



มหาวิทยาลัยรังสิต

รายละเอียดของรายวิชา

วิทยาลัย นิเทศศาสตร์ สาขาวิชา นิเทศศาสตร์การกีฬา

หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์การกีฬา

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

SPC 322	การสื่อสารแบรนด์กีฬา	3 (3-0-6)
	(Sport Brand Communication)	
วิชาบังคับร่วม	-	
วิชาบังคับก่อน	-	
ภาคการศึกษา	S/2569	
กลุ่ม	01	
ประเภทของวิชา	☐ วิชาปรับพื้นฐาน ☐ วิชาศึกษาทั่วไป ☒ วิชาเฉพาะ ☐ วิชาเลือกเสรี	
อาจารย์ผู้รับผิดชอบ	ดร. นฤนาถ ไกรนรา	อาจารย์ประจำ
อาจารย์ผู้สอน	ดร. นฤนาถ ไกรนรา	☒ อาจารย์ประจำ ☐ อาจารย์พิเศษ
สถานที่สอน		☒ ในที่ตั้ง ☐ นอกที่ตั้ง
วันที่จัดทำ	5 มิถุนายน 2569	

หมวดที่ 2 วัตถุประสงค์ของรายวิชาและส่วนประกอบของรายวิชา

1. วัตถุประสงค์ของรายวิชา

- 1) เพื่อให้นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับแบรนด์กีฬา และกระบวนการสร้างแบรนด์กีฬา
- 2) เพื่อให้นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการแบรนด์กีฬา
- 3) เพื่อให้นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อสร้างแบรนด์กีฬา
- 4) เพื่อให้นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับประเมินผลการดำเนินงานของแบรนด์กีฬา

2. คำอธิบายรายวิชา

แนวคิด กลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์กีฬา การตลาดด้านการกีฬา เช่น การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทาง การตลาด การออกแบบเอกลักษณ์ การสร้างตราสินค้า การสร้างภาพลักษณ์ การสร้างมูลค่าทางการตลาด และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและกลุ่มเป้าหมาย

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษา

มี3.....ชั่วโมง/สัปดาห์

☒ e-mail : e-mail : naronado@gmail.com

☐ Facebook :.....

☐ Line :.....

☐ อื่น ระบุ.....

4. ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (Course Learning Outcomes: CLOs) :

- 1) เคารพและปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ภายใต้หลักธรรมาภิบาลขององค์กรและสังคม
- 2) มีความรู้และความเข้าใจในทฤษฎี หลักการ วิธีการในสาขาวิชาชีพ
- 3) สามารถรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ สังเคราะห์ และสรุปประเด็นปัญหาและความต้องการ
- 4) มีความสามารถในการติดต่อ สื่อสารข่าวสารให้เป็นที่เข้าใจได้ถูกต้อง
- 5) มีทักษะในการนำเสนอ โดยเลือกใช้รูปแบบและวิธีการที่เหมาะสม

หมวดที่ 3 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

การพัฒนาผลการเรียนรู้ในมาตรฐานผลการเรียนรู้แต่ละด้านที่มุ่งหวัง มีดังต่อไปนี้

1. คุณธรรม จริยธรรม

●	ผลการเรียนรู้	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
1.4	เคารพและปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ภายใต้หลักธรรมาภิบาลขององค์กรและสังคม	- ร่วมกันกำหนดกฎและกติกาเกี่ยวกับ พฤติกรรมในการเรียนการสอน - มีการสอดแทรกคุณธรรมจริยธรรมในบทเรียน	- พฤติกรรมการเข้าเรียน และการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน

2. ความรู้

●	ผลการเรียนรู้	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
2.1	มีความรู้และความเข้าใจใน ทฤษฎี หลักการ วิธีการใน สาขาวิชาชีพ	- ให้นักศึกษาเรียนรู้ถึงกระบวนการ สร้างแบรนด์และสื่อสารแบรนด์กีฬา จาก แนวคิดท้องถิ่นนิยม	ประเมินจากโครงงาน ปลายภาค

3. ทักษะทางปัญญา

●	ผลการเรียนรู้	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
3.3	สามารถรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ สังเคราะห์ และสรุปประเด็นปัญหา และความต้องการ	- การมอบหมายงานให้สืบค้น วิเคราะห์ และเรียนรู้เกี่ยวกับแบรนด์กีฬา - การมอบหมายงานตามประเด็นการ สอน ทั้งรูปแบบงานเดี่ยว และงานกลุ่ม ให้ฝึกทำ ตลอดทั้งเทอม	- Assignment รายบุคคล - การทำงานกลุ่ม โดย นักศึกษาสามารถสืบค้น ค้นคว้า วิเคราะห์ปัญหา การแก้ไขปัญหา บูรณา การความรู้ และ สร้างสรรค์ตามประเด็นที่ มอบหมายได้ถูกต้อง

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

○	ผลการเรียนรู้	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
4.1	มีความสามารถในการติดต่อ สื่อสารข่าวสารให้เป็นที่ เข้าใจได้ถูกต้อง	- การศึกษาค้นคว้าจากการลงพื้นที่ ภาคสนาม	- ประเมินจากข้อมูลการ วิเคราะห์จากการลงพื้นที่ ศึกษาแบรนด์ท้องถิ่น

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

○	ผลการเรียนรู้	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
5.3	มีทักษะในการนำเสนอ โดย เลือกใช้รูปแบบและวิธีการ ที่เหมาะสม	- ให้นักศึกษาได้ฝึกเรื่องความคิด สร้างสรรค์ด้านกลยุทธ์การสื่อสาร - มีวิธีนำเสนอโดยใช้รูปแบบและ เทคโนโลยีที่เหมาะสม	การวางแผนการสื่อสาร และวิธีการนำเสนอที่ น่าสนใจ

หมวดที่ 4 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนรู้ สอน และสื่อที่ใช้	จำนวน ชั่วโมง	ผู้สอน
1	- แนะนำการเรียนการสอน 1. เงื่อนไขและการปฏิบัติ ตนในการเรียน 2. จุดมุ่งหมายและ รายละเอียด เนื้อหา ของ หลักสูตร 3. แนวการจัดการเรียนการ สอน การวัด และประเมินผล	1. บรรยาย 2. ยกตัวอย่าง 3. อภิปรายกลุ่ม	3	ดร.นฤนาถ ไกรนรา
2	แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับ แบรนด์กีฬา ความหมาย และความสำคัญของแบรนด์ กีฬา	1.บรรยาย 2. ยกตัวอย่าง 3. อภิปรายกลุ่ม 4. มอบหมายงาน 1	3	ดร.นฤนาถ ไกรนรา
3	องค์ประกอบของแบรนด์ กีฬา	1. บรรยาย 2. ยกตัวอย่าง 3. มอบหมายงาน 2	3	ดร.นฤนาถ ไกรนรา
4	แบรนด์กีฬาชั้นนำ ปัจจัย แห่งความสำเร็จ	นักศึกษาทำกิจกรรม ในชั้นและนำเสนอ งานที่ได้รับมอบหมาย	3	ดร.นฤนาถ ไกรนรา
5	แนวคิดท้องถิ่นนิยมในการ สื่อสารแบรนด์กีฬา	1.บรรยาย 2. ยกตัวอย่าง 3. มอบหมายงาน 3	3	ดร.นฤนาถ ไกรนรา
6	การวิเคราะห์ข้อมูลท้องถิ่น เพื่อการสร้างแบรนด์กีฬา	1.บรรยาย 2. ยกตัวอย่าง 3. มอบหมายงาน 4	3	ดร.นฤนาถ ไกรนรา

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนรู้ สอน และสื่อที่ใช้	จำนวน ชั่วโมง	ผู้สอน
7	ส่วนประสมทางการตลาด และการเรียนรู้ภาคสนาม ศึกษารุขกิจกีฬาท้องถิ่น	1.บรรยาย 2. ยกตัวอย่าง 3. ศึกษาดูงานนอก สถานที่ 4. มอบหมายงาน 5	3	ดร.นฤนาถ ไกรนรา
	พักระหว่างเทอม			
8	การวิเคราะห์ SWOT ธุรกิจ กีฬาและวิเคราะห์กลยุทธ์ การสร้างแบรนด์	1.บรรยาย 2. ยกตัวอย่าง 3. มอบหมายงาน 6	3	ดร.นฤนาถ ไกรนรา
9	การสร้างอัตลักษณ์แบรนด์ กีฬา	1.บรรยาย 2. ยกตัวอย่าง 3. มอบหมายโครงการ ปลายภาค	3	ดร.นฤนาถ ไกรนรา
10	การออกแบบผลิตภัณฑ์ และ สถานประกอบการ	1. บรรยาย 2. ยกตัวอย่าง 3. มอบหมายงาน 7	3	ดร.นฤนาถ ไกรนรา
11	ภาพลักษณ์ของแบรนด์กีฬา และการสร้างคุณค่าของแบ รנדกีฬา	1. บรรยายพิเศษจาก ตัวแทนผู้ประกอบการ ธุรกิจกีฬา 2. ยกตัวอย่าง 3. อภิปรายกลุ่ม 4. มอบหมายงาน 8	3	วิทยากรพิเศษ
12	กลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์ กีฬา	1. บรรยาย 2. ยกตัวอย่าง 3. มอบหมายงาน 9	3	ดร.นฤนาถ ไกรนรา
13	การสื่อสารแบรนด์กีฬาค้น การเล่าเรื่องและการสร้าง เนื้อหาต่อด้านกีฬา	1. บรรยาย 2. ยกตัวอย่าง	3	ดร.นฤนาถ ไกรนรา
14	การวางแผนการสื่อสารแบ	1. บรรยาย	3	ดร.นฤนาถ ไกรนรา

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนรู้ สอน และสื่อที่ใช้	จำนวน ชั่วโมง	ผู้สอน
	รณรงค์กีฬา	2. ยกตัวอย่าง 3. มอบหมายงาน 10		
15	นำเสนอโครงงานปลายภาค	นักศึกษานำเสนอ โครงงานปลายภาค งาน	3	ดร.นฤนาถ ไกรนรา
รวม			45	

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	ลำดับที่ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
1.4	การเข้าชั้นเรียน/การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	ตลอดภาคการศึกษา	10%
2.1	โครงงานปลายภาค	15	30%
3.3	งานที่มอบหมายระหว่างภาคเรียน งาน 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9	ตลอดภาคการศึกษา	40%
4.1	การศึกษาดูงานนอกสถานที่	7	10%
5.3	การวางแผนการสื่อสาร	14	10%

หมวดที่ 5 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. ตำราและเอกสารหลัก

นฤนาถ ไกรนรา. เอกสารประกอบการสอนรายวิชา SPC 322 การสื่อสารแบรนด์ดีกีฬา.

สาขาวิชานิติศาสตร์การกีฬา วิทยาลัยนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต, 2568.

2. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

ฟิล ไนต์. **Shoe Dog**. ไอริสา ชันศิริ (แปล). กรุงเทพฯ : อมรินทร์สวาท อมรินทร์พรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง, 2561.

ซิด โลว. **บาร์ซ่า vs มาดริด**. บุญฤทธิ์ ฉันทสุวรรณ (แปล). กรุงเทพฯ : เอเอสทีวีผู้จัดการ, 2558.

สตีเฟน จี.แมนคิส. **วิถีแห่งเรอัล มาดริด**. ภูษณิศา เขมะเสวี (แปล). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์วารา, 2562.

หมวดที่ 6 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลกระบวนการเรียนการสอนโดยนักศึกษา

- ☒ การประเมินประสิทธิภาพการสอนโดยนักศึกษา
- ☐ แบบประเมินกระบวนการเรียนการสอน
- ☐ การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- ☐ การสะท้อนคิด จากพฤติกรรมของผู้เรียน
- ☐ ข้อเสนอแนะผ่านช่องทางออนไลน์ ที่อาจารย์ผู้สอนได้จัดทำเป็นช่องทางการสื่อสารกับนักศึกษา
- ☐ อื่นๆ (ระบุ)

2. กลยุทธ์การประเมินการจัดการเรียนรู้

- ☐ แบบประเมินผู้สอน
- ☐ สะท้อนโดยนักศึกษา
- ☐ ผลการสอบ
- ☒ การทวนสอบผลประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้
- ☒ การประเมินโดยคณะกรรมการกำกับมาตรฐานวิชาการ
- ☐ การสังเกตการณ์สอนของผู้ร่วมทีมการสอน
- ☐ อื่นๆ (ระบุ)

3. กลไกการปรับปรุงการจัดการเรียนรู้

- ☐ สัมมนาการจัดการเรียนการสอน
- ☐ การวิจัยในและนอกชั้นเรียน
- ☒ อื่นๆ (ระบุ) การประเมินโดยอาจารย์ผู้สอน และข้อเสนอแนะจากนักศึกษา

4. กระบวนการทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้ของกระบวนการวิชานักศึกษา

- ☒ มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบรายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม
- ☐ การทวนสอบการให้คะแนนการตรวจผลงานของนักศึกษาโดยกรรมการประจำภาควิชาและคณะ
- ☐ การทวนสอบการให้คะแนนจากการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษาโดยอาจารย์ หรือผู้ทรงคุณวุฒิอื่น ๆ ที่ไม่ใช่อาจารย์ประจำหลักสูตร
- ☐ อื่นๆ (ระบุ)

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของกระบวนการวิชา

- ☒ ปรับปรุงกระบวนการวิชาในแต่ละปี ตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบตามข้อ 4
- ☐ ปรับปรุงกระบวนการวิชาในแต่ละปี ตามผลการประเมินผู้สอนโดยนักศึกษา
- ☐ อื่นๆ (ระบุ)