



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ประจำภาคเรียนที่ 2/2560

รหัสวิชา 3644203 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การสร้างตราผลิตภัณฑ์
(ภาษาอังกฤษ) Branding

อาจารย์ผู้สอน
ดร.นกุล ฤกษ์จริจุมพล

คำนำ

เอกสารรายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3) ของรายวิชา 3644203 การสร้างตราผลิตภัณฑ์ (Branding) จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาดังกล่าวให้มีความเป็นมาตรฐาน ครบถ้วน และถูกต้องตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ ความหมายและความสำคัญของตราผลิตภัณฑ์และการสร้างตราผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างตราผลิตภัณฑ์ การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ บุคลิกภาพของตราผลิตภัณฑ์ การกำหนดเอกลักษณ์ การตั้งชื่อตราผลิตภัณฑ์ การออกแบบตราผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์การรับรู้ ภาพลักษณ์ ความซื่อสัตย์ และคุณค่าของตราผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์และยุทธวิธีในการนำเสนอ การจัดการ และการปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์

รายละเอียดรายวิชานี้เป็นส่วนสำคัญต่อผู้เรียน ที่เน้นทั้งการเรียนการสอนที่เป็นทฤษฎีและการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เพื่อให้ผู้เรียนได้แนวทางในการจัดการเรียนรู้ทฤษฎีและกรณีศึกษา จากกิจกรรมการเรียนการสอนภายในห้องเรียน รวมถึงติดตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยใช้ทักษะการค้นคว้าด้วยตนเองเพิ่มเติม นอกเหนือจากการเรียนภายในห้อง ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายวิชานี้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคตได้

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
พฤศจิกายน 2560

สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	4
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	5
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	5
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	6
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	10
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	25
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	25

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
คณะ วิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 3644203 ชื่อรายวิชา การสร้างตราผลิตภัณฑ์
(Branding)

2. จำนวนหน่วยกิต

3(3-0-6) หน่วยกิต

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

- 3.1 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก
- 3.2 ประเภทรายวิชาหมวดวิชาเฉพาะ วิชาเลือก

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

- 4.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภูษงค์ เมนะสินธุ์
- 4.2 อาจารย์ผู้สอน ดร.นกุล ฤกษ์จรูมพล ตอนเรียน A1

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 2/2560 ชั้นปีที่ 3

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)(ถ้ามี)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisite)(ถ้ามี)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต กรุงเทพมหานคร

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

- 9.1 วันที่จัดทำ 8 สิงหาคม 2559
- 9.2 วันที่ปรับปรุงรายละเอียดล่าสุด 20 พฤศจิกายน 2560

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. เพื่อให้ผู้ศึกษาเกิดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย ความสำคัญของตราผลิตภัณฑ์และการสร้างตราผลิตภัณฑ์
2. เพื่อให้ผู้ศึกษาเกิดความรู้ ความเข้าใจและสามารถวิเคราะห์คุณค่าและภาพลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์ได้
3. เพื่อให้ผู้ศึกษาเกิดความรู้ ความเข้าใจและสามารถวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ได้
4. เพื่อให้ผู้ศึกษาเกิดความรู้ ความเข้าใจและสามารถสร้างตราผลิตภัณฑ์ได้
5. เพื่อให้ผู้ศึกษาเกิดความรู้ ความเข้าใจและสามารถวิเคราะห์ตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์ได้
6. เพื่อให้ผู้ศึกษาเกิดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารตราผลิตภัณฑ์
7. เพื่อให้ผู้ศึกษาเกิดความรู้ ความเข้าใจและสามารถวิเคราะห์กลยุทธ์และยุทธวิธีในการนำเสนอตราผลิตภัณฑ์ได้
8. เพื่อให้ผู้ศึกษาเกิดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการตราผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าสู่ตลาดระดับโลก
9. เพื่อให้ผู้ศึกษาเกิดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการวัดและประเมินคุณค่าตราผลิตภัณฑ์
10. เพื่อให้ผู้ศึกษาเกิดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับจริยธรรมและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับตราผลิตภัณฑ์
11. เพื่อให้ผู้ศึกษาเกิดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนาการสร้างตราผลิตภัณฑ์
12. เพื่อให้ผู้ศึกษาเกิดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างตราผลิตภัณฑ์กับนวัตกรรมทางธุรกิจ

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้เนื้อหา มีความทันสมัย เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ในปัจจุบัน และเพื่อเป็นการปรับปรุงความถูกต้องของเนื้อหา

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ความหมายและความสำคัญของตราผลิตภัณฑ์และการสร้างตราผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างตราผลิตภัณฑ์ การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ บุคลิกภาพของตราผลิตภัณฑ์ การกำหนดเอกลักษณ์ การตั้งชื่อตราผลิตภัณฑ์ การออกแบบตราผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์การรับรู้ ภาพลักษณ์ ความซื่อสัตย์ และคุณค่าของตราผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์และยุทธวิธีในการนำเสนอ การจัดการและการปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์

Definition and importance of brands and branding, consumer behavior analysis, factors influencing branding, product positioning, brand personality, identity creation, brand name selection, brand design, analysis of brand awareness, image, loyalty, and equity, strategies and tactics in brand presentation, management, and improvement.

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	ฝึกปฏิบัติ	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมเพื่อทดแทนคาบเรียนที่ไม่สามารถทำการสอนได้ หรือตามที่ผู้เรียนร้องขอ เพื่อทบทวนความรู้ความเข้าใจให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น	ไม่มีฝึกปฏิบัติ	90 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

รายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ให้คำปรึกษาได้ตามเวลาที่เหมาะสม และกำหนดไว้ อย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ชั่วโมง
- อาจารย์ประจำรายวิชา จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มตามความต้องการของผู้เรียน โดยมีการนัดหมายล่วงหน้า

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- 1.1.1 ตระหนักในคุณค่าแห่งวิชาชีพ มีคุณธรรม จริยธรรม และมีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ
- 1.1.2 มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม
- 1.1.3 มีวินัย เคารพและปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม
- 1.1.4 เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

1.2 วิธีการสอน

- (1) กำหนดวัฒนธรรมองค์กรให้กับนักศึกษาปฏิบัติตามกฎระเบียบวินัย และข้อบังคับ
- (2) ปลุกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียน การแต่งกายตามระเบียบของมหาวิทยาลัย
- (3) มอบหมายงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน/แบบฝึกหัด โดยเน้นการส่งงานให้ตรงเวลา
- (4) ฝึกนักศึกษาให้มีความรับผิดชอบในการทำงาน มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่คัดลอกงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

1.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย
- (2) ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย
- (3) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล
- (4) ประเมินจากงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน/แบบฝึกหัด ที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- 2.1.1 มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก
- 2.1.2 มีความรู้และความเข้าใจในองค์ความรู้ของศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์ความรู้ด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก โดยสามารถบูรณาการและนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม
- 2.2.3 มีความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการปฏิบัติงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก โดยใช้วิธีการเรียนรู้จากประสบการณ์
- 2.1.4 สามารถติดตามความก้าวหน้าและความเปลี่ยนแปลงทางราชการและวิชาชีพทางด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง

2.2 วิธีการสอน

- (1) สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาวิชาสร้างตราผลิตภัณฑ์
- (2) บรรยายจากสื่อ Power Point พร้อมยกตัวอย่างประกอบ
- (3) สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ๆ
- (4) กำหนดให้นักศึกษาทำรายงานกลุ่ม พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
- (5) มอบหมายงานต่างๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน

2.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัย
- (2) ประเมินจากการสอบประมวลความรู้ เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา
- (3) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม
- (4) ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้า พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
- (5) ประเมินจากงาน /กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน เช่นแบบฝึกหัดทบทวน การสร้างตราผลิตภัณฑ์

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- 3.1.1 มีความคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ
- 3.1.2 สามารถสืบค้น จำแนก และประเมินข้อมูล เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์
- 3.1.3 สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจค้าปลีกได้อย่าง

เหมาะสม

3.2 วิธีการสอน

(1) สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์

(2) สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ๆ

(3) กำหนดให้นักศึกษาฝึกการสืบค้นข้อมูลและจัดทำรายงานการสร้างตราผลิตภัณฑ์

(4) มอบหมายงานต่างๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน

3.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัย

(2) ประเมินจากการสอบประมวลความรู้ เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา

(3) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม

(4) ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้า มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

(5) ประเมินจากงาน /กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน เช่นแบบฝึกหัดทบทวน การสร้างตราผลิตภัณฑ์

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- 4.1.1 สามารถทำงานเป็นกลุ่ม และสามารถแสดงภาวะผู้นำ สมาชิกของกลุ่มได้อย่างเหมาะสม
- 4.1.2 สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการแก้ไขปัญหาตามสถานการณ์ต่างๆ ทั้งในบทบาทของผู้นำ หรือในบทบาทสมาชิกของกลุ่ม
- 4.1.3 มีความรับผิดชอบการพัฒนาการเรียนรู้ทั้งของตนเอง และทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง

4.2 วิธีการสอน

(1) การเรียนแบบมีส่วนร่วมปฏิบัติการ

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

4.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การเข้าเรียน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม และการส่งงาน

(2) ประเมินจากการนำเสนอผลงานต่างๆ /รายงาน (กลุ่ม) และการเป็นผู้นำ ผู้ตามในการอภิปรายซักถาม

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

5.1.1 มีทักษะการใช้เครื่องมือที่จำเป็นที่มีอยู่ในปัจจุบันต่อการทำงานที่เกี่ยวกับการจัดการธุรกิจ
ค้าปลีก

5.1.2 สามารถแนะนำประเด็นการแก้ไขปัญหาโดยใช้สารสนเทศทางคณิตศาสตร์หรือการแสดง
สถิติประยุกต์ต่อปัญหาที่เกี่ยวข้องอย่างสร้างสรรค์

5.1.3 สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งปากเปล่าและการเขียน พร้อมทั้งเลือกใช้รูปแบบของ
สื่อการนำเสนอได้อย่างเหมาะสม

5.1.4 สามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศและเทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม

5.2 วิธีการสอน

(1) มอบหมายงานให้นักศึกษา ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจาก Website สื่อการสอน e-learning
และการทำรายงาน โดยมีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลที่น่าเชื่อถือ

(2) กำหนดให้นักศึกษานำเสนอผลงาน /รายงานที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า โดยใช้รูปแบบและ
เทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และคอมพิวเตอร์ด้วยตนเอง

5.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงานที่ได้รับมอบหมาย

(2) ประเมินจากผลการสืบค้น เทคนิคการนำเสนอโดยการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่าง
เหมาะสม

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
1	<p>แนะนำบทเรียนและรายละเอียดในการจัดการเรียนการสอน หนังสือเรียน และเกณฑ์การวัดผล</p> <p>ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของผลิตภัณฑ์ - ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ - ความหมายของตราผลิตภัณฑ์ - วิวัฒนาการของตราผลิตภัณฑ์ - ความสำคัญของตราผลิตภัณฑ์ - การตลาดกับตราผลิตภัณฑ์ - ผลิตภัณฑ์ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และตราผลิตภัณฑ์ - ตราผลิตภัณฑ์ที่แข็งแกร่ง - การตัดสินใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ 	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. แนะนำวิธีการเรียนการสอน และอธิบายเนื้อหารายวิชา จุดประสงค์ และเป้าหมายของรายวิชา เกณฑ์การวัดผล และประเมินผล แนะนำหนังสือเรียน และwebsite เพิ่มเติม 2. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<p>สื่อการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบกรเรียนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point 	1	ดร.นกุล ฤกษ์จรัมพล
2	<p>คุณค่าตราผลิตภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ - คุณค่าของตราผลิตภัณฑ์ - คุณค่าของตราผลิตภัณฑ์โดยยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง 	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา 	<p>สื่อการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบกรเรียนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 	2	ดร.นกุล ฤกษ์จรัมพล

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดการคุณค่าในสายตาลูกค้า - ความหมายของภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ - การสร้างภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ - การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ในสายตาผู้บริโภค - ความหมายของเอกลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ - การกำหนดเอกลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ - ความหมายของอัตลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ - การสร้างและการออกแบบอัตลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ - ความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่า ภาพลักษณ์เอกลักษณ์และอัตลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถเขียนและวิเคราะห์ภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ในสายตาผู้บริโภคได้</p>		<p>“ภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ในสายตาผู้บริโภค” และนำมาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. กรณีศึกษา “ภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ในสายตาผู้บริโภค”</p>		
3	<p>การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค - แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค - ปัจจัยส่วนบุคคลกับตราผลิตภัณฑ์ 	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <p>1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p>	<p>สื่อการสอน</p> <p>1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์</p>	3	<p>ดร.นกุล ฤกษ์จรีจุมพล</p>

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - ปัจจัยทางด้านจิตวิทยากับตราผลิตภัณฑ์ - ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรมกับตราผลิตภัณฑ์ - ปัจจัยทางด้านสังคมกับตราผลิตภัณฑ์ - กระบวนการตัดสินใจซื้อ <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถเขียนและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ได้</p>		<p>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา เรื่อง “การเรียนรู้กับตราผลิตภัณฑ์” “การเรียนรู้กับตราผลิตภัณฑ์” “กลุ่มอ้างอิงกับตราผลิตภัณฑ์” “ตราผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของคนไทย” และนำมาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. กรณีศึกษา เรื่อง “การเรียนรู้กับตราผลิตภัณฑ์” “การเรียนรู้กับตราผลิตภัณฑ์” “กลุ่มอ้างอิงกับตราผลิตภัณฑ์” และ “ตราผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของคนไทย”</p>		
4	<p>การสร้างตราผลิตภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของการสร้างผลิตภัณฑ์ - องค์ประกอบการสร้างตราผลิตภัณฑ์ให้ประสบความสำเร็จ - หลักการสร้างตราผลิตภัณฑ์ให้แข็งแกร่ง - ความท้าทายของการสร้างตราผลิตภัณฑ์ - ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างตราผลิตภัณฑ์ - กระบวนการสร้างตราผลิตภัณฑ์ - การออกแบบโครงสร้างตราผลิตภัณฑ์ 	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <p>1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาทำใบงาน “แนวทางการสร้างตราผลิตภัณฑ์” และนำมาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p>	<p>สื่อการสอน</p> <p>1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p>	4	ดร.นกุล ฤกษ์จิรจุมพล

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - การออกแบบตราผลิตภัณฑ์ - การตั้งชื่อตราผลิตภัณฑ์ - การตรวจสอบตราผลิตภัณฑ์ - การจัดการและการปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์ - แนวทางการสร้างตราผลิตภัณฑ์สำหรับ ธุรกิจเฉพาะ <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถเขียนแนวทางการสร้างตราผลิตภัณฑ์สำหรับธุรกิจที่ตนเองสนใจได้</p>		4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	3. ใบงาน “แนวทางการสร้างตราผลิตภัณฑ์”		
5	<p>การสร้างตราผลิตภัณฑ์ในองค์การ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของตราผลิตภัณฑ์ในองค์การ - องค์ประกอบของความเป็นตราผลิตภัณฑ์ในองค์การ - ความหมายของการสร้างตราผลิตภัณฑ์ในองค์การ - ความสำคัญของการสร้างตราผลิตภัณฑ์ในองค์การ - องค์ประกอบของการสร้างตราผลิตภัณฑ์ในองค์การ 	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา “ตราผลิตภัณฑ์ในองค์การ ก็ล้มได้” และนำมาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<p>สื่อการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point 3. กรณีศึกษา เรื่อง “ตราผลิตภัณฑ์ในองค์การ ก็ล้มได้” 	4	ดร.นกุล ฤกษ์จรีจุมพล

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - แนวทางในการสร้างตราผลิตภัณฑ์ในองค์การ - รูปแบบสามสัมพันธ์ของตราผลิตภัณฑ์ในองค์การ - ปัจจัยในการสร้างตราผลิตภัณฑ์ในองค์การให้ประสบความสำเร็จ - การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ในองค์การเพื่อเข้าสู่ AEC <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถเขียนและวิเคราะห์ถึงปัจจัยในการสร้างตราผลิตภัณฑ์ในองค์การให้ประสบความสำเร็จได้</p>					
6	<p>การกำหนดตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ - ความหมายของการกำหนดตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์ - หลักการวางตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์ - การวางตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์ที่มุ่งประโยชน์การใช้งานเชิงหน้าที่ 	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาดูวิดีโอทัศน์ “องค์ประกอบของตราผลิตภัณฑ์” แล้วนำมาฝึกปฏิบัติในใบงาน 	<p>สื่อการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point 	5	ดร.นกุล ฤกษ์จรัญมพล

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - การวางตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์ที่มุ่งประโยชน์เชิงอารมณ์ - การวางตำแหน่งเพื่อสร้างตราผลิตภัณฑ์ที่แข็งแกร่ง - การปรับปรุงตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์ - องค์ประกอบของตราผลิตภัณฑ์ - แนวทางการใช้เครื่องมือตามองค์ประกอบตราผลิตภัณฑ์ - ความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์กับองค์ประกอบของตราผลิตภัณฑ์ <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถเขียนแนวทางการใช้เครื่องมือตามองค์ประกอบตราผลิตภัณฑ์ได้</p>		<ul style="list-style-type: none"> 3. ให้นักศึกษาทำใบงาน “แนวทางการใช้เครื่องมือตามองค์ประกอบตราผลิตภัณฑ์” และนำมาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 4. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 5. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<ul style="list-style-type: none"> 3. วิดีทัศน์ “องค์ประกอบของตราผลิตภัณฑ์ 4. ใบงาน “แนวทางการใช้เครื่องมือตามองค์ประกอบตราผลิตภัณฑ์” 		
7	<p>การสื่อสารตราผลิตภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของการสื่อสารตราผลิตภัณฑ์ - รูปแบบการสื่อสารตราผลิตภัณฑ์ - การวางแผนการสื่อสารตราผลิตภัณฑ์ - กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ 	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาดูวิดีโอ “การสื่อสาร : หัวใจสำคัญของการสร้างภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์” แล้วนำมาฝึกปฏิบัติในใบงาน 	<p>สื่อการสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point 	6	ดร.นกุล ฤกษ์จรีจุมพล

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - การสื่อสาร : หัวใจสำคัญของการสร้างภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ - กลยุทธ์การสื่อสารตราผลิตภัณฑ์ในสื่อยุคเปลี่ยนผ่าน <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถเขียนกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ได้</p>		3. ให้นักศึกษาทำใบงาน “กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์” และนำมาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 4. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 5. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	3. วิดีทัศน์ “การสื่อสาร : หัวใจสำคัญของการสร้างภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์” 4. ใบงาน “กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์”		
8	<p>กลยุทธ์การนำเสนอตราผลิตภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของกลยุทธ์ตราผลิตภัณฑ์ - ความหมายของกลยุทธ์ตราผลิตภัณฑ์พอร์ตโฟลิโอ - ความสำคัญของกลยุทธ์ตราผลิตภัณฑ์พอร์ตโฟลิโอ - กลยุทธ์ตราผลิตภัณฑ์พอร์ตโฟลิโอ - ปัจจัยประกอบการตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ตราผลิตภัณฑ์พอร์ตโฟลิโอ - เคล็ดลับกลยุทธ์ตราผลิตภัณฑ์พอร์ตโฟลิโอ - กลยุทธ์ตราผลิตภัณฑ์ที่แข่งขันได้ 	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาทำใบงาน “กลยุทธ์ตราผลิตภัณฑ์พอร์ตโฟลิโอ” และนำมาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	<p>สื่อการสอน</p> 1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน “กลยุทธ์ตราผลิตภัณฑ์พอร์ตโฟลิโอ”	7	ดร.นกุล ฤกษ์จริจุมพล

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	Learning Outcome นักศึกษาสามารถเขียนและวิเคราะห์ วิเคราะห์กลยุทธ์ตราผลิตภัณฑ์พอร์ตโฟลิโอ ได้					
9	กลยุทธ์สู่ยุทธวิธีการนำเสนอตราผลิตภัณฑ์ - การนำเสนอตราผลิตภัณฑ์ด้วยการโฆษณา - การนำเสนอตราผลิตภัณฑ์ด้วยการจัดวาง สินค้าและสื่อ ณ จุดซื้อ - การนำเสนอตราผลิตภัณฑ์ด้วยการ ประชาสัมพันธ์ - การนำเสนอตราผลิตภัณฑ์ด้วยการส่งเสริม การขาย - การนำเสนอตราผลิตภัณฑ์ด้วยการตลาด ทางตรง - การนำเสนอตราผลิตภัณฑ์ด้วยพนักงาน - การนำเสนอตราผลิตภัณฑ์ด้วยบรรจุภัณฑ์ - การนำเสนอตราผลิตภัณฑ์ด้วยการบริการ ลูกค้า - การนำเสนอตราผลิตภัณฑ์ด้วยCall Center	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้อง กับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาดูวิดีโอ “การนำเสนอ ตราผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ” แล้ว นำมาฝึกปฏิบัติการนำเสนอตรา ผลิตภัณฑ์หน้าชั้นเรียน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้าย บทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและ ซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	สื่อการสอน 1. เอกสาร ประกอบการเรียน วิชาการสร้างตรา ผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point 3. วิดิทัศน์ “การ นำเสนอตรา ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบ ต่างๆ”	7	ดร.นกุล ฤกษ์จรีจุมพล

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - การนำเสนอตราผลิตภัณฑ์ด้วยกิจกรรมทางการตลาด - การนำเสนอตราผลิตภัณฑ์ด้วยการเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรม <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถการนำเสนอตราผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆได้ อย่างน้อย 2 วิธี</p>					
10	<p>การจัดการตราผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าสู่ตลาดระดับโลก</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความสำคัญของการก้าวเข้าสู่ตลาดระดับโลก - การตั้งชื่อตราผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าสู่ตลาดระดับโลก - สิ่งสำคัญในการจัดการตราผลิตภัณฑ์ระดับโลก - ข้อดีของการขยายตราผลิตภัณฑ์สู่ระดับโลก - ข้อเสียของการขยายตราผลิตภัณฑ์สู่ระดับโลก - กลยุทธ์การขยายตราผลิตภัณฑ์สู่ระดับโลก 	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา “การสร้างตราผลิตภัณฑ์ระดับโลก” และนำมาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<p>สื่อการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point 3. กรณีศึกษา “การสร้างตราผลิตภัณฑ์ระดับโลก” 	8	ดร.นกุล ฤกษ์จรัมพล

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<p>- ตำแหน่งทางการตลาดสำหรับตรา ผลิตภัณฑ์ระดับโลก</p> <p>- การสร้างคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ในสายตา ผู้บริโภคในตลาดระดับโลก</p> <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถตั้งชื่อตราผลิตภัณฑ์เพื่อเข้า สู่ตลาดระดับโลกได้</p>					
11	<p>การวัดและประเมินคุณค่าตราผลิตภัณฑ์</p> <p>- การวัดและประเมินคุณค่าตราผลิตภัณฑ์</p> <p>- เส้นทางการประเมินคุณค่าตราผลิตภัณฑ์</p> <p>- เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินคุณค่าตรา ผลิตภัณฑ์</p> <p>- Kern's X-time Model</p> <p>- The Ac Neilsen Brand Balance Sheet</p> <p>- Interbrand Brand Valuation Model</p> <p>- BBDO's Brand Equity Valuation System</p> <p>- Brand Finance Valuation</p>	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <p>1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้อง กับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้าย บทเรียน</p> <p>3. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและ ซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>สื่อการสอน</p> <p>1. เอกสาร ประกอบการเรียน วิชาการสร้างตรา ผลิตภัณฑ์</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p>	9	<p>ดร.นกุล ฤกษ์จรีจุมพล</p>

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
12	<p>ตราผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของ e-Brand - การสร้าง e-Brand - ความสำคัญของการตั้งชื่อตราผลิตภัณฑ์ e-Brand - วิธีสร้างความแข็งแกร่งให้ตราผลิตภัณฑ์ e-Brand - การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตราผลิตภัณฑ์ e-Brand - การตั้งชื่อเว็บไซต์ - การสร้างเอกลักษณ์ของเว็บไซต์ - การจัดอันดับเว็บไซต์ไทย - พฤติกรรมผู้บริโภคกับอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถเขียนและวิเคราะห์ วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคกับอีคอมเมิร์ซในประเทศไทยในปัจจุบันได้</p>	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา “พฤติกรรมผู้บริโภคกับอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย” และนำมาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<p>สื่อการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point 3. กรณีศึกษา “พฤติกรรมผู้บริโภคกับอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย” 	1,2,3,4	ดร.นกุล ฤกษ์จรัมพล

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
13	จริยธรรมและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับตรา ผลิตภัณฑ์ <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของจริยธรรม - ความหมายของจริยธรรมทางธุรกิจ - ความสำคัญของจริยธรรมทางธุรกิจ - จริยธรรมกับการสร้างตราผลิตภัณฑ์ - หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับตรา ผลิตภัณฑ์ - กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับตราผลิตภัณฑ์ 	3	กิจกรรมการเรียนการสอน <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 3. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	สื่อการสอน <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point 	10	ดร.นกุล ฤกษ์จรีจุมพล
14	การวิจัยและพัฒนาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของการวิจัย - ความหมายของการพัฒนา - ความหมายของการวิจัยและพัฒนา - ขอบข่ายของงานวิจัยและพัฒนา - เป้าหมายหลักของการวิจัยและพัฒนา - ความสำคัญของการวิจัยและพัฒนา - กระบวนการวิจัยและพัฒนาการสร้างตรา ผลิตภัณฑ์ 	3	กิจกรรมการเรียนการสอน <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาสืบค้นข้อมูลงานวิจัย คนละ 1 เรื่อง แล้วนำมาศึกษาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. สอบประเมินผลความรู้ทางด้านการสร้างตราผลิตภัณฑ์ <ul style="list-style-type: none"> - องค์ความรู้ - ศัพท์ภาษาอังกฤษ 	สื่อการสอน <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point 3. อินเทอร์เน็ต 4. ข้อสอบประเมินผลความรู้ 	11	ดร.นกุล ฤกษ์จรีจุมพล

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	Learning Outcome 1. นักศึกษาสามารถสืบค้นงานวิจัยเกี่ยวกับการสร้างตราผลิตภัณฑ์ได้ 2. นักศึกษาสามารถทำข้อสอบประมวลความรู้ได้		4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย			
15	นวัตกรรมทางธุรกิจกับกรณีศึกษา - ความหมายของนวัตกรรมทางธุรกิจ - ประเภทของนวัตกรรมทางธุรกิจ - ขอบเขตของนวัตกรรมทางธุรกิจ - คุณค่าของนวัตกรรมทางธุรกิจ - แนวคิดการพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจ - ตัวอย่างนวัตกรรมทางธุรกิจ การนำเสนอผลงาน Learning Outcome นักศึกษาสามารถนำเสนอผลงาน “การสร้างตราผลิตภัณฑ์” ได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 3. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 4. การนำเสนอผลงาน “การสร้างตราผลิตภัณฑ์”	สื่อการสอน 1. เอกสารประกอบการเรียนวิชา การสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point	12	ดร.นกุล ฤกษ์จรัมพล

2.แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1. การเข้าชั้นเรียน / การตรงต่อเวลา / การแต่งกาย	1.1.2, 1.1.3	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล	1-15	5%
2. แบบฝึกหัด/ กิจกรรม / งานที่ได้รับมอบหมาย	1.1.2, 1.1.3, 2.1.2 3.1.1, 4.1.1 5.1.3, 5.1.4	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล 3. ประเมินจากงาน /กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติ ทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน ต้องมีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนเช่น แบบฝึกหัดทบทวน การสร้างตราผลิตภัณฑ์ 4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม 5. ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม	1-15	5%

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
3. สอบประมวลความรู้ทางด้านการสร้างตราผลิตภัณฑ์ - องค์กรความรู้ - ศัพท์ภาษาอังกฤษ	2.1.2 3.1.1, 5.1.3, 5.1.4	1. ประเมินจากการสอบประมวลความรู้ เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา	14	10%
4. รายงานการสร้างตราผลิตภัณฑ์และการนำเสนอ	1.1.2, 1.1.3, 2.1.2 3.1.1, 4.1.1 5.1.3, 5.1.4	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล 4. ประเมินจากรายงานที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริตไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน 5. ประเมินจากการนำเสนอผลงาน (กลุ่ม) หน้าชั้นเรียน การเป็นผู้นำและผู้ตามในการอภิปรายซักถามตลอดจนมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และสามารถแก้ไขปัญหาในการสร้างตราผลิตภัณฑ์ได้ 6. ประเมินจากผลการสืบค้นเทคนิคการนำเสนอโดยการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม	1-14 15	30%
5. สอบปลายภาค	2.1.2, 3.1.1	1. ประเมินจากการสอบปลายภาคโดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัย	16	40%

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

นกุล ฤกษ์จิรจุมพล. (2560). *เอกสารประกอบการเรียนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์*. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

ภุชงค์ เมณะสินธุ์. (2560). *การจัดการผลิตภัณฑ์*. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ภุชงค์ เมณะสินธุ์. (2560). *เอกสารประกอบการเรียนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์*. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยสวนดุสิต

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- 3.1 หนังสือพิมพ์เส้นทางนักราย
- 3.2 หนังสือ/วารสารทางด้านการตลาดและขาย
- 3.3 เว็บไซต์สำนักหอสมุดของสถาบันการศึกษาต่างๆ

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- แบบประเมินผู้สอนประเมินรายวิชาผ่านระบบฯ ของมหาวิทยาลัย

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การทวนสอบผลโดยอาจารย์สอน เช่น การสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา

3. การปรับปรุงการสอน

นำผลที่ได้จากการประเมินในข้อ 2 มาปรับปรุงการสอนและหาข้อมูลเพิ่มเติมในการปรับปรุงการเรียนการสอนโดยจัดกิจกรรม “การวิพากษ์แนวการสอนโดยผู้สอน”

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

การแต่งตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชาตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษาโดยตรวจสอบข้อสอบ การพิจารณาจากรายงานของผู้เรียนวิธีการให้คะแนนสอบและการให้คะแนนตามข้อกำหนดการวัดและประเมินผลประจำรายวิชา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

ปรับปรุงรายละเอียดวิชาทุกภาคการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนหรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4 ปรับปรุงรูปแบบการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ