

แบบเสนอหลักสูตรประกาศนียบัตร (Non-Degree)

1. รายละเอียดหลักสูตร

1.1 ชื่อหน่วยงาน คณะศิลปศาสตร์

1.2 ชื่อหลักสูตร ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว

Entrepreneur of Souvenir Products for Tourism

1.3 ชื่อหน่วยงานหรือสถานประกอบการที่ร่วมการจัดการเรียนการสอน (กรุณแนบ MOU กับสถานประกอบการ)

- ไม่มี -

1.4 ชื่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร (ชื่อ เบอร์โทรศัพท์ และ e-mail)

ชื่อ-สกุล นางสาวติณณา อุดม ตำแหน่งทางวิชาการ: อาจารย์

คณะศิลปศาสตร์ Email: Tinna.u@rmutsv.ac.th

โทรศัพท์ 092-2640496

ชื่อ-สกุล: นางฉัตรดาว ไชยหล่อ ตำแหน่งทางวิชาการ: อาจารย์

คณะศิลปศาสตร์ Email: Chatdaw.c@rmutsv.ac.th

โทรศัพท์: 091-5452801

ชื่อ-สกุล: นางสาวนันทิพย์ হাসิน ตำแหน่งทางวิชาการ: อาจารย์

คณะศิลปศาสตร์ Email: Nanthip.h@rmutsv.ac.th

โทรศัพท์: 083-8536220

1.5 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1) เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีคุณภาพ และสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

2) เพื่อให้ผู้เรียนสร้างสื่อเทคโนโลยีทางการตลาดเพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย

1.6 ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร

CLO 1 อธิบายความโดดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น

CLO 2 ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น

CLO 3 คำนวณต้นทุนและกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

CLO 4 สร้างแบรนด์สู่การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในตลาดออนไลน์

2. แผนการรับนักศึกษา

- 2.1 จำนวนนักศึกษาต่อรุ่นกิจกรรมที่ 1 15 คน จำนวน 1 รุ่นต่อปี
กิจกรรมที่ 2 25 คน จำนวน 1 รุ่นต่อปี
- 2.2 ระยะเวลาในการจัดการศึกษา (ช่วงเวลาเริ่มต้นจนจบหลักสูตร) 5 สัปดาห์ (เสาร์ - อาทิตย์)
- 2.3 จำนวนชั่วโมงในการดำเนินการ 80 ชม.
(ทฤษฎี 6 ชม., ปฏิบัติ 74 ชม.)
ระยะเวลาตลอดหลักสูตร 10 วัน (วัน/สัปดาห์/เดือน)
- 2.4 กลุ่มเป้าหมายที่เข้ารับการศึกษาก่อน
 - ☒ 2.4.1 ผู้เรียนที่สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า หรือระดับปวช.
 - ☒ 2.4.2 ผู้สำเร็จการศึกษาระดับ ปวส.
 - ☒ 2.4.3 ผู้ที่ทำงานแล้วและหรือต้องการเพิ่มพูนสมรรถนะ
 - ☒ 2.4.4 ผู้สูงอายุหรือผู้ที่เกษียณแล้วต้องการจะประกอบอาชีพอื่นที่แตกต่างจากเดิม
 - ☒ 2.4.5 อื่น ๆ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน

3. การออกแบบหลักสูตร

3.1 ระบุที่มาของการกำหนดแนวคิด เหตุผล และวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจ และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสู่การเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์และสังคมดิจิทัล นับเป็นกุญแจสำคัญของการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและการทำงานด้วยการปฏิวัติเกิดเป็นเทคโนโลยีพลิกโฉมฉบับพลันที่ส่งผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างกว้างขวาง การสร้างขีดความสามารถให้กับสังคมและประชาชนในประเทศได้ในระยะยาวที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561–2580) ที่เน้นการพัฒนากำลังคนให้มีความสามารถในการแข่งขันมีสมรรถนะและศักยภาพที่หลากหลาย มีเป้าหมายเพื่อมุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศในเรื่องการ “ต่อยอดอดีตปรับปรุงปัจจุบันและสร้างคุณค่าใหม่” นำมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยผ่านโครงสร้างพื้นฐานวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและดิจิทัล แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) ได้กำหนดทิศทางและเป้าหมายของการพัฒนาบนพื้นฐานของหลักการและแนวคิดที่สำคัญ ได้แก่ โมเดลเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green) โดยอาศัยฐานศักยภาพและความเข้มแข็งของประเทศ อันประกอบด้วยความหลากหลายทางชีวภาพและทางวัฒนธรรม พร้อมกับการใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ในการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อผลักดันให้ประเทศมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน รองรับยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและ

ความเสมอภาคทางสังคม เพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท้องถิ่นในภาคของ SMEs ที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูงและสามารถแข่งขันได้

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จัดการศึกษาเพื่อคนทุกช่วงวัยสู่การเป็นผู้ประกอบการฐานนักปฏิบัติ และมีวิสัยทัศน์ “มหาวิทยาลัยนวัตกรรมเพื่อสังคม” ภายใต้แผนยุทธศาสตร์และการขับเคลื่อนการพัฒนาวิทยาลัยด้วยการสร้างความโดดเด่นและความเป็นเลิศเฉพาะทางตามอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ สร้างนวัตกรรมบริการวิชาการที่ก่อให้เกิดโอกาสทางธุรกิจ และสร้างสรรค์มรดกทางวัฒนธรรมบนแนวคิดวิสาหกิจวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ในฐานะมหาวิทยาลัยเฉพาะทางซึ่งมุ่งผลิตกำลังคนที่มีความเชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีคุณภาพเพื่อตอบสนองอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศให้บริการวิชาการเพื่อพัฒนาภาคการผลิตและชุมชน ตลอดจนการสร้างกำลังคนที่มีสมรรถนะสูง การสร้างผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการออกแบบและใช้เทคโนโลยี นวัตกรรมในการขับเคลื่อนส่งเสริมผู้ประกอบการในการสร้างนวัตกรรมและใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตรศาสตรสร้างสรรค์ จึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาระบบนิเวศการเรียนรู้ที่มีคุณภาพ สร้างโอกาสการเรียนรู้ที่สามารถเชื่อมโยงได้ในทุกระดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต ตลอดจนการพัฒนาทางเลือกการเรียนรู้สำหรับผู้ที่ไม่สามารถเรียนในระบบการศึกษาภาคปกติ เป็นการสร้างโอกาสในเส้นทางอาชีพ โดยเฉพาะสังคมใหม่ที่ก้าวเข้าสู่สังคมแห่งการเรียนรู้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม สอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อนำความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมาสร้างแบรนด์สินค้า สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและมีศักยภาพทางการแข่งขันบนรากฐานของเศรษฐกิจในยุคแห่งนวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาและต่อยอดความรู้สู่คุณวุฒิวิชาชีพจากแนวคิดข้างต้น คณะผู้ดำเนินการหลักสูตรได้จัดทำและการออกแบบหลักสูตรประกาศนียบัตร (Non-degree) ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวขึ้น เพื่อยกระดับสินค้าและบริการที่สามารถพัฒนาเศรษฐกิจให้เติบโต สร้างผู้ประกอบการอัจฉริยะที่มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยี เพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจบนฐานรากแห่งนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลในอนาคตต่อไป

3.2 วิธีการกำหนดคุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังเมื่อสำเร็จการศึกษา (สอดคล้องกับข้อกำหนดของโครงการ)

3.2.1 ผู้เรียนประยุกต์ใช้เทคนิคการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้น

3.2.2 ผู้เรียนสามารถใช้สื่อออนไลน์เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- ยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน
- เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน
- สร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ชุมชน
- เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย



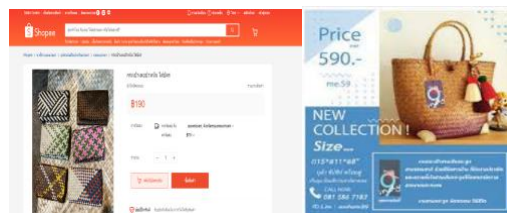
- CLO 1 อธิบายความโดดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น
- CLO 2 ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น
- CLO 3 คำนวณต้นทุนและกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
- CLO 4 สร้างแบรนด์สู่การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในตลาดออนไลน์

**กลุ่มเป้าหมาย**

- ผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือระดับปวช.
- ผู้สำเร็จการศึกษาระดับ ปวส.
- ผู้ที่ทำงานแล้วและหรือต้องการเพิ่มพูนสมรรถนะ
- ผู้สูงอายุหรือผู้พิการ
- ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน

**กิจกรรมที่ 1** ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (CLO1, CLO2)

- ผู้เรียนทุกคนต้องผ่านมาตรฐานอาชีพ WTPQI - Net (อาชีพผู้ประกอบการของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นระดับ 4)
- ผ่านเกณฑ์การประเมินไม่น้อยกว่าร้อยละ 70

กิจกรรมที่ 2 การสร้างแบรนด์และการจัดจำหน่ายในตลาดออนไลน์ (CLO3, CLO4)

- ผู้เรียนทุกคนต้องผ่านมาตรฐานอาชีพ WTPQI - Net (อาชีพผู้ประกอบการของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นระดับ 5)
- ผ่านเกณฑ์การประเมินไม่น้อยกว่าร้อยละ 70

ภาพที่ 1 กระบวนการค้นหาความต้องการของสถานประกอบการ

(ที่มา : <https://shorturl.at/dDAEM>, งานจักสาน, กระจูด)

3.3 ความร่วมมือระหว่างสถาบันอุดมศึกษากับสถานประกอบการและหน่วยงานราชการในการจัดทำหลักสูตรในการ up-skill และหรือ re-skill อย่างชัดเจน

- ไม่มี -

4. การจัดการเรียนการสอน

4.1 การกำหนดเนื้อหาสาระและโครงสร้างหลักสูตรที่สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้

เทคนิคการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพเพื่อก่อให้เกิดพัฒนาการทางเศรษฐกิจ วิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจ ในด้านการตลาด การผลิต การคำนวณต้นทุน และการจัดการสู่การจัดจำหน่ายในตลาดออนไลน์ และส่งเสริมผู้ประกอบการให้สามารถใช้เทคโนโลยีทางการตลาด

กิจกรรมที่ 1 ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน

หัวข้อที่เรียน	จำนวนชั่วโมง บรรยาย	จำนวนชั่วโมง ปฏิบัติการ	TPQI-NET**
1. กระบวนการคิดเชิงออกแบบเพื่อสอดรับแนวคิดเศรษฐกิจ หมุนเวียน (BCG)	1	7	TPQI-NET ระดับ 4
2. ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ชุมชน	4*	8	
3. การสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ	1	15	-
รวม	2	30	

หมายเหตุ * ผู้เรียนศึกษาออนไลน์ผู้ประกอบการของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (ไม่นับชั่วโมงบรรยาย) โดยมาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ
สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (TPQI) อาชีพ ผู้ประกอบการของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ระดับ 4

กิจกรรมที่ 2 การสร้างแบรนด์และการจัดจำหน่ายในตลาดออนไลน์

หัวข้อ	จำนวนชั่วโมง บรรยาย	จำนวนชั่วโมง ปฏิบัติการ	TPQI-NET**
1. การคิดต้นทุนและกำหนดราคาขายของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น	2	6	TPQI-NET ระดับ 5
2. การสร้างและสื่อสารแบรนด์สู่การจัดจำหน่ายในตลาด ออนไลน์	2	22	
3. กิจกรรมแสดงผลงานผลิตภัณฑ์สินค้าผ่าน Platform ออนไลน์	-	16	
รวม	4	44	

4.2 การจัดการเรียนการสอนที่ต้องร่วมมือกับสถานประกอบการอย่างเข้มข้น (ถ้ามี)

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

4.3 รายวิชาที่มีความประสงค์สะสมหน่วยกิตในธนาคารหน่วยกิต (Credit Bank)

รายวิชา 01-124-304 การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน นี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตรศาสตรจารย์ (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565) คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ทั้งนี้ผู้เรียนที่มีความประสงค์สะสมหน่วยกิตในธนาคารหน่วยกิต (Credit Bank) ต้องเรียนให้ครบทุกหัวข้อตามที่หลักสูตรกำหนด

01-124-304 การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน 3(1-4-4)

Souvenir Product Design for Community-based

Tourism

วิชาบังคับก่อน: -

Prerequisite: -

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของขวัญและของที่ระลึกรูปแบบต่าง ๆ ตามสมัยนิยม การคิดต้นทุน การกำหนดราคาขาย แนวทางการดำเนินธุรกิจของขวัญและของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน

Development and customization of fashion gift and souvenir product; costing; pricing; gift and souvenir business guidelines for community-based tourism.

5. การประเมินและปรับปรุงกระบวนการดำเนินการของหลักสูตร

5.1 การปรับปรุงกระบวนการในระหว่างการจัดการเรียนการสอน

ผลลัพธ์การเรียนรู้	วิธีการประเมิน	เกณฑ์การผ่าน
CLO 1 อธิบายความโดดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น	- ประเมินจากการสัมภาษณ์ - ประเมินผลงานที่มอบหมาย	ผ่านเกณฑ์การประเมิน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70
CLO 2 ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น	- ประเมินผลงานที่มอบหมาย - การสังเกตจากการมีส่วนร่วม	ผ่านเกณฑ์การประเมิน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70
CLO 3 คำนวณต้นทุนและกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	- ประเมินทักษะการคำนวณจากชิ้นงาน	ผ่านเกณฑ์การประเมิน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70

ผลลัพธ์การเรียนรู้	วิธีการประเมิน	เกณฑ์การผ่าน
CLO 4 สร้างแบรนด์สู่การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในตลาดออนไลน์	- ประเมินผลงานที่มอบหมาย - ประเมินจากการสังเกตการณ์ - การประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ	ผ่านเกณฑ์การประเมิน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70

5.2 แผนการพัฒนาคุณภาพการจัดหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง

Plan	- สำรวจและวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของหลักสูตรที่ผ่านมา - วางแผนดำเนินการปรับปรุงกิจกรรมในการดำเนินงาน
Do	- ทบทวนและปรับปรุงกระบวนการจัดการเรียนการสอนให้ตอบวัตถุประสงค์ของหลักสูตร - ปฏิบัติการตามแผนที่ได้ทบทวนและปรับปรุงกิจกรรม
Check	- ติดตามผลการดำเนินงานตามแผนที่ได้ทบทวนและปรับปรุงกิจกรรม - สรุปผลการดำเนินงานหลักสูตร
Act	- จัดทำแผนพัฒนากิจกรรมในการดำเนินงานให้ตอบวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

6. สรุปงบประมาณ

6.1 งบประมาณรายรับ (หน่วย: บาท)

กิจกรรมที่ 1 ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
รายรับ	
- ค่าลงทะเบียน (15 คน x 2,000 บาท)	30,000
- รายรับรวมของกิจกรรมที่ 1	30,000
รายจ่าย	
- ค่าตอบแทน (บุคลากรของรัฐ 2 คน x 16 ชม. x 300 บาท)	9,600
ค่าใช้จ่าย	
- ค่าอาหารกลางวัน (17 คน x 80 บาท x 1 มื้อ x 4 วัน)	5,440
- ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม (17 คน x 25 บาท x 2 มื้อ x 4 วัน)	3,400
- ค่าวัสดุ	2,560
จัดสรรเงินรายได้สาขา/หน่วยงาน/มหาวิทยาลัย	
- จัดสรรรายได้มหาวิทยาลัย (ร้อยละ 10 ของรายรับ)	3,000
- จัดสรรรายได้คณะฯ (ร้อยละ 10 ของรายรับ)	3,000
- จัดสรรรายได้หลักสูตร (ร้อยละ 10 ของรายรับ)	3,000

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
รายจ่ายรวม	30,000
จำนวนนักเรียนน้อยที่สุดที่คุ้มทุน	15

กิจกรรมที่ 2 การสร้างแบรนด์และการจัดจำหน่ายในตลาดออนไลน์

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
รายรับ	
- ค่าลงทะเบียน (25 คน x 2,500 บาท)	62,500
- รายรับรวมของกิจกรรมที่ 2	62,500
รายจ่าย	
- ค่าตอบแทน (บุคลากรของรัฐ 2 คน x 24 ชม. x 300 บาท)	14,400
ค่าใช้จ่าย	
- ค่าอาหารกลางวัน (17 คน x 80 บาท x 1 มื้อ x 6 วัน)	8,160
- ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม (17 คน x 25 บาท x 2 มื้อ x 6 วัน)	5,100
- ค่าวัสดุ	2,000
จัดสรรเงินรายได้สาขา/หน่วยงาน/มหาวิทยาลัย	
- จัดสรรรายได้มหาวิทยาลัย (ร้อยละ 10 ของรายรับ)	6,250
- จัดสรรรายได้คณะฯ (ร้อยละ 10 ของรายรับ)	6,250
- จัดสรรรายได้หลักสูตร (ร้อยละ 10 ของรายรับ)	6,250
รายจ่ายรวม	48,410
จำนวนนักเรียนน้อยที่สุดที่คุ้มทุน	24.21

2. ผลการวิเคราะห์หลักสูตรและผลการพิจารณา

ชื่อหลักสูตร ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว

แผนดำเนินการใช้หลักสูตร ปีการศึกษา 2567

คณะกรรมการประจำคณะ ให้ความเห็นชอบหลักสูตร ในคราวประชุมครั้งที่ 2/2567

วันที่ 24 พฤษภาคม 2567

สภาวิชาการ ให้ความเห็นชอบหลักสูตร ในคราวประชุมครั้งที่ 6/2567

วันที่ 8 กรกฎาคม 2567

สภามหาวิทยาลัย ให้ความเห็นชอบหลักสูตร ในคราวประชุมครั้งที่/.....

วันที่

ข้อเสนอแนะจากการพิจารณาของคณะกรรมการประจำคณะ/วิทยาลัย

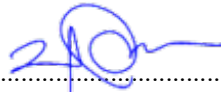
ประเด็นข้อเสนอแนะ	แนวทางการปรับปรุงแก้ไข
1) ควรมีการประชาสัมพันธ์หลักสูตรโดยเน้นความโดดเด่นของหลักสูตร	1) วางแผนการประชาสัมพันธ์หลักสูตรให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด
2) ตรวจสอบความถูกต้องของการเรียนเนื้อหาในหลักสูตร การใช้คำที่เหมาะสม	2) แก้ไขตามคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิ

ลงชื่อ.....

(รองศาสตราจารย์พัชรินทร์ ชั่งชนะ)

รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย

วันที่ 24 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2567

ลงชื่อ.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญฤทธิ์ โสมณี)

คณบดีคณะศิลปศาสตร์

วันที่ 24 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2567

แบบสำรวจรายละเอียดการออกแบบหลักสูตร

1. เป้าประสงค์ของหลักสูตร

- 1) เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีคุณภาพ และสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ
- 2) เพื่อให้ผู้เรียนสร้างสื่อเทคโนโลยีทางการตลาดเพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย

2. ระบุความคาดหวังความสามารถ (Competence) หรือสมรรถนะ (Competency) หรือทักษะ (Skill) และหรือผลลัพธ์การเรียนรู้ (Course Learning Outcomes)

- CLO 1 อธิบายความโดดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น
- CLO 2 ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น
- CLO 3 คำนวณต้นทุนและกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
- CLO 4 สร้างแบรนด์สู่การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในตลาดออนไลน์

3. ผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เข้าอบรมกับ Knowledge/ Attitude / Skill (KAS)

พัฒนาการจากการเรียนรู้ของผลลัพธ์การเรียนรู้	Knowledge	Skills	Attitude
CLO 1 อธิบายความโดดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น	- กระบวนการศึกษาอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ - การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการจัดการและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน	- ทักษะการมีส่วนร่วมหรือรับรู้เอกลักษณ์ท้องถิ่น - ทักษะการสื่อสาร	- ผู้เข้าอบรมมีความตั้งใจและเห็นคุณค่าของการสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่น
CLO 2 ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น	- กระบวนการด้านการออกแบบ - การพัฒนาทรัพยากรในท้องถิ่นเพื่อสอดรับแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (BCG)	- ทักษะการออกแบบ - ทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ - ทักษะการคิดอย่างเป็นระบบ	- ผู้เข้าอบรมมีความสนใจในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ - ผู้เข้าอบรมให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรในท้องถิ่นเพื่อสอดรับแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (BCG)

พัฒนาการจากการเรียนรู้ของผลลัพธ์การเรียนรู้	Knowledge	Skills	Attitude
CLO 3 คำนวณต้นทุนและกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	- หลักการเบื้องต้นในการคิดต้นทุน - การกำหนดกลยุทธ์การตั้งราคา	- ทักษะการคิดต้นทุน - ทักษะการกำหนดราคา	- ผู้เข้าอบรมมีความตั้งใจและให้ความสำคัญกับราคาขาย
CLO 4 สร้างแบรนด์สู่การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในตลาดออนไลน์	- ความรู้เกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารแบรนด์ - การใช้สื่อออนไลน์ในการโปรโมทแบรนด์ - การสร้างเนื้อหามีคุณค่าและตรงกับกลุ่มเป้าหมาย - การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารและการทำโฆษณาในสื่ออื่น ๆ - การใช้ Social media เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและความสัมพันธ์กับลูกค้า	- ทักษะการสื่อสารแบรนด์สู่ตลาด - ทักษะการสร้างแบรนด์กับเอกลักษณ์ท้องถิ่น - ทักษะการ Live Social media - ทักษะการถ่ายภาพเพื่อการโฆษณา - ทักษะการออกแบบและผลิตสื่อด้วยโทรศัพท์มือถือ - ทักษะการสร้าง Platform ออนไลน์	- ผู้เข้าอบรมสร้างความรู้สึที่ดีต่อแบรนด์ - ผู้เข้าอบรมมีความสนใจในการใช้ Social media - ผู้เรียนคำนึงจริยธรรมในการใช้สื่อออนไลน์

4. การพัฒนาผลลัพธ์การเรียนรู้ที่ผู้รับการอบรม (ให้ระบุตามความเหมาะสมที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของหลักสูตร)

ผลลัพธ์การเรียนรู้	วิธีการจัดการเรียนการสอน	วิธีการประเมินผล	เกณฑ์การประเมิน
CLO 1 อธิบายความโดดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น	- การฝึกปฏิบัติ - กรณีศึกษา - การศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่น - การศึกษาบริบทชุมชน	- ประเมินจากการสัมภาษณ์ - ประเมินผลงานที่มอบหมาย	ผ่านเกณฑ์ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70

ผลลัพธ์การเรียนรู้	วิธีการจัดการเรียนการสอน	วิธีการประเมินผล	เกณฑ์การประเมิน
CLO 2 ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น	- กระบวนการคิดเชิงออกแบบ - การฝึกปฏิบัติ	- ประเมินผลงานที่มอบหมาย - การสังเกตจากการมีส่วนร่วม	ผ่านเกณฑ์ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70
CLO 3 คำนวณต้นทุนและกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	- ศึกษาการคำนวณต้นทุนและกำหนดราคาขาย - ศึกษาตลาดผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	- ประเมินทักษะการคำนวณจากชิ้นงาน	ผ่านเกณฑ์ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70
CLO 4 สร้างแบรนด์สู่การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในตลาดออนไลน์	- กรณีศึกษา - กระบวนการคิดเชิงออกแบบ - การถ่ายภาพผลิตภัณฑ์และผลิตสื่อเพื่อการโฆษณา - การแสดงผลงานของผู้เรียน	- ประเมินผลงานที่มอบหมาย - ประเมินจากการสังเกตการณ์ - การประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ	ผ่านเกณฑ์ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70

5. ถ้าผู้ได้รับการเรียนไม่สามารถพัฒนาความสามารถในแต่ละขั้น หลักสูตรจะมีวิธีการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการจัดการอบรมในขั้นถัดไปได้อย่างไร และการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการที่ไม่สามารถทำให้ผู้เข้ารับการอบรมประสบผลสำเร็จตามที่ระบุ สำหรับรุ่นถัดไปอย่างไร

- ปรับปรุงกระบวนการจัดการเรียนการสอนของหลักสูตร