



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

ประจำภาคเรียนที่ 1 / 2559

รหัสวิชา 3053101 ชื่อรายวิชา การสร้างตราสินค้า  
ตอนเรียน A2 นักศึกษาหลักสูตร นิเทศศาสตร์  
รหัส 56

อาจารย์ผู้สอน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศศิพร ต่ายคำ

อาจารย์ผู้ประสานงานรายวิชา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศศิพร ต่ายคำ

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

## คำนำ

รายละเอียดของการจัดการเรียนการสอนรายวิชา การสร้างตราสินค้า รหัสวิชา 3053101 เป็นรายวิชาเลือก ตามหลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต เนื้อหาการจัดการเรียนการสอนในรายวิชา ประกอบด้วย ความหมาย ความสำคัญ โครงสร้างของตราสินค้า กระบวนการสร้างตราสินค้า คุณค่าตราสินค้า เอกลักษณ์ตราสินค้า ชื่อ คำขวัญ และเรื่องราวของตราสินค้า การออกแบบตราสัญลักษณ์ การสื่อสารตราสินค้า จุดสัมผัสตราสินค้า เครื่องมือการสื่อสารตราสินค้า รู้เท่าทันตราสินค้า

การจัดทำรายละเอียดการสอนของรายวิชาดังกล่าว เป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้ตลอดหลักสูตรเท่านั้น ดังนั้น ผู้เรียนจะต้องอาศัยการศึกษา การค้นคว้าอิสระ เพื่อศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม และจะต้องฝึกฝนทักษะเชิงความคิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมเสริมทักษะที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ตลอดการจัดการเรียนการสอน เพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้เรียนในการทำความเข้าใจเนื้อหาของรายวิชา

## สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	4
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	4
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	5
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	5
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	8
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	10
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	10

## รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา                      มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
 วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา                    หลักสูตรนิเทศศาสตร์

### หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา  
3053101 การสร้างตราสินค้า
2. จำนวนหน่วยกิต  
3 (3-0-6) หน่วยกิต
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา  
นิเทศศาสตร์ หมวดวิชาเลือก
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิพร ต่ายคำ
5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน  
ภาคการศึกษาที่ 1/2559 ชั้นปีที่ 4
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)  
-
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)  
-
8. สถานที่เรียน  
ศูนย์การเรียนระนอง 2 มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด  
มีนาคม 2558 (ภาคเรียนที่ 1/2559)

### หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา
  - 1.1 เพื่อให้นักศึกษาเรียนรู้โครงสร้างของตราสินค้า และคุณสมบัติของตราสินค้า
  - 1.2 เพื่อให้นักศึกษาเรียนรู้กลยุทธ์การสร้างตราสินค้า และกระบวนการสร้างตราสินค้า
  - 1.3 เพื่อให้นักศึกษาสามารถออกแบบองค์ประกอบตราสินค้าได้
  - 1.4 เพื่อให้นักศึกษาสามารถวางแผนการสื่อสารตราสินค้าได้
  - 1.5 เพื่อให้นักศึกษาตระหนักถึงการรู้เท่าทันตราสินค้า
2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา
  - 2.1 เพื่อพัฒนาเนื้อหาวิชาให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจและสังคม
  - 2.2 เพื่อเสริมสร้างศักยภาพด้านการสร้างตราสินค้าให้แก่ผู้เรียนของหลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต

### หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

#### 1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาโครงสร้างของตราสินค้า คุณสมบัติของตราสินค้า หลักการและแนวคิดในการสร้างตราสินค้า กลยุทธ์การสร้างตราสินค้า วิธีการสร้างตราสินค้า การสื่อสารตราสินค้า

#### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน	การฝึกปฏิบัติ / ศึกษาด้วยตนเอง
36 ชั่วโมง	ไม่มีหรืออาจจัดเพิ่มเติม ให้ตามความจำเป็น	ไม่มี	72 ชั่วโมง

#### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษานอกชั้นเรียนอย่างน้อย 2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

### หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

#### 1. คุณธรรม จริยธรรม

##### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- 1.1.1 นักศึกษาตระหนักถึงการรู้เท่าทันตราสินค้า
- 1.1.2 นักศึกษามีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบในการศึกษาทั้งในห้องเรียน การศึกษาด้วยตนเอง และส่งมอบงานที่ได้รับมอบหมายตามเวลาที่กำหนด
- 1.1.3 นักศึกษามีความซื่อสัตย์จากการสังเกตพฤติกรรมของนักศึกษาในระหว่างการเรียนและการสอบ

##### 1.2 วิธีการสอน

- 1.2.1 ให้นักศึกษาอภิปรายเกี่ยวกับการรู้เท่าทันตราสินค้า
- 1.2.2 ปลุกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบในการศึกษาทั้งในห้องเรียน การศึกษาด้วยตนเอง และส่งมอบงานที่ได้รับมอบหมายตามเวลาที่กำหนด
- 1.2.3 ปลุกฝังให้นักศึกษามีความซื่อสัตย์จากการสังเกตพฤติกรรมของนักศึกษาในระหว่างการเรียนและการสอบ

##### 1.3 วิธีการประเมินผล

- 1.3.1 ประเมินผลจากการอภิปรายเกี่ยวกับการรู้เท่าทันตราสินค้า
- 1.3.2 การตรวจสอบการมีวินัยต่อการเรียน การตรงต่อเวลาในการเข้าชั้นเรียน และการส่งมอบงาน
- 1.3.3 การประเมินความซื่อสัตย์จากการสังเกตพฤติกรรมของนักศึกษาในระหว่างการเรียนและการสอบ

#### 2. ความรู้

##### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- 2.1.1 นักศึกษาเรียนรู้โครงสร้างของตราสินค้า และคุณสมบัติของตราสินค้า
- 2.1.2 นักศึกษาเรียนรู้กลยุทธ์การสร้างตราสินค้า และกระบวนการสร้างตราสินค้า

2.1.3 นักศึกษาเรียนรู้การออกแบบองค์ประกอบตราสินค้าได้

2.1.4 นักศึกษาเรียนรู้การวางแผนการสื่อสารตราสินค้า

2.1.5 นักศึกษาเรียนรู้การรู้เท่าทันตราสินค้า

## 2.2 วิธีการสอน

2.2.1 การบรรยาย (Lecture) ประกอบการใช้สื่อการสอน

2.2.2 การฝึกปฏิบัติ (Practice) การใช้คอมพิวเตอร์กราฟิกและโปรแกรมสำเร็จรูปในการออกแบบองค์ประกอบตราสินค้า

2.2.3 การฝึกปฏิบัติการวางแผนการสื่อสารตราสินค้า

## 2.3 วิธีการประเมินผล

2.3.1 ประเมินผลจากการตอบคำถามทบทวน

2.3.2 ประเมินผลจากกิจกรรมที่มอบหมายรวมทั้งความสมบูรณ์และการนำเสนองาน

2.3.2 ประเมินผลจากการสอบปลายภาค

## 3. ทักษะทางปัญญา

### 3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

3.1.1 นักศึกษาสามารถวิเคราะห์โครงสร้างของตราสินค้าได้

3.1.2 นักศึกษาสามารถออกแบบองค์ประกอบตราสินค้าได้

3.1.3 นักศึกษาสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ในการวางแผนการสื่อสารตราสินค้าได้เหมาะสมกับตราสินค้า

3.1.4 นักศึกษาสามารถอภิปรายการรู้เท่าทันตราสินค้าที่พบในชีวิตประจำวันได้

### 3.2 วิธีการสอน

3.2.1 ตั้งคำถามเพื่อให้ นักศึกษาได้วิเคราะห์โครงสร้างของตราสินค้า

3.2.2 กระตุ้นให้นักศึกษาฝึกคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบองค์ประกอบตราสินค้า

3.2.3 ส่งเสริมให้นักศึกษาได้ใช้ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารตราสินค้าในการวางแผนการสื่อสารตราสินค้าให้เหมาะสมกับตราสินค้า โดยการมอบหมายงาน

3.2.4 ตั้งประเด็นปัญหาให้นักศึกษาอภิปรายการรู้เท่าทันตราสินค้าที่พบในชีวิตประจำวัน

### 3.3 วิธีการประเมินผล

3.3.1 ประเมินจากการวิเคราะห์โครงสร้างของตราสินค้าและการตอบคำถามทบทวน

3.3.2 ประเมินจากคุณภาพผลงานการออกแบบองค์ประกอบตราสินค้า

3.3.3 ประเมินจากการวางแผนการสื่อสารตราสินค้าที่สอดคล้องกับตราสินค้า

3.3.4 ประเมินจากการอภิปรายการรู้เท่าทันตราสินค้าที่พบในชีวิตประจำวันของนักศึกษา

## 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

### 4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

4.1.1 มีความรับผิดชอบในงานของตนเอง สามารถทำงานร่วมหรือประสานกับผู้อื่นได้

4.1.2 สามารถแสดงความคิดเห็นของตนเองในการแก้ไขสถานการณ์

### 4.2 วิธีการสอน

4.2.1 มอบหมายงานกลุ่มเพื่อให้นักศึกษาได้มีโอกาสสื่อสาร ประสานงาน ทำงานร่วมกับผู้อื่น

4.2.2 ตั้งประเด็นปัญหาเพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นในการแก้ไขปัญหาต่างๆ

### 4.3 วิธีการประเมินผล

4.3.1 ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรมต่างๆ

4.3.2 ประเมินจากการแสดงความคิดเห็นของนักศึกษา

## 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

### 5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

5.1.1 นักศึกษามีทักษะการใช้ภาษาในการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม

5.1.2 นักศึกษาสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการหาข้อมูล หรือนำเสนองานได้อย่างมี

ประสิทธิภาพ

### 5.2 วิธีการสอน

5.2.1 ส่งเสริมให้นักศึกษาใช้ภาษาในการสื่อสารให้เหมาะสมกับสถานการณ์

5.2.2 ส่งเสริมให้นักศึกษาใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการหาข้อมูล หรือนำเสนองาน

### 5.3 วิธีการประเมินผล

5.3.1 ประเมินจากการสังเกตการใช้ภาษาของนักศึกษาในชั้นเรียน

5.3.2 ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการหาข้อมูล หรือนำเสนองาน

## หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

### 1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน	สื่อการสอน	ผู้สอน
1-2	ปฐมนิเทศ แนะนำลักษณะวิชา การจัดการเรียนการสอน ตลอดจนการวัดและประเมินผล บทที่ 1 บทนำ	3	บรรยายประกอบ Power point เพื่อให้ผู้เรียนได้ทราบถึง รายละเอียดในการเรียนการสอน รวมถึงเกณฑ์ในการวัดและ ประเมินผล	Power Point ตัวอย่างตราสินค้า	ผศ.ดร.ศศิพร ต่ายคำ
3-4	บทที่ 2 กระบวนการสร้าง ตราสินค้า	3	บรรยายประกอบ Power point	Power Point	ผศ.ดร.ศศิพร ต่ายคำ
5	บทที่ 3 คุณค่าตราสินค้า	3	บรรยายประกอบ Power point	Power Point	ผศ.ดร.ศศิพร ต่ายคำ
6-7	บทที่ 4 เอกลักษณ์ตรา สินค้า	3	บรรยายประกอบ Power point	Power Point การศึกษาดูงานนอก สถานที่	ผศ.ดร.ศศิพร ต่ายคำ
8-9	บทที่ 5 ชื่อ คำขวัญ และ เรื่องราวของตราสินค้า	3	บรรยายประกอบ Power point	Power Point ตัวอย่างชื่อ คำขวัญ และเรื่องราวของ ตราสินค้า	ผศ.ดร.ศศิพร ต่ายคำ
10	บทที่ 6 การออกแบบตรา สัญลักษณ์	3	บรรยายประกอบ Power point	Power Point คอมพิวเตอร์และ โปรแกรมกราฟิก	ผศ.ดร.ศศิพร ต่ายคำ
11	บทที่ 7 การสื่อสารตรา สินค้า	3	บรรยายประกอบ Power point	Power Point	ผศ.ดร.ศศิพร ต่ายคำ
12	บทที่ 8 จุดสัมผัสตราสินค้า	3	บรรยายประกอบ Power point	Power Point การศึกษาดูงาน	ผศ.ดร.ศศิพร ต่ายคำ

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน	สื่อการสอน	ผู้สอน
13	บทที่ 9 เครื่องมือการ สื่อสารตราสินค้า	3	บรรยายประกอบ Power point	Power Point	ผศ.ดร.ศศิพร ต่ายคำ
14-15	บทที่ 10 รู้เท่าทันตราสินค้า	3	บรรยายประกอบ Power point	Power Point	ผศ.ดร.ศศิพร ต่ายคำ
16	<-----สัปดาห์ของการสอบปลายภาค (นอกตาราง)----->				

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
1	ระเบียบวินัย ตรงต่อเวลา และ ความรับผิดชอบในการศึกษาทั้งใน ห้องเรียน การศึกษาด้วยตนเอง และส่งมอบงานที่ได้รับมอบหมาย ตามเวลาที่กำหนด	การตรวจสอบการมีวินัยต่อ การเรียน การตรงต่อเวลาใน การเข้าชั้นเรียน และการส่ง มอบงาน	ตลอดภาค การศึกษา	10%
2	ความรู้ ความเข้าใจ การวิเคราะห์ และอภิปราย	จากกิจกรรมและการตอบ คำถามท้ายบท	ตลอดภาค การศึกษา	20%
3	ออกแบบองค์ประกอบตราสินค้า	จากคุณภาพผลงานการ ออกแบบองค์ประกอบตรา สินค้า	8-10	30%
4	วางแผนการสื่อสารตราสินค้า เหมาะสมกับตราสินค้า	จากการวางแผนการสื่อสาร ตราสินค้า	11	10%
5	ความรู้	การสอบปลายภาค	16	30%

## หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

### 1. เอกสารและตำราหลัก

ศศิพร ต่ายคำ. (2559). *เอกสารประกอบคำสอน การสร้างตราสินค้า*. กรุงเทพฯ : สวนดุสิต กราฟฟิคไซท์.

### 2. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

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

จรรยาจารี ธรรมมา. (2552). *ทิปส์ลับสร้างแบรนด์เอสเอ็มอี*. 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 บันแบรนด์ฮิตให้ติดตลาด*. กรุงเทพฯ: มติชน.

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

เสริมยศ 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 minute 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.

## หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### 1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

ประเมินโดยแบบสอบถามความคิดเห็นออนไลน์ของสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน และการสัมภาษณ์ตัวแทนนักศึกษา

### 2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

2.1 ประเมินโดยแบบสอบถามความคิดเห็นของนักศึกษา

2.2 การวัดผล

2.2.1 คะแนนระหว่างภาค 70 %

- ความเป็นนิกนิตศาสตร์ **10 คะแนน**  
(บุคลิกภาพ การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน ความใฝ่รู้ การตรงต่อเวลา)

- รายงานและแบบทดสอบระหว่างภาคเรียน **60 คะแนน**

2.2.2 คะแนนสอบปลายภาค 30 %

### การประเมินผล

อิงเกณฑ์  อิงกลุ่ม

ระดับคะแนน	ค่าร้อยละ	ระดับคะแนน	ค่าร้อยละ
A	90-100	A	90-100
B <sup>+</sup>	85-89	B <sup>+</sup>	85-89
B	75-84	B	75-84
C <sup>+</sup>	70-74	C <sup>+</sup>	70-74
C	60-69	C	60-69
D <sup>+</sup>	55-59	D <sup>+</sup>	55-59
D	50-54	D	50-54
E	0-49	F	0-49

### 3. การปรับปรุงการสอน

อาจารย์ผู้สอนประเมินความสนใจในชั้นเรียนของนักศึกษา และปรับวิธีการสอนให้สอดคล้องกับลักษณะของผู้เรียนในแต่ละสัปดาห์

**4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา**

ประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาในรายวิชา และนักศึกษาผ่านเกณฑ์การประเมินตามรายวิชา

**5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา**

- 5.1 วางแผนปรับปรุงรายวิชาทุก 3 ปี
- 5.2 ทบทวนประสิทธิผลของรายวิชาจากการประเมินการสอนของนักศึกษาที่ประเมินผ่านประเมิน โดยแบบสอบถามความคิดเห็นของนักศึกษา สรุปและวางแผนการปรับปรุงเพื่อใช้ในการศึกษาถัดไป
- 5.3 ปรับปรุงเอกสารประกอบคำสอน