



## รายละเอียดของรายวิชา (Course Specification)

รหัสวิชา DCM๑๑๐๔ รายวิชา การจัดการแบรนด์

สาขาวิชา การจัดการนวัตกรรมดิจิทัลและคอนเทนต์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ภาคการศึกษา ๒ ปีการศึกษา ๒๕๖๔

### หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

#### ๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา DCM๑๑๐๔  
ชื่อรายวิชาภาษาไทย การจัดการแบรนด์  
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ Brand Management

#### ๒. จำนวนหน่วยกิต

๓(๓-๐-๖)

#### ๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร สารสนเทศศาสตร์บัณฑิต (การจัดการนวัตกรรมดิจิทัลและคอนเทนต์)  
๓.๒ ประเภทของรายวิชา หมวดวิชาเฉพาะ บัณฑิตเรียน แขนงการจัดการดิจิทัลคอนเทนต์

#### ๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา -  
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน อาจารย์พงษ์พิสิษฐ์ เลี้ยงอยู่

#### ๕. สถานที่ติดต่อ

สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมดิจิทัลและคอนเทนต์  
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี E – Mail: pongpisid.li@ssru.ac.th

#### ๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่ ๒ / ชั้นปีที่ ๑  
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้ ประมาณ ๓๐ คน

๗. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี) .....

๘. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี) .....

#### ๙. สถานที่เรียน

แบบผสมผสาน Hyflex; Online, On demand Onsite  
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

#### ๑๐. วันที่จัดทำหรือปรับปรุง

วันที่ ๑ เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๔

รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

## หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### ๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการจัดการแบรนด์ คุณค่าของแบรนด์สินค้า องค์ประกอบและกระบวนการสร้างแบรนด์ การรับรู้ต่อแบรนด์ ภาพลักษณ์ของแบรนด์ และการสร้างความภักดีต่อแบรนด์ ตลอดจนกลยุทธ์ การวางแผนการตลาด และส่วนประสมการตลาด เพื่อสร้างคุณค่าของแบรนด์

### ๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการแบรนด์ คุณค่าของแบรนด์สินค้า องค์ประกอบและกระบวนการสร้างแบรนด์ การรับรู้ต่อแบรนด์ ภาพลักษณ์ของแบรนด์ และการสร้างความภักดีต่อแบรนด์ ตลอดจนกลยุทธ์ การวางแผนการตลาด และส่วนประสมการตลาด เพื่อสร้างคุณค่าของแบรนด์

## หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

### ๑. คำอธิบายรายวิชา

ความหมายของแบรนด์ ตลอดจนคุณค่าของแบรนด์สินค้า องค์ประกอบและกระบวนการสร้างแบรนด์ เพื่อส่งเสริมการรับรู้ต่อแบรนด์ การส่งเสริมภาพลักษณ์ของแบรนด์ เพื่อความภักดีต่อแบรนด์โดยภาพรวม การกำหนดกลยุทธ์ การส่งเสริมการขายผ่านการวางแผนทางการตลาด และส่วนประสมทางการตลาดเพื่อสร้างคุณค่าของแบรนด์

Definition of brand along with the essential of product brand; Components and process of creating brand to promote brand awareness; Promoting the brand image; Overall brand loyalty; Strategy formulation; Promoting sales through marketing plan and mixed marketing plan to establish brand value

### ๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน (ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
๔๕	-	-	๙๐

### ๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

(ผู้รับผิดชอบรายวิชาโปรดระบุข้อมูล ตัวอย่างเช่น ๑ ชั่วโมง / สัปดาห์)

๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (๒๒๔๓)

๓.๒ ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข ๐๙๔๔๓๖๓๖๖๖

๓.๓ ปรึกษาผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) pongpisid.li@ssru.ac.th

๓.๔ ปรึกษาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook/Twitter/Line) <https://www.facebook.com/pompisit.li>

๓.๕ ปรึกษาผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Internet/Web board) [http://www.elsci.ssru.ac.th/pongpisid\\_li](http://www.elsci.ssru.ac.th/pongpisid_li)

## หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

### ๑. คุณธรรม จริยธรรม

#### ๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต
- (๒) มีวินัย ตรงต่อเวลา และ มีความรับผิดชอบต่องานของตนเอง วิชาชีพและสังคม
- (๓) มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและแก้ไขข้อขัดแย้ง
- (๔) เคารพกฎระเบียบ ข้อบังคับ สิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น
- (๕) สามารถวิเคราะห์ผลกระทบจากการใช้สารสนเทศต่อบุคคล/องค์กรและสังคม

#### ๑.๒ วิธีการสอน

- (๑) วิธีการสอนแบบบรรยาย พร้อมยกตัวอย่างประกอบและมีรูปภาพประกอบการบรรยาย
- (๒) ใช้วิธีการสอนแบบการสื่อสารสองทางโดยเปิดโอกาสให้นักศึกษามีการตั้งข้อคำถาม
- (๓) ใช้วิธีการสอนแบบการสื่อสารสองทางโดยเปิดโอกาสให้นักศึกษามีการตั้งข้อคำถาม
- (๔) นำเสนองาน โดยเน้นเรื่องความรับผิดชอบ การตรงต่อเวลา พร้อมทั้งสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรม รวมถึง

วินัยในการทำงานร่วมกันเป็นทีม

#### ๑.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) พิจารณาจากพฤติกรรมการเข้าเรียนและการทำงานที่ได้รับมอบหมายอย่างถูกต้องและตรงเวลา รวมถึงพฤติกรรมการเรียนในห้องเรียน
- (๒) พิจารณาจากการร่วมอภิปรายที่มีเหตุผล มีคุณภาพเหมาะสม และมีความคิดในเชิงสร้างสรรค์
- (๓) ประเมินผลจากการนำเสนอรายงานตามที่มอบหมาย
- (๔) ประเมินจากคะแนนการสอบระหว่างภาคเรียนและปลายภาคเรียน

### ๒. ความรู้

#### ๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีความรู้ในสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์ ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติอย่างกว้างขวาง รวมถึงได้รับความรู้จากมาตรฐานทางด้านข้อมูลและสารสนเทศที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล และทันสมัยต่อสถานการณ์โลก
- (๒) มีความรู้ที่เกิดจากการบูรณาการความรู้ในศาสตร์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
- (๓) มีความรู้ในกระบวนการ และเทคนิคการวิจัยเพื่อแก้ไขปัญหาและต่อยอดองค์ความรู้ในงานอาชีพ

#### ๒.๒ วิธีการสอน

- (๑) บรรยายประกอบการยกตัวอย่าง / อภิปรายแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้เรียนและผู้สอน
- (๒) บรรยายโดยใช้สื่อการสอน (power point)
- (๓) อภิปรายสรุปร่วมกันหลังการทำกิจกรรม
- (๔) การทำงานกลุ่มและนำเสนอรายงาน

#### ๒.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) คะแนนการสอบระหว่างภาคเรียน (midterm examination) และปลายภาคเรียน (final examination)

(๒) คะแนนการทำรายงานและนำเสนอรายงานหน้าชั้นเรียน โดยพิจารณาจากเทคนิค การนำเสนอ เช่น การเตรียมความพร้อมก่อนนำเสนอ เครื่องมือ อุปกรณ์ ทักษะการใช้ภาษา และบุคลิกภาพ

(๓) คะแนนการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน ทุกคนในชั้นเรียนมีโอกาสแสดงความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะ ตลอดจนสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่

### ๓. ทักษะทางปัญญา

#### ๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- (๑) คิดอย่างมีวิจารณ์ญาณและอย่างเป็นระบบ
- (๒) สามารถสืบค้น ศึกษา และประเมินสารสนเทศ เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์
- (๓) สามารถรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ และสรุปประเด็นปัญหาและความต้องการ สามารถประยุกต์ความรู้ และทักษะกับการแก้ไขปัญหาทางด้านข้อมูลและสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม

#### ๓.๒ วิธีการสอน

(๑) ฝึกฝนให้นักศึกษาปฏิบัติงานในชั้นเรียนรวมทั้งให้แสดงความคิดเห็นต่อประเด็นข้อสงสัยแล้วใช้ทฤษฎีที่ได้ เรียนมาแก้ปัญหาทางออกให้กับปัญหา

(๒) มอบหมายงานให้แต่ละกลุ่มที่ทำรายงานโดยผู้สอนจะกำหนดหัวข้อให้หรือผู้เรียนร่วมกันกำหนด หัวข้อที่ต้องการค้นคว้าและสรุปออกมาเป็นรายงานและนำเสนอหน้าชั้นเรียนเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับกลุ่ม อื่นในชั้นเรียน

#### ๓.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) คะแนนการทำรายงานและนำเสนอรายงานหน้าชั้นเรียน โดยพิจารณาจากเทคนิค การนำเสนอ เช่น การเตรียมความพร้อมก่อนนำเสนอ เครื่องมือ อุปกรณ์ ทักษะการใช้ภาษา และบุคลิกภาพ

(๒) คะแนนการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน ทุกคนในชั้นเรียนมีโอกาสแสดงความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะ ตลอดจนสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่

### ๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

#### ๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- (๑) สามารถปฏิบัติและรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายตามหน้าที่และบทบาทของตนในกลุ่มงานได้ อย่างเหมาะสม รวมทั้งมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือผู้ร่วมงานและแก้ไขปัญหาในกลุ่ม
- (๒) สามารถพัฒนาตนเอง และพัฒนาวิชาชีพให้มีความทันสมัยอย่างต่อเนื่อง

#### ๔.๒ วิธีการสอน

(๑) ฝึกฝนให้นักศึกษาปฏิบัติงานในชั้นเรียนรวมทั้งให้แสดงความคิดเห็นต่อประเด็นข้อสงสัยแล้วใช้ทฤษฎีที่ได้ เรียนมาแก้ปัญหาทางออกให้กับปัญหา

(๒) มอบหมายงานให้แต่ละกลุ่มที่ทำรายงานโดยผู้สอนจะกำหนดหัวข้อให้หรือผู้เรียนร่วมกันกำหนด หัวข้อที่ต้องการค้นคว้าและสรุปออกมาเป็นรายงานและนำเสนอหน้าชั้นเรียนเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับกลุ่ม อื่นในชั้นเรียน

(๓) นำเสนองาน โดยเน้นเรื่องความรับผิดชอบ การตรงต่อเวลา พร้อมทั้งสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรม รวมถึงวินัยในการทำงานร่วมกันเป็นทีม

#### ๔.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) คะแนนการทำรายงานและนำเสนอรายงานหน้าชั้นเรียน โดยพิจารณาจากเทคนิค การนำเสนอ เช่น การเตรียมความพร้อมก่อนนำเสนอ เครื่องมือ อุปกรณ์ ทักษะการใช้ภาษา และบุคลิกภาพ

(๒) คะแนนการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน ทุกคนในชั้นเรียนมีโอกาสแสดงความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะ ตลอดจนสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่

### ๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

#### ๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- (๑) สามารถใช้ภาษาต่างประเทศในการฟัง พูด อ่าน และเขียนได้อย่างเหมาะสมกับวิชาชีพ
- (๒) สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการติดต่อสื่อสาร สืบค้นข้อมูล และการนำเสนอข้อมูลได้

อย่างเหมาะสม

○ (๓) สามารถใช้เทคนิคพื้นฐานทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข เช่น ตรรกวิทยา การเปรียบเทียบ การวิเคราะห์ ความสอดคล้องกับมาตรฐานต่างๆ สถิติในการประมวลผล การแปลความหมาย และการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นต้น

#### ๕.๒ วิธีการสอน

(๑) ผู้สอนเน้นการสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยผู้สอนได้นำโปรแกรมสำเร็จรูป Power Point และได้จัดทำเอกสารประกอบการบรรยาย เพื่อแจกจ่ายให้นักศึกษาประกอบลำดับการนำเสนอ เพื่อให้ผู้เรียนได้ติดตามเนื้อหาและบทเรียนได้ทัน

(๒) ให้นักศึกษามีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนการสอนโดยการมอบหมายงานเป็นกลุ่ม และนำเสนอผลงานในชั้นเรียน และนำมาอภิปรายแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น

(๓) ให้นักศึกษาคูคลิปีดีโอที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่สอนและเขียนสรุปพร้อมกับการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

#### ๕.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินความถูกต้องของรายงาน ทั้งหัวข้อการนำเสนอและรายงาน

(๒) สังเกตพฤติกรรมเป็นรายบุคคลขณะนำเสนอและอภิปราย รวมถึงการตอบคำถาม

(๓) ประเมินจากความถูกต้องของการฟัง พูด อ่านและเขียน จากรายงานและการนำเสนอ

### หมายเหตุ

สัญลักษณ์ ● หมายถึง ความรับผิดชอบหลัก

สัญลักษณ์ ○ หมายถึง ความรับผิดชอบรอง

เว้นว่าง หมายถึง ไม่ได้รับผิดชอบ

ซึ่งจะปรากฏอยู่ในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

## หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

### ๑. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑	ความหมายและความสำคัญของระบบ แบรนด์สินค้า	๓	การอธิบายข้อตกลงในการเรียน การสอน - การบรรยาย - เอกสารประกอบการสอน - ภาพนิ่งประกอบการสอน - สมุดบันทึกของนักศึกษาเพื่อ แสดงถึง ความเข้าใจในเนื้อหา	อ.พงพิไลฐ์ เลียงอยู่
๒	องค์ประกอบของแบรนด์สินค้า	๓	- การบรรยาย , อภิปรายร่วมกัน - การวิเคราะห์กรณีศึกษา - เอกสารประกอบการสอน. – ภาพนิ่ง - กรณีศึกษา. การนำเสนอผลงาน	อ.พงพิไลฐ์ เลียงอยู่
๓	คุณค่าของแบรนด์สินค้า	๓	- การบรรยาย , อภิปรายร่วมกัน - การวิเคราะห์กรณีศึกษา - เอกสารประกอบการสอน. – ภาพนิ่ง - กรณีศึกษา. การนำเสนอผลงาน	อ.พงพิไลฐ์ เลียงอยู่
๔	กระบวนการสร้างแบรนด์	๓	- การบรรยาย , อภิปรายร่วมกัน - การวิเคราะห์กรณีศึกษา - เอกสารประกอบการสอน. – ภาพนิ่ง - กรณีศึกษา. การนำเสนอผลงาน	อ.พงพิไลฐ์ เลียงอยู่
๕	การส่งเสริมการรับรู้ต่อแบรนด์	๓	- การบรรยาย , อภิปรายร่วมกัน - การวิเคราะห์กรณีศึกษา - เอกสารประกอบการสอน. – ภาพนิ่ง - กรณีศึกษา. การนำเสนอผลงาน	อ.พงพิไลฐ์ เลียงอยู่
๖	การส่งเสริมการรับรู้ต่อแบรนด์ (ต่อ)	๓	- การบรรยาย , อภิปรายร่วมกัน - การวิเคราะห์กรณีศึกษา - เอกสารประกอบการสอน. – ภาพนิ่ง - กรณีศึกษา. การนำเสนอผลงาน	อ.พงพิไลฐ์ เลียงอยู่

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๓	การส่งเสริมภาพลักษณ์ของแบรนด์	๓	- การบรรยาย , อภิปรายร่วมกัน - เอกสารประกอบการสอน. - ภาพนิ่ง - กรณีศึกษา. การนำเสนอผลงาน	อ.พงพิไลษฐ์ เลี้ยงอยู่
๔	<b>สอบกลางภาค</b>			
๕	การส่งเสริมภาพลักษณ์ของแบรนด์ (ต่อ)	๓	- การบรรยาย , อภิปรายร่วมกัน - เอกสารประกอบการสอน. - ภาพนิ่ง - ฝึกปฏิบัติ	อ.พงพิไลษฐ์ เลี้ยงอยู่
๑๐	การสร้างความภักดีต่อแบรนด์สินค้า	๓	- การบรรยาย , อภิปรายร่วมกัน - เอกสารประกอบการสอน. ภาพนิ่ง - ฝึกปฏิบัติ	อ.พงพิไลษฐ์ เลี้ยงอยู่
๑๑	การกำหนดกลยุทธ์	๓	- การบรรยาย , อภิปรายร่วมกัน - เอกสารประกอบการสอน. ภาพนิ่ง - ฝึกปฏิบัติ	อ.พงพิไลษฐ์ เลี้ยงอยู่
๑๒	การส่งเสริมการขาย	๓	- การบรรยาย , อภิปรายร่วมกัน - เอกสารประกอบการสอน. ภาพนิ่ง - ฝึกปฏิบัติ	อ.พงพิไลษฐ์ เลี้ยงอยู่
๑๓	การวางแผนทางการตลาด	๓	- การบรรยาย , อภิปรายร่วมกัน - เอกสารประกอบการสอน. ภาพนิ่ง	อ.พงพิไลษฐ์ เลี้ยงอยู่
๑๔	ส่วนประสมการตลาด	๓	- การบรรยาย , อภิปรายร่วมกัน - เอกสารประกอบการสอน. ภาพนิ่ง	อ.พงพิไลษฐ์ เลี้ยงอยู่
๑๕	การสร้างคุณค่าของแบรนด์สินค้า	๓	- การบรรยาย , อภิปรายร่วมกัน - เอกสารประกอบการสอน. - ภาพนิ่ง	อ.พงพิไลษฐ์ เลี้ยงอยู่
๑๖	การสร้างคุณค่าของแบรนด์สินค้า	๓	- การบรรยาย - การวิเคราะห์กรณีศึกษา	อ.พงพิไลษฐ์ เลี้ยงอยู่
๑๗	<b>สอบปลายภาค</b>			

หมายเหตุ การจัดการเรียนสอนเป็นไปตามนโยบายของมหาวิทยาลัย การจัดการเรียนการสอนอยู่ในรูปแบบผสมผสานระหว่าง Onsite และ Online ผ่าน Google Meet และ Google Classroom On demand และระบบ E-Learning:

[https://elsci.ssru.ac.th/pongpid\\_li](https://elsci.ssru.ac.th/pongpid_li), <https://ssrudlp.ssru.ac.th/>

**๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้**

( ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา (Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตร สัปดาห์ที่ประเมิน และสัดส่วนของการประเมินผล )

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
๑.๑, ๑.๓, ๑.๔, ๑.๕	- การเข้าเรียนตรงเวลา, สมุดบันทึกการเรียนรู้	ทุกสัปดาห์	๑๐ %
๒.๑, ๒.๒, ๒.๓	- ทำแบบฝึกหัดในห้องเรียน, สอบกลางภาคเรียน	๘	๓๐ %
๓.๒, ๓.๓	- ทำแบบฝึกหัดในห้องเรียน, สอบกลางภาคเรียน	๑๗	๓๐ %
๔.๑	- ทำงานรายงานกลุ่ม	๕-๗	๑๕ %
๕.๑, ๕.๒	- การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองและการทำรายงาน	๑๒-๑๕	๑๕ %

**หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน****๑. ตำราและเอกสารหลัก**

- ๑) ชีระ กุลสวัสดิ์. (๒๕๕๓) เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหาร. ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอ็ม.ที.เพรส, กรุงเทพฯ
- ๒) วิโรจน์ ชัยมูล. (๒๕๕๒) ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ. โปรวิชั่น. กรุงเทพฯ
- ๓) โอภาส เขียมสิริวงศ์. (๒๕๕๑) วิทยาการคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ (ฉบับปรับปรุง). ซีเอ็ดดูเคชั่น. กรุงเทพฯ

กรุงเทพฯ

- ๔) ชีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. (๒๕๖๔). การบริหารตราสินค้า: แนวทางและกระบวนการ เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑ พฤศจิกายน ๒๕๖๕ จาก <https://marketeeronline.co/archives/226691>

**๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ**

-

**๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ**

- ๑) เว็บไซต์ [http://www.elsci.ssru.ac.th/pongpsid\\_li](http://www.elsci.ssru.ac.th/pongpsid_li)

## หมวดที่ ๓/ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### ๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

๑.๑ มีการอธิบายแผนการสอนและรูปแบบวิธีการเรียนการสอนให้นักศึกษาทราบถึงการปรับปรุงและพัฒนา เนื่องจากมีการทำแบบประเมินอาจารย์ผู้สอนและแบบประเมินรายวิชา ซึ่งการแสดงความคิดเห็นของนักศึกษาเป็นแนวทางหนึ่งในการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรต่อไป

๑.๒ ให้นักศึกษาประเมินการพัฒนา การเรียนรู้ในรายวิชานี้ จากระดับความรู้และทัศนคติ

### ๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

(ระบุวิธีการประเมินที่จะได้ข้อมูลการสอน เช่น จากผู้สังเกตการณ์ หรือทีมผู้สอน หรือผลการเรียนของนักศึกษา เป็นต้น)

๒.๑ ประเมินผลการสอบย่อย สอบกลางภาค และสอบปลายภาค

๒.๒ ประเมินจากพฤติกรรมร่วมในชั้นเรียน การใส่ใจ การตอบคำถาม การอภิปราย การแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน และการเข้าชั้นเรียน

๒.๓ ประเมินจากคุณภาพและประสิทธิภาพของรายงานที่ได้มอบหมายทั้งรายบุคคลและกลุ่ม

๒.๔ สรุปผลการดำเนินการสอนเมื่อสิ้นสุดการเรียนการสอนเพื่อรวบรวมปัญหา อุปสรรคต่าง ๆ ในการสอนเพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาการสอนในครั้งต่อไป

### ๓. การปรับปรุงการสอน

(อธิบายกลไกและวิธีการปรับปรุงการสอน เช่น คณะ/ภาควิชามีการกำหนดกลไกและวิธีการปรับปรุงการสอนไว้อย่างไรบ้าง การวิจัยในชั้นเรียน การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน เป็นต้น)

๓.๑ นำผลสรุปการดำเนินการสอน การประเมินการสอน ประเมินผู้สอน ปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ มาหาวิธีแก้ไขในภาคเรียนต่อไป

๓.๒ ปรับปรุงเนื้อหา และวิธีการนำเสนอที่มีความทันสมัยเพื่อให้เหมาะสมกับนักศึกษาในภาคเรียนต่อไป

๓.๓ ใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศมากขึ้นเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ทันสมัย หลากหลาย ทั้งผู้สอนและผู้เรียน

### ๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

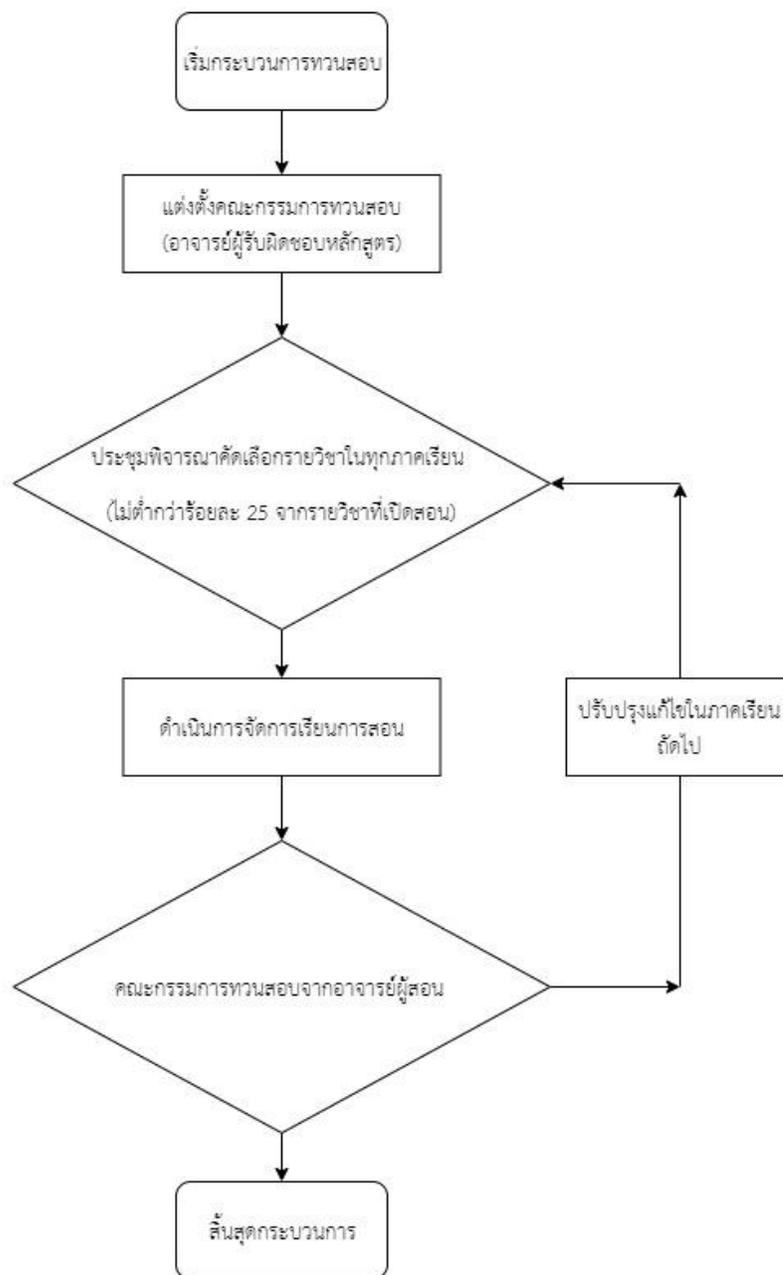
(อธิบายกระบวนการที่ใช้ในการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ของรายวิชา เช่น ทวนสอบจากคะแนนข้อสอบ หรืองานที่มอบหมาย กระบวนการอาจจะต่างกันไปสำหรับรายวิชาที่แตกต่างกัน หรือสำหรับมาตรฐานผลการเรียนรู้แต่ละด้าน)

๔.๑ มีการทดสอบผลสัมฤทธิ์ของผลการเรียนรู้ที่วัดและประเมินผ่านแล้วในระหว่างการเรียนการสอน

๔.๒ มีการประเมินข้อสอบร่วมกันในกลุ่มผู้สอนรายวิชาเดียวกัน

๔.๓ มีการตรวจงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยสุ่มสัมภาษณ์จากผู้ทำรายงานชิ้นนั้น ๆ

## กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ระดับหลักสูตร



## ๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

(อธิบายกระบวนการในการนำข้อมูลที่ได้จากการประเมินจากข้อ ๑ และ ๒ มาวางแผนเพื่อปรับปรุงคุณภาพ)

๕.๑ มีการจัดทำรายงานสรุปผลการสอนของรายวิชาเพื่อเป็นทางวางแผนปรับปรุงพัฒนาต่อไป

๕.๒ นำข้อมูลประเมินของนักศึกษาและแผนดำเนินการสอนมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางปรับปรุงพัฒนา

\*\*\*\*\*

## แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

ตามที่ปรากฏในรายละเอียดของหลักสูตร (Programme Specification) มคอ. ๒

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม					ความรู้			ทักษะทางปัญญา			ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ		ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ			ทักษะด้านอื่น ๆ
	๑	๒	๓	๔	๕	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๑	๒	๓	
	● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง																
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	๑	๒	๓	๔	๕	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๑	๒	๓	
รหัสวิชา DCM1104 ชื่อรายวิชา การจัดการแบรนด์ Brand Management	●	○	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	○	

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ