



รายละเอียดของรายวิชา(Course Specification)

รหัสวิชา..... FAS 3301.....รายวิชา..... การจัดการธุรกิจแฟชั่น..

สาขาวิชา...การออกแบบเครื่องแต่งกาย....คณะ/วิทยาลัย....ศิลปกรรมศาสตร์.....มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ภาคการศึกษา.....1.....ปีการศึกษา.....2568.....

หมวดที่๑ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา FAS 3301
ชื่อรายวิชาภาษาไทย การจัดการธุรกิจแฟชั่น
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ Fashion Business Management

๒. จำนวนหน่วยกิต 3 (2-2-5)

๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบเครื่องแต่งกาย
๓.๒ ประเภทของรายวิชา วิชาเฉพาะด้าน

๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผู้ช่วยศาสตราจารย์สิรัชชา สำลีทอง
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน ผู้ช่วยศาสตราจารย์สิรัชชา สำลีทอง

๕. สถานที่ติดต่อ ชั้น M คณะศิลปกรรมศาสตร์. / E – Mail..siracha.sa@ssru.ac.th

๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่1...../ 2568 ชั้นปีที่3.....
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้ ประมาณ.....54.....คน

๗. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน(Pre-requisite) (ถ้ามี) การจัดการสินค้าแฟชั่น 1

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

๙. สถานที่เรียน คณะศิลปกรรมศาสตร์ อาคาร 58 ชั้น M ห้อง M05

๑๐. วันที่จัดทำหรือปรับปรุง วันที่...3.....เดือน...มิถุนายน.....พ.ศ. ...2568.....

รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

๑. เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ในพุทธิพิสัย มีความรู้ความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับธุรกิจแฟชั่น
๒. เพื่อสามารถนำทักษะพิสัยความรู้มาปฏิบัติในการจัดการธุรกิจแฟชั่น ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
๓. เพื่อให้ นักศึกษามีจิตพิสัยการคิด วิเคราะห์ มีทัศนคติที่ดีต่อวิชาที่เรียน และวิชาชีพ

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้เนื้อหา มีความสอดคล้องกับ การเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ และพฤติกรรมผู้บริโภคปัจจุบัน

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

(ภาษาไทย) การเรียนรู้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจแฟชั่น การเขียนแผนธุรกิจ การเรียนรู้เกี่ยวกับการตลาด การผลิต และการจัดจำหน่าย ทำความเข้าใจเกี่ยวกับภาพรวมของห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่ วิจัย การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การจัดจำหน่าย และการบริการ ในยุคดิจิทัล และวิถีการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคแบบใหม่

(ภาษาอังกฤษ) Learning the basics of fashion business management involves writing business plans, understanding marketing, production, and distribution. It also includes understanding the overall value chain, from research, design, and product development, to sourcing raw materials, manufacturing, distribution, and services, all in the context of the digital age and current consumer lifestyles.

๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน(ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
30 ชั่วโมงต่อ ภาคการศึกษา	ตามประกาศ มหาวิทยาลัยกรณีที่ตั้ง การเรียนการสอน (ถ้ามี)	ฝึกปฏิบัติ 30 ชั่วโมงต่อ ภาคการศึกษา	การศึกษาด้วยตนเอง 60 ชั่วโมงต่อ ภาคการศึกษา

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ โดยแจ้งกำหนดเวลาที่แน่นอนให้นักศึกษาทราบครั้งแรกในการเรียน

๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ห้อง . ชั้นM... อาคาร ..๕๘..... คณะ ศิลปกรรมศาสตร์

๓.๒ ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข๐๙๘-๒๔๕-๑๕๖๑.....

๓.๓ ปรึกษาผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail)siracha.sa@ssru.ac.th.....

๓.๔ ปรึกษาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook/Line).....ID.Line-mine6199.....

๓.๕ ปรึกษาผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Internet/Webboard).....-.....

หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

๑. คุณธรรม จริยธรรม

๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- (๑.๒) มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
- (๑.๖) มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ

๑.๒ วิธีการสอน

- (๑) การอธิบายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง
- (๒) อภิปรายกลุ่ม
- (๓) นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมด้วยตนเอง

๑.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) พฤติกรรมการเข้าชั้นเรียน การส่งงานที่ได้รับมอบหมายตามกำหนดที่ให้และเวลา
- (๒) การอ้างอิงเอกสาร บุคคลอื่น
- (๓) ประเมินผลงานอภิปรายกลุ่ม และ การแสดงความคิดเห็นกรณีศึกษา

๒. ความรู้

๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา

- (๒.๔) สามารถวิเคราะห์ปัญหาได้
- (๒.๖) มีความรู้แนวกว้างด้านการจัดการสินค้าแฟชั่นและศัพท์เทคนิคที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับรายวิชา

๒.๒ วิธีการสอน

- (๑) บรรยาย
- (๒) ฝึกปฏิบัติ
- (๓) ทำงานเดี่ยว /งานกลุ่ม
- (๕) การวิเคราะห์งานและมอบหมายให้นักศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

๒.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) สอบกลาง/สอบปลายภาค
- (๒) ประเมินจากผลงานที่มอบหมาย
- (๓) ประเมินจากการนำเสนอานกลุ่ม

๓. ทักษะทางปัญญา

๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- (๓.๓) สามารถรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ และสรุปประเด็นได้
- (๓.๔) สามารถประยุกต์ความรู้ และทักษะ ในกระบวนการจัดการสินค้าได้อย่างเหมาะสม

๓.๒ วิธีการสอน

- (๑) การมอบหมายงานให้นักศึกษาจัดทำกิจกรรมร่วมกัน
- (๒) การให้ฝึกวิเคราะห์ สรุปประเด็น
- (๓) การวิเคราะห์ ตอบข้อซักถาม จากการนำเสนอผลงาน

๓.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากงานที่มอบหมาย
- (๒) ประเมินจากการนำเสนอแนวคิดในการทำงานกลุ่ม
- (๓) ประเมินจากการตอบข้อซักถาม

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ**๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา**

- (๔.๔) มีความรับผิดชอบในการกระทำของตนเอง และรับผิดชอบงานในกลุ่ม

๔.๒ วิธีการสอน

- (๑) การมอบหมายงานทั้งกลุ่มและบุคคล
- (๒) ให้นำเสนอรายงานการศึกษาค้นคว้า

๔.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากการนำเสนอผลงานกลุ่ม
- (๒) ประเมินจากงานที่มอบหมาย

๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ**๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา**

- (๕.๑) มีทักษะในการใช้เครื่องมือต่างๆที่จำเป็นต่อการเรียน การจัดการสินค้าแฟชั่น ในยุคดิจิทัล
- (๕.๓) สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งปากเปล่าและการเขียน เลือกใช้รูปแบบของสื่อการนำเสนออย่างเหมาะสม
- (๕.๔) สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารอย่างเหมาะสมในยุคดิจิทัล

๕.๒ วิธีการสอน

- (๑) การคิดคำนวณตัวเลข การคิดต้นทุน ราคา
- (๒) การเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี
- (๓) การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจากสื่อออนไลน์ และทำรายงานโดยมีการอ้างอิงแหล่งข้อมูลที่นำเชื่อถือ

๕.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากกิจกรรม
- (๒) ประเมินจากการนำเสนอผลงานโดย

(๓) การมีส่วนร่วมในการอภิปราย วิเคราะห์และแก้ปัญหาต่างๆ

๖. ทักษะพิสัย

๖.๑ ทักษะพิสัยที่ต้องพัฒนา

- (๖.๑) มีทักษะการปฏิบัติด้านการจัดการสินค้า และนำไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ
- (๖.๒) นำความรู้ไปใช้ไปในการปฏิบัติด้านการจัดการสินค้าได้
- (๖.๓) มีทักษะทางด้านการนำเสนอผลงานได้
- (๖.๔) มีทักษะความชำนาญเฉพาะทางตามความถนัด

๖.๒ วิธีการสอน

- (๑) การฝึกปฏิบัติ
- (๒) การฝึกใช้เทคโนโลยีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องข้อกับรายวิชา
- (๓) การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจากสื่อออนไลน์

๖.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากกิจกรรม
- (๒) ประเมินจากการนำเสนอผลงานโดย
- (๓) การมีส่วนร่วมในการอภิปราย วิเคราะห์และแก้ปัญหาต่างๆ

หมายเหตุ

สัญลักษณ์ ● หมายถึง ความรับผิดชอบหลัก

สัญลักษณ์ ○ หมายถึง ความรับผิดชอบรอง

เว้นว่าง หมายถึง ไม่ได้รับผิดชอบ

ซึ่งจะปรากฏอยู่ในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

๑. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑	1. แนะนำวัตถุประสงค์การเรียนรู้และ แผนการเรียน 2. กฎ-กติกาในการเรียน การสอน บทนำสู่ธุรกิจแฟชั่น <ul style="list-style-type: none"> • ความเป็นมาของอุตสาหกรรม แฟชั่น 	4	-แนะนำรายวิชาวัตถุประสงค์การ เรียนรู้และนำเข้าสู่บทเรียน -มอบหมายงานระหว่าง เทอม และ ปลายเทอม สื่อที่ใช้: Power point,VDO	ผศ.สิรัชชา

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> • ความสำคัญของแพชั่นในเศรษฐกิจโลก 			
๒	โครงสร้างของอุตสาหกรรมแฟชั่น: <ul style="list-style-type: none"> • ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมแฟชั่น • การแบ่งส่วนตลาดและกลุ่มลูกค้า 	4	-มอบหมายกิจกรรมกลุ่มเป็น workshop ในช่วง 1 ชั่วโมง สื่อที่ใช้: Power point	ผศ.สิริชชา
๓	การสร้างแบรนด์ในแฟชั่น: <ul style="list-style-type: none"> • การสร้างและพัฒนาแบรนด์ • กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ที่ประสบความสำเร็จ 		-นำกรณีศึกษาของแบรนด์แฟชั่นต่าง ๆ มาให้วิเคราะห์และอภิปราย -ให้ทำการเสนอแนวทางในการปรับปรุงหรือแก้ไขปัญหาของแบรนด์นั้นๆ สื่อที่ใช้: Power point	ผศ.สิริชชา
๔	การตลาดในธุรกิจแฟชั่น: <ul style="list-style-type: none"> • การตลาดดิจิทัลและโซเชียลมีเดีย • การวางแผนแคมเปญการตลาด 		-ให้จัดทำแคมเปญการตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ -สร้างสรรค์เนื้อหาและกราฟิกสำหรับโซเชียลมีเดีย	ผศ.สิริชชา
๕	การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่น: <ul style="list-style-type: none"> • กระบวนการออกแบบแฟชั่น • การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการผลิต 	4	-แบ่งกลุ่มคิดค้นและออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นใหม่ๆ และพัฒนาแบรนด์แฟชั่นของตัวเอง -ทำ mock-up หรือ prototype ของผลิตภัณฑ์ -กำหนดกลุ่มเป้าหมาย วางแผนการตลาด และออกแบบโลโก้ สื่อที่ใช้: Power point	ผศ.สิริชชา
๖	การจัดการการผลิตและซัพพลายเชน: <ul style="list-style-type: none"> • การจัดการซัพพลายเชนในแฟชั่น • แนวโน้มและปัญหาในซัพพลายเชน 	4	-จำลองการบริหารจัดการซัพพลายเชน ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต ไปจนถึงการจัดจำหน่าย -วางแผนและจัดการด้านโลจิสติกส์ และการควบคุมคุณภาพ สื่อที่ใช้: Power point	ผศ.สิริชชา

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๗	การจัดการร้านค้าและการขาย: <ul style="list-style-type: none"> การจัดการร้านค้าปลีกและออนไลน์ การขายและการบริการลูกค้า 		-จำลองการบริหารจัดการร้านค้าปลีก หรือร้านค้าออนไลน์ -วางแผนการจัดวางสินค้าและการบริหารสินค้าคงคลัง สื่อที่ใช้: Power point	ผศ.สิริชชา
๘	สอบกลางภาค	4	สอบวัดความรู้ ความเข้าใจ	
๙	การจัดการการเงินและการบัญชีในธุรกิจแพชั่น: <ul style="list-style-type: none"> การจัดการการเงินเบื้องต้น การบัญชีและการวิเคราะห์งบการเงิน 	4	- แบ่งกลุ่มจัดทำงบประมาณสำหรับธุรกิจแพชั่น -วางแผนการใช้ทรัพยากรทางการเงินให้เกิดประโยชน์สูงสุด สื่อที่ใช้: Power point	ผศ.สิริชชา
๑๐	การจัดการทรัพยากรบุคคลในธุรกิจแพชั่น: <ul style="list-style-type: none"> การบริหารทรัพยากรบุคคล การพัฒนาบุคลากรและการฝึกอบรม 	4	-เรียนรู้โครงสร้างองค์กรธุรกิจแพชั่น สื่อที่ใช้: Power point	ผศ.สิริชชา
๑๑	การจัดการความยั่งยืนในธุรกิจแพชั่น: <ul style="list-style-type: none"> แนวคิดความยั่งยืนในแพชั่น การนำความยั่งยืนมาใช้ในธุรกิจแพชั่น 	4	-ระดมสมอง แนวคิดความยั่งยืนในธุรกิจแพชั่น สื่อที่ใช้: Power point	ผศ.สิริชชา/ วิทยากร. (เจ้าของแบรนด์)
๑๒	การใช้เทคโนโลยีในธุรกิจแพชั่น: <ul style="list-style-type: none"> เทคโนโลยีและนวัตกรรมในแพชั่น อิทธิพลของเทคโนโลยีต่ออุตสาหกรรมแพชั่น 	4	-เรียนรู้ สื่อที่ใช้: Power point	ผศ.สิริชชา
๑๓	การจัดการนวัตกรรมในธุรกิจแพชั่น: <ul style="list-style-type: none"> การสร้างและการนำเสนอไอเดียนวัตกรรม 	4	-ศึกษานวัตกรรมในธุรกิจแพชั่น	ผศ.สิริชชา

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> ตัวอย่างของนวัตกรรมในธุรกิจแพชั่น 		สื่อที่ใช้: Power point	
๑๔	การวิเคราะห์และการวิจัยตลาดในธุรกิจแพชั่น: <ul style="list-style-type: none"> เทคนิคการวิจัยตลาด การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำข้อมูลมาใช้ 	4	-แบ่งกลุ่มวิเคราะห์การตลาดแพชั่น สื่อที่ใช้: Power point	ผศ.สิริชชา
๑๕	กรณีศึกษาในธุรกิจแพชั่น: <ul style="list-style-type: none"> การศึกษากรณีของแบรนด์ที่ประสบความสำเร็จ การวิเคราะห์กลยุทธ์ของแบรนด์ต่างๆ 	4	-แบ่งกลุ่มอภิปราย กรณีศึกษาแบรนด์ที่ประสบความสำเร็จ และ สื่อที่ใช้: Power point	ผศ.สิริชชา
๑๖	สรุปและทบทวน <ul style="list-style-type: none"> นำความรู้ที่ได้มาสร้างแผนธุรกิจแพชั่น 	4	-แบ่งกลุ่มทบทวนบทเรียน -ประเมินผล สื่อที่ใช้: Power point	ผศ.สิริชชา
๑๗	สอบปลายภาค <ul style="list-style-type: none"> นำเสนอโครงการ แผนและโมเดลธุรกิจ 	4	นำเสนอ แผนและโมเดลธุรกิจของแต่ละกลุ่ม	ผศ.สิริชชา/ ผู้ประกอบการ

๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

(ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา

(Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรลำดับที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน)

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	ลำดับที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
(Attitude & Mindset) ๑.๒ , ๑.๖	-การเข้าชั้นเรียน -งานที่มอบหมาย	๑-๑๗	๑๐%

(Knowledge) ๒.๔ , ๒.๖	สอบกลางภาค สอบปลายภาค	๘ ๑๗	๒๐ % ๒๐ %
(Skill & Tools) ๓.๓, ๓.๔, ๔.๔, ๕.๑, ๕.๓, ๕.๔ ๖.๑ , ๖.๒ , ๖.๓ ๖.๔	- ผลงานที่มอบหมายรายบุคคล และกลุ่ม -การมีส่วนร่วม อภิปราย เสนอความคิดเห็นใน ชั้นเรียน	๑๐ ๑๒ ๑๔ ๑๕ ๑๖	๕๐ %

หมวดที่ ๖ ทฤษฎีการประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

(๑) เอกสารประกอบการสอน วิชาการจัดการธุรกิจแฟชั่น

๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

(๑) การบริหารจัดการธุรกิจแฟชั่น (Fashion Business Management)

๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

๑) - หนังสือและตำราเรียนเพิ่มเติม:

1. "Fashion Marketing" by Mike Easey - หนังสือที่ครอบคลุมเกี่ยวกับการตลาดในอุตสาหกรรมแฟชั่น
2. "The Business of Fashion: Designing, Manufacturing, and Marketing" by Leslie Davis Burns, Kathy K. Mullet, Nancy O. Bryant - ครอบคลุมทุกแง่มุมของธุรกิจแฟชั่น
3. "Fashion Buying: From Trend Forecasting to Shop Floor" by Helen Goworek - เรียนรู้เกี่ยวกับการซื้อขายในธุรกิจแฟชั่น
4. "Fashion Supply Chain Management" by Tsan-Ming Choi - เจาะลึกเกี่ยวกับการจัดการซัพพลายเชนในธุรกิจแฟชั่น

บทความและวารสาร:

1. Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture
2. Journal of Fashion Marketing and Management
3. International Journal of Fashion Design, Technology and Education

แหล่งข้อมูลออนไลน์:

1. Business of Fashion (BoF) - เว็บไซต์ที่มีข่าวสาร บทความ และการวิเคราะห์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมแฟชั่น
2. Vogue Business - ข่าวสารและบทวิเคราะห์เกี่ยวกับธุรกิจแฟชั่น
3. WWD (Women's Wear Daily) - เว็บไซต์ข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับแฟชั่น ธุรกิจแฟชั่น และการค้าปลีก

คอร์สออนไลน์:

1. **Coursera** - คอร์สเกี่ยวกับแฟชั่นจากมหาวิทยาลัยชื่อดัง เช่น "Fashion as Design" จาก MoMA และ "Management of Fashion and Luxury Companies" จาก Bocconi University
2. **edX** - คอร์สเกี่ยวกับธุรกิจแฟชั่นจากสถาบันต่างๆ เช่น "Fashion Business" จาก Institut Français de la Mode (IFM)

กรณีศึกษา:

- ให้ศึกษากรณีของแบรนด์ดัง เช่น Zara, H&M, Gucci, และ Nike เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์ทางธุรกิจ การตลาด และการจัดการซัพพลายเชน ในธุรกิจแฟชั่น

งานวิจัยและวิทยานิพนธ์:

- ค้นคว้าและศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับแนวโน้มและนวัตกรรมในอุตสาหกรรมแฟชั่น จากฐานข้อมูลเชิงวิชาการ เช่น JSTOR, Google Scholar และ ProQuest

หมวดที่ ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา**๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา**

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ จัดทำโดยให้นักศึกษาจัดกิจกรรมการนำเสนอแนวคิดและความเห็นดังนี้

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การสังเกตจากพฤติกรรมของผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา
- ข้อเสนอแนะผ่านช่องทางการสื่อสารที่อาจารย์ผู้สอนจัดทำขึ้น

๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

(ระบุวิธีการประเมินที่จะได้ข้อมูลการสอน เช่น จากผู้สังเกตการณ์ หรือทีมผู้สอน หรือผลการเรียนของนักศึกษา เป็นต้น)

ในการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินการสอน ได้มีกลยุทธ์ ดังนี้

- ผลการสอบ
- ผลประเมินความพึงพอใจการเรียนการสอน
- การทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้

๓. การปรับปรุงการสอน

(อธิบายกลไกและวิธีการปรับปรุงการสอน เช่น คณะ/ภาควิชามีการกำหนดกลไกและวิธีการปรับปรุงการสอนไว้อย่างไรบ้าง

การวิจัยในชั้นเรียน การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน เป็นต้น)

หลังจากผลการประเมินการสอนในข้อ 2 มีการปรับปรุงการสอน โดยการหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงการสอน ดังนี้

- สัมมนาการจัดการเรียนการสอน

๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

(อธิบายกระบวนการที่ใช้ในการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ของรายวิชา เช่น ทวนสอบจากคะแนนข้อสอบ หรืองานที่มอบหมาย กระบวนการอาจจะต่างกันไปสำหรับรายวิชาที่แตกต่างกัน หรือ สำหรับ

มาตรฐานผลการเรียนรู้แต่ละด้าน)

จากผลการประเมิน และผลสอบสัมฤทธิ์ผลรายวิชา ได้มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ ดังนี้

- ให้นักศึกษาแสดงผลงานโดยการเชื่อมโยงกับรายวิชาอื่นที่เกี่ยวข้อง และให้อาจารย์ผู้สอนท่านอื่นช่วยประเมิน
- นำข้อเสนอที่ได้มาทบทวนและปรับปรุงกระบวนการเรียนการสอน

๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

(อธิบายกระบวนการในการนำข้อมูลที่ได้จากการประเมินจากข้อ ๑ และ ๒ มาวางแผนเพื่อปรับปรุงคุณภาพ)

จากผลการประเมิน และผลสอบสัมฤทธิ์ผลรายวิชา ได้มีการวางแผนการปรับปรุงการสอน และรายละเอียดวิชา เพื่อให้เกิดคุณภาพมากขึ้น ดังนี้

- ปรับปรุงเนื้อหาและเทคนิควิธีการสอนในรายวิชาทุก 1 ปี หรือตามข้อเสนอแนะและผลการประเมิน
- เชิญวิทยากรจากภายนอก เพื่อให้นักศึกษามีมุมมองที่หลากหลาย

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

ตามที่ปรากฏในรายละเอียดของหลักสูตร (Programme Specification) มคอ. ๒

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม				ความรู้				ทักษะทางปัญญา				ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ				ทักษะการวิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศเชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ				ทักษะพิสัย			
	๒	๖			๔	๖			๓	๔			๔				๑	๓	๔		๑	๒	๓	๔
	● ความรับผิดชอบหลัก												○ ความรับผิดชอบรอง											
หมวดวิชาเฉพาะด้าน																								
รหัสวิชา FAS 3301 ชื่อรายวิชา การจัดการธุรกิจ แฟชั่น Fashion Business Management	●	●			●	●			●	●			●				●	●	●		●	●	●	●

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ