่าง ๆ เขียนรายงานข้อมูลสารสนเทศและรายงานการศึกษาค้นคว้าอย่างมีประสิทธิภาพ

ตัวชี้วัด ม.๓/๒

เขียนข้อความโดยใช้ถ้อยคำได้ถูกต้องตามระดับภาษา

สาระที่ ๓ การฟัง การดู และการพูด

มาตรฐาน ท ๓.๑

สามารถเลือกฟังและดูอย่างมีวิจารณญาณ และพูดแสดงความรู้ ความคิด และความรู้สึก ในโอกาสต่าง ๆ อย่างมีวิจารณญาณและสร้างสรรค์

ตัวชี้วัด ม.๓/๕

พูดโน้มน้าวโดยนำเสนอหลักฐานตาม ลำดับ เนื้อหาอย่างมีเหตุผล และน่าเชื่อถือ

๒. สาระสำคัญ/ความคิดรวบยอด

การประเมินการพูดและการเขียนโฆษณาอย่างมีความเที่ยงตรง เป็นการใช้ทักษะการใช้ภาษาโดยให้รายละเอียดของสินค้าครบถ้วน ชัดเจน ใช้ภาษาโน้มน้าวใจสร้างความน่าเชื่อถือของสินค้า และมีการทำงานเป็นกลุ่มโดยกระจายบทบาทแก่สมาชิกอย่างครอบคลุม อีกทั้งยังสามารถประเมินการเขียนและการพูดโฆษณาสินค้าในท้องถิ่น การศึกษาเรื่องการประเมินการพูดและการเขียนโฆษณาอย่างมีความเที่ยงตรงจะเป็นประโยชน์ต่อการประเมินการโฆษณาโดยพิจารณาการใช้ทักษะทางภาษาและจิตวิทยาในการโน้มน้าวใจ ผู้เรียนต้องกำหนดเกณฑ์การประเมินตามหลักการเขียนและพูดโฆษณาสินค้าท้องถิ่นให้ครอบคลุมทั้งทักษะการใช้ภาษา การให้ข้อมูลสินค้า รวมถึงกลวิธีการโน้มน้าวใจ และประเมินผลงานตามเกณฑ์ที่กำหนดให้อย่างมีเหตุผลและมีความเที่ยงตรง

๓. สาระการเรียนรู้

๓.๑ การประเมินการเขียนโฆษณาสินค้าท้องถิ่น

การประเมินการเขียนโฆษณาสินค้าท้องถิ่น เป็นการประเมินโฆษณาสินค้าท้องถิ่นโดยพิจารณาการใช้ภาษาอย่างมีศิลปะ มีกลวิธีการโน้มน้าวใจ และการใช้ภาพ สี และการจัดวางองค์ประกอบของป้ายโฆษณา

๓.๒ การประเมินการพูดโฆษณาสินค้าท้องถิ่น

การประเมินการพูดโฆษณาสินค้าท้องถิ่น เป็นการประเมินโฆษณาสินค้าท้องถิ่นโดยพิจารณาการใช้ภาษาอย่างมีศิลปะ มีกลวิธีการโน้มน้าวใจ และการพูดถ่ายทอดโฆษณาด้วยลีลา น้ำเสียงที่น่าสนใจ

๔. จุดประสงค์การเรียนรู้

๔.๑ ด้านความรู้ ความเข้าใจ (K)

๑) บอกเกณฑ์ประเมินการโฆษณาสินค้าท้องถิ่นได้

๔.๒ ด้านทักษะ/กระบวนการ (P)

๑) พูดโฆษณาสินค้าท้องถิ่นได้

๔.๓ ด้านคุณลักษณะ เจตคติ ค่านิยม (A)

๑) ประเมินการพูดและการเขียนโฆษณาอย่างมีความเที่ยงตรง

๕. สมรรถนะที่ต้องการให้เกิดกับผู้เรียน (KSA)

พูดโฆษณาให้สอดคล้องกับเกณฑ์การประเมินการเขียนและโฆษณาสินค้าในท้องถิ่นได้ (๔.๒.๓)

๖. คุณลักษณะอันพึงประสงค์

๖.๑ ซื่อสัตย์

๖.๑.๑ ใช้คำโฆษณาที่น่าเชื่อถือ

๗. กิจกรรมการเรียนรู้



แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๓๖ สร้างสรรค์สื่อโฆษณาจากสินค้าในท้องถิ่นสารโน้มน้าวใจ (๔)
 หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ รหัสวิชา พ๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย
 กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที

นักเรียน	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
สมรรถนะที่ต้องการ ให้เกิดกับผู้เรียน พุดโฆษณาให้ สอดคล้องกับเกณฑ์ การประเมินการเขียน และโฆษณาสินค้าใน ท้องถิ่นได้ (๔.๒.๓) ๑. ด้านความรู้ (K) บอกเกณฑ์ประเมิน การโฆษณาสินค้า ท้องถิ่นได้ ๒. ด้านทักษะ/ กระบวนการ (P) ๑) พุดโฆษณาสินค้า ท้องถิ่นได้ ๓. ด้านคุณลักษณะ เจตคติ ค่านิยม (A)	ชั้นนำเข้าสู่บทเรียน (๒ นาที) ๑. ครูตั้งคำถามทบทวนสิ่งที่ควร คำนึงถึงในการพุดโฆษณา ๒. ครูให้นักเรียนกำหนดเกณฑ์การ ประเมินการเขียนและการพุด โฆษณาสินค้าในท้องถิ่นร่วมกัน ขั้นสอน (๕ นาที) ๑. ครูอธิบายขั้นตอนกิจกรรม “เปิดตลาดสินค้าท้องถิ่น” ดังนี้ - ให้นักเรียนนำเสนอสินค้าใน รูปแบบการโฆษณา	๑. นักเรียนตอบคำถาม/ทบทวนสิ่งที่ควร คำนึงถึงในการพุดโฆษณา แนวคำตอบ - การรายละเอียดของสินค้าครบถ้วน ชัดเจน - การใช้ภาษาโน้มน้าวใจสร้างความ น่าเชื่อถือของสินค้า ๒. นักเรียนกำหนดเกณฑ์การประเมินการ เขียนและการพุดโฆษณาสินค้าในท้องถิ่น ร่วมกัน ๑. นักเรียนรับทราบขั้นตอนกิจกรรม “เปิด ตลาดสินค้าท้องถิ่น”	- หนังสือ เรียนหลักการ ใช้ภาษาไทย ชั้น มัธยมศึกษา ปีที่ ๓/วิธี ภาษาม.๓	- การพุด โฆษณาสินค้า ในท้องถิ่น - การประเมิน การเขียนและ การพุดโฆษณา สินค้าท้องถิ่น	ประเมินการพุด และการเขียน โฆษณาสินค้า ท้องถิ่น

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๓๖ สร้างสรรค์สื่อโฆษณาจากสินค้าในท้องถิ่นสารโน้มน้าวใจ (๔) หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง พินิจคำ พินิจความสารโน้มน้าวใจ รหัสวิชา ๒๓๑๐๑ รายวิชา ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓ ภาคเรียนที่ ๑ เวลา ๕๐ นาที					
นักรเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้		สื่อ /แหล่งเรียนรู้	ภาระงาน /ชิ้นงาน	การวัดและ ประเมินผล (วิธีวัด/เครื่องมือวัด)
	บทบาทครู	บทบาทนักเรียน			
ประเมินการพูดและการเขียนโฆษณาด้วยความเที่ยงตรง ๔. คุณลักษณะอันพึงประสงค์ ๔.๑ ซื่อสัตย์ ๔.๑.๑ ใช้คำโฆษณาที่น่าเชื่อถือ	- กลุ่มผู้รับชมต้องตั้งคำถามเพื่อซักถามผู้โฆษณา โดยผู้โฆษณาต้องตอบคำถามผู้ชมอย่างตรงไปตรงมา - ตัวแทนผู้ชมแสดงความคิดเห็นต่อการนำเสนอของผู้โฆษณา - แต่ละกลุ่มประเมินการเขียนและการพูดโฆษณาตามเกณฑ์การประเมินที่กำหนด พร้อมลงคะแนนการนำเสนอให้ผู้โฆษณา ขั้นปฏิบัติ (๔๐ นาที) ๑. ครูให้นักเรียนดำเนินกิจกรรม โดยครูเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรม ๒. ครูสรุปผลการลงคะแนน และประกาศผลการโฆษณา ขั้นสรุป (๕ นาที) ครูสรุปข้อสังเกตเกี่ยวกับการโฆษณาของนักเรียน และให้ข้อเสนอตามความเหมาะสม	 ๑. นักเรียนดำเนินกิจกรรมโดยครูเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรม ๒. นักเรียนฟังผลการลงคะแนน และผลการโฆษณา นักเรียนฟังครูสรุปข้อสังเกตเกี่ยวกับการโฆษณาของนักเรียน และให้ข้อเสนอตามความเหมาะสม			

๘. สื่อ/แหล่งเรียนรู้

- หนังสือเรียนหลักการใช้ภาษาม.๓

๙. การประเมินผลรวบยอด

ชิ้นงานหรือภาระงาน

- การพูดโฆษณาโฆษณาสินค้าท้องถิ่น

สิ่งที่ต้องการวัด/ประเมิน	วิธีการ	เครื่องมือ	เกณฑ์การประเมิน
๑. ด้านความรู้ (K) ๑) บอกเกณฑ์ประเมินการโฆษณาสินค้าท้องถิ่นได้	การถาม-ตอบ	คำถาม	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ร้อยละ ๗๐ ขึ้นไป
ด้านทักษะ/กระบวนการ (P) พูดโฆษณาสินค้าท้องถิ่นได้	ประเมินการพูดโฆษณาสินค้าท้องถิ่น	แบบประเมินการพูดโฆษณาสินค้าท้องถิ่น	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ร้อยละ ๗๐ ขึ้นไป
คุณลักษณะ เจตคติ ค่านิยม (A) ประเมินการพูดและการเขียนโฆษณาด้วยความเที่ยงตรง	แบบประเมินการประเมินสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน	ใช้แบบประเมินการประเมินสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวัน	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ระดับคุณภาพ “ผ่าน”
สมรรถนะที่ต้องการให้เกิดกับผู้เรียน (KSA) พูดโฆษณาให้สอดคล้องกับเกณฑ์การประเมินการเขียนและโฆษณาสินค้าในท้องถิ่นได้ (๔.๒.๓)	แบบประเมินการพูดโฆษณาสินค้าท้องถิ่น	ใช้แบบประเมินการพูดโฆษณาสินค้าท้องถิ่น	ผ่านเกณฑ์ การประเมินระดับ คุณภาพ “ผ่าน”
คุณลักษณะอันพึงประสงค์ ๒. มีความซื่อสัตย์ - ใช้คำโฆษณาที่น่าเชื่อถือ	ใช้แบบสังเกต	แบบสังเกต	ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ระดับคุณภาพ “ผ่าน”

[illegible]

เกณฑ์การประเมินการพูดโฆษณาสินค้าในท้องถิ่น

ประเด็น การประเมิน	ระดับคุณภาพ			
	๔ (ดีมาก)	๓ (ดี)	๒ (พอใช้)	๑ (ปรับปรุง)
การนำเสนอ ข้อมูลสินค้า	นำเสนอข้อมูล ครบถ้วน ทั้งจุดเด่น วัตถุดิบ ปริมาณ แหล่งผลิตแหล่งจัด จำหน่าย วันผลิต วัน หมดอายุ และราคา ชัดเจน	นำเสนอข้อมูลสำคัญแก่ ผู้ชม โดยเฉพาะจุดเด่น วัตถุดิบ ราคา	นำเสนอข้อมูลสำคัญ แก่ผู้ชม โดยเฉพาะ จุดเด่น วัตถุดิบ	นำเสนอข้อมูลแก่ผู้ชม แต่น้อยกว่า ๒ ประการ
การใช้ภาษา โฆษณา	ใช้ภาษาโน้มน้าวใจ เร้าอารมณ์ผู้ชม และ มีกลวิธีในการโฆษณา หลากหลาย จัดจำ ง่าย	ใช้ภาษาโน้มน้าวใจ เร้า อารมณ์ผู้ชม และมีกลวิธี ในการโฆษณา หลากหลาย	ใช้ภาษาโน้มน้าวใจ เร้า อารมณ์ผู้ชม	ใช้ภาษาโน้มน้าวใจ เล็กน้อย
ความน่าเชื่อถือ ของสินค้า			สร้างความน่าเชื่อถือให้ สินค้าด้วยการอ้างอิง, รับประกัน ทำให้เกิด ความมั่นใจในความ ปลอดภัย มั่นคงทาง ร่างกายและจิตใจ	ยืนยันคุณภาพสินค้า ด้วยตนเอง แต่ขาดการ เน้นย้ำ อ้างอิง หรือ รับประกัน
การมีส่วนร่วม ของสมาชิกใน กลุ่ม			ผู้โฆษณามีส่วนร่วมทุก คน	ผู้โฆษณามีส่วนร่วมบาง คน

เกณฑ์การตัดสิน

ระดับ ๑๐ - ๑๒ คะแนน:

ระดับดีเยี่ยม

ระดับ ๗ - ๙ คะแนน

ระดับดี

ระดับ ๔ - ๖ คะแนน

ระดับปานกลาง

ระดับ ๑ - ๓ คะแนน

ระดับปรับปรุง

เกณฑ์การผ่าน ตั้งแต่ระดับ ดี ขึ้นไป

๑๐. บันทึกผลหลังสอน*

ผลการจัดการเรียนการสอน

.....

.....

.....

ความสำเร็จ

.....

.....

.....

ปัญหาและอุปสรรค

.....

.....

.....

ข้อจำกัดการใช้แผนการจัดการเรียนรู้และข้อเสนอแนะ/แนวทางการปรับปรุงแก้ไข

.....

.....

.....

*หมายเหตุ : ดูแนวคำถามการบันทึกผลหลังสอนสำหรับครูในภาคผนวก ค

ลงชื่อ.....ผู้สอน

(.....)

วันที่ เดือน พ.ศ.

