

มคอ. 3 (ฉบับปรับปรุง ณ วันที่ 24 ก.พ. 60)



## รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจ การตลาด  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
ประจำภาคเรียนที่ 1/2561

รหัสวิชา 3644203 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การสร้างตราผลิตภัณฑ์  
(ภาษาอังกฤษ) Branding

อาจารย์ผู้สอน

อ. สมธีราภรณ์ พรหมศิริ

## คำนำ

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

รายละเอียดรายวิชานี้เป็นส่วนสำคัญต่อผู้เรียน ที่เน้นทั้งการเรียนการสอนที่เป็นทฤษฎีและ การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เพื่อให้ผู้เรียนได้แนวทางในการจัดการเรียนรู้ทฤษฎีและกรณีศึกษาจาก กิจกรรมการเรียนการสอนภายในห้องเรียน รวมถึงติดตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยใช้ทักษะการค้นคว้าด้วย ตนเองเพิ่มเติม นอกเหนือจากการเรียนภายในห้อง ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายวิชานี้ไป ประยุกต์ใช้ในอนาคตได้

ผู้จัดทำ

## 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	20
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	20

## รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา                      มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
คณะ    คณะวิทยาการจัดการ

### หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- รหัสและชื่อรายวิชา**  
รหัสวิชา 3644203 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การสร้างตราผลิตภัณฑ์  
(ภาษาอังกฤษ) Branding
- จำนวนหน่วยกิต**  
3 (3-0-6) หน่วยกิต
- หลักสูตรและประเภทของรายวิชา**  
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ประเภทรายวิชาหมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเลือก
- อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน**  
อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา    อ.สมธีรภัทร์ พรหมศิริ  
อาจารย์ผู้สอน                      อ.สมธีรภัทร์ พรหมศิริ                      ตอนเรียน A1
- ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน**  
ภาคการศึกษาที่ 1 / 2561 ชั้นปีที่ 3
- รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)**  
ไม่มี
- รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)**  
ไม่มี
- สถานที่เรียน**  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
- วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด**
  - วันที่จัดทำ    1 สิงหาคม 2561
  - วันที่ปรับปรุงรายละเอียดล่าสุด

### หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

- จุดมุ่งหมายของรายวิชา**
  - เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจความหมายและความสำคัญของตราผลิตภัณฑ์และการสร้างตราผลิตภัณฑ์
  - เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างตราผลิตภัณฑ์
  - เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจถึงการตั้งชื่อตราผลิตภัณฑ์ การออกแบบตราผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์การรับรู้ ภาพลักษณ์ ความซื่อสัตย์ และคุณค่าของตราผลิตภัณฑ์

4. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจถึงกลยุทธ์และยุทธวิธีในการนำเสนอ การจัดการ และการปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์

## 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 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมเพื่อทดแทนคาบเรียนที่ไม่สามารถทำการสอนได้ หรือตามที่คุณเรียนร้องขอ เพื่อทบทวนความรู้ความเข้าใจให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น	ไม่มีการฝึกปฏิบัติงาน	90 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ให้คำปรึกษาได้ตามเวลาที่เหมาะสม และกำหนดไว้
- อาจารย์ประจำรายวิชา จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มตามความต้องการของผู้เรียน โดยมีการนัดหมายล่วงหน้า

## หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 1. คุณธรรม จริยธรรม

#### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

○ 1.1.1 มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอาัดเอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม

● 1.1.2 มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิต โดยยึดแนวความคิดความพอประมาณ ความมีเหตุผลและการสร้างภูมิคุ้มกัน

● 1.1.3 มีจิตสำนึกและมโนธรรมที่จะแยกแยะความถูกต้อง ความดี และความชั่ว

○ 1.1.4 มีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพทางธุรกิจ

#### 1.2 วิธีการสอน

1.2.1 กำหนดวัฒนธรรมองค์กรให้กับนักศึกษาปฏิบัติตามกฎระเบียบวินัย และข้อบังคับ

1.2.2 ปลุกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย 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 สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาวิชาวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์

2.2.2 บรรยายจากสื่อ Power Point พร้อมยกตัวอย่างประกอบ

2.3.3 สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ การแลกเปลี่ยนความคิด 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 สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์

3.2.2 สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด 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

(4) สามารถนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

#### 5.2 วิธีการสอน

5.2.1 มอบหมายงานให้นักศึกษา ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจาก Website สื่อการสอน e-learning และการทำรายงาน 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

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
1	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์ 1.1ความหมายของตราผลิตภัณฑ์ 1.2ความสำคัญของตราผลิตภัณฑ์ 1.3การสร้างตราผลิตภัณฑ์ <b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนได้รับรู้ในเรื่องความหมาย ความสำคัญและการสร้างตราผลิตภัณฑ์	3	1. แนะนำวิธีการเรียนการสอน และอธิบาย เนื้อหารายวิชา จุดประสงค์ และ เป้าหมาย ของรายวิชา เกณฑ์การวัดผลและประเมินผล แนะนำหนังสือเรียน และwebsite เพิ่มเติม 2. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับ สารการเรียนรู้ 3. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นกัน 4. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน	1. เอกสารประกอบการ สอนวิชาการสร้างตรา ผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point		อ.สมธีรภัทร์ พรมศิริ
2	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.กระบวนการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 1.1หลักการของการสร้างตรา ผลิตภัณฑ์ 1.2กรณีศึกษากระบวนการสร้างตรา <b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนได้รับรู้ในเรื่องกระบวนการ สร้างตราผลิตภัณฑ์	3	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับ สารการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน	1. เอกสารประกอบการ สอนวิชาการสร้างตรา ผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point		อ.สมธีรภัทร์ พรมศิริ

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
3	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 1.1ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค 1.2การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 1.3เทคนิคการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 1.4ปัจจัยที่มีอิทธิพลและส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมผู้บริโภค <b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนได้รับรู้ในเรื่องการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลและส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมผู้บริโภค	3	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point		อ.สมธิราภ พรมศิริ
4	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 1.1การสร้างคุณค่าให้กับตราหยี่ห้อ 1.2แนวคิดเบื้องต้นของ Brand Equity 1.3การสร้างสิ่งที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับตราหยี่ห้อ <b>Learning Outcome</b>	3	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point		อ.สมธิราภ พรมศิริ

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	ผู้เรียนได้รับรู้ในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างตราผลิตภัณฑ์และสามารถวิเคราะห์การสร้างสิ่งที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับตราหยัห้อ					
5	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.ผลิตภัณฑ์ 1.1ความหมายของการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด 1.2การกำหนดตำแหน่งโดยการสร้างความแตกต่าง <b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนได้รับรู้ในเรื่องผลิตภัณฑ์ ความหมายและการสร้างความแตกต่าง	3	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point 3. กรณีศึกษาการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด		อ.สมธีร์ ทรัพย์ศิริ
6	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.การกำหนดบุคลิกภาพ และเอกลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์ 1.1ความหมายของบุคลิกภาพของตราผลิตภัณฑ์ 1.2การกำหนดบุคลิกภาพของตราผลิตภัณฑ์ 1.3การกำหนดเอกลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์ <b>Learning Outcome</b>	3	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point 3. กรณีศึกษาเกี่ยวกับบุคลิกภาพของตราผลิตภัณฑ์	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point 3. กรณีศึกษาเกี่ยวกับบุคลิกภาพของตราผลิตภัณฑ์		อ.สมธีร์ ทรัพย์ศิริ

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	ผู้เรียนได้รับรู้ในเรื่องการกำหนด บุคลิกภาพ และเอกลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์และสามารถวิเคราะห์ บุคลิกภาพของตราได้					
7	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.การตั้งชื่อ และการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ 1.1ความสำคัญของการตั้งชื่อตราผลิตภัณฑ์ 1.2ข้อพิจารณาในการตั้งชื่อผลิตภัณฑ์ 1.3ความสำคัญของการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ 1.4ขั้นตอนการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ <b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนได้รับรู้ในเรื่องการตั้งชื่อ,การออกแบบตราผลิตภัณฑ์และสามารถนำเสนอแนวคิดในการสร้างบริการใหม่เพื่อสร้างความแตกต่าง	3	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. นำเสนอแนวคิดในการสร้างบริการใหม่เพื่อสร้างความแตกต่าง	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point		อ.สมธีราภรณ์ พรมศิริ
8	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.การวิเคราะห์การรับรู้ ภาพลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์ <b>Learning Outcome</b>	3	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยน	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power		อ.สมธีราภรณ์ พรมศิริ

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	ผู้เรียนได้รับรู้ในเรื่องการวิเคราะห์ การรับรู้ ภาพลักษณ์ของตรา ผลิตภัณฑ์		ความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน	point		
9	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.ความซื่อสัตย์ต่อตราผลิตภัณฑ์ และการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ 1.1ความหมายของความซื่อสัตย์ต่อ ตราผลิตภัณฑ์ 1.2ความสำคัญของความซื่อสัตย์ต่อ ตราผลิตภัณฑ์ 1.3การสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ <b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนได้รับรู้ในเรื่องความซื่อสัตย์ต่อ ตราผลิตภัณฑ์ และการสร้างคุณค่า ของผลิตภัณฑ์	3	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับ สารการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน	1. เอกสารประกอบการ สอนวิชาการสร้างตรา ผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point		อ.สมธิรัตน์ พรมศิริ
10	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.กลยุทธ์/ยุทธวิธี การนำเสนอ ตรา ผลิตภัณฑ์ 1.1กลยุทธ์/ยุทธวิธี ตราผลิตภัณฑ์ 1.2การนำเสนอตราผลิตภัณฑ์ 1.3กรณีศึกษาการนำเสนอตรา ผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จ <b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนได้รับรู้ในเรื่องกลยุทธ์/ยุทธวิธี	3	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับ สารการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน	1. เอกสารประกอบการ สอนวิชาการสร้างตรา ผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point 3. กรณีศึกษาธุรกิจที่ใช้ กลยุทธ์การนำเสนอตรา ผลิตภัณฑ์		อ.สมธิรัตน์ พรมศิริ

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	การนำเสนอ ตราผลิตภัณฑ์และ สามารถวิเคราะห์ตราผลิตภัณฑ์ที่ ประสบความสำเร็จ					
11	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.การบริหารจัดการตราผลิตภัณฑ์ 1.1ความสำคัญของการบริหารจัดการตราผลิตภัณฑ์ 1.2การจัดการตราผลิตภัณฑ์ <b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนได้รับรู้ในเรื่องการบริหารจัดการตราผลิตภัณฑ์	3	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point		อ.สมธีรภัทร์ พรมศิริ
12	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.การปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์ 1.1ปัจจัยในการพิจารณาปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์ 1.2ขั้นตอนในการปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์ 1.3กรณีศึกษาในการปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์ <b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนได้รับรู้ในเรื่องการปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์และสามารถวิเคราะห์การปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์	3	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point 3. กรณีศึกษาในการปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์		อ.สมธีรภัทร์ พรมศิริ

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
13	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.การออกแบบตราผลิตภัณฑ์ 1.1การออกแบบชื่อผลิตภัณฑ์ 1.2การออกแบบตราผลิตภัณฑ์ 1.3การสร้างบุคลิกให้กับตราผลิตภัณฑ์ <b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนได้รับรู้ในเรื่องการออกแบบตราผลิตภัณฑ์	3	1. นำเสนอแนวคิด และการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point		อ.สมธีราภรณ์ พรมศิริ
14	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.แผนในการนำเสนอตราผลิตภัณฑ์ 1.1นำเสนอแผนการเสนอตราผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด 1.2การอภิปรายกลยุทธ์/ยุทธวิธีโดยนักศึกษา <b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนได้รับรู้ในเรื่องแผนในการนำเสนอตราผลิตภัณฑ์และสามารถอภิปรายกลยุทธ์/ยุทธวิธีได้	3	1. นำเสนอแนวคิด และการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point		อ.สมธีราภรณ์ พรมศิริ
15	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.จรรยาบรรณและความรับผิดชอบในการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 1.1ความหมายของจรรยาบรรณ 1.2ความสำคัญของจรรยาบรรณใน	3	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point		อ.สมธีราภรณ์ พรมศิริ

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	การสร้างตราผลิตภัณฑ์ Learning Outcome ผู้เรียนได้รับรู้ในเรื่องจรรยาบรรณ และความรับผิดชอบในการสร้างตรา ผลิตภัณฑ์					

หมายเหตุ : ระบุทุกสัปดาห์ จำนวน 15 สัปดาห์



## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

สัดส่วนของการประเมินผล	สัปดาห์ที่ประเมิน	วิธีการประเมิน	ผลการเรียนรู้ที่ได้ (ระบุข้อ)	กิจกรรมที่
10 %	1-15	<ol style="list-style-type: none"> <li>ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย</li> <li>ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย</li> <li>ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล</li> </ol>	(1.1),(1.3),(1.4)	1. การเข้าชั้นเรียน / การตรงต่อเวลา / การแต่งกาย / ความซื่อสัตย์
30 %	1-15	<ol style="list-style-type: none"> <li>ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย</li> <li>ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล</li> <li>ประเมินจากงาน / กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติ ทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน ต้องมีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนเช่น แบบฝึกหัดทบทวน</li> <li>ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม</li> <li>ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม</li> </ol>	(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)	2. แบบฝึกหัด/ กิจกรรม / งานที่ได้รับมอบหมาย

สัดส่วนของการประเมินผล	สัปดาห์ที่ประเมิน	วิธีการประเมิน	ผลการเรียนรู้ที่ได้ (ระบุข้อ)	กิจกรรมที่
20 %	8	1. ประเมินจากการสอบประมวลความรู้ เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา	(2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3)	3. สอบประมวลความรู้การสร้างตราผลิตภัณฑ์
40 %	16	1. ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัยและแบบอัตนัย	(2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (5.1) (5.3) (5.4)	4.สอบปลายภาค

### หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

#### 1. เอกสารและตำราหลัก

นกุล ฤกษ์จริจุมพล (2557). เอกสารประกอบการบรรยาย การสร้างตราผลิตภัณฑ์.

#### 2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

ปฏิพล ตั้งจักรวรานนท์ (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

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอนและแบบประเมินรายวิชา

#### 2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- แต่งตั้งคณะกรรมการประเมินการสอน เพื่อกำกับดูแลการสอนให้ได้คุณภาพ
- การทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้ของผู้เรียน

#### 3. การปรับปรุงการสอน

- สัมมนาการจัดการเรียนการสอน
- การทำวิจัยในชั้นเรียน

#### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ รายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนตามข้อกำหนดการวัดและประเมินผลประจำรายวิชา

#### 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- ปรับปรุงรายวิชาทุกปีการศึกษาที่เปิดการเรียนการสอนหรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4
- ปรับปรุงรูปแบบการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ