



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ประจำภาคเรียนที่ 1/2563

รหัสวิชา 3643603 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การจัดการตราผลิตภัณฑ์
(ภาษาอังกฤษ) Brand Management

อาจารย์ผู้สอน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรพร ทิมแดง

คำนำ

รายละเอียดรายวิชาการจัดการตราผลิตภัณฑ์ (Brand Management) รหัสวิชา 3643603 เป็นการจัดทำรายละเอียดประกอบรายวิชาการจัดการตราผลิตภัณฑ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดในหมวดวิชาเฉพาะ วิชาเลือก โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย ความสำคัญของตราผลิตภัณฑ์และการสร้างตราผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างตราผลิตภัณฑ์ การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ บุคลิกภาพของตราผลิตภัณฑ์ การกำหนดอัตลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ การตั้งชื่อตราผลิตภัณฑ์ การออกแบบตราผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์การรับรู้ ภาพลักษณ์ ความซื่อสัตย์ และคุณค่าของ ตราผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์และยุทธวิธีในการนำเสนอ การจัดการ และการปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์

รายละเอียดรายวิชานี้เป็นส่วนสำคัญต่อผู้เรียน ที่เน้นทั้งการเรียนการสอนที่เป็นทฤษฎีและการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เพื่อให้ผู้เรียนได้แนวทางในการจัดการเรียนรู้ทฤษฎีและกรณีศึกษา จากกิจกรรมการเรียนการสอนภายในห้องเรียน รวมถึงติดตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยใช้ทักษะการค้นคว้าด้วยตนเองเพิ่มเติม นอกเหนือจากการเรียนภายในห้อง ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายวิชานี้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคตได้

ผู้จัดทำ

สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	4
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	5
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	6
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	7
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	11
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	26
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	27

8. สถานที่เรียน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

1 มิถุนายน 2563

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. พุทธิพิสัย (ความรู้ที่ได้รับจากการเรียน)

1.1 เพื่อให้ผู้ศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจความหมายและความสำคัญของตราผลิตภัณฑ์และการสร้างตราผลิตภัณฑ์

1.2 เพื่อให้ผู้ศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างตราผลิตภัณฑ์

1.3 เพื่อให้ผู้ศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจถึงการตั้งชื่อตราผลิตภัณฑ์ การออกแบบตราผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์การรับรู้ ภาพลักษณ์ ความเชื่อสตัย และคุณค่าของตราผลิตภัณฑ์

1.4 เพื่อให้ผู้ศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจถึงกลยุทธ์และยุทธวิธีในการนำเสนอ การจัดการ และการปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์

2. ทักษะพิสัย (ความสามารถ ทักษะการปฏิบัติ การใช้ IT ที่ได้รับจากการเรียน)

2.1 นักศึกษาสามารถวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาด

2.2 นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้รับมาทำการวางแผนการตลาด

2.3 นักศึกษาสามารถค้นคว้าหาข้อมูลจาก website ที่เกี่ยวข้องได้

2.4 นักศึกษาสามารถนำผลการวิเคราะห์การศึกษาสภาพแวดล้อมทางการตลาด กลยุทธ์ทางการตลาด และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน

3. จิตพิสัย (ทัศนคติ คุณธรรม จริยธรรม ที่ได้รับจากการเรียน)

3.1 นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจจริยธรรมและจรรยาบรรณของนักการตลาด

3.2 นักศึกษาจะต้องทำการวิเคราะห์ข้อมูลกลยุทธ์ และหาแหล่งข้อมูลด้วยตนเองไม่มีการคัดลอกจากผู้อื่น

3.3 นักศึกษามีส่วนร่วมในการทำงานและปฏิบัติตามข้อตกลงในชั้นเรียนได้เป็นอย่างดี

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

2.1 เพื่อให้สอดคล้อง กระบวนการเรียนการสอน และสื่อการสอนทั้ง Online และ Offline ให้มีความเหมาะสมกับผู้เรียน

2.2 เพื่อจัดกิจกรรมการเรียนการสอนและมอบหมายกิจกรรมกลุ่ม/เดี่ยวให้มีความเหมาะสมกับผู้เรียน

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 tactics in brand presentation, management, and improvement.

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมเพื่อทดแทนคาบเรียนที่ไม่สามารถทำการสอนได้ หรือตามที่คุณเรียนร้องขอ เพื่อทบทวนความรู้ความเข้าใจให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น	ไม่มีฝึกปฏิบัติ	90 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

รายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ประกาศเวลาให้คำปรึกษาผ่านเว็บไซต์ของหลักสูตร
- อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคล หรือ รายกลุ่มตามความต้องการ 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (เฉพาะรายที่ต้องการ)

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

1.1.1 มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม

1.1.2 มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิต โดยยึดแนวความคิดความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้างภูมิคุ้มกัน

○ 1.1.3 มีจิตสำนึก มีวินัย เคารพและปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับขององค์กรและสังคม และ มโนธรรมที่จะแยกแยะความถูกต้อง ความดีความชั่ว

● 1.1.4 มีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพทางธุรกิจ

1.2 วิธีการสอน

1.2.1 ปลุกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลาตลอดจนการแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

1.2.2 ฝึกนักศึกษาให้มีความรับผิดชอบในการทำงานกลุ่มโดยฝึกให้รู้หน้าที่ของการเป็นผู้นำและการเป็นสมาชิกของกลุ่ม มีความซื่อสัตย์โดยไม่ทุจริตหรือคัดลอกงานของผู้อื่น

1.2.3 อาจารย์ผู้สอนสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรมในการสอนทุกรายวิชา และ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม เช่น การยกย่องนักศึกษาที่ประพฤติดี ปฏิบัติดี ทำประโยชน์กับส่วนรวมและมีจิตสาธารณะ

1.3 วิธีการประเมินผล

1.3.1 ประเมินจากการมีวินัยและพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรมของหลักสูตร

1.3.2 ประเมินจากการเข้าชั้นเรียนตรงเวลาของนักศึกษา การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย และการร่วมกิจกรรม

1.3.4 ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ไม่คัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

2.1.1 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการตลาด

● 2.1.2 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านการตลาด

○ 2.1.3 มีความรู้และความเข้าใจในกระบวนการจัดการทางการตลาด

2.1.4 มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านบริหารการตลาด รวมทั้งมีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและผลกระทบอย่างเท่าทัน

2.2 วิธีการสอน

2.2.1 จัดให้มีการเรียนการสอนในหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นหลักการทฤษฎี และประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติในสภาพแวดล้อมจริงเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ

2.2.2 จัดให้มีการเรียนรู้จากสถานการณ์จริงโดยการศึกษาดูงาน

2.2.3 เชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นวิทยากรเพื่อสร้างโอกาสในการเรียนรู้

2.2.4 กำหนดให้มีการฝึกประสบการณ์วิชาชีพในหน่วยงานหรือสถาน-ประกอบการ

2.3 วิธีการประเมินผล

2.3.1 ทดสอบย่อย จัดสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน

2.3.2 ประเมินผลจากรายงานที่นักศึกษาจัดทำ

2.3.3 ประเมินผลจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

3.1.1 สามารถสืบค้น จำแนก และวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้ซึ่งสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจอย่างเหมาะสม

● 3.1.2 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ต่อยอดกรอบความรู้เดิม สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อให้เกิดนวัตกรรม กิจกรรมหรือแนวทางในการบริหารธุรกิจใหม่ ๆ

● 3.1.3 สามารถคิดค้นทางเลือกใหม่ ๆ รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้าน โดยนำความรู้และประสบการณ์มาประยุกต์ใช้

3.2 วิธีการสอน

3.2.1 ฝึกกระบวนการคิดวิเคราะห์ให้กับนักศึกษาตั้งแต่ในระดับที่ง่ายไปจนถึงระดับความยากขึ้นเรื่อย ๆ โดยจัดกิจกรรมให้เหมาะสมและสอดคล้องกับรายวิชา

3.2.2 จัดการเรียนการสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญด้วยการฝึกสืบค้นข้อมูล จำแนกข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล แก้ปัญหา วิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้านภายใต้สถานการณ์จำลอง/สถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง

3.3 วิธีการประเมินผล

3.3.1 สังเกตพฤติกรรม การร่วมกิจกรรมการอภิปราย และการตอบคำถาม

3.3.2 ตรวจสอบผลงานการศึกษาค้นคว้ารายงานที่ได้รับมอบหมาย

3.3.3 การสอบปฏิบัติและการสอบวัดผลความรู้ โดยการจัดทำข้อสอบเพื่อใช้วัดทักษะทางด้านปัญญาของนักศึกษา โดยเน้นการแก้ปัญหา การอธิบายแนวคิดของการแก้ปัญหา และวิธีการแก้ปัญหา โดยการประยุกต์ความรู้ที่ได้เรียนมา

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

4.1.1 มีความสามารถในการประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น และปรับตัวเชิงวิชาชีพได้

○ 4.1.2 มีความกระตือรือร้น สามารถทำงานเป็นกลุ่ม และสามารถแสดงภาวะผู้นำผู้ตามได้อย่างเหมาะสม มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาตนเองและอาชีพ

● 4.1.3 มีความคิดริเริ่มและมีความคิดเห็นที่มีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ของทีมงาน

4.2 วิธีการสอน

4.2.1 ใช้วิธีการสอนที่มีการกำหนดกิจกรรมหรือโครงการเพื่อเสริมสร้างการทำงานร่วมกัน การทำงานที่ต้องประสานงานกับผู้อื่น การทำงานกับหลักสูตรอื่นๆ หรือต้องค้นคว้าหาข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลอื่น หรือจากผู้มีประสบการณ์วิชาชีพในการตลาด

4.2.2 จัดให้มีการฝึกงานในสถานประกอบการในรายวิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพในการตลาด

4.3 วิธีการประเมินผล

4.3.1 ประเมินจากพฤติกรรม การร่วมกิจกรรม การอภิปราย

4.3.2 ประเมินการทำงานภายในกลุ่มอย่างต่อเนื่อง

4.3.3 ให้นักศึกษาประเมินเพื่อนร่วมกลุ่มในแต่ละกิจกรรม

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

5.1.1 สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจทางการตลาด

5.1.2 สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้

● 5.1.3 สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจ การเขียนรายงาน และการนำเสนองานต่อกลุ่มบุคคลที่แตกต่างได้อย่างเหมาะสม

5.1.4 สามารถนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

5.2 วิธีการสอน

5.2.1 จัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาต่างๆ โดยเน้นให้นักศึกษาได้วิเคราะห์สถานการณ์จำลองและสถานการณ์เสมือนจริงแล้วนำเสนอการแก้ปัญหา

5.2.2 จัดกิจกรรมที่เสริมสร้างความสามารถในการคำนวณ การคิดวิเคราะห์และการตัดสินใจโดยนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

5.3 วิธีการประเมินผล

5.3.1 สังเกตและประเมินทำงานกลุ่ม

5.3.2 ประเมินการนำเสนอผลงานทั้งด้านการใช้ภาษาและการใช้ สื่อเทคโนโลยี

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
1 (Online)	<p>แนะนำบทเรียนและรายละเอียดในการจัดการเรียนการสอน หนังสือเรียน และเกณฑ์การวัดผล</p> <p>ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของตราผลิตภัณฑ์ - ความสำคัญของตราผลิตภัณฑ์ - การสร้างตราผลิตภัณฑ์ <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนวิเคราะห์ความสำคัญของการสร้างตราผลิตภัณฑ์ โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind map เป็นเครื่องมือในการสรุป</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. แนะนำวิธีการเรียนการสอนและอธิบายเนื้อหาวิชา จุดประสงค์ และ เป้าหมายของรายวิชา เกณฑ์การวัดผลและประเมินผล แนะนำหนังสือเรียน และ website เพิ่มเติม 2. วิธีการสอนแบบการบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams เพื่อให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 3. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 4. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนการสร้างตราสินค้า 2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO 3. ระบบ WBSC Microsoft Teams และ Line 4. ใบงาน 	1.1,1.2,1.3,1.4,2.1,2.2,,2.3 3.2,4.1,4.3,5.2	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	สาระสำคัญ		ท้ายบทเรียน			
2 (Online)	<p>กระบวนการสร้างตราผลิตภัณฑ์</p> <p>- หลักการของการสร้างตราผลิตภัณฑ์</p> <p>กรณีศึกษากระบวนการสร้างตราผลิตภัณฑ์</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนวิเคราะห์ความสำคัญของกระบวนการสร้างตราผลิตภัณฑ์ และสามารถอภิปรายร่วมกัน</p>	3	<p>1. วิธีการสอนแบบการบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams เพื่อให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษากระบวนการสร้างตราผลิตภัณฑ์ เพื่อฝึกคิดวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอนการสร้างตราสินค้า</p> <p>2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO</p> <p>3. ระบบ WBSC Microsoft Teams และ Line</p> <p>4. ใบงาน</p>	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2, 4.3,5.2,5.4	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
3 (Online)	<p>การวิเคราะห์พฤติกรรม ผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของ พฤติกรรมผู้บริโภค - การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค - เทคนิคการวิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภค <p>ปัจจัยที่มีอิทธิพลและส่งผลต่อ การแสดงพฤติกรรมผู้บริโภค</p> <p>Learning Outcome ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการ สร้างตราสินค้าและสามารถ อภิปรายร่วมกัน</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. วิธีการสอนแบบการบรรยาย (Online)โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams เพื่อ ให้ ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายใน ประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับ สารการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์ กรณีศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อฝึกคิด วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความ คิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวน ท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษา อภิปรายและซักถามในประเด็นที่ สนใจและสงสัย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการ สอนการสร้างตราสินค้า 2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO 3. ระบบ WBSC Microsoft Teams แ ละ Line 4. ใบงาน 	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2, 4.3,5.2,5.4	ผศ.ดร.ภัทร พร ทิมแดง
4 (Online)	<p>ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างตรา ผลิภัณฑ์</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. วิธีการสอนแบบการบรรยาย (Online)โดยผ่านระบบ WBSC 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการ สอนการสร้างตราสินค้า 	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2, 4.3,5.2,5.4	ผศ.ดร.ภัทร พร ทิมแดง

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p>- การสร้างคุณค่าให้กับตราหือ (Brand Valued)</p> <p>- แนวคิดเบื้องต้นของการสร้างสิ่งที่เกี่ยวข้องกับตราหือ (Brand Association)</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนมีความรู้ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างตราผลิตภัณฑ์ และสามารถอภิปรายร่วมกัน</p>		<p>ร่วมกับ การใช้โปรแกรม Microsoft Teams เพื่อให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างตราผลิตภัณฑ์ เพื่อฝึกคิด วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO</p> <p>3. ระบบ WBSC Microsoft Teams และ Line</p> <p>4. ใบงาน</p>		

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
5 (Online)	<p>การกำหนดตำแหน่ง ผลิตภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด - การกำหนดตำแหน่งโดยการสร้างความแตกต่าง <p>Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind Map หรือ Infographic เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ</p>	3	<p>วิธีการสอนแบบการบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams เพื่อให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิด วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอนการสร้างตราสินค้า</p> <p>2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO</p> <p>3. ระบบ WBSC Microsoft Teams และ Line</p> <p>4. ใบงาน</p>	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2, 4.3,5.2,5.4	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
6 (Online)	<p>การกำหนดบุคลิกภาพ และเอกลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของบุคลิกภาพของตราผลิตภัณฑ์ - การกำหนดบุคลิกภาพของตราผลิตภัณฑ์ <p>การกำหนดเอกลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความการกำหนดบุคลิกภาพและเอกลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์ และสามารถอภิปรายร่วมกันในชั้นเรียน</p>	3	<p>วิธีการสอนแบบการบรรยาย (Online)โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams เพื่อให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา การกำหนดบุคลิกภาพของตราผลิตภัณฑ์ เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอนการสร้างตราสินค้า</p> <p>2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO</p> <p>3. ระบบ WBSC Microsoft Teams และ Line</p> <p>4. ใบงาน</p>	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2, 4.3,5.2,5.4	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง
7 (Online)	<p>การตั้งชื่อ และการออกแบบตราผลิตภัณฑ์</p>	3	<p>1. วิธีการสอนการบรรยายในชั้นเรียนโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอนการสร้างตราสินค้า</p>	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2, 4.3,5.2,5.4	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<ul style="list-style-type: none"> - ความสำคัญของการตั้งชื่อตราผลิตภัณฑ์ - ข้อพิจารณาในการตั้งชื่อผลิตภัณฑ์ - ความสำคัญของการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ <p>ขั้นตอนการออกแบบตราผลิตภัณฑ์</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการตั้งชื่อและออกแบบตราผลิตภัณฑ์ และสามารถอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียน</p>		<p>อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มเพื่อศึกษากลยุทธ์การตั้งชื่อตราผลิตภัณฑ์และการออกแบบตราผลิตภัณฑ์</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO</p> <p>3. ระบบ WBSC Microsoft Teams และ Line</p> <p>4. ใบงาน</p>		
8 (Online)	<p>การวิเคราะห์การรับรู้ภาพลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความ</p>	3	<p>1. วิธีการสอนการบรรยายในชั้นเรียนโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอนการสร้างตราสินค้า</p> <p>2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO</p>	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2, 4.3,5.2,5.4	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	เข้าใจในการรับรู้ ภาพลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์และสามารถอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียน		2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์การรับรู้ภาพลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์ 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	3. ระยะเวลา WBSC Microsoft Teams และ Line 4. ใบงาน		
9 (Online)	<p>ความซื่อสัตย์ต่อตราผลิตภัณฑ์และการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของความซื่อสัตย์ต่อตราผลิตภัณฑ์ - ความสำคัญของความซื่อสัตย์ต่อตราผลิตภัณฑ์ - การสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ 	3	<p>1. วิธีการสอนการบรรยายในชั้นเรียนโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์ลักษณะระดับผลิตภัณฑ์ จากกรณีศึกษาทางธุรกิจ เพื่อฝึกคิดวิเคราะห์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาศึกษาความซื่อสัตย์ต่อตราผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค</p> <p>4. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวน</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอนการสร้างตราสินค้า</p> <p>2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO</p> <p>3. ระยะเวลา WBSC Microsoft Teams และ Line 4. ใบงาน</p>	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2,4.3,5.2,5.4	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในความซื่อสัตย์ต่อตราผลิตภัณฑ์ และการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์และสามารถอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียน</p>		<p>ทำยบทเรียน</p> <p>5. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>			
10 (Offline)	<p>กลยุทธ์/ยุทธวิธี การนำเสนอ ตราผลิตภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - กลยุทธ์/ยุทธวิธี ตราผลิตภัณฑ์ - การนำเสนอตราผลิตภัณฑ์ <p>กรณีศึกษาการนำเสนอตราผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จ</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการนำเสนอตรา</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. วิธีการสอนการบรรยายในชั้นเรียนโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิด วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนทำยบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนการสร้างตราสินค้า 2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO 3. ระบบ WBSC 4. ใบงาน 	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2,4.3,5.2,5.4	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	ผลิตภัณท์ และสามารถอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียน					
11 (Offline)	<p>การบริหารจัดการตราผลิตภัณท์</p> <p>- ความสำคัญของการบริหารจัดการตราผลิตภัณท์</p> <p>การจัดการตราผลิตภัณท์</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจการบริหารจัดการตราผลิตภัณท์ และสามารถอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียน</p>	3	<p>1. วิธีการสอนการบรรยายในชั้นเรียนโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาศึกษากรณีศึกษาการบริหารจัดการตราผลิตภัณท์ที่ประสบความสำเร็จและไม่ประสบความสำเร็จ</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอนการสร้างตราสินค้า</p> <p>2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO</p> <p>3. ระบบ WBSC</p> <p>4. ใบงาน</p>	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2,4.3,5.2,5.4	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง
12 (Offline)	<p>การปรับปรุงตราผลิตภัณท์</p> <p>- ปัจจัยในการพิจารณา</p>	3	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการ	<p>1. เอกสารประกอบการสอนการสร้างตราสินค้า</p> <p>2. สื่อการสอน Power</p>	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2,4.3,5.2,5.4	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p>ปรับปรุงตรา ผลิตภัณฑ์</p> <p>- ขั้นตอนในการปรับปรุง ตราผลิตภัณฑ์</p> <p>กรณีศึกษาในการปรับปรุงตรา ผลิตภัณฑ์</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความ เข้าใจในการปรับปรุงตรา ผลิตภัณฑ์ และสามารถ อภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยน เรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียน</p>		<p>เรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์ช่อง ทางการจัดจำหน่าย ของธุรกิจ ปัจจุบัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวน ท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษา อภิปรายและซักถามในประเด็นที่ สนใจและสงสัย</p>	<p>point คลิป VDO</p> <p>3. ระบบ WBSC</p> <p>4. ใบงาน</p>		
13 (Offline)	<p>การนำเสนอการออกแบบตรา ผลิตภัณฑ์</p> <p>- การออกแบบชื่อ ผลิตภัณฑ์</p> <p>- การออกแบบตรา</p>	3	<p>1. วิธีการสอนการบรรยายในชั้น เรียนโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่ เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์ กรณีศึกษา การนำเสนอการ</p>	<p>1. เอกสารประกอบการ สอนการสร้างตราสินค้า</p> <p>2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO</p> <p>3. ระบบ WBSC</p> <p>4. ใบงาน</p>	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2, 4.3,5.2,5.4	ผศ.ดร.ภัทร พร ทิมแดง

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p>ผลิตภัณฑ์</p> <p>- การสร้างบุคลิกให้กับตราผลิตภัณฑ์</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในเรื่องการนำเสนอการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ และสามารถอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียน</p>		<p>ออกแบบตราผลิตภัณฑ์ เพื่อฝึกคิด วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>			
14 (Offline)	<p>แผนในการนำเสนอตราผลิตภัณฑ์</p> <p>- นำเสนอแผนการเสนอตราผลิตภัณฑ์ ออกสู่ตลาด</p> <p>- การอภิปรายกลยุทธ์/ยุทธวิธีโดยนักศึกษา</p> <p>Learning Outcome</p>	3	<p>1. วิธีการสอนการบรรยายในชั้นเรียนโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มวิเคราะห์แผนในการนำเสนอตราผลิตภัณฑ์ พร้อมนำเสนอหน้าชั้นเรียน</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอนการสร้างตราสินค้า</p> <p>2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO</p> <p>3. ระบบ WBSC</p> <p>4. ใบงาน</p>	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2,4.3,5.2,5.4	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในเรื่องการนำเสนอตราผลิตภัณฑ์ และสามารถอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียน		3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย			
15 (Offline)	<p>จรรยาบรรณและความรับผิดชอบในการสร้างตราผลิตภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของจรรยาบรรณ <p>ความสำคัญของจรรยาบรรณในการสร้างตราผลิตภัณฑ์</p> <p>การนำเสนอผลงาน</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในเรื่องจรรยาบรรณและความรับผิดชอบในการสร้างตรา</p>	3	<p>1. วิธีการสอนการบรรยายในชั้นเรียนโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิด วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอนการสร้างตราสินค้า</p> <p>2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO</p> <p>3. ระบบ WBSC</p> <p>4. ใบงาน</p>	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2, 4.3,5.2,5.4	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	ผลิตภัณฑ์ และสามารถอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียน					

หมายเหตุ : แผนการสอนในแต่ละสัปดาห์สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ ที่ประเมิน	สัดส่วนการ ประเมินผล
1. การเข้าชั้นเรียน/ การตรงต่อเวลา/ การ แต่งกาย	(1.1.1) (1.1.3)	1. ประเมินจากการตรงเวลา ของนักศึกษาในการเข้าชั้น เรียน การส่งงานตามกำหนด ระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากการแต่งกาย ของนักศึกษาที่เป็นไปตาม ระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. ประเมิน จาก ความ รับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับ มอบหมายรายกลุ่ม และ บุคคล	1-15	10%
2. กิจกรรม/งานที่ ได้รับมอบหมาย	(1.1.2) (1.1.3) (1.1.4) (2.1.1) (2.1.2)(2.1.3) (2.1.4) (3.1.1) (3.1.2) (3.1.3) (4.1.1) (4.1.2) (4.1.3) (5.1.3) (5.1.4)	1. ประเมินจากการตรงเวลา ของนักศึกษาในการเข้าชั้น เรียน การส่งงานตามกำหนด ระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมิน จาก ความ รับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับ มอบหมายรายกลุ่ม และ บุคคล 3. ประเมินจากงาน/กิจกรรม ต่างๆ ที่มอบหมายให้ นักศึกษาฝึกปฏิบัติ ต้องมี ความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำ ผลงานของผู้อื่นมาเป็นของ ตน เช่น แบบฝึกหัดทบทวน เพื่อวัดความเข้าใจของ นักศึกษา/ การเขียนสรุป ความรู้ความเข้าใจ Mind Map 4. ประเมินจากการมีส่วนร่วม ในการแสดงความ	1-15	15%

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนการประเมินผล
		คิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม 5. ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม		
3. การวิเคราะห์กรณีศึกษา	(1.1.3) (2.1.2) (2.1.2)(2.1.3) (2.1.4) (3.1.1) (3.1.2) (3.1.3) (4.1.1) (4.1.2) (4.1.3) (5.1.3) (5.1.4)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล 3. ประเมินจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา/การเขียนสรุป Mind Map เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา 4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม 5. ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม	1-15	15%
4. รายงานและการนำเสนอ	(1.1.2) (1.1.3) (1.1.4) (2.1.1) (2.1.2)(2.1.3) (2.1.4) (3.1.1) (3.1.2) (3.1.3) (4.1.1) (4.1.2) (4.1.3) (5.1.1)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. ประเมินจากความ	1-14 15	20%

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนการประเมินผล
	(5.1.2) (5.1.3) (5.1.4)	<p>รับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล</p> <p>4. ประเมินจากรายงานที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน</p> <p>5. ประเมินจากการนำเสนอผลงาน (กลุ่ม) หน้าชั้นเรียน การเป็นผู้นำและผู้ตามในการอภิปรายซักถาม ตลอดจนการใช้ความคิดแก้ไขปัญหาทางธุรกิจค้าปลีกได้อย่างเหมาะสม</p> <p>6. ประเมินจากผลการสืบค้นเทคนิคการนำเสนอ โดยการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม</p>		
5. สอบปลายภาค	(2.1.1) (2.1.2) (3.1.2)	ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัย	16	40%

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

ศศิพร ต่ายคำ. (2559). เอกสารประกอบการสอนการสร้างตราสินค้า. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสวนดุสิตกราฟฟิคไซด์.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

- 2.1 2.1 ปิยะชาติ อิศรภักดี. (2559). Branding 4.0. กรุงเทพฯ : Amarin How to.
- 2.2 Aaker, D. A. (1996). Building strong brand. New York: Free Press.
- 2.3 หนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กทางการตลาด

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

3.1 <http://www.marketeeer.co.th/>

3.2 <http://www.brandage.com>

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอนผ่านระบบ

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การทวนสอบผลโดยอาจารย์ผู้สอน เช่น สุ่มตรวจผลงานนักศึกษา ประเมินผลการเรียนรู้ของผู้เรียน

3. การปรับปรุงการสอน

นำผลที่สะท้อนจากนักศึกษามาใช้ในการปรับปรุงการสอนโดยเน้นนักศึกษาเป็นศูนย์กลาง

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

แต่งตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชาตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ การพิจารณาจากรายงานของผู้เรียน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนตามข้อกำหนดการวัดและประเมินผลประจำรายวิชา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

ปรับปรุงรายละเอียดวิชาทุกภาคการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนหรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4 ปรับปรุงรูปแบบการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ