

รายวิชา บธ 0420 การสร้างตราสินค้า

สารบัญ

หมวด		หน้า
หมวด 1	ข้อมูลทั่วไป	1
หมวด 2	จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	2
หมวด 3	ลักษณะและการดำเนินการ	3
หมวด 4	การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	3-5
หมวด 5	แผนการสอนและการประเมินผล	6-13
หมวด 6	ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	13
หมวด 7	การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	14

รายละเอียดของรายวิชา บธ 0420 การสร้างตราสินค้า
ภาคการศึกษาที่ 1 ชั้นปีที่ 2
วิทยาลัยชุมชนมุกดาหาร

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา บธ 0420 การสร้างตราสินค้า
2. จำนวนหน่วยกิต 3(2-2-5)
3. หลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศในกลุ่มอินโดจีน
4. ระดับการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน อนุปริญญา ชั้นปีที่ 2
5. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) MK 1503 หลักการตลาด
6. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) ไม่มี
7. ชื่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา
8. ชื่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบร่วม ไม่มี
9. สถานที่เรียน วิทยาลัยชุมชนมุกดาหาร
10. วันที่จัดทำรายละเอียดของรายวิชาหรือวันที่มีการปรับปรุงครั้งล่าสุด พ.ศ. 2556

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา
 - 1.เพื่อให้ให้นักศึกษาเข้าใจถึงแนวความคิด ความสัมพันธ์และบทบาทของผลิตภัณฑ์และตราสินค้าในการจัดการการตลาด
 - 2.เพื่อให้ให้นักศึกษาสามารถวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด และนำสถานการณ์มาใช้ในการสร้างตราสินค้า
 - 3.เพื่อให้ให้นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ ออกแบบและตัดสินใจใช้กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และตราสินค้าได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ทางการตลาด
2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

พัฒนารายวิชาตามการจัดการเรียนการสอนของ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (ปรับปรุง/ 2555)

หมวดที่ 3 ส่วนประกอบของรายวิชา

1. คำอธิบายรายวิชา

แนวความคิดการจัดการผลิตภัณฑ์ บทบาทหน้าที่ของผู้จัดการตราผลิตภัณฑ์ การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และตรา การจัดการส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การจัดการบรรจุภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ความหมายของตราและการสร้างตรา กระบวนการจัดการตราให้เกิดคุณค่าและการนำไปใช้ประโยชน์
2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ในการเรียนการสอน /ภาคการศึกษา

บรรยาย 45 ชั่วโมง
3. วันเวลาให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการเป็นรายบุคคล

สถานที่ทำงาน วิทยาลัยชุมชนมุกดาหาร

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

การพัฒนาผลการเรียนรู้ในมาตรฐานผลการเรียนรู้แต่ละด้าน ให้ข้อมูลในแต่ละด้าน ดังนี้

1. คุณธรรม จริยธรรม

(1) คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- 1.1 แสดงออกถึงจิตสำนึกและตระหนักในการปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพ (การกิจรอง)
- 1.2 มีคุณธรรม 6 ประการ ได้แก่ ขยัน อดทน ประหยัด เมตตา ซื่อสัตย์ กตัญญูและดำเนินชีวิตตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (การกิจรอง)
- 1.4 เคารพกฎ ระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม(การกิจรอง)

(2) วิธีการสอน

- ปลูกฝังให้นักศึกษามีจิตสำนึกในการปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ตระหนักถึงคุณค่า และมีคุณธรรม 6 ประการ ได้แก่ ขยัน อดทน ประหยัด เมตตา ซื่อสัตย์ กตัญญู และดำเนินชีวิตตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง รวมทั้งการเคารพกฎระเบียบและข้อบังคับของชั้นเรียน

(3) วิธีการประเมินผล

- สังเกต และบันทึกพฤติกรรมของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การตรงต่อเวลา และมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนการสอน
- การทำแบบทดสอบและงานที่มอบหมายทั้งงานรายบุคคลและงานกลุ่ม

2. ความรู้

(1) ความรู้ที่ต้องได้รับ

- 2.1 อธิบายความรู้หลักการและทฤษฎีในรายวิชาที่เรียน(การกิจหลัก)
- 2.2 บูรณาการความรู้ในรายวิชาที่เรียนกับการเรียนในสาขาวิชาชีพ(การกิจรอง)
- 2.3 รู้และเข้าใจเกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการในรายวิชาที่เรียนและในสาขาวิชาชีพที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปใช้แก้ปัญหา/ต่อยอดองค์ความรู้(การกิจรอง)

(2) วิธีการสอน

- การบรรยายโดยใช้ เอกสารประกอบการสอน
- การทำแบบทดสอบย่อย ในชั้นเรียนและนอกชั้นเรียน
- การมอบหมายงานให้นักศึกษาศึกษาวิเคราะห์จากบทความทางธุรกิจทั้งงานกลุ่มและงานรายบุคคล

(3) วิธีการประเมินผล

- สังเกตและบันทึกพฤติกรรมของนักศึกษาในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนการสอน
- วิเคราะห์พฤติกรรมในการทำงานที่มอบหมาย ความตั้งใจในการส่งแบบทดสอบ และ การวิเคราะห์บทความทางธุรกิจ
- การวัดความรู้จากแบบทดสอบย่อย
- การนำองค์ความรู้ที่ได้ศึกษามาใช้ในการศึกษาวิเคราะห์บทความทางธุรกิจที่มอบหมายทั้งงานกลุ่มและงาน

รายบุคคล

- การสอบกลางภาค
- การสอบปลายภาค

3 ทักษะทางปัญญา

(1) ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- 3.1 สามารถค้นหาข้อเท็จจริง ทำความเข้าใจประเมินข้อมูลแนวคิดและหลักฐานใหม่จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายแล้วนำมาสรุปใช้แก้ไขปัญหาด้วยตนเอง(ภารกิจรอง)
- 3.2 สามารถศึกษาวิเคราะห์ปัญหาที่ซับซ้อนและเสนอแนวทางแก้ไขที่สร้างสรรค์(ภารกิจหลัก)

(2) วิธีการสอน

- มอบหมายงานงานกลุ่มและงานรายบุคคลให้นักศึกษาสืบค้น และประเมินข้อมูล นำข้อมูลมาใช้ในการศึกษาวิเคราะห์ปัญหาจากองค์ความรู้ที่ได้รับจากการศึกษา พร้อมทั้งตัดสินใจเลือกทางเลือกเป็นแนวทางการแก้ไขที่สอดคล้องกับสถานการณ์ทางการตลาด

(3) วิธีการประเมินผล

- การนำองค์ความรู้ที่ได้ศึกษามาใช้ในการศึกษาวิเคราะห์ปัญหาและตัดสินใจทางเลือกเพื่อใช้เป็นแนวทางในการแก้ปัญหาที่สอดคล้องกับสถานการณ์ทางธุรกิจจากบทความที่มอบหมายให้ทำการสืบค้นทั้งงานกลุ่มและงานรายบุคคล

- การสอบกลางภาค

- สอบปลายภาค

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

(1) ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- 4.1 สามารถช่วยเหลือและแก้ปัญหากลุ่มได้อย่างสร้างสรรค์ ทั้งในฐานะผู้นำและผู้ตาม(ภารกิจรอง)
- 4.2 สามารถปรับตัวทำงานร่วมกับผู้อื่นทั้งในฐานะผู้นำและสมาชิกกลุ่ม(ภารกิจรอง)

(2) วิธีการสอน

- มอบหมายให้นักศึกษาจัดทำงานกลุ่ม

(3) วิธีการประเมิน

- สังเกตและบันทึกรวมทั้งประเมินทักษะในการทำงานเป็นทีมของผู้นำและ สมาชิกกลุ่มรวมทั้งการปรับตัวในการทำงานร่วมกัน

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

(1) ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- 5.3 มีวิจาร์ณาญาณในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการรวบรวมข้อมูล ประมวลผล แปลความหมายและนำเสนอข้อมูลสารสนเทศอย่างสม่ำเสมอ
- 5.4 สามารถใช้ภาษาไทยในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ(ภารกิจรอง)

(2) วิธีการสอน

- มอบหมายให้สืบค้นข้อมูล รวบรวม ประมวลผล ตัดสินใจเลือกข้อมูลเพื่อนำมาใช้
- นำเสนอรายงานและงานที่มอบหมายด้วยการเขียนและนำเสนอด้วยวาจา

(3) วิธีการประเมิน ผล

- วัดผลจากการเลือกแหล่งข้อมูล การสืบค้นสืบค้น การตัดสินใจเลือกข้อมูล
- การสอบปลายภาค

- การนำเสนอโดยการเขียนรายงาน และวจา การตอบคำถามและการสรุปประเด็น

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบต่อผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum mapping)
 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศในกลุ่มอินโดจีน (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2556)

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	หน่วยกิต	1. คุณธรรม จริยธรรม					2. ความรู้				3. ทักษะทางปัญญา			4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ				5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ					6. ทักษะการปฏิบัติทางวิชาชีพ	
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	
บธ 0420	การสร้างตราสินค้า	3(3/3-0-0)	○	○		○	●	●	○	○		○	●		○	○					○	○			

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง (บรรยาย/ปฏิบัติ/ฝึกงาน)	กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ชื่อผู้สอน
1	-อธิบายเนื้อหาทฤษฎีวิชา -ชี้แจงวิธีการเรียนและงานที่มอบหมาย -ชี้แจงวิธีการวัดผลการเรียน -ทบทวนแนวความคิดทางการตลาด	3		
2	บทที่ 1 แนวความคิดและบทบาทของผลิตภัณฑ์และราคาในการจัดการการตลาด -ความหมายและแนวความคิดทางการตลาด -การบริหารการตลาด และกระบวนการในการบริหารการตลาด -บทบาทของผลิตภัณฑ์และตราในการบริหารการตลาด		<u>กิจกรรมการเรียนการสอน</u> 1.การบรรยาย 2.ถาม-ตอบในชั้นเรียน 3.มอบหมายให้ทำแบบทดสอบ <u>สื่อที่ใช้</u> 1.การสอนในชั้นเรียนด้วยสื่อการสอนอิเล็กทรอนิกส์ 2.eLearning-HCU	
3	บทที่ 2 การจัดการผลิตภัณฑ์ -ลักษณะงานการจัดการผลิตภัณฑ์ -บทบาทและหน้าที่ของผู้จัดการผลิตภัณฑ์ -กระบวนการจัดการผลิตภัณฑ์ -การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดและการค้นหาโอกาสทางการตลาด	3	<u>กิจกรรมการเรียนการสอน</u> 1.บรรยาย 2.ถาม-ตอบในชั้นเรียน 3.มอบหมายให้ทำแบบทดสอบเพื่อวัดความรู้เรื่องการจัดการผลิตภัณฑ์ 4.มอบหมาย บทความทางธุรกิจรายบุคคล เพื่อวัดองค์ความรู้และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดและสภาพอุตสาหกรรม <u>สื่อที่ใช้</u> 1.การสอนในชั้นเรียนด้วยสื่อการสอนอิเล็กทรอนิกส์ 2.eLearning-HCU 3. เครื่องมือในการสืบค้นข้อมูล 4.บทความทางการตลาด	
4	บทที่ 2 การจัดการผลิตภัณฑ์ (ต่อ) -การกำหนดการแข่งขันและการวิเคราะห์คู่แข่ง -การวิเคราะห์ลูกค้า -การแบ่งส่วนตลาดและเลือกตลาดเป้าหมาย	3	<u>กิจกรรมการเรียนการสอน</u> 1.บรรยาย 2.ถาม-ตอบในชั้นเรียน 3. มอบหมายงานกลุ่ม เพื่อทำการสืบค้นประเมินข้อมูล และศึกษาวิเคราะห์อย่างเป็นระบบเกี่ยวกับการวิเคราะห์คู่แข่ง การแบ่งส่วนตลาดและเลือกตลาดเป้าหมาย 4.มอบหมายงานให้นักศึกษาดูตัวอย่างการโฆษณาใน E-Learning เพื่ออภิปรายในชั้น	

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง (บรรยาย/ ปฏิบัติ/ ฝึกงาน)	กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ชื่อผู้สอน
			เรียน.ในสัปดาห์ที่ 3 <u>สื่อที่ใช้</u> 1.การสอนในชั้นเรียนด้วยสื่อการสอน อิเล็กทรอนิกส์ 2.eLearning-HCU 3. เครื่องมือในการสืบค้นข้อมูล 4.บทความทางการตลาด	
5	บทที่ 3 การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด -การสร้างตำแหน่งทางการตลาด -การกำหนดรายการข้อเสนอตำแหน่งทาง การตลาด -การสื่อสารตำแหน่งทางการตลาด	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1.บรรยาย 2.ถาม-ตอบในชั้นเรียน 3.มอบหมายให้นักศึกษาทำงานกลุ่มสืบค้น โฆษณาของผลิตภัณฑ์เพื่อเปรียบเทียบ ตำแหน่งทางการตลาดและนำเสนอใน สัปดาห์ที่ 4 4.มอบหมาย บทความทางธุรกิจรายบุคคล เพื่อวัดองค์ความรู้และการวิเคราะห์การ กำหนดตำแหน่งทางการตลาด <u>สื่อที่ใช้</u> 1.การสอนในชั้นเรียนด้วยสื่อการสอน อิเล็กทรอนิกส์ 2.eLearning-HCU 3.ตัวอย่างโฆษณา 4.บทความทางการตลาด	
6	บทที่ 4 การจัดการบรรจุภัณฑ์และฉลากสินค้า -หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ -การตัดสินใจเกี่ยวกับองค์ประกอบของบรรจุ ภัณฑ์ -ข้อพิจารณาในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ -แผนปฏิบัติการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ -การตัดสินใจกลยุทธ์บรรจุภัณฑ์ -ป้ายฉลากและกลยุทธ์ป้ายฉลาก	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1.บรรยาย 2.ถาม-ตอบในชั้นเรียน 3.มอบหมายให้ทำแบบทดสอบเพื่อวัด ความรู้เรื่องบรรจุภัณฑ์และฉลากสินค้า 4.มอบหมายงานกลุ่มให้นักศึกษาเลือกบรรจุ ภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ OTOP จ.สมุทรปราการ ที่เข้าร่วมโครงการ บริการวิชาการของคณะฯและทำการ วิเคราะห์และนำเสนอแนวทางการพัฒนา บรรจุภัณฑ์และตราสินค้า เพื่อนำเสนอใน สัปดาห์ที่ 15 <u>สื่อที่ใช้</u> 1.การสอนในชั้นเรียนด้วยสื่อการสอน อิเล็กทรอนิกส์ 2.eLearning-HCU 3.บทความทางการตลาด	

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง (บรรยาย/ปฏิบัติ/ฝึกงาน)	กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ชื่อผู้สอน
7	บทที่ 6 การจัดการส่วนประสมผลิตภัณฑ์และ การบริหารกลุ่มผลิตภัณฑ์ -แนวความคิดเกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ -การตัดสินใจสายผลิตภัณฑ์ -การบริหารกลุ่มผลิตภัณฑ์	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1.บรรยาย 2.ถาม-ตอบในชั้นเรียน 4.มอบหมาย บทความทางธุรกิจรายบุคคล เพื่อวัดองค์ความรู้ การวิเคราะห์ทางเลือก และการตัดสินใจเลือกทางเลือกเรื่อง การจัดการส่วนประสมผลิตภัณฑ์ สื่อที่ใช้ 1.การสอนในชั้นเรียนด้วยสื่อการสอน อิเล็กทรอนิกส์ 2.eLearning-HCU 3.บทความทางการตลาด	
8	บทที่ 7 วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (ใช้สอบปลายภาค) -แนวความคิดเกี่ยวกับวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ -ลักษณะของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ -กลยุทธ์การตลาดในแต่ละช่วงของวงจรชีวิต ผลิตภัณฑ์		กิจกรรมการเรียนการสอน 1.บรรยาย 2.ถาม-ตอบในชั้นเรียน 3.มอบหมายงานให้นักศึกษาวิเคราะห์ บทความ สื่อที่ใช้ 1.การสอนในชั้นเรียนด้วยสื่อการสอน อิเล็กทรอนิกส์ 2.eLearning-HCU 3.บทความทางการตลาด	
	สอบกลางภาค บทที่ 1-6		30 กรกฎาคม 2556 เวลา 12.30-15.30 น.	
10	บทที่ 8 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ -แนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ใหม่ -ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ -การยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1.บรรยาย 2.ถาม-ตอบในชั้นเรียน 3.มอบหมายงานให้นักศึกษาทำแบบทดสอบ เรื่องวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่	
11	บทที่ 9 แนวความคิดและบทบาทของตราสินค้า -ความหมายของตราสินค้า -บทบาทและความสำคัญของตราสินค้า -ประเภทของตราสินค้า -แนวคิดและความหมายของการจัดการตราสินค้า การจัดการตราสินค้า -ค่าตราสินค้า	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1.บรรยาย 2.ถาม-ตอบในชั้นเรียน 3.มอบหมายให้นักศึกษาสืบค้นตราสินค้าที่มี คุณค่า สื่อที่ใช้ 1.การสอนในชั้นเรียนด้วยสื่อการสอน	

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง (บรรยาย/ปฏิบัติ/ฝึกงาน)	กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ชื่อผู้สอน
			อิเล็กทรอนิกส์ 2.eLearning-HCU 3.บทความทางการตลาด	
12	บทที่ 10 การตัดสินใจเพื่อการจัดการตราสินค้า -การตัดสินใจกำหนดตราสินค้า -การตัดสินใจเป็นเจ้าของตราสินค้า -การตัดสินใจชื่อตราสินค้า -การตัดสินใจกลยุทธ์ตราสินค้า -การตัดสินใจเปลี่ยนตำแหน่งตราสินค้า	3	กิจกรรมการเรียนการสอน <u>กิจกรรมการเรียนการสอน</u> 1.บรรยาย 2.ถาม-ตอบในชั้นเรียน 3.มอบหมายงานให้นักศึกษาวิเคราะห์บทความ <u>สื่อที่ใช้</u> 1.การสอนในชั้นเรียนด้วยสื่อการสอนอิเล็กทรอนิกส์ 2.eLearning-HCU 3.บทความทางการตลาด	
13	บทที่ 11 การสร้างตราสินค้า -ความหมายและแนวคิดการสร้างตราสินค้า -กระบวนการสร้างตราสินค้า -รูปแบบการสร้างตราสินค้า	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1.บรรยาย 2.ถาม-ตอบในชั้นเรียน 3.มอบหมายงานให้นักศึกษาวิเคราะห์บทความ <u>สื่อที่ใช้</u> 1.การสอนในชั้นเรียนด้วยสื่อการสอนอิเล็กทรอนิกส์ 2.eLearning-HCU 3.บทความทางการตลาด	
14	บทที่ 12 การสื่อสารตราสินค้า -องค์ประกอบของเครื่องมือในการสื่อสารตราสินค้า -เครื่องมือการสื่อสารตราสินค้า	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1.บรรยาย 2.ถาม-ตอบในชั้นเรียน 3.มอบหมายงานให้นักศึกษาวิเคราะห์บทความ <u>สื่อที่ใช้</u> 1.การสอนในชั้นเรียนด้วยสื่อการสอนอิเล็กทรอนิกส์ 2.eLearning-HCU 3.บทความทางการตลาด	
15	นำเสนอรายงาน	3		

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง (บรรยาย/ปฏิบัติ/ฝึกงาน)	กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ชื่อผู้สอน
	สอบปลายภาค			

2.แผนการประเมินผลการเรียนรู้

ผล การเรียนรู้*	กิจกรรมการประเมิน	กำหนดการ ประเมิน ผลการเรียนรู้ (ระบุ วัน-เวลา)	ร้อยละของค่าน้ำหนัก ในการประเมินผลการ เรียนรู้
ด้านคุณธรรมและจริยธรรม (1.1 1.2 1.4) ด้านความรู้ (2.1 2.2 2.3) ด้านทักษะทางปัญญา (3.1 3.2) ด้านทักษะความสัมพันธ์ ระหว่าง บุคคลและความรับผิดชอบ (4.1 4.2) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ (5.3 5.4)	-การตรวจสอบการเข้าชั้นเรียนตรงตาม กำหนดเวลา -สังเกตและบันทึกพฤติกรรมในชั้นเรียนและ การมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน -การจัดทำแบบทดสอบและงานที่มอบหมาย ส่งตามกำหนดเวลาทั้งงานรายบุคคลและงาน กลุ่ม -การนำองค์ความรู้ที่ได้ศึกษามาใช้ในการศึกษา วิเคราะห์พร้อมทั้งตัดสินใจทางเลือกบทความ จากทางธุรกิจและการสืบค้นที่มอบหมายงาน รายบุคคล	ตลอดภาค การศึกษา	20%
ด้านคุณธรรมและจริยธรรม (1.1 1.2 1.4) ด้านความรู้ (2.1 2.2 2.3) ด้านทักษะทางปัญญา (3.1 3.2) ด้านทักษะความสัมพันธ์ ระหว่าง บุคคลและความรับผิดชอบ (4.1 4.2) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข	-การจัดทำรายงานกลุ่มที่มอบหมายโดยการบูรณาการกับการบริการวิชาการ -การ นำเสนอรายงานกลุ่มที่มอบหมายโดย การบูรณาการกับการบริการวิชาการ	ตลอดภาค การศึกษา	10%

ผลการเรียนรู้*	กิจกรรมการประเมิน	กำหนดการประเมินผลการเรียนรู้ (ระบุ วัน-เวลา)	ร้อยละของค่าน้ำหนักในการประเมินผลการเรียนรู้
การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ(5.3 5.34)			
ด้านความรู้ (2.1 2.2 2.3) ด้านทักษะทางปัญญา (3.1 3.2)	สอบกลางภาค		30%
ด้านความรู้ (2.1 2.2 2.3) ด้านทักษะทางปัญญา (3.1 3.2)	สอบปลายภาค		40%

* ระบุผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยตามแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบต่อผลการเรียนรู้ของรายวิชา(Curriculum Mapping) ที่กำหนดในหลักสูตร

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียน

1. ชื่อเอกสารอ่านประกอบ/สื่ออิเล็กทรอนิกส์/แหล่งอ้างอิงอื่นๆ ที่นักศึกษาควรอ่านเพิ่มเติม

- เอกสารหลัก

1. ผศ.นภวรรณ คณานุรักษ์ . นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2552.
2. รศ.ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา. Diamond in Business World, 2551
3. Donald R. Lehmann.and Russell S. Winer. **Product Management**, Irwin/McGraw-Hill,1997
4. Philip Kotler and Kelvin Lane Keller **Marketing Management**.13ed, Prentice Hall, 2009
5. นิตยสารธุรกิจ การตลาด หนังสือพิมพ์ธุรกิจ

หมวดที่ 7 การประเมินรายวิชาและกระบวนการปรับปรุง

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- ผลการประเมินการสอน online โดยพิจารณาจากข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อนำมาปรับปรุงการเรียนการสอนให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- การสังเกตการณ์จากผู้สอนและผลการเรียนของนักศึกษา

3. วิธีการปรับปรุงการสอน

- การประชุมคณะกรรมการบริหารหลักสูตร เพื่อพัฒนาการเรียนการสอน

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์รายวิชาของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้

- ทวนจากจากคะแนนเก็บทั้งภาคการศึกษาและคะแนนสอบปลายภาคของนักศึกษา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- นำข้อมูลที่ได้จากข้อ 1 ถึงข้อ 4 มาทบทวนและวางแผนปรับปรุงในการเรียนการสอนครั้งต่อไป