



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ประจำภาคเรียนที่ 1 / 2561

รหัสวิชา 3053101 ชื่อรายวิชา การสร้างตราสินค้า
Branding

อาจารย์ผู้สอน

- (1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศศิพร ต่ายคำ
- (2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษิตต์ ภูริปาณิก

คำนำ

รายละเอียดของการจัดการเรียนการสอนรายวิชา การสร้างตราสินค้า รหัสวิชา 3053101 เป็นรายวิชาเลือก ตามหลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต เนื้อหาการจัดการเรียนการสอนในรายวิชา ประกอบด้วย บทนำ โครงสร้างและองค์ประกอบตรา พฤติกรรมผู้บริโภคกับการสร้างตรา กระบวนการสร้างตรา คุณค่าตรา แนวคิดตราและอัตลักษณ์ตรา การออกแบบรูปแบบตรา การออกแบบตราสัญลักษณ์ กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตรา การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การสื่อสารตรา จุดสัมผัสตรา การสร้างตราองค์กร การสร้างตราบุคคลและตราพื้นที่ การขยายและปรับตรา โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจอันเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานด้านการสร้างตรา

การจัดทำรายละเอียดการสอนของรายวิชาดังกล่าว เป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้ตลอดหลักสูตรเท่านั้น ดังนั้น ผู้เรียนจะต้องอาศัยการศึกษา การค้นคว้าอิสระ เพื่อศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม และจะต้องฝึกฝนทักษะเชิงความคิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมเสริมทักษะที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ตลอดการจัดการเรียนการสอน เพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้เรียนในการทำความเข้าใจเนื้อหาของรายวิชา

คณะผู้สอน
2 สิงหาคม 2561

สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	4
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	4
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	5
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	5
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	8
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	10
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	10

1.4 เพื่อให้นักศึกษาสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ตำแหน่งตรา คุณค่าตรา อัตลักษณ์ตรา บุคลิกภาพตรา และจุดสัมผัสตราได้

1.5 เพื่อให้นักศึกษาสามารถสร้างตราสินค้า และวางแผนการสื่อสารตราได้

1.6 เพื่อให้นักศึกษาสามารถออกแบบชื่อ ตราสัญลักษณ์ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ และออกแบบประวัติส่วนตัวของตนเองได้

1.7 เพื่อให้นักศึกษาสามารถอภิปรายกรณีศึกษาการสร้างตราองค์กร การสร้างตราบุคคล และการขยายตราหรือปรับตรา

1.8 เพื่อให้ศึกษามีวินัย ตรงต่อเวลาในการเข้าชั้นเรียน/การส่งงาน ความรับผิดชอบต่อตนเอง และสังคม ตระหนักในบทบาท สิทธิ หน้าที่ของตนเองและผู้อื่น เคารพในกฎระเบียบ กติกา กฎเกณฑ์ขององค์กรและสังคม

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

2.1 เพื่อพัฒนาเนื้อหารายวิชาให้มีความทันสมัยสอดคล้องการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยี

2.2 เพื่อเสริมสร้างศักยภาพด้านการสร้างตราให้นักศึกษาของหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา (ระบุทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)

ศึกษาโครงสร้างของตราสินค้า คุณสมบัติของตราสินค้า หลักการและแนวคิดในการสร้างตราสินค้า กลยุทธ์การสร้างตราสินค้า วิธีการสร้างตราสินค้า การสื่อสารตราสินค้า

Study structures of brand, brand attributes, principles and concepts in branding, brand building strategies, brand building tools, brand communication.

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชั่วโมง	ไม่มีหรืออาจจัดเพิ่มเติมให้ตามความจำเป็น	ไม่มี	90 ชั่วโมง

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

รายบุคคล

อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษานอกชั้นเรียนอย่างน้อย 2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

○ 1.1.1 ตระหนักในคุณค่าของคุณธรรม จริยธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต

● 1.1.2 มีวินัย ตรงต่อเวลา ความรับผิดชอบต่อตนเอง และสังคม

○ 1.1.3 มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละ จิตสาธารณะ ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ รวมทั้งมีค่านิยมที่ดีในการดำเนินชีวิต และเข้าใจผู้อื่น

○ 1.1.4 ตระหนักในการตัดสินใจเชิงจริยธรรม และจรรยาบรรณทางวิชาชีพ

● 1.1.5 ตระหนัก ยอมรับ และเคารพพบทบาท สิทธิ หน้าที่ของตนเอง และผู้อื่น

● 1.1.6 เคารพในกฎระเบียบ กติกา กฎเกณฑ์ขององค์กรและสังคม โดยตระหนักในคุณค่าของความเป็นมนุษย์

1.2 วิธีการสอน

1.2.1 ปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบในการศึกษาทั้งในห้องเรียน การศึกษาด้วยตนเอง และส่งมอบงานที่ได้รับมอบหมายตามเวลาที่กำหนด

1.2.2 ปลูกฝังให้นักศึกษาตระหนักในคุณค่าของคุณธรรม จริยธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต ความรับผิดชอบทางวิชาชีพทั้งต่อตนเองและสังคม

1.2.3 ส่งเสริมให้นักศึกษามีระเบียบวินัย มีการแต่งกายตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

1.2.4 ส่งเสริมให้นักศึกษาตระหนัก เคารพกติกาขององค์กรและสังคมให้ยอมรับในบทบาท สิทธิ หน้าที่ของตนเอง และผู้อื่น

1.2.5 ส่งเสริม สนับสนุนให้จัดกิจกรรมที่กระตุ้นให้นักศึกษามีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละ จิตสาธารณะ และมีค่านิยมที่ดีในการดำเนินชีวิต

1.3 วิธีการประเมินผล

1.3.1 ประเมินจากการตรงต่อเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลา และความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

1.3.2 ประเมินผลจากพฤติกรรมการปรากฏกาย กิริยามารยาทของนักศึกษาตามบทบาททั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

1.3.3 ประเมินผลจากการเข้าร่วมกิจกรรมในหลักสูตรและนอกหลักสูตร

1.3.4 ประเมินผลจากความถูกต้องเหมาะสมของชิ้นงาน การปฏิบัติกิจกรรมของนักศึกษา

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

● 2.1.1 มีความรู้ ความเข้าใจในขอบข่าย ลักษณะเบื้องต้น และหลักการ แนวคิด ทฤษฎี เนื้อหาสาระที่สำคัญของรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชานิเทศศาสตร์

● 2.1.2 มีความสามารถเชิงการคิดวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ และคิดสร้างสรรค์ สามารถนำความรู้ด้านการสื่อสารไปประยุกต์ใช้ เพื่อการประกอบอาชีพ และสามารถปรับตัวสร้างงานสร้างอาชีพได้อย่างเหมาะสม

○ 2.1.3 สามารถบูรณาการความรู้ หลักการของศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น หลักการบริหารจัดการ หลักจิตวิทยา หลักการใช้ภาษา หลักศิลปะ หลักกฎหมายและจริยธรรม เป็นต้น นำมาประยุกต์ใช้เป็นพื้นฐานในการประกอบอาชีพได้

○ 2.1.4 มีความสามารถในการศึกษาค้นคว้า และพัฒนาความรู้ ความเข้าใจของตนเองได้อย่างต่อเนื่อง

2.2 วิธีการสอน 2.2.1 ใช้การสอนในหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง

2.2.2 การตั้งประเด็นคำถามเกี่ยวกับเนื้อหาวิชา เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ

2.2.3 การฝึกปฏิบัติการสร้างตราและวางแผนการสื่อสารตรา อันเป็นการเรียนรู้จากการฝึกปฏิบัติมีการเชื่อมโยงกับสถานการณ์หรือบริบทต่าง ๆ ก่อให้เกิดการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง นำไปสู่การสร้างองค์ความรู้และการสรุปบทวนของผู้เรียน

2.2.4 การค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ได้แก่ ระบบสารสนเทศออนไลน์ แหล่งจำหน่ายสินค้า ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น อันเป็นการให้ผู้เรียนได้แสวงหาความรู้อย่างมีปฏิสัมพันธ์จนเกิดความรู้ ความเข้าใจ และนำไปประยุกต์ใช้ เป็นการบูรณาการข้อมูล แนวคิด และหลักการต่าง ๆ สู่อการสร้างความคิดรวบยอด

2.2.5 จัดให้มีการศึกษาดูงานนอกสถานที่

2.3 วิธีการประเมินผล

2.3.1 ประเมินผลจากการตอบคำถามทบทวนและการสอบปลายภาค

2.3.2 ประเมินผลจากการแสดงความคิดเห็นตามประเด็นคำถามที่มอบหมาย และกิจกรรมในชั้นเรียนและนอกชั้นเรียน

2.3.3 ประเมินผลจากการปฏิบัติการสร้างตราและวางแผนการสื่อสารตราที่มอบหมายรวมทั้งความสมบูรณ์และการนำเสนองาน

2.3.4 ประเมินผลจากการสืบค้นข้อมูลตามที่มอบหมาย

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

○ 3.1.1 มีความคิดสร้างสรรค์ และสามารถนำนวัตกรรมการสื่อสารไปใช้ในงานเชิงวิชาชีพทางนิเทศศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

● 3.1.2 มีความใฝ่รู้ รอบรู้ รู้จักใช้แหล่งข้อมูลในการสืบค้นหาข้อเท็จจริง สามารถพิจารณาและตัดสินใจนำไปใช้ได้อย่างเหมาะสมกับงานในแต่ละด้าน

● 3.1.3 สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน ประเด็นปัญหาทางสังคม การสื่อสาร ประยุกต์ใช้ทักษะทางสื่อสารเสนอปัญหา และแนวทางแก้ไขได้อย่างสร้างสรรค์

○ 3.1.4 มีความสามารถปรับตัวเข้ากับสภาพการเปลี่ยนแปลงของสังคม เศรษฐกิจ รวมทั้งรู้เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และประยุกต์ใช้ความรู้ ความเข้าใจ แนวคิดทักษะมาใช้สร้างสรรค์ช่องทางการสื่อสารที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน สังคม และสถานการณ์ปัจจุบัน หรือเพื่อการประกอบวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.2 วิธีการสอน

การจัดวิธีการสอนและกิจกรรมมุ่งเน้นให้เกิดผลการเรียนรู้ (Learning Outcome) ของผู้เรียน โดยการจัดการเรียนการสอนแบบการเรียนรู้โดยการลงมือปฏิบัติ (Active Learning) ด้วยการใช้วิธีการสอนและกิจกรรมที่หลากหลาย

3.2.1 การตั้งประเด็นคำถามเกี่ยวกับเนื้อหาวิชา เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ อันเป็นการสร้างบรรยากาศการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และทำให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในการเรียนรู้

3.2.2 การระดมความคิดเห็น อภิปราย โดยผู้สอนจัดประสบการณ์การเรียนรู้ให้ผู้เรียนได้มีโอกาส ร่วมกันระดมพลังสมอง คิด วิเคราะห์ แก้ปัญหา อภิปราย และแสดงความคิดเห็นร่วมกัน พร้อมส่งตัวแทน ออกมานำเสนอ อันเป็นการพัฒนาศักยภาพทางสมอง เป็นการฝึกทักษะการสื่อสาร และการร่วมมือกัน การ แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบและความรับผิดชอบร่วมกัน การมีวินัยในการทำงาน ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ เพิ่มขึ้น

3.2.3 การฝึกปฏิบัติจริง โดยผู้สอนจัดให้ผู้เรียนได้ฝึกการสร้างตราสินค้า การตั้งชื่อตรา การ ออกแบบตราสัญลักษณ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ วางแผนการสื่อสารตรา กำหนดจุดสัมผัสตรา ออกแบบ ส่วนขยายอัตลักษณ์ตราองค์กร การสร้างตราบุคคลให้ตนเอง และประยุกต์ใช้ความรู้ในการปรับตราสินค้า อันเป็นการเรียนรู้จากการฝึกปฏิบัติมีการเชื่อมโยงกับสถานการณ์หรือบริบทต่าง ๆ ก่อให้เกิดการเรียนรู้จาก ประสบการณ์จริง นำไปสู่การสร้างองค์ความรู้และการสรุปทบทวนของผู้เรียน

3.2.4 การให้ประยุกต์ใช้ความรู้ในการกำหนดสิ่งต่าง ๆ ตามที่มอบหมาย

3.2.5 การส่งเสริมให้คิดสร้างสรรค์ออกแบบสิ่งต่าง ๆ ตามที่มอบหมาย

3.2.6 การฝึกปฏิบัติการสร้างตราสินค้า และวางแผนการสื่อสารตรา

3.2.7 การกระตุ้นให้คิดวิเคราะห์และอภิปรายแสดงความคิดเห็นต่อกรณีศึกษาที่มอบหมาย

3.3 วิธีการประเมินผล

3.3.1 ประเมินผลจากผลการวิเคราะห์ตามประเด็นที่มอบหมาย

3.3.2 ประเมินผลจากผลงานและการปฏิบัติงานของนักศึกษา

3.3.3 ประเมินผลจากการนำเสนองานในชั้นเรียน

3.3.4 ประเมินผลจากการอภิปรายแสดงความคิดเห็นต่อกรณีศึกษาที่มอบหมาย

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

● 4.1.1 มีความรู้ ความเข้าใจในจิตวิทยาผู้รับสาร สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม และโลกที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ตัดสินใจเสริมความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคลต่อการอยู่ร่วมกันในสังคมได้ อย่างมีประสิทธิภาพ

● 4.1.2 สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ มีบุคลิกภาพเหมาะสม และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงาน ในองค์กร และบุคคลทั่วไป ตลอดจนสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ สังคม และวัฒนธรรมองค์กรได้

○ 4.1.3 สามารถใช้ความรู้ ทักษะการสื่อสารนำเสนอความคิดเห็นต่อประเด็นสาธารณะชี้แจงสังคม ได้อย่างเหมาะสม

○ 4.1.4 สามารถแสดงออกตามบทบาทหน้าที่ และมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายใน ปัจจุบันและอนาคต

4.2 วิธีการสอน

4.2.1 การจัดการเรียนการสอนในรายวิชาต่าง ๆ ส่งเสริมให้นักศึกษาเรียนรู้แบบการมีส่วนร่วม หรือฝึกการทำงานเป็นกลุ่ม

4.2.2 ให้นักศึกษารู้จักความรับผิดชอบต่อตนเอง ต่อผู้อื่น และต่อสังคม

4.2.3 มีการเสริมสร้างบุคลิกภาพ และการสร้างมนุษยสัมพันธ์

4.2.4 ส่งเสริมการพัฒนาความคิด และการนำเสนอความคิดเห็นผ่านสื่ออย่างสร้างสรรค์

4.3 วิธีการประเมินผล

4.3.1 ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ

4.3.2 ประเมินจากการวางตน การมีมนุษยสัมพันธ์ของนักศึกษาในการทำงานกลุ่มในชั้นเรียน และสังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรม

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

○ 5.1.1 มีความรู้ ทักษะการใช้ภาษาในการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม

● 5.1.2 มีทักษะ กลวิธี เทคนิคในการสื่อสารอธิบายหลักการ สถานการณ์ ตลอดจนการถ่ายทอดอธิบายความคิด หรือสื่อสารความหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

○ 5.1.3 สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประมวลผล และนำเสนองานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

○ 5.1.4 นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ การทำประชามติ การทำโพลมาใช้ในวิชาชีพทางด้านนิติศาสตร์

○ 5.1.5 มีความรู้ ทักษะการใช้เทคโนโลยี เครื่องมือ อุปกรณ์การสื่อสารต่าง ๆ ตลอดจนสามารถเลือกและประยุกต์ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่จำเป็นในวิชาชีพนิติศาสตร์ได้อย่างสร้างสรรค์และเหมาะสม

5.2 วิธีการสอน

5.2.1 จัดกิจกรรมที่ส่งเสริมให้นักศึกษาใช้ภาษาในการสื่อสารให้เหมาะสมกับสถานการณ์ โดยสามารถถ่ายทอดอธิบายความคิด หรือสื่อสารความหมายได้

5.2.2 จัดกิจกรรมที่ส่งเสริมให้นักศึกษาใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประมวลผล และนำเสนองาน

5.2.3 จัดกิจกรรมให้นักศึกษาได้นำข้อมูลจากประชามติหรือโพลมาวิเคราะห์เพื่อนำไปใช้ประโยชน์

5.2.4 จัดกิจกรรมให้นักศึกษาได้ใช้เทคโนโลยี เครื่องมือ อุปกรณ์การสื่อสารต่าง ๆ และโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อเพิ่มทักษะ

5.3 วิธีการประเมินผล

5.3.1 ประเมินจากการสังเกตทักษะการใช้ภาษาอธิบายขยายความ การอภิปรายและการนำเสนอผลงานของนักศึกษา

5.3.2 ประเมินจากการสังเกตทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศในการหาข้อมูล ออกแบบผลงาน และนำเสนองาน

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
1	<ul style="list-style-type: none"> - ปฐมนิเทศ แนะนำลักษณะวิชา การจัดการเรียนการสอน ตลอดจนการวัดและประเมินผล - บทนำ - Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้เกี่ยวกับ ความหมายของการสร้างตรา ประเภทของตรา ตระหนักถึง ความสำคัญของการสร้างตรา สามารถแยกประเภทของตราได้ สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการหาข้อมูล และนำเสนองาน ได้ มีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบในการศึกษา ทั้งในห้องเรียนการศึกษาด้วย ตนเอง 	3	<ul style="list-style-type: none"> -แนะนำตัว และแจ้งรายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3) - ผู้สอนตั้งประเด็นคำถามเกี่ยวกับตราสินค้าที่ ผู้เรียนรู้จักในชีวิตประจำวัน - ผู้สอนบรรยายประกอบ Power point - จัดการเรียนรู้แบบแบ่งกลุ่มระดมพลังสมองให้ ผู้เรียนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญ ของการสร้างตรา - ผู้สอนยกตัวอย่างประเภทของตราแบบต่าง ๆ และมอบหมายให้ผู้เรียนแต่ละกลุ่มแยกตัวอย่าง ตราตามประเภทของตรา - มอบหมายให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน - มอบหมายให้ผู้เรียนแบ่งกลุ่มร่วมกันค้นคว้า สินค้าที่จะนำมาสร้างตราในครั้งหน้า 	<ul style="list-style-type: none"> - Power Point - ตัวอย่างตราตาม ประเภทต่าง ๆ - ตัวอย่างรายงานการ สร้างแบรนด์ 	1.1, 1.2, 1.8	1
2	<ul style="list-style-type: none"> โครงสร้างและองค์ประกอบตรา - ประเภทของโครงสร้างของตรา - องค์ประกอบของตรา - Learning Outcome 	3	<ul style="list-style-type: none"> -ผู้สอนทบทวนเนื้อหา - บรรยายประกอบ Power point 	<ul style="list-style-type: none"> - Power Point - ตัวอย่างตรา และสินค้า - ระบบสารสนเทศ ออนไลน์ 	1.1, 1.8	1

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	ผู้เรียนมีความรู้เกี่ยวกับ โครงสร้างของตราสินค้า และ องค์ประกอบของตรา สามารถ แยกองค์ประกอบของตราได้ ได้ ฝึกคิด วิเคราะห์ และเขียน แผนภูมิความสัมพันธ์ของ องค์ประกอบตรา สามารถใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศในการหา ข้อมูล และนำเสนองานได้ มี ระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา และ ความรับผิดชอบในการศึกษาทั้ง ในห้องเรียนการศึกษาด้วยตนเอง		<ul style="list-style-type: none"> - ให้ผู้เรียนแบ่งกลุ่มค้นคว้าประเภทของ โครงสร้างตราจากระบบสารสนเทศออนไลน์ และสรุปประเด็นจากสิ่งที่ได้ค้นคว้า - ให้ผู้เรียนวิเคราะห์และแยกองค์ประกอบย่อย ของตรา - ให้ผู้เรียนแต่ละกลุ่มนำเสนอสินค้า เขียน แผนภูมิความสัมพันธ์ขององค์ประกอบตราจาก สินค้า - ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน 			
3	พฤติกรรมผู้บริโภคกับการสร้างตรา -ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค -แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค -กระบวนการตัดสินใจซื้อ -แบบจำลองการจูงใจ -การจำแนกกลุ่มผู้บริโภค - Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจ เกี่ยวกับความหมายของ พฤติกรรมผู้บริโภค แบบจำลอง	3	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนทบทวนเนื้อหา - ตั้งประเด็นคำถามให้ผู้เรียนร่วมกันอภิปราย เกี่ยวกับความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภครับ การสร้างตรา - ให้ผู้เรียนแต่ละกลุ่มลงพื้นที่สำรวจพฤติกรรม ผู้บริโภค - ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน 	- ลงพื้นที่สำรวจพฤติกรรม ผู้บริโภคนอกสถานที่	1.1, 1.2, 1.3, 1.8	1

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	พฤติกรรมผู้บริโภค กระบวนการตัดสินใจซื้อ และแบบจำลองการจูงใจ ตระหนักถึงความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภคกับการสร้างตรา ได้ฝึกสำรวจและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค					
4	กระบวนการสร้างตรา - Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจ กระบวนการสร้างตรา สามารถวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค วิเคราะห์คู่แข่ง และสามารถกำหนดตำแหน่งตราได้	3	- ผู้สอนทบทวนเนื้อหา - บรรยายประกอบ Power point - ผู้เรียนแต่ละกลุ่มนำเสนอสินค้า และร่วมกันเขียนรายงานวิเคราะห์ตราสินค้า จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค วิเคราะห์คู่แข่ง กำหนดกลุ่มเป้าหมาย และตำแหน่งตรา - ผู้สอนสรุปเนื้อหาและตอบข้อซักถาม - ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน	- Power Point - ตัวอย่างสินค้าท้องถิ่น - ตัวอย่างตราสินค้า	1.1, 1.3, 1.4, 1.5, 1.8	1
5	คุณค่าตรา - ความหมายของคุณค่าตรา - แนวคิดเกี่ยวกับคุณค่าตรา - Learning Outcome ผู้เรียนรู้ความหมายของคุณค่าตรา การตระหนักถึงตราและความภักดีต่อตรา เข้าใจแนวคิดคุณค่าตรา สามารถ	3	- ผู้สอนทบทวนเนื้อหา - บรรยายประกอบ Power point - ให้ผู้เรียนแต่ละกลุ่มประยุกต์ใช้แนวคิดคุณค่าตราในการสร้างตราสินค้า - ผู้สอนสรุปเนื้อหาและตอบข้อซักถาม - ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน	- Power Point - ตัวอย่างกรณีศึกษาตามแนวคิดคุณค่าตรา	1.1, 1.4, 1.8	1

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	ประยุกต์ใช้แนวคิดคุณค่าตราได้ มีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา และ ความรับผิดชอบในการศึกษาทั้ง ในห้องเรียนการศึกษาด้วยตนเอง					
6	แนวคิดตราและอัตลักษณ์ตรา -แนวคิดตรา -ความหมายของอัตลักษณ์ตรา -แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ตรา - Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ ตรา สามารถแยกองค์ประกอบ ของรูปแบบตราได้ สามารถ ประยุกต์ใช้ความรู้ในการกำหนด แนวคิดตราและอัตลักษณ์ตรา	3	- ผู้สอนทบทวนเนื้อหา - บรรยายประกอบ Power point - นักศึกษาแต่ละกลุ่มกำหนดแนวคิดตรา - ร่วมกันกำหนดอัตลักษณ์ตราของสินค้าที่แต่ละ กลุ่มได้เลือกไว้ พร้อมส่งตัวแทนออกมานำเสนอ - ผู้สอนสรุปเนื้อหาและตอบข้อซักถาม - ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน	- Power Point - ตัวอย่างอัตลักษณ์ตรา	1.1, 1.4, 1.8	1
7	การออกแบบรูปแบบตรา -องค์ประกอบของรูปแบบตรา -การออกแบบรูปแบบตรา -หลักการตั้งชื่อตรา -การออกแบบตราสัญลักษณ์ - Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้เกี่ยวกับ องค์ประกอบของรูปแบบตรา	3	- ผู้สอนทบทวนเนื้อหา - บรรยายประกอบ Power point - ให้ผู้เรียนเล่นเกมแยกองค์ประกอบของรูปแบบ ตรา - ให้ผู้เรียนได้คิดสร้างสรรค์ตั้งชื่อตรา แต่งแท็ก โฉนให้กับสินค้า - ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน	- Power Point - ตัวอย่างองค์ประกอบ ของรูปแบบตรา ชื่อตรา และตราสัญลักษณ์ - เกมแยกองค์ประกอบของ รูปแบบตรา - กระดาษ ดินสอ ยางลบ สี	1.1, 1.6, 1.8	1

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	และการออกแบบตราสัญลักษณ์ สามารถแยกองค์ประกอบของ รูปแบบตรา สามารถออกแบบชื่อ และตราสัญลักษณ์ให้กับสินค้าได้ สามารถคิดสร้างสรรค์แท็กไลน์ได้					
8	<p>การออกแบบตราสัญลักษณ์</p> <ul style="list-style-type: none"> -หลักการออกแบบตราสัญลักษณ์ -องค์ประกอบของตราสัญลักษณ์ -ขั้นตอนการออกแบบตราสัญลักษณ์ <p>- Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนรู้หลักการออกแบบตรา สัญลักษณ์ องค์ประกอบของตรา สัญลักษณ์ เข้าใจขั้นตอนการ ออกแบบตราสัญลักษณ์ สามารถ ประยุกต์ความรู้ที่ได้นำมา ออกแบบตราสัญลักษณ์ มี ระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา และ ความรับผิดชอบในการศึกษาทั้ง ในห้องเรียนการศึกษาด้วยตนเอง</p>	3	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนทบทวนเนื้อหา - ให้ผู้เรียนค้นคว้าตัวอย่างการออกแบบตรา สัญลักษณ์จากระบบสารสนเทศออนไลน์ จากนั้นให้คิด วิเคราะห์ และประยุกต์ใช้ความรู้ ในการออกแบบตราสัญลักษณ์ พร้อมนำเสนอ - ผู้สอนสรุปเนื้อหาและตอบข้อซักถาม - ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน 	<ul style="list-style-type: none"> - ตัวอย่างกรณีศึกษาการ ออกแบบตราสัญลักษณ์ 	1.1, 1.6, 1.8	1
9	<p>กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตรา</p> <ul style="list-style-type: none"> -ความหมายของบรรจุภัณฑ์ -บทบาทของบรรจุภัณฑ์ -ประเภทของบรรจุภัณฑ์ 	3	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนทบทวนเนื้อหา - บรรยายประกอบ Power point 	<ul style="list-style-type: none"> - Power Point - ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ - ระบบสารสนเทศ ออนไลน์ 	1.1, 1.6, 1.8	1

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	-กลยุทธ์บรรจุกิจกรรมเพื่อการสร้างตรา - Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์ บรรจุกิจกรรมเพื่อการสร้างตรา ตระหนักถึงความสำคัญของบรรจุกิจกรรมต่อการสร้างตรา สามารถประยุกต์ความรู้มาใช้ออกแบบ บรรจุกิจกรรมได้		- ให้ผู้เรียนแบ่งกลุ่มอภิปรายความสำคัญของ บรรจุกิจกรรมต่อการสร้างตราและปัญหาการ เลียนแบบบรรจุกิจกรรม - ผู้สอนสรุปเนื้อหาและตอบข้อซักถาม -ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน			
10	การออกแบบบรรจุกิจกรรม -หลักการออกแบบบรรจุกิจกรรม -กระบวนการออกแบบบรรจุกิจกรรม - Learning Outcome ผู้เรียนรู้หลักการออกแบบบรรจุกิจกรรม ความหมายการออกแบบ โครงสร้างและการออกแบบ กราฟิกบรรจุกิจกรรม เข้าใจ กระบวนการออกแบบบรรจุกิจกรรม สามารถประยุกต์ความรู้มาใช้ ออกแบบบรรจุกิจกรรม มีระเบียบ วินัย ตรงต่อเวลา และความ รับผิดชอบในการศึกษาทั้งใน ห้องเรียนการศึกษาด้วยตนเอง	3	- ผู้สอนทบทวนเนื้อหา - ผู้เรียนแบ่งกลุ่มกันคิดสร้างสรรค์ร่วมกัน ประยุกต์ความรู้มาใช้ออกแบบบรรจุกิจกรรม - ผู้สอนสรุปเนื้อหาและตอบข้อซักถาม -ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน	- Power Point - ตัวอย่างบรรจุกิจกรรม	1.1, 1.6, 1.8	1

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
11	<p>การสื่อสารตรา</p> <ul style="list-style-type: none"> - การสื่อสารตราแบบบูรณาการ - กระบวนการสื่อสารตรา - การวางแผนการสื่อสารตรา - วิธีการสื่อสารตรา <p>- Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจ เกี่ยวกับการสื่อสารตรา สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ในการแผนการสื่อสารตราได้ มีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบในการศึกษาทั้งในห้องเรียน การศึกษาด้วยตนเอง</p>	3	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนทบทวนเนื้อหา - บรรยายประกอบ Power point - ให้ผู้เรียนแต่ละกลุ่มประยุกต์ใช้ความรู้ในการวางแผนการสื่อสารตราพร้อมนำเสนอ - ผู้สอนสรุปเนื้อหาและตอบข้อซักถาม - ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน 	<ul style="list-style-type: none"> - Power Point - ตัวอย่างแผนการสื่อสารตราสินค้า 	1.1, 1.5, 1.8	1
12	<p>จุดสัมผัสตรา</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของจุดสัมผัสตรา - ประเภทของจุดสัมผัสตรา <p>- Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนมีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับจุดสัมผัสตรา สามารถกำหนดจุดสัมผัสตราในการสื่อสารตราได้ สามารถค้นคว้าจุดสัมผัสตราเพิ่มเติมได้ สามารถ</p>	3	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนทบทวนเนื้อหา - ให้ผู้เรียนค้นคว้าจุดสัมผัสตราจากระบบสารสนเทศออนไลน์ และสรุปสิ่งที่ได้ค้นคว้า - ให้ผู้เรียนได้คิดระดมสมองร่วมกันกำหนดจุดสัมผัสตรา - ผู้สอนสรุปเนื้อหาและตอบข้อซักถาม - ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน 	<ul style="list-style-type: none"> - ทัศนศึกษา - ห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาเก็ต - เพื่อศึกษาจุดสัมผัสตราต่าง ๆ 	1.1, 1.4, 1.5, 1.8	1

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	อภิปรายจุดสัมผัสตราที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค					
13	การสร้างตราองค์กร -ความหมายของการสร้างตราองค์กร -การสร้างตราองค์กรจากภายใน -กระบวนการสร้างตราองค์กรจากภายใน -การออกแบบอัตลักษณ์ตราองค์กร -โครงสร้างอัตลักษณ์ตราองค์กร - Learning Outcome ผู้เรียนรู้ความหมายของการสร้างตราองค์กร เข้าใจกระบวนการสร้างตราองค์กรจากภายใน สามารถออกแบบส่วนขยายอัตลักษณ์ตราองค์กรได้ มีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบในการศึกษาทั้งในห้องเรียนการศึกษาด้วยตนเอง	3	- ผู้สอนทบทวนเนื้อหา - บรรยายประกอบ Power point ให้ผู้เรียนแต่ละกลุ่มค้นคว้าและวิเคราะห์ ตัวอย่างตราองค์กร วิเคราะห์กระบวนการสร้างตราองค์กรจากภายในของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ค้นคว้าและวิเคราะห์ตัวอย่างการออกแบบส่วนขยายอัตลักษณ์ตราองค์กรจากระบบสารสนเทศออนไลน์ -- ผู้สอนสรุปเนื้อหาและตอบข้อซักถาม -ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน	- ตัวอย่างตราองค์กร - ตัวอย่างกรณีศึกษาการสร้างตราองค์กร -ระบบสารสนเทศออนไลน์ - ทัศนศึกษาภายในมหาวิทยาลัยสวนดุสิต	1.1, 1.7, 1.8	1
14	การสร้างตราบุคคล และตราพื้นที่ -การสร้างตราบุคคล -แนวทางการสร้างตราบุคคล -การสร้างตราบุคคลบนสื่อออนไลน์ -การสร้างตราพื้นที่	3	- ผู้สอนทบทวนเนื้อหา - บรรยายประกอบ Power point ให้ผู้เรียนแต่ละกลุ่มอภิปรายกรณีศึกษาการสร้างตราบุคคล	- ตัวอย่างตราบุคคล - กรณีศึกษาการสร้างตราบุคคล - กรณีศึกษาการสร้างตราสถานที่/แหล่งท่องเที่ยว	1.1, 1.6, 1.7, 1.8	1

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	-กระบวนการสร้างตราพื้นที่ - Learning Outcome ผู้เรียนรู้ความหมายของการสร้าง ตราบุคคล เข้าใจแนวทางการ สร้างตราบุคคล สามารถ ประยุกต์ใช้ความรู้ในการสร้าง ตราบุคคลบนสื่อออนไลน์ให้แก่ ตนเอง สามารถอภิปราย กรณีสึกษาการสร้างตราบุคคล และตราสถานที่ได้ มีระเบียบ วินัย ตรงต่อเวลา และความ รับผิดชอบในการศึกษาทั้งใน ห้องเรียนการศึกษาด้วยตนเอง		- ค้นคว้าและอภิปรายกรณีศึกษาการสร้างตรา สถานที่แหล่งท่องเที่ยวจากระบบสารสนเทศ ออนไลน์ พร้อมนำเสนอ - ให้ผู้เรียนประยุกต์ใช้ความรู้ในการสร้างตรา บุคคลบนสื่อออนไลน์ให้แก่ตนเอง - ให้นักศึกษาสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างตรา พื้นที่ทางภูมิศาสตร์และนำมาวิเคราะห์ - อาจารย์ให้คำแนะนำเพิ่มเติม - ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน	- ระบบสารสนเทศ ออนไลน์		
15	การขยายและปรับตรา -การขยายตรา -การปรับตรา การนำเสนอผลงาน - Learning Outcome ผู้เรียนรู้ความหมายของการขยาย ตราและการปรับตรา เข้าใจกล ยุทธ์การขยายตรา และประโยชน์ ของการปรับตรา สามารถ	3	- ผู้สอนทบทวนเนื้อหา - บรรยายประกอบ Power point - ผู้เรียนได้ค้นคว้าและศึกษาตัวอย่างการปรับ ตราจากระบบสารสนเทศออนไลน์ จากนั้น ประยุกต์ใช้ความรู้ในการคิด วิเคราะห์ และปรับ ตราสินค้าท้องถิ่น - ผู้เรียนแต่ละกลุ่มนำเสนอผลงานการสร้างตรา สินค้าพร้อมส่งรายงานและตัวอย่างสินค้า/บรรจุ ภัณฑ์ - อาจารย์ให้คำแนะนำเพิ่มเติม	- กรณีศึกษาการขยาย/ ปรับตรา - ตัวอย่างสินค้า/บรรจุ ภัณฑ์ - รายงานการสร้างตรา สินค้า	1.1, 1.7, 1.8	1

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	ประยุกต์ใช้ความรู้ในการปรับ ตราสินค้า มีระเบียบวินัย ตรงต่อ เวลา และความรับผิดชอบใน การศึกษาทั้งในห้องเรียน การศึกษาด้วยตนเอง					

หมายเหตุ : ระบุทุกสัปดาห์ จำนวน 15 สัปดาห์

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรม ที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
	1.1 เพื่อให้ นักศึกษามี ความรู้เกี่ยวกับโครงสร้าง ของตราสินค้า หลักการและ แนวคิดในการสร้างตรา สินค้า คุณค่าตรา กลยุทธ์ การสร้างตราสินค้า วิธีการ สร้างตราสินค้า และการสื่อ สารตราสินค้า	- ประเมินจากการสังเกตการแยก ประเภทของตรา - ประเมินจากผลการแยก องค์ประกอบย่อยของตรา - ประเมินจากผลการตอบข้อ ซักถามในชั้นเรียนและคำถาม ทบทวน	1-15	5
	1.2 เพื่อให้ นักศึกษา ตระหนักถึงความสำคัญของ การสร้างตรา ความสำคัญ ของพฤติกรรมผู้บริโภคกับ การสร้างตรา และกลยุทธ์ บรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้าง ตรา	- ประเมินจากการสังเกตการ อภิปรายเกี่ยวกับความสำคัญของ การสร้างตรา - ประเมินจากการสังเกตการ อภิปรายเกี่ยวกับความสำคัญของ พฤติกรรมผู้บริโภคกับการสร้าง ตรา - ประเมินจากการสังเกตการฝึก สำรวจและวิเคราะห์พฤติกรรม ผู้บริโภค - ประเมินจากผลการตอบข้อ ซักถามในชั้นเรียนและคำถาม ทบทวน	2, 3	5
	1.3 เพื่อให้ นักศึกษา สามารถวิเคราะห์พฤติกรรม ผู้บริโภค วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค วิเคราะห์คู่แข่ง วิเคราะห์การสร้างตราพื้นที่ ทางภูมิศาสตร์	- ประเมินจากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค วิเคราะห์คู่แข่ง - ประเมินจากรายงานการสร้าง ตรา - ประเมินจากผลการตอบข้อ ซักถามในชั้นเรียนและคำถาม ทบทวน	3, 4	10 (รายงานการ สร้างตราสินค้า)
	1.4 เพื่อให้ นักศึกษา สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ตำแหน่งตรา คุณค่า	- ประเมินจากการประยุกต์ใช้ แนวคิดคุณค่าตรา - ประเมินจากรายงานการสร้าง ตรา	4, 5, 6	10 (รายงานการ สร้างตราสินค้า)

กิจกรรม ที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
	ตรา และอัตลักษณ์ตรา บุคลิกภาพตรา	- ประเมินจากผลการตอบข้อ ซักถามในชั้นเรียนและคำถาม ทบทวน		
	1.5 เพื่อให้นักศึกษา สามารถสร้างตราสินค้า วาง แผนการสื่อสารตรา และ กำหนดจุดสัมผัสตราได้	- ประเมินจากการวางแผนการ สื่อสารตรา - ประเมินจากการกำหนดจุดสัมผัส ตราในการสื่อสารตรา - ประเมินจากรายงานการสร้าง ตรา - ประเมินจากผลการตอบข้อ ซักถามในชั้นเรียนและคำถาม ทบทวน	4, 11, 12, 14	10 (รายงานการ สร้างตราสินค้า)
	1.6 เพื่อให้นักศึกษา สามารถออกแบบชื่อ ตรา สัญลักษณ์ ออกแบบบรรจุ ภัณฑ์ และออกแบบประวัติ ส่วนตัวของตนเองได้	- ประเมินจากคุณภาพผลงาน ออกแบบชื่อ ตราสัญลักษณ์ของ สินค้า การแต่งแท็กไลน์ การ ออกแบบตราสัญลักษณ์และ ออกแบบประวัติส่วนตัว - ประเมินจากรายงานการสร้าง ตรา - ประเมินจากผลการตอบข้อ ซักถามในชั้นเรียนและคำถาม ทบทวน	8, 10, 14	10 (รายงานการ สร้างตราสินค้า)
	1.7 เพื่อให้นักศึกษา สามารถอภิปรายกรณีศึกษา การสร้างตราองค์กร การ สร้างตราบุคคล และการ ขยายตราหรือปรับตรา	- ประเมินจากการวิเคราะห์และ อภิปรายกรณีศึกษาการสร้างตรา องค์กร - ประเมินจากการอภิปราย กรณีศึกษาการสร้างตราบุคคลและ ตราสถานที่ - ประเมินจากการออกแบบส่วน ขยายอัตลักษณ์ตราองค์กร - ประเมินจากการวิเคราะห์การ ปรับตราสินค้า - ประเมินจากผลการตอบข้อ ซักถามในชั้นเรียนและคำถาม ทบทวน	13, 14, 15	10

กิจกรรม ที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
	1.8 เพื่อให้ศึกษามีวินัย ตรงต่อเวลาในการเข้าชั้น เรียน/การส่งงาน ความ รับผิดชอบต่อตนเอง และ สังคม ตระหนักในบทบาท สิทธิ หน้าที่ของตนเองและ ผู้อื่น เคารพในกฎระเบียบ กติกากฎเกณฑ์ขององค์กร และสังคม	ประเมินจากการตรวจสอบการมี วินัยต่อการเรียน การตรงต่อเวลา ในการเข้าชั้นเรียน	1-15	10
		- การสอบปลายภาคเรียน	16	30

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

ศศิพร ต่ายคำ. (2561). *เอกสารประกอบการเรียน การสร้างตราสินค้า*. (ปรับปรุงครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : สวนดุสิต กราฟฟิคไซท์.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

ปิยะชาติ อิศรภักดี. (2559). *Branding 4.0*. กรุงเทพฯ : อมรินทร์ฮาวทู อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

กฤษณสิทธิ์ รื่นรมย์. (2556). *Corporate Brand Success Valuation*. กรุงเทพฯ : ไชเบอร์พริ้นท์.

จรรยาจารี ธรรมมา. (2552). *ทิปส์ลับสร้างแบรนด์เอสเอ็มอี*. กรุงเทพฯ : ดับเบิ้ลคลิก.

จิรพรรณ อัญญาโพธิ์ และคณะ (บก). (2550). *Brand Signature คัมภีร์สร้างแบรนด์สู่ตลาดโลก*. กรุงเทพฯ : เลิฟ แอนด์ เลิฟ

นฤมล กิมภากรณ์. (2555). *การสร้างตราผลิตภัณฑ์: Principle of Branding*. เชียงใหม่: ทริค ดิงค์.

พจน์ ใจชาญสุขกิจ. (2558). *Good Brand & Grand Image ปั้นแบรนด์ฮิตให้ติดตลาด*. กรุงเทพฯ: มติชน.

ศิริกุล เลากัยกุล. (2550). *สร้างแบรนด์อย่างพอเพียง*. กรุงเทพฯ : นำอักษรการพิมพ์.

เสริมยศ ธรรมรักษ์. (2553). *การสื่อสารแบรนด์*. ปทุมธานี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

Keller, K. Lane. (2008). *Strategic Brand Management*, 3rd ed., Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall.

Kotler, P. & Pfoertsch, W. (2006). *B2B Brand Management*. New York: Springer Berlin Heidelberg.

Mootee, Idris. (2013). *60 minutes brand strategist: the essential brand book for marketing professionals*. New Jersey: John Wiley & Sons.

Morgan, John. (2012). *Brand against the machine: How to Build Your Brand, Cut through the Marketing Noise, and Stand Out from the Competition*. New Jersey: John Wiley & Sons.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

พีรวงศ์ จาตุรงค์กุล. (2017). *บันทึกสัมมนาหัวข้อ “เทคนิคและกลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์และตราผลิตภัณฑ์”*. [วิดีโอทัศน์ออนไลน์]. สืบค้นจาก <https://www.youtube.com/watch?v=ETqTy41zZAY>

รวีศ หาญอุตสาหะ. (2016). *พลิกแบรนด์ด้วยความคิดสร้างสรรค์*. [วิดีโอทัศน์ออนไลน์]. สืบค้นจาก <https://www.youtube.com/watch?v=LBgJI4pJI-o>

ทรงพล ชัญญาตรกิจ. (2559). *สร้างแบรนด์อย่างไรให้มัดใจลูกค้า*. [วิดีโอทัศน์ออนไลน์]. สืบค้นจาก <https://www.youtube.com/watch?v=DMYSnSWsZUo>

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

ประเมินโดยแบบสอบถามความคิดเห็นออนไลน์ของสถาบันวิจัยและพัฒนา

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

2.1 ประเมินโดยแบบสอบถามความคิดเห็นของนักศึกษา

2.2 การวัดผล

2.2.1 คะแนนระหว่างภาค 70 %

- ความเป็นนักนิเทศศาสตร์ 10 คะแนน
(บุคลิกภาพ การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน ความใฝ่รู้ การตรงต่อเวลา)
- งานและกิจกรรมระหว่างภาคเรียน 20 คะแนน
- รายงานการสร้างตราสินค้าและแผนการสื่อสารตรา 40 คะแนน

2.2.2 คะแนนสอบปลายภาค 30 %

2.3 การประเมินผล แบบอิงเกณฑ์ของมหาวิทยาลัย

ระดับคะแนน	ค่าร้อยละ
A	90-100
B ⁺	85-89
B	75-84
C ⁺	70-74
C	60-69
D ⁺	55-59
D	50-54
F	0-49

3. การปรับปรุงการสอน

อาจารย์ผู้สอนประเมินความสนใจในชั้นเรียนของนักศึกษา และปรับวิธีการสอนให้สอดคล้องกับลักษณะของผู้เรียนในแต่ละสัปดาห์

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

ประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาในรายวิชา และนักศึกษาผ่านเกณฑ์การประเมินตามรายวิชา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- 5.1 วางแผนปรับปรุงรายวิชาทุก 3 ปี
- 5.2 ทบทวนประสิทธิผลของรายวิชาจากการประเมินการสอนของนักศึกษาที่ประเมินผ่านประเมิน โดยแบบสอบถามความคิดเห็นของนักศึกษา สรุปและวางแผนการปรับปรุงเพื่อใช้ในการศึกษาถัดไป
- 5.3 ปรับปรุงมคอ.3 และเอกสารประกอบการเรียน