



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ประจำภาคเรียนที่ 1 / 2563

รหัสวิชา 3053101 ชื่อรายวิชา การสร้างตราสินค้า

Branding

อาจารย์ผู้สอน

(1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศศิพร ต่ายคำ

คำนำ

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

โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจอันเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานด้านการสร้างแบรนด์ การจัดทำรายละเอียดการสอนของรายวิชาดังกล่าว เป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้ตลอดหลักสูตรเท่านั้น ดังนั้น ผู้เรียนจะต้องอาศัยการศึกษา การค้นคว้าอิสระ เพื่อศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม และจะต้องฝึกฝนทักษะเชิงความคิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมเสริมทักษะที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ตลอดการจัดการเรียนการสอน เพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้เรียนในการทำความเข้าใจเนื้อหาของรายวิชา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิพร ต่ายคำ

15 มิถุนายน 2563

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	24
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	26

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 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศศิพร ต่ายคำ ตอนเรียน A1

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 1/2563 /ชั้นปีที่ 4

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

.....

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

.....

8. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

15 มิถุนายน 2563 (ภาคเรียนที่ 1/2563)

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1.1 เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจความหมายของแบรนด์ การสร้างแบรนด์ ประเภทของแบรนด์ โครงสร้างแบรนด์ คุณลักษณะของแบรนด์ แนวคิดการสร้างแบรนด์สินค้า กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ และกระบวนการสร้างแบรนด์

1.2 เพื่อให้ นักศึกษาฝึกปฏิบัติการสร้างแบรนด์สินค้าโดยการคิดวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ และคิดสร้างสรรค์

1.3 เพื่อให้ นักศึกษาค้นคว้า และฝึกเก็บรวบรวมข้อมูลโดยนำกระบวนการวิจัยมาประยุกต์ใช้ในการสร้างแบรนด์

1.4 เพื่อให้ นักศึกษาวิเคราะห์ SWOT และ PEST เพื่อนำมาใช้ในการสร้างแบรนด์และวางแผนการสื่อสารแบรนด์

1.5 เพื่อให้ นักศึกษาวิเคราะห์ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายและใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการสื่อสารแบรนด์

1.6 เพื่อให้ นักศึกษาสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ตระหนักถึงความสำคัญของการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม และการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น

1.7 เพื่อให้ นักศึกษามีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ของตนเองในการศึกษา เคารพในกฎระเบียบของมหาวิทยาลัย สิทธิ บทบาทหน้าที่ของตนเอง และผู้อื่น และตระหนักในคุณค่าของความเป็นมนุษย์โดยการทำกิจกรรมการสร้างแบรนด์เพื่อชุมชน

1.8 เพื่อให้ นักศึกษาใช้ภาษา ตัวเลข และเทคโนโลยีสารสนเทศในการอภิปรายหรือนำเสนอผลงาน

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

2.1 เพื่อพัฒนาเนื้อหาวิชาให้มีความทันสมัยสอดคล้องการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง

2.2 เพื่อเสริมสร้างศักยภาพด้านการสร้างแบรนด์ให้แก่ นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต

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	ไม่มีหรืออาจจัดเพิ่มเติม ให้ตามความจำเป็น	ไม่มี	90 ชั่วโมง

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

รายบุคคล

อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษานอกชั้นเรียน ทุกวันศุกร์ เวลา 13.00 – 15.00 น. ณ ห้องพักอาจารย์หลักสูตรนิเทศศาสตร์ สาขานิเทศศาสตร์

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 ปลุกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา และมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเอง และส่งมอบงานที่ได้รับมอบหมายตามเวลาที่กำหนด
- 1.2.2 ส่งเสริมให้นักศึกษาตระหนัก ยอมรับ และเคารพพบทบาท สิทธิ หน้าที่ของตนเอง และผู้อื่น
- 1.2.3 ปลุกฝังให้นักศึกษาประพฤติตนอยู่ในกฎระเบียบของสถาบัน และตระหนักถึงคุณค่าของตนเองและผู้อื่นโดยการร่วมกิจกรรมการสร้างแบรนด์สินค้าชุมชน

1.3 วิธีการประเมินผล

- 1.3.1 ประเมินจากตรงต่อเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียนและการส่งงานตามกำหนดระยะเวลา และความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

1.3.2 ประเมินผลจากการสังเกตพฤติกรรมของนักศึกษาที่แสดงออกอย่างเหมาะสมตามบทบาทของตนเอง

1.3.3 ประเมินผลจากการแต่งกาย และการประพฤติตนอยู่ในกฎระเบียบของสถาบัน 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 สามารถพิจารณาและตัดสินใจนำไปใช้ได้เหมาะสมกับงานในแต่ละด้าน

- 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 สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมและโลกที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ตัดสินใจเสริมความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคลต่อการอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- 4.1.2 สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ มีบุคลิกภาพเหมาะสม และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานในองค์กร และบุคคลทั่วไป ตลอดจนสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ สังคม และวัฒนธรรมองค์กรได้

- 4.1.3 สามารถใช้ความรู้ ทักษะการสื่อสารนำเสนอความคิดเห็นต่อประเด็นสาธารณะซึ่งนำสังคมได้อย่างเหมาะสม

- 4.1.4 สามารถแสดงออกตามบทบาทหน้าที่ และมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมายในปัจจุบันและอนาคต

4.2 วิธีการสอน

4.2.1 ฝึกให้นักศึกษาวิเคราะห์ผู้บริโภคร่วมเป้าหมายและใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการสื่อสารแบรนด์

4.2.2 ส่งเสริมให้นักศึกษาร่วมกับผู้อื่น ตระหนักถึงความสำคัญของการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสมและการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น

4.3 วิธีการประเมินผล

4.3.1 ประเมินจากการวางแผนการสื่อสารแบรนด์

4.3.2 ประเมินจากการวางตน การมีมนุษยสัมพันธ์ของนักศึกษาในการทำงานกลุ่ม และสังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกในการสื่อสารกับผู้อื่น

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 จัดกิจกรรมส่งเสริมให้นักศึกษาใช้ภาษา ตัวเลข และเทคโนโลยีสารสนเทศในการอภิปรายหรือนำเสนอผลงาน

5.3 วิธีการประเมินผล

5.3.1 ประเมินจากการอภิปรายและการนำเสนอผลงานของนักศึกษา

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

ลำดับ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	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 มีความรับผิดชอบ ต่อหน้าที่ของตนเองในการศึกษา เคารพในกฎระเบียบ ของมหาวิทยาลัย สิทธิ บทบาทหน้าที่ของตนเอง และ ผู้อื่น และตระหนักในคุณค่าของความเป็นมนุษย์</p> <p>- นักศึกษาสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ตระหนักถึง ความสำคัญของการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม และการมี มนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น</p>	3	<p>-แนะนำรายวิชา แจ้งรายละเอียดของ รายวิชา (มคอ.3)</p> <p>- บรรยายประกอบ Power point</p> <p>- ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มสร้าง Mind Map ความหมายของแบรนต์</p> <p>- ให้นักศึกษาเล่นเกมแยกประเภทของ แบรนต์</p> <p>- ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน</p> <p>- ผู้สอนกำหนดประเด็นในการทำ กิจกรรมการสร้างแบรนต์สินค้าชุมชน</p>	<p>- ระบบ WBSC</p> <p>- Power Point</p> <p>- ตัวอย่างแบรนต์</p> <p>ประเภทต่าง ๆ</p> <p>- ระบบสารสนเทศ ออนไลน์</p> <p>- อุปกรณ์สำหรับเล่นเกม</p> <p>- กระดาษสำหรับทำผัง ความคิด</p> <p>- ตัวอย่างรายงานการ สร้างแบรนต์</p>	<p>1.1</p> <p>1.2</p> <p>1.6</p> <p>1.7</p>	<p>ผศ.ดร. ศศิพร ต่ายคำ</p>
2	<p>- บทที่ 2 แนวคิดการสร้างแบรนต์</p> <p>ผลการเรียนรู้ (Learning Outcome)</p>	3	<p>- ทบทวนเนื้อหา</p> <p>- บรรยายประกอบ Power point</p>	<p>- ระบบ WBSC</p> <p>- Power Point</p>	<p>1.1</p> <p>1.2</p>	<p>ผศ.ดร. ศศิพร</p>

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจแนวคิดการสร้างแบรนด์สินค้า กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ - นักศึกษามีความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ - นักศึกษามีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบ ต่อหน้าที่ของตนเองในการศึกษา เคารพในกฎระเบียบของมหาวิทยาลัย สิทธิ บทบาทหน้าที่ของตนเอง และผู้อื่น และตระหนักในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ - นักศึกษาสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ตระหนักถึงความสำคัญของการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม และการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น 		<ul style="list-style-type: none"> - ให้ผู้เรียนชมคลิปวิดีโอสินค้าชุมชนที่สะท้อนศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาไทย - ให้ผู้เรียนแบ่งกลุ่มทำ Mind Map การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน และการประยุกต์ศิลปวัฒนธรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์ และนำเสนอความคิด - ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน 	<ul style="list-style-type: none"> - สินค้าชุมชน - ระบบสารสนเทศออนไลน์ - คลิปวิดีโอสินค้าชุมชนที่สะท้อนศิลปวัฒนธรรม - ภูมิปัญญาไทย 	<ul style="list-style-type: none"> 1.6 1.7 	<ul style="list-style-type: none"> ต่ายคำ
3	<ul style="list-style-type: none"> - บทที่ 3 การสร้างแบรนด์สินค้า <p>ผลการเรียนรู้ (Learning Outcome)</p> <ul style="list-style-type: none"> - นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจกระบวนการสร้างแบรนด์ - นักศึกษาสร้างแบรนด์สินค้าโดยการคิดวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ และคิดสร้างสรรค์ได้ - นักศึกษาวิเคราะห์ SWOT และ PEST เพื่อนำมาใช้ในการสร้างแบรนด์และวางแผนการสื่อสารแบรนด์ได้ - นักศึกษาวิเคราะห์ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายโดยใช้ STP 	3	<ul style="list-style-type: none"> - ทบทวนเนื้อหา - บรรยายประกอบ Power point และนำเสนอสาระสำคัญจากรายงานวิจัย- - ผู้เรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันวิเคราะห์ SWOT และ PEST - ผู้สอนเพิ่มเติมเนื้อหาแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคที่สอดคล้องกับสถานการณ์โรคระบาดและ New 	<ul style="list-style-type: none"> - ระบบ WBSC - Power Point - สาระสำคัญจากรายงานวิจัยการพัฒนา - รูปแบบการสร้างแบรนด์ - ผลไม้แปรรูปของ - วิสาหกิจชุมชน - ตัวอย่างการวิเคราะห์ 	<ul style="list-style-type: none"> 1.1 1.2 1.3 1.4 1.5 1.6 1.7 1.8 	<ul style="list-style-type: none"> ผศ.ดร. ศศิพร ต่ายคำ

ลำดับ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
	<p>model และใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการสื่อสาร แบรนด์ได้</p> <p>- นักศึกษาสามารถค้นคว้า และฝึกเก็บรวบรวมข้อมูลโดย นำกระบวนการวิจัยมาประยุกต์ใช้ในการสร้างแบรนด์ได้</p> <p>- นักศึกษามีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา มีความ รับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเองในการศึกษา</p> <p>เคารพในกฎระเบียบของมหาวิทยาลัย สิทธิ บทบาท หน้าที่ของตนเอง และผู้อื่น และตระหนักในคุณค่าของ ความเป็นมนุษย์</p> <p>- นักศึกษาสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ตระหนักถึง ความสำคัญของการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม และการมี มนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น</p> <p>- นักศึกษาสามารถใช้ภาษา ตัวเลข และเทคโนโลยี สารสนเทศในการอภิปรายหรือนำเสนอผลงาน</p>		<p>normal</p> <p>- ผู้สอนสรุปเนื้อหาและตอบข้อซักถาม</p> <p>- ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน</p>	<p>SWOT และ PEST</p> <p>- กรณีศึกษาพฤติกรรม ผู้บริโภคในช่วง สถานการณ์โรคระบาด และ New normal</p>		
4	<p>- บทที่ 3 การสร้างแบรนด์สินค้า (ต่อ)</p> <p>ผลการเรียนรู้ (Learning Outcome)</p> <p>- นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจกระบวนการสร้างแบรนด์</p> <p>- นักศึกษาสร้างแบรนด์สินค้าโดยการคิดวิเคราะห์</p>	3	<p>- ทบทวนเนื้อหา</p> <p>- บรรยายประกอบ Power point และ นำเสนอสาระสำคัญจากรายงานวิจัย-</p> <p>- ผู้เรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันวิเคราะห์</p>	<p>- ระบบ WBSC</p> <p>- Power Point</p> <p>- สาระสำคัญจาก รายงานวิจัยการพัฒนา</p>	<p>1.1</p> <p>1.2</p> <p>1.3</p> <p>1.4</p>	<p>ผศ.ดร.</p> <p>ศศิพร</p> <p>ต่ายคำ</p>

ลำดับ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
	<p>วิพากษ์วิจารณ์ และคิดสร้างสรรค์ได้</p> <ul style="list-style-type: none"> - นักศึกษาวิเคราะห์ SWOT และ PEST เพื่อนำมาใช้ในการสร้างแบรนด์และวางแผนการสื่อสารแบรนด์ได้ - นักศึกษาวิเคราะห์ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายโดยใช้ STP model และใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการสื่อสารแบรนด์ได้ - นักศึกษาสามารถค้นคว้า และฝึกเก็บรวบรวมข้อมูลโดยนำกระบวนการวิจัยมาประยุกต์ใช้ในการสร้างแบรนด์ได้ <ul style="list-style-type: none"> - นักศึกษามีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบต่อน้ำที่ของตนเองในการศึกษา - เคารพในกฎระเบียบของมหาวิทยาลัย สิทธิ บทบาทหน้าที่ของตนเอง และผู้อื่น และตระหนักในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ - นักศึกษาสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ตระหนักถึงความสำคัญของการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม และการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น - นักศึกษาสามารถใช้ภาษา ตัวเลข และเทคโนโลยีสารสนเทศในการอภิปรายหรือนำเสนอผลงาน 		<p>ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้เรียนแต่ละกลุ่มสร้างแบบสอบถามออนไลน์เพื่อเก็บข้อมูลกับผู้บริโภค - ผู้สอนสรุปเนื้อหาและตอบข้อซักถาม - ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน 	<p>รูปแบบการสร้างแบรนด์</p> <p>ผลไม้แปรรูปของ</p> <p>วิสาหกิจชุมชน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ตัวอย่างแบบสอบถาม <p>กลุ่มเป้าหมาย</p> <ul style="list-style-type: none"> - ระบบสารสนเทศ <p>ออนไลน์ Google Form</p>	<p>1.5</p> <p>1.6</p> <p>1.7</p> <p>1.8</p>	

ลำดับ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
5	<p>- บทที่ 3 การสร้างแบรนด์สินค้า (ต่อ)</p> <p>ผลการเรียนรู้ (Learning Outcome)</p> <p>- นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจกระบวนการสร้างแบรนด์</p> <p>- นักศึกษาสร้างแบรนด์สินค้าโดยการคิดวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ และคิดสร้างสรรค์ได้</p> <p>- นักศึกษาวิเคราะห์ SWOT และ PEST เพื่อนำมาใช้ในการสร้างแบรนด์และวางแผนการสื่อสารแบรนด์ได้</p> <p>- นักศึกษาวิเคราะห์ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายโดยใช้ STP model และใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการสื่อสารแบรนด์ได้</p> <p>- นักศึกษาสามารถค้นคว้า และฝึกเก็บรวบรวมข้อมูลโดยนำกระบวนการวิจัยมาประยุกต์ใช้ในการสร้างแบรนด์ได้</p> <p>- นักศึกษามีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ของตนเองในการศึกษา</p> <p>เคารพในกฎระเบียบของมหาวิทยาลัย สิทธิ บทบาท หน้าที่ของตนเอง และผู้อื่น และตระหนักในคุณค่าของความเป็นมนุษย์</p> <p>- นักศึกษาสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ตระหนักถึงความสำคัญของการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม และการมี</p>	3	<p>- ทบทวนเนื้อหา</p> <p>- บรรยายประกอบ Power point และนำเสนอสาระสำคัญจากรายงานวิจัย-</p> <p>- ผู้เรียนแต่ละกลุ่มนำเสนอผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภค</p> <p>- ผู้เรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันระดมสมองร่วมกันกำหนดจุดยืนของแบรนด์</p> <p>อัตลักษณ์แบรนด์</p> <p>- ผู้สอนสรุปเนื้อหาและตอบข้อซักถาม</p> <p>- ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน</p>	<p>- ระบบ WBSC</p> <p>- Power Point</p> <p>- ผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภค</p> <p>- ระบบสารสนเทศออนไลน์ Google Form</p>	<p>1.1</p> <p>1.2</p> <p>1.3</p> <p>1.4</p> <p>1.5</p> <p>1.6</p> <p>1.7</p> <p>1.8</p>	<p>ผศ.ดร.</p> <p>ศศิพร</p> <p>ต่ายคำ</p>

ลำดับ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
	มนุษย์สัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น - นักศึกษาสามารถใช้ภาษา ตัวเลข และเทคโนโลยี สารสนเทศในการอภิปรายหรือนำเสนอผลงาน					
6	- บทที่ 4 การออกแบบองค์ประกอบแบรนด์ ผลการเรียนรู้ (Learning Outcome) - นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจกระบวนการสร้างแบรนด์ ในส่วนของการออกแบบองค์ประกอบแบรนด์ - นักศึกษาสร้างแบรนด์สินค้าโดยการคิดวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ และคิดสร้างสรรค์ได้ - นักศึกษามีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบ ต่อหน้าที่ของตนเองในการศึกษา เคารพในกฎระเบียบ ของมหาวิทยาลัย สิทธิ บทบาทหน้าที่ของตนเอง และ ผู้อื่น และตระหนักในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ - นักศึกษาสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ตระหนักถึง ความสำคัญของการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม และการมี มนุษย์สัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น	3	- ผู้สอนทบทวนเนื้อหา - บรรยายประกอบ Power point - ให้ผู้เรียนแต่ละกลุ่มออกแบบชื่อแบรนด์ แนวคิดชื่อแบรนด์ เรื่องราวของแบรนด์ คำโปรย ออกแบบตราสัญลักษณ์ - ผู้สอนให้คำแนะนำเกี่ยวกับการ ออกแบบ - ผู้สอนสรุปเนื้อหาและตอบข้อซักถาม - ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน	- ระบบ WBSC - Power Point - ตัวอย่างตราสัญลักษณ์ คำโปรย - โปรแกรมคอมพิวเตอร์ กราฟิก	1.1 1.2 1.6 1.7	ผศ.ดร. ศศิพร ต่ายคำ
7	- บทที่ 4 การออกแบบองค์ประกอบแบรนด์ (ต่อ) ผลการเรียนรู้ (Learning Outcome)	3	- ให้ผู้เรียนแต่ละกลุ่มปรับปรุงการ ออกแบบตราสัญลักษณ์ และออกแบบ	- ระบบ WBSC - Power Point	1.1 1.2	ผศ.ดร. ศศิพร

ลำดับ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจกระบวนการสร้างแบรนด์ ในส่วนของการออกแบบองค์ประกอบแบรนด์ - นักศึกษาสร้างแบรนด์สินค้าโดยการคิดวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ และคิดสร้างสรรค์ได้ - นักศึกษามีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบ ต่อหน้าที่ของตนเองในการศึกษา เคารพในกฎระเบียบ ของมหาวิทยาลัย สิทธิ บทบาทหน้าที่ของตนเอง และ ผู้อื่น และตระหนักในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ - นักศึกษาสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ตระหนักถึง ความสำคัญของการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม และการมี มนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น 		<ul style="list-style-type: none"> บรรจุกฎณ์ท์ และคู่มือแบรนด์ - ผู้สอนให้คำแนะนำเกี่ยวกับการ ออกแบบ - ผู้สอนสรุปเนื้อหาและตอบข้อซักถาม - ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน 	<ul style="list-style-type: none"> - ตัวอย่างบรรจุกฎณ์ท์ และคู่มือแบรนด์ - โปรแกรมคอมพิวเตอร์ กราฟิก 	<ul style="list-style-type: none"> 1.6 1.7 	<ul style="list-style-type: none"> ถ่ายคำ
8	<ul style="list-style-type: none"> - บทที่ 4 การออกแบบองค์ประกอบแบรนด์ (ต่อ) ผลการเรียนรู้ (Learning Outcome) - นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจกระบวนการสร้างแบรนด์ ในส่วนของการออกแบบองค์ประกอบแบรนด์ - นักศึกษาสร้างแบรนด์สินค้าโดยการคิดวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ และคิดสร้างสรรค์ได้ - นักศึกษามีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบ 	3	<ul style="list-style-type: none"> - ให้ผู้เรียนแต่ละกลุ่มปรับปรุงการ ออกแบบบรรจุกฎณ์ท์ - ผู้สอนให้คำแนะนำเกี่ยวกับการ ออกแบบ - ผู้สอนสรุปเนื้อหาและตอบข้อซักถาม - ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน 	<ul style="list-style-type: none"> - ระบบ WBSC - Power Point - โปรแกรมคอมพิวเตอร์ กราฟิก 	<ul style="list-style-type: none"> 1.1 1.2 1.6 1.7 	<ul style="list-style-type: none"> ผศ.ดร. ศศิพร ถ่ายคำ

ลำดับ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
	ต่อหน้าที่ของตนเองในการศึกษา เคารพในกฎระเบียบ ของมหาวิทยาลัย สิทธิ บทบาทหน้าที่ของตนเอง และ ผู้อื่น และตระหนักในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ - นักศึกษาสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ตระหนักถึง ความสำคัญของการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม และการมี มนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น					
9	- บทที่ 5 การสื่อสารแบรนด์ ผลการเรียนรู้ (Learning Outcome) - นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจกระบวนการสร้างแบรนด์ ในส่วนของ การสื่อสารแบรนด์ - นักศึกษาสร้างแบรนด์สินค้าโดยการคิดวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ และคิดสร้างสรรค์ได้ - นักศึกษาวิเคราะห์ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายและใช้เป็น ข้อมูลในการวางแผนการสื่อสารแบรนด์ได้ - นักศึกษาวางแผนการสื่อสารแบรนด์ได้ - นักศึกษามีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบ ต่อหน้าที่ของตนเองในการศึกษา เคารพในกฎระเบียบ ของมหาวิทยาลัย สิทธิ บทบาทหน้าที่ของตนเอง และ	3	- ทบทวนเนื้อหา - บรรยายประกอบ Power point และ นำเสนอสาระสำคัญจากรายงานวิจัย - ผู้เรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันระดมสมอง ร่วมกันวางแผนการสื่อสารแบรนด์และจุด สัมผัสแบรนด์ - ผู้สอนสรุปเนื้อหาและตอบข้อซักถาม - ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน	- ระบบ WBSC - Power point - สาระสำคัญจาก รายงานวิจัยการพัฒนา รูปแบบการสื่อสาร การตลาดออนไลน์สินค้า เกษตรอินทรีย์ - ตัวอย่างภาพจุดสัมผัส แบรนด์ - ตัวอย่างแผนการ สื่อสารแบรนด์	1.1 1.2 1.4 1.5 1.6 1.7	ผศ.ดร. ศศิพร ต่ายคำ

ลำดับ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
	ผู้อื่น และตระหนักในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ - นักศึกษาสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ตระหนักถึง ความสำคัญของการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม และการมี มนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น					
10	- บทที่ 5 การสื่อสารแบรนด์ (ต่อ) ผลการเรียนรู้ (Learning Outcome) - นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจกระบวนการสร้างแบรนด์ ในส่วนของ การสื่อสารแบรนด์ - นักศึกษาสร้างแบรนด์สินค้าโดยการคิดวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ และคิดสร้างสรรค์ได้ - นักศึกษาวิเคราะห์ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายและใช้เป็น ข้อมูลในการวางแผนการสื่อสารแบรนด์ได้ - นักศึกษาวางแผนการสื่อสารแบรนด์ได้ - นักศึกษามีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบ ต่อหน้าที่ของตนเองในการศึกษา เคารพในกฎระเบียบ ของมหาวิทยาลัย สิทธิ บทบาทหน้าที่ของตนเอง และ ผู้อื่น และตระหนักในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ - นักศึกษาสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ตระหนักถึง	3	- ทบทวนเนื้อหา - บรรยายประกอบ Power point - ผู้เรียนแต่ละกลุ่มออกภาคสนามเพื่อ ศึกษาสังเกตจุดสัมผัสแบรนด์ในแหล่ง การค้าหรือพื้นที่สาธารณะและนำข้อมูลที่ได้ มาประยุกต์ใช้ในการวางแผนการ สื่อสารแบรนด์ - ผู้สอนสรุปเนื้อหาและตอบข้อซักถาม - ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน	- ระบบ WBSC - Power point - แหล่งเรียนรู้จุดสัมผัส แบรนด์ในแหล่งการค้า หรือพื้นที่สาธารณะ ห้างสรรพสินค้า/ ซูเปอร์มาเก็ต	1.1 1.2 1.4 1.5 1.6 1.7	ผศ.ดร. ศศิพร ต่ายคำ

ลำดับ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
	ความสำคัญของการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม และการมี มนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น					
11	- บทที่ 6 การสร้างแบรนด์บุคคล ผลการเรียนรู้ (Learning Outcome) - นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจการสร้างแบรนด์บุคคล - นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ และคิด สร้างสรรค์การสร้างแบรนด์ได้ - นักศึกษามีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา มีความ รับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเองในการศึกษา เคารพใน กฎระเบียบของมหาวิทยาลัย สิทธิ บทบาทหน้าที่ของ ตนเอง และผู้อื่น และตระหนักในคุณค่าของความเป็น มนุษย์ - นักศึกษาสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ตระหนักถึง ความสำคัญของการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม และการมี มนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น	3	- ผู้สอนทบทวนเนื้อหา - บรรยายประกอบ Power point - ให้นักศึกษาชมคลิปการสัมภาษณ์งาน และวิพากษ์วิจารณ์ - ให้ผู้เรียนประยุกต์ใช้ความรู้ในการสร้าง แบรนด์บุคคลในการคิดสร้างสรรค์วิธีการ สร้างแบรนด์บุคคลให้แก่ตนเองและ นำเสนออัตลักษณ์ของตนเอง โดยการ ออกแบบ Resume ที่แสดงอัตลักษณ์ ของตนเอง - อาจารย์ให้คำแนะนำเพิ่มเติม - ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน	- ระบบ WBSC - ตัวอย่างแบรนด์บุคคล - คลิปการสัมภาษณ์งาน - กรณีศึกษาการสร้างแบ รด์บุคคล - ตัวอย่าง Resume - ระบบสารสนเทศ ออนไลน์	1.1 1.2 1.6 1.7	ผศ.ดร. ศศิพร ต่ายคำ
12	- บทที่ 7 การสร้างแบรนด์องค์กร ผลการเรียนรู้ (Learning Outcome) - นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจกระบวนการสร้างแบรนด์	3	- ผู้สอนทบทวนเนื้อหา - บรรยายประกอบ Power point - ให้นักศึกษาแต่ละกลุ่มค้นคว้าและศึกษา	- ระบบ WBSC - ตัวอย่างแบรนด์องค์กร - ระบบสารสนเทศ	1.1 1.2 1.6	ผศ.ดร. ศศิพร ต่ายคำ

ลำดับ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - นักศึกษาคิดวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ และคิดสร้างสรรค์ได้ - นักศึกษามีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบ ต่อหน้าที่ของตนเองในการศึกษา เคารพในกฎระเบียบของมหาวิทยาลัย สิทธิ บทบาทหน้าที่ของตนเอง และผู้อื่น และตระหนักในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ - นักศึกษาสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ตระหนักถึงความสำคัญของการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม และการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น 		การสร้างแบรนด์องค์กร - ให้นักศึกษาแต่ละกลุ่มออกภาคสนาม ภายในมหาวิทยาลัยสวนดุสิตเพื่อศึกษา และวิเคราะห์การสร้างแบรนด์องค์กรของมหาวิทยาลัย - ให้นักศึกษาแต่ละกลุ่มเขียน Mind Map การสื่อสารแบรนด์องค์กรสวนดุสิต - ผู้สอนสรุปเนื้อหาและตอบข้อซักถาม - ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน	ออนไลน์ - กระดาษสำหรับเขียน Mind Map - ทัศนศึกษาภายในมหาวิทยาลัยสวนดุสิต	1.7	
13	- บทที่ 7 การสร้างแบรนด์องค์กร (ต่อ) ผลการเรียนรู้ (Learning Outcome) - นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจกระบวนการสร้างแบรนด์ - นักศึกษาคิดวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ และคิดสร้างสรรค์ได้ - นักศึกษามีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบ ต่อหน้าที่ของตนเองในการศึกษา เคารพในกฎระเบียบของมหาวิทยาลัย สิทธิ บทบาทหน้าที่ของตนเอง และผู้อื่น และตระหนักในคุณค่าของความเป็นมนุษย์	3	- ให้นักศึกษาแต่ละกลุ่มเสนอแนวทางการสร้างแบรนด์มหาวิทยาลัยสวนดุสิต - ผู้สอนสรุปเนื้อหาและตอบข้อซักถาม - ให้ผู้เรียนตอบคำถามทบทวน	- ระบบ WBSC - ตัวอย่างการสร้างแบรนด์องค์กร	1.1 1.2 1.6 1.7	ผศ.ดร. ศศิพร ต่ายคำ

ลำดับ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
	- นักศึกษาสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ตระหนักถึง ความสำคัญของการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม และการมี มนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น					
14	- บทที่ 8 การสร้างแบรนด์สถานที่และแบรนด์กิจกรรม ผลการเรียนรู้ (Learning Outcome) - นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจกระบวนการสร้างแบรนด์ - นักศึกษาสามารถใช้ภาษา ตัวเลข และเทคโนโลยี สารสนเทศในการอภิปรายหรือนำเสนอผลงาน - นักศึกษามีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบ ต่อหน้าที่ของตนเองในการศึกษา เคารพในกฎระเบียบ ของมหาวิทยาลัย สิทธิ บทบาทหน้าที่ของตนเอง และ ผู้อื่น และตระหนักในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ - นักศึกษาสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ตระหนักถึง ความสำคัญของการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม และการมี มนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น	3	- ผู้สอนทบทวนเนื้อหา - บรรยายประกอบ Power point - ให้นักศึกษาชมคลิปวิดีโอสถานที่ ท่องเที่ยวและกิจกรรม แล้ว วิพากษ์วิจารณ์ - ให้นักศึกษาค้นคว้าและอภิปรายการ สร้างแบรนด์สถานที่และแบรนด์กิจกรรม จากระบบสารสนเทศออนไลน์ พร้อม นำเสนอ	- ระบบ WBSC - คลิปวิดีโอสถานที่ ท่องเที่ยวและกิจกรรม	1.1 1.6 1.7 1.8	ผศ.ดร. ศศิพร ต่ายคำ
15	- การนำเสนอรายงานการสร้างแบรนด์สินค้าชุมชน ผลการเรียนรู้ (Learning Outcome) - นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจกระบวนการสร้างแบรนด์	3	- ให้นักศึกษาแต่ละกลุ่มนำเสนอรายงาน การสร้างแบรนด์สินค้าชุมชนพร้อมส่ง รายงานและตัวอย่างบรรจุภัณฑ์	- ระบบ WBSC - รายงานการสร้าง แบรนด์สินค้าชุมชน	1.1 1.6 1.7	ผศ.ดร. ศศิพร ต่ายคำ

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - นักศึกษาสามารถใช้ภาษา ตัวเลข และเทคโนโลยี สารสนเทศในการอภิปรายหรือนำเสนอผลงาน - นักศึกษามีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบ ต่อหน้าที่ของตนเองในการศึกษา เคารพในกฎระเบียบ ของมหาวิทยาลัย สิทธิ บทบาทหน้าที่ของตนเอง และผู้อื่น และตระหนักในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ - นักศึกษาสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ตระหนักถึง ความสำคัญของการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม และการมี มนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น 		- อาจารย์สรุปและให้คำแนะนำเพิ่มเติม		1.8	

หมายเหตุ : ระบุทุกสัปดาห์ จำนวน 15 สัปดาห์ แผนการสอนสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรม ที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
การเข้า ชั้นเรียน	1.1.2, 1.1.6	- ความตรงต่อเวลา - การส่งงานตามกำหนดเวลา และความรับผิดชอบต่องาน - การสังเกตการแต่งกาย และการ ประพฤติตน	1-15	10%
รายงาน การสร้าง แบรนด์	2.1.1, 2.1.2, 3.1.2, 3.1.3, 4.1.1, 4.1.2, 5.1.2	- การตอบคำถามทบทวน การ ซักถาม หรือกิจกรรมในชั้นเรียน - การแสดงความคิดเห็น การคิด วิพากษ์ และผลงานการคิด สร้างสรรค์ในการออกแบบตรา สัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ - จากข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้า การเก็บรวบรวมข้อมูลและการ นำมาใช้ในการสร้างแบรนด์ - จากการนำเสนอผลการวิเคราะห์ SWOT และ PEST และการ นำมาใช้ในการสร้างแบรนด์และ วางแผนการสื่อสารแบรนด์ - จากการวางแผนการสื่อสารแบ รน์ - จากการวางตน การมีมนุษย สัมพันธ์ของนักศึกษาในการทำงาน กลุ่ม และสังเกตจากพฤติกรรมที่ แสดงออกในการสื่อสารกับผู้อื่น - จากการอภิปรายและการ นำเสนอผลงานของนักศึกษา	1-15	40%
งานและ กิจกรรม	2.1.1, 2.1.2, 3.1.2, 3.1.3, 4.1.2, 5.1.2	- การตอบคำถามทบทวน การ ซักถาม หรือกิจกรรมในชั้นเรียน	1-14	20%

กิจกรรม ที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
ระหว่าง เรียน		- การแสดงความคิดเห็น การคิด วิพากษ์ และผลงานการคิด สร้างสรรค์ในการออกแบบ - จากการวางตน การมีมนุษย สัมพันธ์ของนักศึกษาในการทำงาน กลุ่ม และสังเกตจากพฤติกรรมที่ แสดงออกในการสื่อสารกับผู้อื่น - จากการอภิปรายและการ นำเสนอผลงานของนักศึกษา		
		- การสอบปลายภาคเรียน	16	30

หมวดที่ 6 ทฤษฎีการประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

ศศิพร ต่ายคำ. (2563). *ตำรา การสร้างตราสินค้า*. กรุงเทพฯ : สวนดุสิต กราฟฟิคไซท์.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

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

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

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

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

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

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

ศศิพร ต่ายคำ ศุภพล กิจศรีนภดล สุวรรณา พิชัยยงค์วงศ์ดี. (2561). *การพัฒนารูปแบบการสร้างแบรนด์
ผลไม้แปรรูปของวิสาหกิจชุมชน*. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

ศศิพร ต่ายคำ ฐานะวัฒนา สุขวงศ์ บุศรินทร์ ชื่นศิลป์. (2562). *การพัฒนารูปแบบการสื่อสารการตลาด
ออนไลน์สินค้าเกษตรอินทรีย์*. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ศศิพร ต่ายคำ พัชรียา จันทร์กระจ่าง. (2560). *การศึกษาตลาดผลไม้แปรรูปและปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อ
การตัดสินใจซื้อผลไม้แปรรูปของนักท่องเที่ยวจีน*. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

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

- เสรีมยศ 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

- พิรวงศ์ 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 %

- | | |
|--|----------|
| - พฤติกรรม | 10 คะแนน |
| (บุคลิกภาพ การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน การตรงต่อเวลา ความรับผิดชอบ ฯลฯ) | |
| - งานและกิจกรรมระหว่างภาคเรียน | 20 คะแนน |
| - รายงานการสร้างแบรนด์ | 40 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

อาจารย์ผู้สอนเพิ่มเติมเนื้อหาเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยและปรับเปลี่ยนกิจกรรมการสร้างแบรนด์ให้กระชับสอดคล้องกับสถานการณ์และการสอนออนไลน์ในช่วงโรคระบาด

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

ประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาในรายวิชา และนักศึกษาผ่านเกณฑ์การประเมินตามรายวิชา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- 5.1 วางแผนปรับปรุงรายวิชาทุก 3 ปี
- 5.2 ทบทวนประสิทธิผลของรายวิชาจากการประเมินการสอนของนักศึกษาที่ประเมินผ่านประเมิน โดยแบบสอบถามความคิดเห็นของนักศึกษา สรุปและวางแผนการปรับปรุงเพื่อใช้ในปีการศึกษาถัดไป
- 5.3 ปรับปรุงมคอ.3 และตำรา