

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ณ กรุงเทพมหานคร

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สำหรับผู้บริการยุคใหม่

วิชา 900 744 การสร้างตราสินค้าและตลาดสำหรับธุรกิจใหม่

วัน-เวลา: 30 พฤษภาคม ถึง 22 สิงหาคม 2552 วันเสาร์ เวลา 9.00-12.00 น.

อาจารย์ผู้รับผิดชอบประจำวิชา : อาจารย์ สุภาพรณีย์ ธนียวัน

ครั้งที่	วันที่	หัวข้อ	ชื่อผู้สอน
1	30 พค.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• วัตถุประสงค์และหลักการสอนวิชานี้</li> <li>• ความสำคัญและความหมายของตราสินค้า</li> <li>• Project Assignment</li> </ul>	อ. สุภาพรณีย์
2	6 มิย.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brand equity หมายถึงอะไร</li> </ul> Case Study#1: Group assignment	อ. สุภาพรณีย์
3	13 มิย.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• พฤติกรรมผู้บริโภคในสภาวะปัจจุบัน</li> <li>• ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค</li> </ul> ซึ่งส่งผลกระทบต่อตราสินค้า	อ. สุภาพรณีย์
4	27 มิย.	นำเสนอ case study #1 วิธีการและเทคนิคการตั้งชื่อตราสินค้าให้เข้ากับผลิตภัณฑ์	อ. สุภาพรณีย์
5	11 กค.	Brand Failure and Brand Royalty Case Study#2: Group assignment	อ. สุภาพรณีย์
6	25 กค.	กลยุทธ์ตลาดที่จะช่วยเสริมพลังของตราสินค้า	อ. สุภาพรณีย์ / อ.คณีย์
7	1 สค.	IMC (Integrated Marketing Communications)	อ. คณีย์
8	8 สค.	การสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้าโดย <ul style="list-style-type: none"> <li>• CRM</li> <li>• PR</li> </ul>	อ. อภิสิทธิ์
9	15 สค.	นำเสนอ case study#2 Brand Tracking	อ. สุภาพรณีย์
10	22 สค.	Project Presentation	อ.สุภาพรณีย์