



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ประจำภาคเรียนที่ 2 / 2562

รหัสวิชา 3053101 ชื่อรายวิชา การสร้างตราสินค้า
Branding

อาจารย์ผู้สอน

- (1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศศิพร ต่ายคำ
- (2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนิษฐา ปาลโมกษ์
- (3) อาจารย์สุดตมา แสงวิเชียร

คำนำ

รายละเอียดของการจัดการเรียนการสอนรายวิชา การสร้างตราสินค้า รหัสวิชา 3053101 เป็นรายวิชาเลือก ตามหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต เนื้อหาการจัดการเรียนการสอนในรายวิชา ประกอบด้วย บทนำ แนวคิดการสร้างแบรนด์ การสร้างแบรนด์สินค้า การออกแบบองค์ประกอบแบรนด์ การสื่อสารแบรนด์ การสร้างแบรนด์บุคคล การสร้างแบรนด์องค์กร และการสร้างแบรนด์สถานที่

โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจอันเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานด้านการสร้างแบรนด์การจัดการจัดทำรายละเอียดการสอนของรายวิชาดังกล่าว เป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้ตลอดหลักสูตรเท่านั้น ดังนั้น ผู้เรียนจะต้องอาศัยการศึกษา การค้นคว้าอิสระ เพื่อศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม และจะต้องฝึกฝนทักษะเชิงความคิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมเสริมทักษะที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ตลอดการจัดการเรียนการสอน เพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้เรียนในการทำความเข้าใจเนื้อหาของรายวิชา

ผู้สอน

18พฤศจิกายน2562

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	18
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	20

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
คณะ คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 3053101 ชื่อรายวิชา การสร้างตราสินค้า
Branding

2. จำนวนหน่วยกิต

3 (3-0-6) หน่วยกิต

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

นิเทศศาสตรบัณฑิต หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาบังคับ

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศศิพร ต่ายคำ

อาจารย์ผู้สอน (1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศศิพร ต่ายคำ ตอนเรียน A1

(2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนิษฐา ปาลโมกข์ตอนเรียน A1

(3) อาจารย์สุดตมา แสงวิเชียรตอนเรียน A1

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 2/2562 /ชั้นปีที่ 3

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

.....

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

.....

8. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

พฤศจิกายน 2562 (ภาคเรียนที่ 1/2562)

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1.1 เพื่อให้ให้นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจความหมายของแบรนด์ การสร้างแบรนด์ ประเภทของแบรนด์ โครงสร้างแบรนด์ คุณลักษณะของแบรนด์ แนวคิดการสร้างแบรนด์สินค้า กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ และกระบวนการสร้างแบรนด์

1.2 เพื่อให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติการสร้างแบรนด์สินค้าโดยการคิดวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ และคิดสร้างสรรค์

1.3 เพื่อให้ศึกษาค้นคว้า และฝึกเก็บรวบรวมข้อมูลโดยนำกระบวนการวิจัยมาประยุกต์ใช้ในการสร้างแบรนด์

1.4 เพื่อให้ศึกษาวิเคราะห์ SWOT และ PEST เพื่อนำมาใช้ในการสร้างแบรนด์และวางแผนการสื่อสารแบรนด์

1.5 เพื่อให้ศึกษาวิเคราะห์ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายและใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการสื่อสารแบรนด์

1.6 เพื่อให้ศึกษาสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ตระหนักถึงความสำคัญของการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม และการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น

1.7 เพื่อให้ศึกษามีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ของตนเองในการศึกษา เคารพในกฎระเบียบของมหาวิทยาลัย สิทธิ บทบาทหน้าที่ของตนเอง และผู้อื่น และตระหนักในคุณค่าของความเป็นมนุษย์โดยการทำกิจกรรมการสร้างแบรนด์เพื่อชุมชน

1.8 เพื่อให้ศึกษาใช้ภาษา ตัวเลข และเทคโนโลยีสารสนเทศในการอภิปรายหรือนำเสนอผลงาน

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

2.1 เพื่อพัฒนาเนื้อหาวิชาให้มีความทันสมัยสอดคล้องการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง

2.2 เพื่อเสริมสร้างศักยภาพด้านการสร้างแบรนด์ให้แก่ศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต

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/งาน ภาคสนาม/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 และเคารพบทบาท สิทธิ หน้าที่ของตนเอง และผู้อื่น

● 1.1.6 เคารพในกฎระเบียบ กติกา กฎเกณฑ์ขององค์กรและสังคม โดยตระหนักในคุณค่าของความเป็นมนุษย์

1.2 วิธีการสอน

1.2.1 ปลุกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา และ มีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ของตนเอง และส่งมอบงานที่ได้รับมอบหมายตามเวลาที่กำหนด

1.2.2 ส่งเสริมให้นักศึกษาตระหนัก ยอมรับ และเคารพบทบาท สิทธิ หน้าที่ของตนเอง และผู้อื่น

1.2.3 ปลุกฝังให้นักศึกษาประพฤติตนอยู่ในกฎระเบียบของสถาบัน และ ตระหนักถึงคุณค่าของตนเองและผู้อื่นโดยการร่วมกิจกรรมการสร้างแบรนด์สินค้าชุมชน

1.3 วิธีการประเมินผล

1.3.1 ประเมินจากความตรงต่อเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียนและการส่งงานตามกำหนดระยะเวลา และความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

1.3.2 ประเมินผลจากการสังเกตพฤติกรรมของนักศึกษาที่แสดงออกอย่างเหมาะสมตามบทบาทของตนเอง

1.3.3 ประเมินผลจาก การแต่งกายและการประพฤติตนอยู่ในกฎระเบียบของสถาบัน และร่วมกิจกรรมการสร้างแบรนด์สินค้าชุมชน

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 ใช้วิธีการสอนและกิจกรรมที่หลากหลาย เน้นการลงมือปฏิบัติ (Active Learning) ที่เน้นให้เกิดผลการเรียนรู้ (Learning Outcome)

2.2.2 การฝึกปฏิบัติการสร้างแบรนด์สินค้าโดยให้นักศึกษาคิดวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ และคิดสร้างสรรค์

2.3 วิธีการประเมินผล

2.3.1 ประเมินผลจากการตอบคำถามทบทวน การซักถาม หรือกิจกรรมในชั้นเรียน และการสอบปลายภาค

2.3.2 ประเมินผลจากการแสดงความคิดเห็น การคิดวิพากษ์ และผลงานการคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์

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 แนวคิด ทักษะมาใช้สร้างสรรค์ช่องทางการสื่อสารที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน สังคม และสถานการณ์ปัจจุบัน หรือเพื่อการประกอบวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.2 วิธีการสอน

3.2.1 ฝึกให้นักศึกษาค้นคว้า และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยนำกระบวนการวิจัยมาประยุกต์ใช้ในการสร้างแบรนด์

3.2.2 ฝึกให้นักศึกษาวิเคราะห์ SWOT และ PEST เพื่อนำมาใช้ในการสร้างแบรนด์และวางแผนการสื่อสารแบรนด์

3.3 วิธีการประเมินผล

3.3.1 ประเมินผลจากข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้า การเก็บรวบรวมข้อมูลและการนำมาใช้ในการสร้างแบรนด์

3.3.2 ประเมินผลจากการนำเสนอผลการวิเคราะห์ SWOT และ PEST และการนำมาใช้ในการสร้างแบรนด์และวางแผนการสื่อสารแบรนด์

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 ทักษะการสื่อสารนำเสนอความคิดเห็นต่อประเด็นสาธารณะซึ่งนำเสนอได้ อย่างเหมาะสม

- 4.1.4 สามารถแสดงออกตามบทบาทหน้าที่ และมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมายใน ปัจจุบันและอนาคต

4.2 วิธีการสอน

4.2.1 ฝึกให้นักศึกษาวิเคราะห์ผู้บริโภครวมเป้าหมายและใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการสื่อสาร แปรนัย

4.2.2 ส่งเสริมให้นักศึกษาร่วมกับผู้อื่น ตระหนักถึงความสำคัญของการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม และการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น

4.3 วิธีการประเมินผล

4.3.1 ประเมินจากการวางแผนการสื่อสารแปรนัย

4.3.2 ประเมินจากการวางตน การมีมนุษยสัมพันธ์ของนักศึกษาในการทำงานกลุ่ม และสังเกต จากพฤติกรรมที่แสดงออกในการสื่อสารกับผู้อื่น

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- 5.1.1 มีความรู้ ทักษะการใช้ภาษาในการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม

- 5.1.2 มีทักษะ กลวิธี เทคนิคในการสื่อสารอธิบายหลักการ สถานการณ์ ตลอดจนการถ่ายทอด อธิบายความคิด หรือสื่อสารความหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- 5.1.3 สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประมวลผล และนำเสนองานได้ อย่างมีประสิทธิภาพ

- 5.1.4 นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ การทำประชามติ การทำโพลมาใช้ในวิชาชีพทางด้านนิเทศ ศาสตร์

- 5.1.5 มีความรู้ ทักษะการใช้เทคโนโลยี เครื่องมือ อุปกรณ์การสื่อสารต่าง ๆ ตลอดจนสามารถ เลือกและประยุกต์ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่จำเป็นในวิชาชีพนิเทศศาสตร์ได้อย่างสร้างสรรค์และเหมาะสม

5.2 วิธีการสอน

5.2.1 จัดกิจกรรมส่งเสริมให้นักศึกษาใช้ภาษา ตัวเลข และเทคโนโลยีสารสนเทศในการอภิปราย หรือนำเสนอผลงาน

5.3 วิธีการประเมินผล

5.3.1 ประเมินจากการอภิปรายและการนำเสนอผลงานของนักศึกษา

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

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
1	<p>- ปฐมนิเทศ แนะนำรายวิชา การจัดการเรียนการสอน ตลอดจนการวัดและประเมินผล</p> <p>- บทที่ 1 บทนำ</p> <p>ผลการเรียนรู้ (Learning Outcome)</p> <p>- นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจความหมายของแบรนต์ การสร้างแบรนต์ ประเภทของแบรนต์ โครงสร้างแบรนต์</p> <p>- นักศึกษาคิดวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ได้</p> <p>- นักศึกษามีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ของตนเองในการศึกษา เคารพในกฎระเบียบของมหาวิทยาลัย สิทธิ บทบาทหน้าที่ของตนเอง และผู้อื่น และตระหนักในคุณค่าของความ เป็นมนุษย์</p> <p>- นักศึกษาสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ตระหนักถึงความสำคัญของการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม และการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น</p>	3	<p>-แนะนำรายวิชา แจ้งรายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)</p> <p>- บรรยายประกอบ Power point</p> <p>-ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มค้นคว้าและสรุปความหมายของแบรนต์และการสร้างแบรนต์พร้อมยกตัวอย่างแบรนต์ที่ผู้เรียนรู้จักในชีวิตประจำวันมา 3 ตัวอย่าง</p> <p>- ให้นักศึกษาเล่นเกมแยกประเภทของแบรนต์</p> <p>- ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน</p> <p>- ผู้สอนกำหนดประเด็นในการทำกิจกรรมการสร้างแบรนต์สินค้าชุมชน</p> <p>- นักศึกษาแต่ละกลุ่มออกภาคสนามเพื่อประสานผู้ประกอบการสินค้าชุมชนเพื่อขอความร่วมมือในการทำกิจกรรมร่วมกัน</p>	<p>- Power Point</p> <p>- ตัวอย่างแบรนต์ประเภทต่าง ๆ</p> <p>- ระบบสารสนเทศออนไลน์</p> <p>- อุปกรณ์สำหรับเล่นเกม</p> <p>- กระดาษโน้ตสำหรับทำผังความคิด</p> <p>- ตัวอย่างรายงานการสร้างแบรนต์</p>	<p>1.1</p> <p>1.2</p> <p>1.6</p> <p>1.7</p>	1

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
2	- บทที่ 2 แนวคิดการสร้างแบรนด์ ผลการเรียนรู้ (Learning Outcome) - นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจแนวคิดการสร้างแบรนด์สินค้า กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ - นักศึกษามีความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ - นักศึกษามีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเองในการศึกษาเคารพในกฎระเบียบของมหาวิทยาลัย สิทธิ บทบาทหน้าที่ของตนเอง และผู้อื่น และตระหนักในคุณค่าของความ เป็นมนุษย์ - นักศึกษาสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ตระหนักถึงความสำคัญของการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม และการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น	3	- ทบทวนเนื้อหา - บรรยายประกอบ Power point - ให้ผู้เรียนชมคลิปวิดีโอสินค้า ชุมชนที่สะท้อนศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาไทย - ให้ผู้เรียนแบ่งกลุ่มทำ Mind Map การสร้างมูลค่าเพิ่ม ผลิตภัณฑ์ชุมชน และการประยุกต์ศิลปวัฒนธรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์ และนำเสนอ ความคิด - ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน	- Power Point - สินค้าชุมชน - ระบบสารสนเทศออนไลน์ - คลิปวิดีโอสินค้า ชุมชนที่สะท้อน ศิลปะวัฒนธรรมภูมิปัญญาไทย	1.1 1.2 1.6 1.7	1
3-5	- บทที่ 3 การสร้างแบรนด์สินค้า ผลการเรียนรู้ (Learning Outcome) - นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจกระบวนการสร้างแบรนด์ - นักศึกษาสร้างแบรนด์สินค้าโดยการคิดวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ และคิดสร้างสรรค์ได้ - นักศึกษาวิเคราะห์ SWOT และ PEST เพื่อนำมาใช้ในการสร้างแบรนด์และวางแผนการสื่อสารแบรนด์ได้ - นักศึกษาวิเคราะห์ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายโดยใช้ STPmodel และใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการสื่อสารแบรนด์ได้	9	- ทบทวนเนื้อหา - บรรยายประกอบ Power point และนำเสนอสาระสำคัญจากรายงานวิจัย- - ผู้เรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันสร้างแบรนด์สินค้าโดยการวิเคราะห์ SWOT และ PESTวิเคราะห์ ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย - ผู้เรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันระดม	- Power Point - สาระสำคัญจากรายงานวิจัยการพัฒนาแบบการสร้างแบรนด์ผลไม้แปรรูปของวิสาหกิจชุมชน - ตัวอย่างการวิเคราะห์ SWOT และ	1.1 1.2 1.3 1.4 1.5 1.6 1.7 1.8	1

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
	<p>- นักศึกษาสามารถค้นคว้า และฝึกเก็บรวบรวมข้อมูลโดยนำกระบวนการวิจัยมาประยุกต์ใช้ในการสร้างแบรนด์ได้</p> <p>- นักศึกษามีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ของตนเองในการศึกษา</p> <p>เคารพในกฎระเบียบของมหาวิทยาลัย สิทธิ บทบาทหน้าที่ของตนเองและผู้อื่น และตระหนักในคุณค่าของความเป็นมนุษย์</p> <p>- นักศึกษาสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ตระหนักถึงความสำคัญของการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม และการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น</p> <p>- นักศึกษาสามารถใช้ภาษา ตัวเลข และเทคโนโลยีสารสนเทศในการอภิปรายหรือนำเสนอผลงาน</p>		<p>สมองร่วมกันกำหนดจุดยืนของแบรนด์ อัตลักษณ์แบรนด์</p> <p>- ผู้เรียนแต่ละกลุ่มสร้างแบบสอบถามออนไลน์เพื่อเก็บข้อมูลกับผู้บริโภค นำมาผลมาสรุปวิเคราะห์ และนำเสนอ</p> <p>- ผู้สอนสรุปเนื้อหาและตอบข้อซักถาม</p> <p>- ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน</p>	<p>PESTการวิเคราะห์ผู้บริโภค</p> <p>กลุ่มเป้าหมาย</p> <p>- ตัวอย่างจุดยืนของแบรนด์ อัตลักษณ์แบรนด์</p> <p>- ตัวอย่างแบบสอบถาม</p>		
6-8	<p>- บทที่ 4 การออกแบบองค์ประกอบแบรนด์</p> <p>ผลการเรียนรู้ (Learning Outcome)</p> <p>- นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจกระบวนการสร้างแบรนด์ในส่วนของ การออกแบบองค์ประกอบแบรนด์</p> <p>- นักศึกษาสร้างแบรนด์สินค้าโดยการคิดวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ และคิดสร้างสรรค์ได้</p> <p>- นักศึกษามีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ของตนเองในการศึกษา เคารพในกฎระเบียบของมหาวิทยาลัย สิทธิ บทบาทหน้าที่ของตนเอง และผู้อื่น และตระหนักในคุณค่าของความเป็นมนุษย์</p> <p>- นักศึกษาสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ตระหนักถึงความสำคัญของการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม และการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น</p>	9	<p>- ผู้สอนทบทวนเนื้อหา</p> <p>- บรรยายประกอบ Power point</p> <p>- ให้ผู้เรียนแต่ละกลุ่มออกแบบชื่อแบรนด์ แนวคิดชื่อแบรนด์ เรื่องราวของแบรนด์ออกแบบตราสัญลักษณ์ คำโปรย คู่มือแบรนด์ ตราสัญลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์</p> <p>- ผู้สอนให้คำแนะนำเกี่ยวกับการออกแบบ</p> <p>- ผู้สอนสรุปเนื้อหาและตอบข้อซักถาม</p>	<p>- Power Point</p> <p>- ตัวอย่างตราสัญลักษณ์ คำโปรย คู่มือแบรนด์ บรรจุภัณฑ์</p> <p>- โปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิก</p>	<p>1.1</p> <p>1.2</p> <p>1.6</p> <p>1.7</p>	1

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
			- ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน			
9-10	<p>- บทที่ 5 การสื่อสารแบรนด์</p> <p>ผลการเรียนรู้ (Learning Outcome)</p> <p>- นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจกระบวนการสร้างแบรนด์ในส่วนของ การสื่อสารแบรนด์</p> <p>- นักศึกษาสร้างแบรนด์สินค้าโดยการคิดวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ และ คิดสร้างสรรค์ได้</p> <p>- นักศึกษาวิเคราะห์ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายและใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการสื่อสารแบรนด์ได้</p> <p>- นักศึกษาวางแผนการสื่อสารแบรนด์ได้</p> <p>- นักศึกษามีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเองในการศึกษา เคารพในกฎระเบียบของมหาวิทยาลัย สิทธิ บทบาทหน้าที่ของตนเอง และผู้อื่น และตระหนักในคุณค่าของความ เป็นมนุษย์</p> <p>- นักศึกษาสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ตระหนักถึงความสำคัญของการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม และการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น</p>	6	<p>- ทบทวนเนื้อหา</p> <p>- บรรยายประกอบ Power point และนำเสนอสาระสำคัญ จากรายงานวิจัย</p> <p>- ผู้เรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันเขียน ฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดสัมผัสแบ รนด์</p> <p>- ผู้เรียนแต่ละกลุ่มระดมสมอง ร่วมกันวางแผนการสื่อสารแบ รนด์</p> <p>- ผู้เรียนแต่ละกลุ่มออก ภาคนามเพื่อศึกษาสังเกตจุด สัมผัสแบรนด์ในแหล่งการค้าหรือ พื้นที่สาธารณะและนำข้อมูลที่ ได้มาประยุกต์ใช้ในการวางแผนการสื่อสารแบรนด์</p> <p>- ผู้สอนสรุปเนื้อหาและตอบข้อ ช้คำถาม</p> <p>- ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน</p>	<p>- Power point</p> <p>- สาระสำคัญจาก รายงานวิจัยการ พัฒนารูปแบบการ สื่อสารการตลาด ออนไลน์สินค้าเกษตร อินทรีย์</p> <p>- ตัวอย่างภาพจุด สัมผัสแบรนด์</p> <p>- ตัวอย่างแผนการ สื่อสารแบรนด์</p> <p>- แหล่งเรียนรู้จุด สัมผัสแบรนด์ในแหล่ง การค้าหรือพื้นที่ สาธารณะ</p> <p>- ห้างสรรพสินค้า/ ซูเปอร์มาเก็ต</p>	<p>1.1</p> <p>1.2</p> <p>1.4</p> <p>1.5</p> <p>1.6</p> <p>1.7</p>	1

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
11	<p>- บทที่ 6 การสร้างแบรนด์บุคคล</p> <p>ผลการเรียนรู้ (Learning Outcome)</p> <p>- นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจการสร้างแบรนด์บุคคล</p> <p>- นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ และคิดสร้างสรรค์การสร้างแบรนด์ได้</p> <p>- นักศึกษามีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ของตนเองในการศึกษา เคารพในกฎระเบียบของมหาวิทยาลัย สิทธิ บทบาทหน้าที่ของตนเอง และผู้อื่น และตระหนักในคุณค่าของความ เป็นมนุษย์</p> <p>- นักศึกษาสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ตระหนักถึงความสำคัญของการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม และการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น</p>	3	<p>- ผู้สอนทบทวนเนื้อหา</p> <p>- บรรยายประกอบ Power point</p> <p>- ให้นักศึกษาชมคลิปการสัมภาษณ์งานและวิพากษ์วิจารณ์</p> <p>- ให้ผู้เรียนแต่ละกลุ่มเลือกแบรนด์บุคคล ค้นหาข้อมูล นำมาวิเคราะห์หาแนวทางการสร้างแบรนด์ของบุคคลนั้น นำเสนอและอภิปรายร่วมกัน</p> <p>- ให้ผู้เรียนประยุกต์ใช้ความรู้ในการสร้างแบรนด์บุคคลในการคิดสร้างสรรค์วิธีการสร้างแบรนด์บุคคลให้แก่ตนเองและนำเสนออัตลักษณ์ของตนเอง</p> <p>- อาจารย์ให้คำแนะนำเพิ่มเติม</p> <p>- ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน</p>	<p>- ตัวอย่างแบรนด์บุคคล</p> <p>- คลิปการสัมภาษณ์งาน</p> <p>- กรณีศึกษาการสร้างแบรนด์บุคคล</p> <p>- เครื่องแต่งกาย</p> <p>- ระบบสารสนเทศออนไลน์</p>	<p>1.1</p> <p>1.2</p> <p>1.6</p> <p>1.7</p>	1
12-13	<p>- บทที่ 7 การสร้างแบรนด์องค์กร</p> <p>ผลการเรียนรู้ (Learning Outcome)</p> <p>- นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจกระบวนการสร้างแบรนด์</p> <p>- นักศึกษาคิดวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ และคิดสร้างสรรค์ได้</p> <p>- นักศึกษามีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ของ</p>	6	<p>- ผู้สอนทบทวนเนื้อหา</p> <p>- บรรยายประกอบ Power point</p> <p>- ให้นักศึกษาแต่ละกลุ่มค้นคว้า และศึกษาการสร้างแบรนด์</p>	<p>- ตัวอย่างแบรนด์องค์กร</p> <p>- ระบบสารสนเทศออนไลน์</p> <p>- กระดาษโน้ตสำหรับ</p>	<p>1.1</p> <p>1.2</p> <p>1.6</p> <p>1.7</p>	1

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
	<p>ตนเองในการศึกษาเคารพในกฎระเบียบของมหาวิทยาลัย สิทธิ บทบาทหน้าที่ของตนเอง และผู้อื่น และตระหนักในคุณค่าของความ เป็นมนุษย์</p> <p>- นักศึกษาสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ตระหนักถึงความสำคัญของการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม และการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น</p>		<p>องค์กร</p> <p>- ให้นักศึกษาร่วมกันวิเคราะห์ เขียนผังความคิด แนวทางการ สร้างแบรนด์องค์กรจาก กรณีศึกษา</p> <p>- ให้นักศึกษาแต่ละกลุ่มออก ภาศสนามภายในมหาวิทยาลัย สวนดุสิตเพื่อศึกษา และวิเคราะห์ การสร้างแบรนด์องค์กรของ มหาวิทยาลัย และเสนอแนว ทางการพัฒนา</p> <p>- ผู้สอนสรุปเนื้อหาและตอบข้อ ชักถาม</p> <p>-ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน</p>	<p>เขียนผังความคิด</p> <p>- ทัศนศึกษาภายใน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต</p>		
14-15	<p>- บทที่ 8 การสร้างแบรนด์สถานที่และแบรนด์กิจกรรม</p> <p>- การนำเสนอรายงานการสร้างแบรนด์สินค้าชุมชน</p> <p>ผลการเรียนรู้ (Learning Outcome)</p> <p>- นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจกระบวนการสร้างแบรนด์</p> <p>- นักศึกษาสามารถใช้ภาษา ตัวเลข และเทคโนโลยีสารสนเทศในการ อภิปรายหรือนำเสนอผลงาน</p> <p>- นักศึกษามีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ของ ตนเองในการศึกษา เคารพในกฎระเบียบของมหาวิทยาลัย สิทธิ</p>	6	<p>- ผู้สอนทบทวนเนื้อหา</p> <p>- บรรยายประกอบ Power point</p> <p>- ให้นักศึกษาชมคลิปวิดีโอตัวอย่าง ชุ่นและคลิปวิดีโอตัวอย่างแบรนด์ กิจกรรม แล้ววิพากษ์วิจารณ์</p> <p>- ให้นักศึกษาค้นคว้าและ อภิปรายการสร้างแบรนด์สถานที่</p>	<p>- คลิปวิดีโอตัวอย่าง</p> <p>- คลิปวิดีโอตัวอย่าง</p> <p>แบรนด์กิจกรรม</p> <p>- รายงานการสร้างแบ รนด์สินค้าชุมชน</p>	<p>1.1</p> <p>1.6</p> <p>1.7</p> <p>1.8</p>	1

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
	<p>บทบาทหน้าที่ของตนเอง และผู้อื่น และตระหนักในคุณค่าของความ เป็นมนุษย์</p> <p>- นักศึกษาสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ตระหนักถึงความสำคัญของ การมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม และการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น</p>		<p>และแบรนต์กิจกรรมจากระบบ สารสนเทศออนไลน์ พร้อม นำเสนอ</p> <p>- ให้นักศึกษาแต่ละกลุ่มนำเสนอ รายงานการสร้างแบรนต์สินค้า ชุมชนพร้อมส่งรายงานและ ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์</p> <p>- อาจารย์สรุปและให้คำแนะนำ เพิ่มเติม</p>			

หมายเหตุ : ระบุทุกสัปดาห์ จำนวน 15 สัปดาห์

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรม ที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
	1.1 เพื่อให้ศึกษามี ความรู้ ความเข้าใจ ความหมายของแบรนด์ การ สร้างแบรนด์ ประเภทของ แบรนด์โครงสร้างแบรนด์ คุณลักษณะของแบรนด์ แนวคิดการสร้างแบรนด์ สินค้า กลยุทธ์การสร้างแบ รด์ กระบวนการสร้างแบ รด์	ประเมินผลจากการตอบคำถาม ทบทวน การซักถาม หรือกิจกรรม ในชั้นเรียน	1-15	15 งานและ กิจกรรมระหว่าง ภาคเรียน
	1.2 เพื่อให้ศึกษาฝึก ปฏิบัติการสร้างแบรนด์ สินค้าโดยการคิดวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ และคิด สร้างสรรค์	ประเมินผลจากการแสดงความ คิดเห็น การคิดวิพากษ์ และ ผลงานการคิดสร้างสรรค์ในการ ออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุ ภัณฑ์	1-15	10 รายงานการ สร้างแบรนด์
	1.3 เพื่อให้ศึกษาค้นคว้า และฝึกเก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำกระบวนการวิจัยมา ประยุกต์ใช้ในการสร้างแบ รด์	ประเมินผลจากข้อมูลที่ได้จากการ ค้นคว้า การเก็บรวบรวมข้อมูล และการนำมาใช้ในการสร้างแบ รด์	3-5	10 รายงานการ สร้างแบรนด์
	1.4 เพื่อให้ศึกษา วิเคราะห์ SWOT และ PEST เพื่อนำมาใช้ในการ สร้างแบรนด์และวาง แผนการสื่อสารแบรนด์	ประเมินผลจากการนำเสนอผล การวิเคราะห์ SWOT และ PEST และการนำมาใช้ในการสร้างแบ รด์และวางแผนการสื่อสารแบ รด์	3-5	5 รายงานการ สร้างแบรนด์
	1.5 เพื่อให้ศึกษา วิเคราะห์ผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมายและใช้เป็น ข้อมูลในการวางแผนการ สื่อสารแบรนด์	ประเมินจากการวางแผนการ สื่อสารแบรนด์	3-5, 9-10	5 รายงานการ สร้างแบรนด์
	1.6 เพื่อให้ศึกษา สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น ได้ ตระหนักถึงความสำคัญ	ประเมินจากการวางแผน การมี มนุษยสัมพันธ์ของนักศึกษาในการ ทำงานกลุ่ม และสังเกตจาก	1-15	5 งานและ กิจกรรมระหว่าง

กิจกรรม ที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
	ของการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม และการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น	พฤติกรรมที่แสดงออกในการสื่อสารกับผู้อื่น		ภาคเรียน
	1.7 เพื่อให้ให้นักศึกษามีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ของตนเองในการศึกษา เคารพในกฎระเบียบของมหาวิทยาลัย สิทธิ บทบาทหน้าที่ของตนเอง และผู้อื่น และตระหนักในคุณค่าของความเป็นมนุษย์	ประเมินจากความตรงต่อเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียนและการส่งงานตามกำหนดระยะเวลา และความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย - สังเกตพฤติกรรมของนักศึกษาที่แสดงออกอย่างเหมาะสมตามบทบาทของตนเอง - การแต่งกายและการประพฤติตนอยู่ในกฎระเบียบของสถาบัน และร่วมกิจกรรมการสร้างแบรนด์สินค้าชุมชน	1-15	10 พฤติกรรม
	1.8 เพื่อให้ให้นักศึกษาใช้ภาษา ตัวเลข และเทคโนโลยีสารสนเทศในการอภิปรายหรือนำเสนอผลงาน	ประเมินจากการอภิปรายและการนำเสนอผลงานของนักศึกษา	3-5, 14-15	10 รายงานการสร้างแบรนด์
		- การสอบปลายภาคเรียน	16	30

หมวดที่ 6 ทฤษฎีการประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

ศศิพร ต่ายคำ. (2562). *ตำรา การสร้างตราสินค้า*. กรุงเทพฯ : สวนดุสิต กราฟฟิคไซท์.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

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

กฤษณี รื่นรัมย์. (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.

ศศิพร ต่ายคำศุภพล กิจศรีนภดลสุวรรณ พิชัยยงค์วงศ์ดี. (2561). *การพัฒนารูปแบบการสร้างแบรนด์*

ผลไม้แปรรูปของวิสาหกิจชุมชน. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

- ศศิพร ต่ายคำฐานะวัฒนา สุขวงศ์ บุศรินทร์ ชื่นศิลป์. (2562). *การพัฒนารูปแบบการสื่อสารการตลาดออนไลน์สินค้าเกษตรอินทรีย์*. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
- ศศิพร ต่ายคำพัชรียา จันทร์กระจ่าง.(2560). *การศึกษาตลาดผลไม้แปรรูปและปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลไม้แปรรูปของนักท่องเที่ยวจีน*. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
- 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). *60minutes 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: JohnWiley & Sons.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- พีรวงศ์ จาตุรงค์กุล. (2017). *บันทึกสัมมนาหัวข้อ “เทคนิคและกลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์และตราผลิตภัณฑ์”*. [วิดีโอที่สนออนไลน์]. สืบค้นจาก <https://www.youtube.com/watch?v=ETqTy41zZAY>
- รวีศ หาญอุตสาหะ. (2016). *พลิกแบรนด์ด้วยความคิดสร้างสรรค์*. [วิดีโอที่สนออนไลน์]. สืบค้นจาก <https://www.youtube.com/watch?v=LBgJI4pJI-o>
- ทรงพล ชัญญาตรกิจ. (2559). *สร้างแบรนด์อย่างไรให้มัดใจลูกค้า*. [วิดีโอที่สนออนไลน์]. 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 %

- พฤติกรรม	10 คะแนน
(บุคลิกภาพ การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน การตรงต่อเวลา	ความรับผิดชอบ ฯลฯ)
- งานและกิจกรรมระหว่างภาคเรียน	2 0 คะแนน
- รายงานการสร้างแบรนด์	4 0 คะแนน

2.2.2 คะแนนสอบปลายภาค 30%

2.3 การประเมินผล แบบอิงเกณฑ์ของมหาวิทยาลัย

ระดับคะแนน	ค่าร้อยละ
A	85-100
B ⁺	79-84
B	73-78
C ⁺	67-72
C	61-66
D ⁺	55-60
D	50-54
F	0-49

3. การปรับปรุงการสอน

อาจารย์ผู้สอนประเมินความสนใจในชั้นเรียนของนักศึกษา และปรับวิธีการสอนให้สอดคล้องกับลักษณะของผู้เรียนในแต่ละสัปดาห์

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

ประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาในรายวิชา และนักศึกษาผ่านเกณฑ์การประเมินตามรายวิชา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

5.1 วางแผนปรับปรุงรายวิชาทุก3 ปี

5.2 ทบทวนประสิทธิผลของรายวิชาจากการประเมินการสอนของนักศึกษาที่ประเมินผ่าน ประเมินโดยแบบสอบถามความคิดเห็นของนักศึกษา สรุปและวางแผนการปรับปรุงเพื่อใช้ในการศึกษาถัดไป

5.3 ปรับปรุงมคอ.3 และตำรา