



## รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจ การตลาด  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
ประจำภาคเรียนที่ 1/2560

รหัสวิชา3644203

ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การสร้างตราผลิตภัณฑ์  
(ภาษาอังกฤษ) Branding

อาจารย์ผู้สอน

- (1) ดร. นกุล ฤกษ์จริจุมพล
- (2) อ. สมธีรภัฏ พรมศิริ

## คำนำ

รายละเอียดรายวิชา การสร้างตราผลิตภัณฑ์ รหัสวิชา 3644203 เป็นการจัดทำรายละเอียด ประกอบรายวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ในหมวดวิชา เฉพาะ กลุ่มวิชาเลือก โดยมุ่งเน้นให้นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับ ความหมายและ ความสำคัญของตราผลิตภัณฑ์และการสร้างตราผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยที่มีผลต่อ การสร้างตราผลิตภัณฑ์ การตั้งชื่อตราผลิตภัณฑ์ การออกแบบตราผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์การรับรู้ ภาพลักษณ์ ความซื่อสัตย์ และคุณค่าของตราผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์และยุทธวิธีในการนำเสนอ การจัดการ และการปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์

รายละเอียดรายวิชานี้เป็นส่วนสำคัญต่อนักศึกษา ที่เน้นทั้งการเรียนการสอนที่เป็นทฤษฎีและการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เพื่อให้นักศึกษาได้แนวทางในการจัดการเรียนรู้ทฤษฎีและกรณีศึกษาจาก กิจกรรมการเรียนการสอนภายในห้องเรียน รวมถึงติดตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยใช้ทักษะการค้นคว้าด้วยตนเองเพิ่มเติม นอกเหนือจากการเรียนภายในห้อง นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายวิชานี้ไป ประยุกต์ใช้ในอนาคตได้

ผู้จัดทำ

## สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	4
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	5
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	6
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	7
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	11
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	23
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	23

## รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
คณะ	คณะวิทยาการจัดการ

### หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

#### 1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 3644203 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การสร้างตราผลิตภัณฑ์  
(ภาษาอังกฤษ) Branding

#### 2. จำนวนหน่วยกิต

3 (3-0-6) หน่วยกิต

#### 3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

- 3.1 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
- 3.2 ประเภทรายวิชาหมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเลือก

#### 4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ดร.นกุล ฤกษ์จริจุมพล

อาจารย์ผู้สอน	(1) ดร.นกุล ฤกษ์จริจุมพล	ตอนเรียน A1
	(2) อ.สมธีรารักษ์ พรหมศิริ	ตอนเรียน B1

#### 5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 1 / 2560 ชั้นปีที่ 3

#### 6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

#### 7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

#### 8. สถานที่เรียน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

#### 9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

- 9.1 วันที่จัดทำ 15 มิถุนายน 2560
- 9.2 วันที่ปรับปรุงรายละเอียดล่าสุด

## หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

#### 1. พุทธิพิสัย (ความรู้ที่ได้จากการเรียน)

1.1 เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจความหมายและความสำคัญของตราผลิตภัณฑ์และการสร้างตราผลิตภัณฑ์

1.2 เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างตราผลิตภัณฑ์

1.3 เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจถึงการตั้งชื่อตราผลิตภัณฑ์ การออกแบบตราผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์การรับรู้ ภาพลักษณ์ ความซื่อสัตย์ และคุณค่าของตราผลิตภัณฑ์

1.4 เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจถึงกลยุทธ์และยุทธวิธีในการนำเสนอ การจัดการ และการปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์

#### 2. ทักษะพิสัย (ความสามารถ ทักษะการปฏิบัติ การใช้ IT ที่ได้รับจากการเรียน)

2.1 นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้รับมาทำการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างตราผลิตภัณฑ์ของธุรกิจในแต่ละกลุ่มได้

2.2 นักศึกษาสามารถค้นคว้าหาข้อมูลจาก website ที่เกี่ยวข้องได้

2.3 นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ทางกลยุทธ์และยุทธวิธีในการนำเสนอ การจัดการ และการปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์

#### 3. จิตพิสัย (ทัศนคติ คุณธรรม จริยธรรม ที่ได้รับจากการเรียน)

3.1 นักศึกษาจะต้องทำการวิเคราะห์ภายใต้สถานการณ์ที่เป็นจริงแหล่งข้อมูลจริงและนำเสนอ นักศึกษาจะต้องนำงบของบริษัทที่เปิดดำเนินการจริงมาทำการวิเคราะห์โดยปราศจากอคติ และความลำเอียง

3.2 นักศึกษาจะต้องทำการวิเคราะห์ข้อมูล และหาแหล่งข้อมูลด้วยตนเองไม่มีการคัดลอกจากผู้อื่น

3.3 นักศึกษามีส่วนร่วมในการทำงานและปฏิบัติตามข้อตกลงในชั้นเรียนได้เป็นอย่างดี

### 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

1. เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจความหมายและความสำคัญของตราผลิตภัณฑ์และการสร้างตราผลิตภัณฑ์

2. เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างตราผลิตภัณฑ์

3. เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจถึงการตั้งชื่อตราผลิตภัณฑ์ การออกแบบตราผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์การรับรู้ ภาพลักษณ์ ความซื่อสัตย์ และคุณค่าของตราผลิตภัณฑ์

4. เพื่อให้นักศึกษาความเข้าใจถึงกลยุทธ์และยุทธวิธีในการนำเสนอ การจัดการ และการปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์ให้ประสบความสำเร็จตามสถานการณ์

### หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

#### 1. คำอธิบายรายวิชา

ความหมายและความสำคัญของตราผลิตภัณฑ์และการสร้างตราผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างตราผลิตภัณฑ์ การตั้งชื่อตราผลิตภัณฑ์ การออกแบบตราผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์การรับรู้ ภาพลักษณ์ ความซื่อสัตย์ และคุณค่าของตราผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์และยุทธวิธีในการนำเสนอ การจัดการ และการปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์

Definitions and importance of brands and branding. Consumer behavior analysis. Factor influencing branding. Product positioning. Brand personality, identity creation, brand name selection, brand design. Analysis of brand awareness, image, loyalty, and equity. Strategies and tactic in brand presentation, management, and improvement.

#### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชั่วโมงต่อภาค การศึกษา	ไม่มีการฝึกปฏิบัติงาน	สอนเสริมเพื่อทดแทน คาบเรียนที่ไม่สามารถ ทำการสอนได้ หรือ ตามที่นักศึกษาร้องขอ เพื่อทบทวนความรู้ความ เข้าใจให้มีความชัดเจน ยิ่งขึ้น	90 ชั่วโมงต่อภาค การศึกษา

#### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

##### รายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ให้คำปรึกษาได้ตามเวลาที่เหมาะสม และกำหนดไว้
- อาจารย์ประจำรายวิชา จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มตามความต้องการของนักศึกษา โดยมีการนัดหมายล่วงหน้า

### หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

#### 1. คุณธรรม จริยธรรม

### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

● 1.1.1 มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอารอดเอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม

● 1.1.2 มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิต โดยยึดแนวคิดความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้างภูมิคุ้มกัน

○ 1.1.3 มีจิตสำนึกและมโนธรรมที่จะแยกแยะความถูกต้อง ความดี และความชั่ว

● 1.1.4 มีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพทางธุรกิจ

### 1.2 วิธีการสอน

1.2.1 กำหนดวัฒนธรรมองค์กรให้กับนักศึกษาปฏิบัติตามกฎระเบียบวินัย และข้อบังคับ

1.2.2 ปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียน การแต่งกายตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

1.2.3 มอบหมายงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน โดยเน้นการส่งงานให้ตรงเวลา

1.2.4 ฝึกนักศึกษาให้มีความรับผิดชอบในการทำงาน มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่คัดลอกงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

### 1.3 วิธีการประเมินผล

1.3.1 ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย

1.3.2 ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

1.3.3 ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล

1.4.4 ประเมินจากงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน ที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

## 2. ความรู้

### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

● 2.1.1 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการตลาด

● 2.1.2 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านการตลาด การเงิน การผลิตและการดำเนินงาน รวมทั้งการจัดการองค์กร

● 2.1.3 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับการตลาดและการจัดการการตลาด ในด้านการวางแผน การปฏิบัติการ การควบคุมและการประเมินผลการดำเนินงาน รวมทั้งการปรับปรุงแผนงาน

● 2.1.4 มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านการตลาด รวมทั้งมีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและผลกระทบอย่างเท่าทัน

## 2.2 วิธีการสอน

2.2.1 สอนแบบเน้นนักศึกษาเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้นักศึกษามีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์

2.2.2 บรรยายจากสื่อ Power Point พร้อมยกตัวอย่างประกอบ

2.3.3 สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ๆ

2.2.4 กำหนดให้นักศึกษาทำรายงานกลุ่ม โดยการสืบค้นข้อมูลจากแหล่งต่างๆพร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

2.2.5 มอบหมายงานต่างๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน

2.2.6 มอบหมายให้นักศึกษารายงานความเคลื่อนไหวทางการตลาดจากข่าวสารทางการตลาดประจำสัปดาห์

## 2.3 วิธีการประเมินผล

2.3.1 ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัยและแบบอัตนัย

2.3.2 ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม

2.3.3 ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้า พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

2.3.4 ประเมินจากงาน /กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาทั้งในและนอกห้องเรียน

## 3. ทักษะทางปัญญา

### 3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

● 3.1.1 สามารถสืบค้น จำแนกและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้ซึ่งสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจอย่างเหมาะสม

● 3.1.2 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ต่อยอดกรอบความรู้เดิม สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อให้เกิดนวัตกรรม กิจกรรม หรือแนวทางในการบริหารธุรกิจใหม่ๆ

● 3.1.3 สามารถคิดค้นทางเลือกใหม่ๆ รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้าน โดยการนำความรู้และประสบการณ์มาประยุกต์ใช้

### 3.2 วิธีการสอน

3.2.1 สอนแบบเน้นนักศึกษาเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้นักศึกษามีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์

3.2.2 สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ๆ

3.2.3 กำหนดให้นักศึกษาฝึกการสืบค้นข้อมูลและจัดทำรายงานเกี่ยวกับการสร้างตราผลิตภัณฑ์จากแหล่งข้อมูลต่างๆ ตามสถานการณ์การณ์ทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลง

3.2.4 มอบหมายงานต่างๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน



### 3.3 วิธีการประเมินผล

3.3.1 ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัยและแบบอัตนัย

3.3.2 ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม

3.3.3 ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้า มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

3.3.4 ประเมินจากงาน /กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในและนอกห้องเรียน

## 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

○ 4.1.1 มีความสามารถในการประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น และปรับตัวเชิงวิชาชีพได้

○ 4.1.2 มีความกระตือรือร้น สามารถทำงานเป็นกลุ่ม และสามารถแสดงภาวะผู้นำ ผู้ตามได้อย่างเหมาะสม มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาตนเองและวิชาชีพ

● 4.1.3 มีความคิดริเริ่มและมีความคิดเห็นที่มีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ของทีมงาน

4.2 วิธีการสอน

4.2.1 การเรียนแบบมีส่วนร่วมกระตุ้นให้เกิดการอภิปราย/การแสดงความคิดเห็น

4.2.2 มอบหมายงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน (กลุ่ม) โดยเน้นความรู้ที่ได้ศึกษาในชั้นเรียน เพื่อดูความสามารถในการทำงานเป็นทีม กล้าที่จะแสดงภาวะผู้นำ ผู้ตามได้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์

4.3 วิธีการประเมินผล

4.3.1 ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การเข้าเรียน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม และการส่งงาน

4.3.2 ประเมินจากการนำเสนอผลงานต่างๆ /รายงาน (กลุ่ม) และการเป็นผู้นำ ผู้ตามในการอภิปรายซักถาม และความคิดสร้างสรรค์

## 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

● 5.1.1 สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการวิเคราะห์ และตัดสินใจทางการตลาด

○ 5.1.2 สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้

● 5.1.3 สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจ การเขียนรายงาน และการนำเสนองานอย่างถูกต้อง

● 5.1.4 สามารถนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

5.2 วิธีการสอน

5.2.1 มอบหมายงานให้นักศึกษา ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจาก Website สื่อการสอน e-learning และการทำงาน โดยมีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลที่น่าเชื่อถือ

5.2.2 กำหนดให้นักศึกษานำเสนอผลงาน /รายงานที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า โดยใช้รูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และคอมพิวเตอร์ด้วยตนเอง

### 5.3 วิธีการประเมินผล

5.3.1 ประเมินจากงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงานที่ได้รับมอบหมาย

5.3.2 ประเมินจากผลการสืบค้น เทคนิคการนำเสนอโดยการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสมและมีความคิดสร้างสรรค์

## หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

### 1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
1	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์ 1.1ความหมายของตราผลิตภัณฑ์ 1.2ความสำคัญของตราผลิตภัณฑ์ 1.3การสร้างตราผลิตภัณฑ์ <b>Learning Outcome</b> นักศึกษาสามารถอธิบายได้ถึง ความหมายความสำคัญและการสร้างตราผลิตภัณฑ์และสามารถวิเคราะห์ตราสินค้าที่มีชื่อเสียง และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน	3	1. แนะนำวิธีการเรียนการสอน และ อธิบายเนื้อหาทฤษฎีรายวิชา จุดประสงค์ และ เป้าหมายของรายวิชา เกณฑ์การวัดผล และประเมินผล แนะนำหนังสือเรียน และ website เพิ่มเติม 2. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 3. ใ้ นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 4. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point 3. แนวการสอน 4. Website หลักสูตร และWebsite ของผู้สอน 5.ใบงาน	1.1,	(1) (2)
2	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.กระบวนการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 1.1หลักการของการสร้างตรา	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์	1.1,1.3,1.4,2.3,3.3	(1) (2)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	ผลิตภัณท์ 1.2กรณีศึกษากระบวนการสร้าง ตรา <b>Learning Outcome</b> นักศึกษาสามารถอธิบายได้ถึง กระบวนการสร้างตราผลิตภัณท์ และสามารถวิเคราะห์กรณีศึกษา กระบวนการสร้างตราได้		2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้าย บทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและ ซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน		
3	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.การวิเคราะห์พฤติกรรม ผู้บริโภค 1.1ความหมายของพฤติกรรม ผู้บริโภค 1.2การวิเคราะห์พฤติกรรม ผู้บริโภค 1.3เทคนิคการวิเคราะห์ พฤติกรรม ผู้บริโภค 1.4ปัจจัยที่มีอิทธิพลและส่งผลต่อ การแสดงพฤติกรรมผู้บริโภค <b>Learning Outcome</b>	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับ สาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้าย บทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและ ซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการ สอนวิชาการสร้างตรา ผลิตภัณท์ 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1) (2)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	นักศึกษาสามารถอธิบายได้ถึงการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลและส่งผลกระทบต่อ การแสดงพฤติกรรมผู้บริโภคและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลและ ส่งผลกระทบต่อ การแสดงพฤติกรรม ผู้บริโภคได้					
4	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 1.1การสร้างคุณค่าให้กับตรายี่ห้อ 1.2แนวคิดเบื้องต้นของ Brand Equity 1.3การสร้างสิ่งที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับตรายี่ห้อ <b>Learning Outcome</b> นักศึกษาสามารถอธิบายได้ถึงการปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างตราผลิตภัณฑ์และสามารถวิเคราะห์ การสร้างสิ่งที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยง	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1.1,1.4,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1) (2)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	กับตราที่ยี่ห้อและสามารถวิเคราะห์ Brand Equity ของสินค้าแต่ละกลุ่มได้					
5	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.ผลิตภันท์ 1.1ความหมายของการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด 1.2การกำหนดตำแหน่งโดยการสร้างความแตกต่าง <b>Learning Outcome</b> นักศึกษาสามารถอธิบายถึงผลิตภันท์ในด้านความหมายและการสร้างความแตกต่าง นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ถึงตำแหน่งของตราสินค้าว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างตราผลิตภันท์ 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1) (2)
6	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.การกำหนดบุคลิกภาพ และเอกลักษณ์ของตราผลิตภันท์ 1.1ความหมายของบุคลิกภาพ	3	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างตราผลิตภันท์ 2. สื่อการสอน Power point 3. กรณีศึกษาเกี่ยวกับบุคลิกภาพของตรา	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างตราผลิตภันท์ 2. สื่อการสอน Power	1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1) (2)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<p>ของ</p> <p>ตราผลิตภัณฑ์</p> <p>1.2การกำหนดบุคลิกภาพของตราผลิตภัณฑ์</p> <p>1.3การกำหนดเอกลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์</p> <p><b>Learning Outcome</b></p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายการกำหนดบุคลิกภาพและเอกลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์และสามารถวิเคราะห์บุคลิกภาพของตราได้นักศึกษาสามารถวิเคราะห์เปรียบเทียบถึงเอกลักษณ์และบุคลิกภาพของตราสินค้าที่เป็นคู่แข่งกันได้</p>		<p>ผลิตภัณฑ์</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>point</p> <p>3. ใบงาน</p>		
7	<p><b>หัวข้อการสอน</b></p> <p>1.การตั้งชื่อ และการออกแบบตราผลิตภัณฑ์</p> <p>1.1ความสำคัญของการตั้งชื่อตราผลิตภัณฑ์</p>	3	<p>1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p>	1.2,1.4,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3	(1) (2)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<p>1.2ข้อพิจารณาในการตั้งชื่อผลิตภัณฑ์</p> <p>1.3ความสำคัญของการออกแบบตราผลิตภัณฑ์</p> <p>1.4ขั้นตอนการออกแบบตราผลิตภัณฑ์</p> <p><b>Learning Outcome</b></p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่องการตั้งชื่อ,การออกแบบตราผลิตภัณฑ์ และสามารถวิเคราะห์นำเสนอแนวคิดในการสร้างบริการใหม่เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ได้และนำเสนอแนวคิดในการสร้างบริการใหม่เพื่อสร้างความแตกต่าง</p>		<p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. นำเสนอแนวคิดในการสร้างบริการใหม่เพื่อสร้างความแตกต่าง</p> <p>5. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	3. ใบงาน		
8	<p><b>หัวข้อการสอน</b></p> <p>1.การวิเคราะห์การรับรู้ภาพลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์</p> <p><b>Learning Outcome</b></p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่องการ</p>	3	<p>1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p>	1.2,1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1) (2)



สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	การรับรู้ ภาพลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์ และสามารถวิเคราะห์ ภาพลักษณ์ของสินค้าเปรียบเทียบกับกันได้ และสามารถระบุลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้		3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	3. ใบงาน		
9	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.ความซื่อสัตย์ต่อตราผลิตภัณฑ์ และการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ 1.1ความหมายของความซื่อสัตย์ต่อตราผลิตภัณฑ์ 1.2ความสำคัญของความซื่อสัตย์ต่อตราผลิตภัณฑ์ 1.3การสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ <b>Learning Outcome</b> นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่องความซื่อสัตย์ต่อตราผลิตภัณฑ์ และวิเคราะห์ถึงการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์แต่ละกลุ่มได้	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1,2,1,4,2,1,2,2,3,3.1,3,2,3.3	(1) (2)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
10	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.กลยุทธ์/ยุทธวิธี การนำเสนอ ตราผลิตภัณฑ์ 1.1กลยุทธ์/ยุทธวิธี ตราผลิตภัณฑ์ 1.2การนำเสนอตราผลิตภัณฑ์ 1.3กรณีศึกษาการนำเสนอตราผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จ <b>Learning Outcome</b> นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่องกลยุทธ/ยุทธวิธี การนำเสนอ ตราผลิตภัณฑ์และสามารถวิเคราะห์ ตราผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จ	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1) (2)
11	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.การบริหารจัดการตราผลิตภัณฑ์ 1.1ความสำคัญของการบริหารจัดการตราผลิตภัณฑ์ 1.2การจัดการตราผลิตภัณฑ์ <b>Learning Outcome</b> นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่องการ	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและ	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1.2,1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1) (2)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	บริหารจัดการตราผลิตภัณฑ์ และสามารถวิเคราะห์ถึงความสำคัญของการบริหารจัดการตราผลิตภัณฑ์และการจัดการตราผลิตภัณฑ์		ซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย			
12	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.การปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์ 1.1ปัจจัยในการพิจารณาปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์ 1.2ขั้นตอนในการปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์ 1.3กรณีศึกษาในการปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์ <b>Learning Outcome</b> นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่องการปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์ และสามารถวิเคราะห์ถึงการปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์และกรณีศึกษาในการปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1,2,1,4,2,1,2,2,3,3.1,3.2,3.3	(1) (2)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
13	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.การออกแบบตราผลิตภัณฑ์ 1.1การออกแบบชื่อผลิตภัณฑ์ 1.2การออกแบบตราผลิตภัณฑ์ 1.3การสร้างบุคลิกให้กับตราผลิตภัณฑ์ <b>Learning Outcome</b> นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่องการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ และวิเคราะห์กรณีศึกษาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันในเรื่องตราและบุคลิกของตราผลิตภัณฑ์	3	1. นำเสนอแนวคิด และการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์กรณีศึกษา และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1.2,1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1) (2)
14	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.แผนในการนำเสนอตราผลิตภัณฑ์ 1.1นำเสนอแผนการเสนอตราผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด 1.2การอภิปรายกลยุทธ์/ยุทธวิธี โดยนักศึกษา <b>Learning Outcome</b> นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่องแผน	3	1. นำเสนอแนวคิด และการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1.2,1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1) (2)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	ในการนำเสนอตราผลิตภัณฑ์และสามารถวิเคราะห์และนำเสนออภิปรายถึงกลยุทธ์/ยุทธวิธีของสินค้าแต่ละกลุ่มได้					
15	<p><b>หัวข้อการสอน</b></p> <p>1.จรรยาบรรณและความรับผิดชอบในการสร้างตราผลิตภัณฑ์</p> <p>1.1ความหมายของจรรยาบรรณ</p> <p>1.2ความสำคัญของจรรยาบรรณในการสร้างตราผลิตภัณฑ์</p> <p><b>Learning Outcome</b></p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่องจรรยาบรรณและความรับผิดชอบในการสร้างตราผลิตภัณฑ์สามารถนำเสนอผลงานได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนและ</p>	3	<p>1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. ใบงาน</p>	1.2,1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1) (2)

หมายเหตุ : ระบุทุกสัปดาห์ จำนวน 15 สัปดาห์

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้ที่ได้ (ระบุข้อ)	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
1. การเข้าชั้นเรียน / การตรงต่อเวลา / การแต่งกาย / ความซื่อสัตย์	(1.1),(1.3),(1.4)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล	1-15	10 %
2. แบบฝึกหัด/กิจกรรม / งานที่ได้รับมอบหมาย	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.3) (4.3) (5.1) (5.3) (5.4)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล 3. ประเมินจากงาน /กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน ต้องมีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนเช่นแบบฝึกหัดทบทวน 4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม 5. ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม	1-15	30 %
3. สอบประมวลความรู้การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์	(2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3)	1. ประเมินจากการสอบประมวลความรู้ เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา	8	20 %
4. สอบปลายภาค	(2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (5.1) (5.3) (5.4)	1. ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัยและแบบอัตนัย	16	40 %

## หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

### 1. เอกสารและตำราหลัก

นกุล ฤกษ์จิรจุมพล (2557). *เอกสารประกอบการบรรยาย การสร้างตราผลิตภัณฑ์*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์บริการสื่อและสิ่งพิมพ์กราฟิคไซท์ มสศ.

### 2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

ปฏิพล ตั้งจักรวานนท์ (2551). *การสร้างแบรนด์ของ Kellogg : Kellogg on branding*. ซีเอ็ดบุค.

Keller, L. Kevin (2008). *Strategic Brand Management*. Pearson International Edition,

### 3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

นิตยสารทางการตลาด และหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กทางการตลาด

## หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### 1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและนักศึกษา
- แบบประเมินผู้สอนและแบบประเมินรายวิชา

### 2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- แต่งตั้งคณะกรรมการประเมินการสอน เพื่อกำกับดูแลการสอนให้ได้คุณภาพ
- การทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 3. การปรับปรุงการสอน

- สัมมนาการจัดการเรียนการสอน
- การทำวิจัยในชั้นเรียน

### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ รายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนตามข้อกำหนดการวัดและประเมินผลประจำรายวิชา

### 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- ปรับปรุงรายวิชาทุกปีการศึกษาที่เปิดการเรียนการสอนหรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4
- ปรับปรุงรูปแบบการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นนักศึกษาเป็นสำคัญ