



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ประจำภาคเรียนที่ 1/2562

รหัสวิชา 3643603 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การจัดการตราผลิตภัณฑ์

(ภาษาอังกฤษ) Branding Management

อาจารย์ผู้สอน

อ. สมธีรภัทร์ พรมศิริ

คำนำ

รายละเอียดรายวิชา การจัดการตราผลิตภัณฑ์ รหัสวิชา 3643603 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	16
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	17

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

คณะ

คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 3643603 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การจัดการตราผลิตภัณฑ์

(ภาษาอังกฤษ) Branding Management

2. จำนวนหน่วยกิต

3 (3-0-6) หน่วยกิต

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ประเภทรายวิชาหมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเลือก

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อ.สมธีราภ์ พรหมศิริ

อาจารย์ผู้สอน อ.สมธีราภ์ พรหมศิริ ตอนเรียน A1

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 1 / 2562 ชั้นปีที่ 3

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

9.1 วันที่จัดทำ 15 กรกฎาคม 2562

9.2 วันที่ปรับปรุงรายละเอียดล่าสุด

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจความหมายและความสำคัญของตราผลิตภัณฑ์และการสร้างตราผลิตภัณฑ์
2. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างตราผลิตภัณฑ์
3. 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

ความหมาย ความสำคัญของตราผลิตภัณฑ์และการสร้างตราผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างตราผลิตภัณฑ์ การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ บุคลิกภาพของตราผลิตภัณฑ์ การกำหนดอัตลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ การตั้งชื่อตราผลิตภัณฑ์ การออกแบบตราผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์การรับรู้ ภาพลักษณ์ ความซื่อสัตย์ และคุณค่าของตราผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์และยุทธวิธีในการนำเสนอ การจัดการ และการปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์

Definitions 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 tactic in brand presentation, management, and improvement.

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชั่วโมง ต่อ ภาค การศึกษา	สอนเสริมเพื่อทดแทน คาบเรียนที่ไม่สามารถ ทำการสอนได้ หรือ ตามที่ผู้เรียนร้องขอ เพื่อ ทบทวนความรู้ความ เข้าใจให้มีความชัดเจน ยิ่งขึ้น	ไม่มีการฝึกปฏิบัติงาน	90 ชั่วโมง ต่อ ภาค การศึกษา

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 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 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 ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล

1.4.4 ประเมินจากงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน ที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ไม่ทุจริต 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 มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาวิชาการศึกษาสร้างตราผลิตภัณฑ์

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 ถ้าที่จะแสดงภาวะผู้นำ ผู้ตามได้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์

4.3 วิธีการประเมินผล

4.3.1 ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การเข้าเรียน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม และการส่งงาน

4.3.2 ประเมินจากการนำเสนอผลงานต่างๆ /รายงาน (กลุ่ม) และการเป็นผู้นำ ผู้ตามในการ อภิปรายซักถาม และความคิดสร้างสรรค์

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

5.1.1 สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการ วิเคราะห์ และตัดสินใจทางการตลาด

5.1.2 สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้

● 5.1.3 สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจ การเขียนรายงาน และการนำเสนองาน อย่างถูกต้อง

5.1.4 สามารถนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

5.2 วิธีการสอน

5.2.1 มอบหมายงานให้นักศึกษา ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจาก Website สื่อการสอน e-learning และการทำรายงาน โดยมีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลที่นำเชื่อถือ

5.2.2 กำหนดให้นักศึกษานำเสนอผลงาน /รายงานที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า โดยใช้รูปแบบและ เทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และคอมพิวเตอร์ด้วยตนเอง

5.3 วิธีการประเมินผล

5.3.1 ประเมินจากงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงานที่ได้รับมอบหมาย

5.3.2 ประเมินจากผลการสืบค้น เทคนิคการนำเสนอโดยการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้ อย่างเหมาะสมและมีความคิดสร้างสรรค์

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
1	<p>หัวข้อการสอน</p> <p>1.ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์</p> <p>1.1 ความหมายของตราผลิตภัณฑ์</p> <p>1.2 ความสำคัญของตราผลิตภัณฑ์</p> <p>1.3การสร้างตราผลิตภัณฑ์</p> <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายได้ถึง ความหมายความสำคัญและการสร้างตราผลิตภัณฑ์และสามารถวิเคราะห์ตราสินค้าที่มีชื่อเสียง และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p>	3	<p>1. แนะนำวิธีการเรียนการสอนและอธิบายเนื้อหารายวิชา จุดประสงค์ และ เป้าหมายของรายวิชา เกณฑ์การวัดผลและประเมินผล แนะนำหนังสือเรียน และwebsite เพิ่มเติม</p> <p>2. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>3. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>4. ให้นักศึกษาทำคำถาม ทบทวนท้ายบทเรียน</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอน วิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. แนวการสอน</p> <p>4. Website หลักสูตร และWebsite ของผู้สอน</p> <p>5.ใบงาน</p>	1.1,	อ.สมธีร์ราภ์ พรหมศิริ

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
2	หัวข้อการสอน 1.กระบวนการสร้างตรา ผลิตภัณฑ์ 1.1หลักการของการสร้างตรา ผลิตภัณฑ์ 1.2กรณีศึกษากระบวนการ สร้างตรา Learning Outcome นักศึกษาสามารถอธิบายได้ถึง กระบวนการสร้างตรา ผลิตภัณฑ์และสามารถ วิเคราะห์กรณีศึกษา กระบวนการสร้างตราได้	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถาม ทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษา อภิปรายและ ชักถามใน ประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอน วิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1.1,1.3,1.4,2.3,3.3	อ.สมธีราภ์ พรมศิริ
3	หัวข้อการสอน 1.การวิเคราะห์พฤติกรรม ผู้บริโภค 1.1ความหมายของพฤติกรรม ผู้บริโภค 1.2การวิเคราะห์พฤติกรรม ผู้บริโภค 1.3เทคนิคการวิเคราะห์ พฤติกรรม	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถาม ทบทวนท้ายบทเรียน	1. เอกสารประกอบการสอน วิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	อ.สมธีราภ์ พรมศิริ

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<p>ผู้บริโภค</p> <p>1.4ปัจจัยที่มีอิทธิพลและส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมผู้บริโภค</p> <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายได้ถึง การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลและส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมผู้บริโภคและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลและส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมผู้บริโภคได้</p>		<p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและ ชักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>			
4	<p>หัวข้อการสอน</p> <p>1. ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างตราผลิตภัณฑ์</p> <p>1.1การสร้างคุณค่าให้กับตรา ยี่ห้อ</p> <p>1.2 แนวคิดเบื้องต้นของ Brand Equity</p> <p>1.3การสร้างสิ่งที่เกี่ยวข้อง</p>	3	<p>1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถาม ทบทวนท้ายบทเรียน</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอน วิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. ใบงาน</p>	1.1,1.4,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	อ.สมธีร์ ปรหมศิริ

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<p>เชื่อมโยงกับตราयीห่อ</p> <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายได้ถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างตราผลิตภัณฑ์ และสามารถวิเคราะห์การสร้างสิ่งที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับตราयीห่อและสามารถวิเคราะห์ Brand Equity ของสินค้าแต่ละกลุ่มได้</p>		4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและ ชักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย			
5	<p>หัวข้อการสอน</p> <p>1.ผลิตภัณฑ์</p> <p>1.1 ความหมายของการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด</p> <p>1.2 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์โดยการสร้างความแตกต่าง</p> <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายถึงผลิตภัณฑ์ในด้านความหมายและการสร้างความแตกต่าง</p>	3	<p>1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและ ชักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. ใบงาน</p>	1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	อ.สมธีราภรณ์ พรหมศิริ

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ถึง ตำแหน่งของตราสินค้าว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร					
6	<p>หัวข้อการสอน</p> <p>1.การกำหนดบุคลิกภาพ และ อุตลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์</p> <p>1.1 ความหมายของ บุคลิกภาพของ ตราผลิตภัณฑ์</p> <p>1.2การกำหนดบุคลิกภาพ ของตรา ผลิตภัณฑ์</p> <p>1.3การกำหนดอตุลักษณ์ของ ตรา ผลิตภัณฑ์</p> <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายการ กำหนดบุคลิกภาพ และ เอกลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์ และสามารถวิเคราะห์ บุคลิกภาพของตราได้ นักศึกษาสามารถวิเคราะห์</p>	3	<p>1. เอกสารประกอบการสอน วิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. กรณีศึกษาเกี่ยวกับ บุคลิกภาพของตราผลิตภัณฑ์</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษา อภิปรายและ ชักถามใน ประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอน วิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. ใบงาน</p>	1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	อ.สมธิรัตน์ พรหมศิริ

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	เปรียบเทียบถึงเอกลักษณ์ และบุคลิกภาพของตราสินค้า ที่เป็นคู่แข่งกันได้					
7	<p>หัวข้อการสอน</p> <p>1. การตั้งชื่อ และการ ออกแบบตราผลิตภัณฑ์</p> <p>1.1ความสำคัญของการตั้งชื่อ ตราผลิตภัณฑ์</p> <p>1.2ข้อพิจารณาในการตั้งชื่อ ผลิตภัณฑ์</p> <p>1.3ความสำคัญของการ ออกแบบตราผลิตภัณฑ์</p> <p>1.4ขั้นตอนการออกแบบตรา ผลิตภัณฑ์</p> <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่อง การตั้งชื่อ,การออกแบบตรา ผลิตภัณฑ์ และสามารถ วิเคราะห์นำเสนอแนวคิดใน การสร้างบริการใหม่เพื่อสร้าง ความแตกต่างให้กับ ผลิตภัณฑ์ได้และนำเสนอ</p>	3	<p>1. การบรรยายโดยให้นักศึกษา มีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่ สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการ เรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น กัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถาม ทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. นำเสนอแนวคิดในการสร้าง บริการใหม่เพื่อสร้างความ แตกต่าง</p> <p>5. เปิดโอกาสให้นักศึกษา อภิปรายและ ชักถามใน ประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอน วิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. ใบงาน</p>	1.2,1.4,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3	อ.สมธีรภัทร์ พรหมศิริ

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	แนวคิดในการสร้างบริการใหม่เพื่อสร้างความแตกต่าง					
8	<p>หัวข้อการสอน</p> <p>1. การวิเคราะห์การรับรู้ภาพลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์</p> <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่องการรับรู้ ภาพลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์ และสามารถวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของสินค้าเปรียบเทียบกับได้และสามารถระบุลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้</p>	3	<p>1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถาม ทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและ ชักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอน วิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์</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	อ.สมธีราภ์ พรหมศิริ
9	<p>หัวข้อการสอน</p> <p>1. ความเชื่อสัตย์ต่อตราผลิตภัณฑ์ และการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์</p> <p>1.1 ความหมายของความเชื่อสัตย์ต่อตราผลิตภัณฑ์</p> <p>1.2 ความสำคัญของความ</p>	3	<p>1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอน วิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์</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	อ.สมธีราภ์ พรหมศิริ

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<p>ข้อสัตย์ต่อตราผลิตภัณฑ์</p> <p>1.3 การสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์</p> <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่อง ความ ข้อ สั ต ย์ ต อ ต ร า ผลิตภัณฑ์ และวิเคราะห์ถึงการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ แต่ละกลุ่มได้</p>		<p>3. ให้นักศึกษาทำคำถาม ทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษา อภิปราย และ ชักถามใน ประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>			
10	<p>หัวข้อการสอน</p> <p>1. กลยุทธ์/ยุทธวิธี การ นำเสนอ ตราผลิตภัณฑ์</p> <p>1.1 กลยุทธ์/ยุทธวิธี ตรา ผลิตภัณฑ์</p> <p>1.2 การ นำ เสน อ ต ร า ผลิตภัณฑ์</p> <p>1.3กรณีศึกษาการนำเสนอ ตราผลิตภัณฑ์ที่ ประสบ ความสำเร็จ</p> <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่อง กลยุทธ์/ยุทธวิธี การนำเสนอ</p>	3	<p>1. การบรรยายโดยให้นักศึกษา มีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่ สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการ เรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น กัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถาม ทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษา อภิปราย และ ชักถามใน ประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอน วิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. ใบงาน</p>	1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	อ.สมธีรภักดิ์ พรมศิริ

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	ตราผลิตภัณฑ์และสามารถวิเคราะห์ตราผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จ					
11	หัวข้อการสอน 1. การบริหารจัดการตราผลิตภัณฑ์ 1.1 ความสำคัญของการบริหารจัดการตราผลิตภัณฑ์ 1.2 การจัดการตราผลิตภัณฑ์ Learning Outcome นักเรียนสามารถอธิบายเรื่องการบริหารจัดการตราผลิตภัณฑ์ และสามารถวิเคราะห์ถึงความสำคัญของการบริหารจัดการตราผลิตภัณฑ์และการจัดการตราผลิตภัณฑ์	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถาม ทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและ ชักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอน วิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1.2,1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	อ.สมธีราภ์ พรหมศิริ
12	หัวข้อการสอน 1. การปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์ 1.1 ปัจจัยในการพิจารณาปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์ 1.2 ขั้นตอนในการปรับปรุง	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์	1. เอกสารประกอบการสอน วิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1.2,1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	อ.สมธีราภ์ พรหมศิริ

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	1.3กรณีศึกษาในการปรับปรุง 1.3กรณีศึกษาในการปรับปรุง Learning Outcome นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่อง การปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์ และสามารถวิเคราะห์ถึงการ ปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์และ กรณีศึกษาในการปรับปรุง ตราผลิตภัณฑ์		และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น กัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถาม ทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษา อภิปรายและ ชักถามใน ประเด็นที่สนใจและสงสัย			
13	หัวข้อการสอน 1.การออกแบบตราผลิตภัณฑ์ 1.1 การออกแบบชื่อ ผลิตภัณฑ์ 1.2 การออกแบบตรา ผลิตภัณฑ์ 1.3การสร้างบุคลิกให้กับตรา ผลิตภัณฑ์ Learning Outcome นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่อง การออกแบบตราผลิตภัณฑ์ และวิเคราะห์กรณีศึกษา	3	1. นำเสนอแนวคิด และการ ออกแบบตราผลิตภัณฑ์ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ กรณีศึกษา และแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถาม ทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษา อภิปรายและ ชักถามใน ประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอน วิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1.2,1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3 .3	อ.สมธีร์ราภ์ พรหมศิริ

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน ในเรื่องตราและบุคลิกของ ตราผลิตภัณฑ์					
14	หัวข้อการสอน 1.แผนในการนำเสนอตรา ผลิตภัณฑ์ 1.1นำเสนอแผนการเสนอตรา ผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด 1.2การอภิปรายกลยุทธ์/ ยุทธวิธีโดยนักศึกษา Learning Outcome นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่อง แผนในการนำเสนอตรา ผลิตภัณฑ์ และสามารถ วิเคราะห์และนำเสนอ อภิปรายถึงกลยุทธ์/ยุทธวิธี ของสินค้าแต่ละกลุ่มได้	3	1. นำเสนอแนวคิด และการ ออกแบบตราผลิตภัณฑ์ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น กัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถาม ทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษา อภิปรายและ ชักถามใน ประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอน วิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1.2,1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3 .3	อ.สมธีรภัทร์ พรหมศิริ
15	หัวข้อการสอน 1.จรรยาบรรณและความ รับผิดชอบในการสร้างตรา ผลิตภัณฑ์ 1.1 ความหมายของ	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษา มีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่ สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการ เรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์	1. เอกสารประกอบการสอน วิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1.2,1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3 .3	อ.สมธีรภัทร์ พรหมศิริ

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<p>จรรยาบรรณ</p> <p>1.2 ความสำคัญของจรรยาบรรณในการสร้างตราผลิตภัณฑ์</p> <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่องจรรยาบรรณและความรับผิดชอบในการสร้างตราผลิตภัณฑ์สามารถนำเสนอผลงานได้รับ มอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนและ</p>		<p>และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถาม ทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและ ชักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>			

หมายเหตุ : ระบุทุกสัปดาห์ จำนวน 15 สัปดาห์

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้ที่ได้ (ระบุข้อ)	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
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 ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนเช่นแบบฝึกหัด ทบทวน 4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม 5. ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม	1-15	30 %
3. สอบประมวลความรู้การสร้างตราผลิตภัณฑ์	(2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3)	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: ศูนย์บริการสื่อและสิ่งพิมพ์กราฟิกไซท์ มสค.

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