



รายละเอียดของรายวิชา(Course Specification)

รหัสวิชา MKT๒๒๐๒ รายวิชา การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม

สาขาวิชา บริหารธุรกิจ คณะ/วิทยาลัย วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ภาคการศึกษา ๑ ปีการศึกษา ๒๕๖๔

หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา MKT ๒๒๐๒
ชื่อรายวิชาภาษาไทย การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ Green Marketing

๒. จำนวนหน่วยกิต

๓ (๓-๐-๖)

๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
๓.๒ ประเภทของรายวิชา หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาแกน)

๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อาจารย์ กาจปรกรณ์ นิลอรุณ
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน อาจารย์ กาจปรกรณ์ นิลอรุณ

๕. สถานที่ติดต่อ

ห้องพักอาจารย์ ๕๓/๒๑ คณะวิทยาการจัดการ

๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่ ๑/๒๕๖๔ ชั้นปีที่ ๒
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้ ประมาณ ๒๒๕ คน

๗. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน(Pre-requisite) (ถ้ามี) ไม่มี

๘. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน(Co-requisites) (ถ้ามี) ไม่มี

๙. สถานที่เรียน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

๑๐.วันที่จัดทำหรือปรับปรุง วันที่ ๑ เดือน กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๔

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

- (๑) เพื่อให้ผู้เรียนมีความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับแนวคิดและหลักการของการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงความสำคัญของการตลาดที่ยั่งยืนในปัจจุบัน
- (๒) เพื่อให้ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์และประเมินประเด็นปัญหาทางการตลาดที่มีผลต่อสิ่งแวดล้อมและวิธีการจัดการกับปัญหาเหล่านี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- (๓) เพื่อให้ผู้เรียนสามารถออกแบบและพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่มีความยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด (4P) ที่เหมาะสม
- (๔) เพื่อให้ผู้เรียนสามารถประยุกต์ใช้เครื่องมือทางการตลาดในการสร้างและส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรที่ยั่งยืน และการสื่อสารกับผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ และ
- (๕) เพื่อให้ผู้เรียนมีทักษะในการคิดเชิงวิเคราะห์ และการตัดสินใจในการจัดการปัญหาทางการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีเหตุผลและเป็นระบบ

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

- (๑) ปรับปรุงเนื้อหาให้สอดคล้องกับหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564 และความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี
- (๒) สามารถค้นหาข้อมูลข่าวสารการตลาดผ่านสื่อต่างๆ และประยุกต์กับการวิเคราะห์และใช้งานได้รวดเร็ว
- (๓) บูรณาการแนวความคิดการตลาดใหม่ นำผลการวิจัยการตลาด และนำเอาบทความเชิงวิชาการด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศประยุกต์ใช้กับการบริหารการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคมที่ยั่งยืนมากที่สุด
- (๔) นำบทเรียนการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจริงมาสู่การนำเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมใหม่ตามบริบทของการตลาดในสังคมไทยเชิงการบริหารงานธุรกิจ

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

แนวความคิดทางการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม วิเคราะห์ประเด็นปัญหาทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงความสำคัญต่อการปรับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคการจัดการทางการตลาดเพื่อการอนุรักษ์และรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและทางสังคมตลอดจนแนวทางการแก้ไขโดยใช้เครื่องมือทางการตลาดให้เหมาะสมกับสถานการณ์

Concepts of green marketing; Analysis of marketing issues affecting the needs to adjust marketing mix strategies in corresponding to changes of consumers; Marketing management for social and natural environment protection and conservation; and Use of appropriate marketing tools to solve the problems

๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน(ชั่วโมง)	การศึกษาดวยตนเอง (ชั่วโมง)
๓ ชั่วโมง ต่อสัปดาห์ (๑๕×๓=๔๕)	สอนเสริมตาม สถานการณ์และความ ต้องการของนักศึกษา	-	๑๕ ชั่วโมง ต่อสัปดาห์

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

อาจารย์จัดชั่วโมงให้คำปรึกษา (Office hours) อย่างน้อยสัปดาห์ละ ๓ ชั่วโมงต่อสัปดาห์ โดยตกลงกับนักศึกษาที่ต้องการรับคำปรึกษานอกเวลาเรียน

- (๑) ปรึกษาดวยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ห้องพักอาจารย์ ๕๓/๒๑ อาคาร ๕๓/ คณะวิทยาการจัดการ
- (๒) ปรึกษาผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) kardpakorn.ni@ssru.ac.th
- (๓) ปรึกษาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ Line kkeawz
- (๔) ปรึกษาผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Internet/Web-board) https://ssrudlp.ssru.ac.th/teacher/kardpakorn_ni

หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

๑. คุณธรรมและจริยธรรม

๑.๑ คุณธรรมและจริยธรรมที่ต้องพัฒนา

● ๑) มีจิตสำนึกและตระหนักในคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณ ความเสียสละและความซื่อสัตย์สุจริต และมีจิตอาสา

● ๒) มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม

○ ๓) มีพฤติกรรมที่แสดงถึงการเคารพสิทธิของผู้อื่นและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

๑.๒ วิธีการสอน

กำหนดให้มีวัฒนธรรมองค์กร เพื่อเป็นการปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลาตลอดจนการแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย นักศึกษาต้องมีความรับผิดชอบโดยในการทำงานกลุ่มนั้นต้องฝึกให้รู้หน้าที่ของการเป็นผู้นำกลุ่มและการเป็นสมาชิกกลุ่ม มีความซื่อสัตย์โดยต้องไม่กระทำการทุจริตในการสอบหรือไม่คัดลอกผลงานผู้อื่น ตลอดจนละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น และมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณทางวิชาชีพ เช่น การยกย่องนักศึกษาที่ทำดี ทำประโยชน์แก่ส่วนรวม มีความเสียสละ และปฏิบัติตามบรรทัดฐานของสังคม

๑.๓ วิธีการประเมินผล

- ๑) ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย และการร่วมกิจกรรม
- ๒) ประเมินจากการมีวินัยและพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรม
- ๓) ประเมินจากการกระทำทุจริตในการสอบ และไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา
- ๔) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย
- ๕) ประเมินจากการรับฟังและยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น

๒. ความรู้**๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา**

- (๑) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชาที่ศึกษา
- (๒) สามารถติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการและเทคโนโลยีและต่อยอดองค์ความรู้ในศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง
- (๓) สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษากับความรู้ในศาสตร์อื่นๆที่เกี่ยวข้อง

๒.๒ วิธีการสอน

ใช้รูปแบบการเรียนการสอนหลากหลายรูปแบบ จัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และเน้นหลักการทางทฤษฎี และการประยุกต์ใช้ทางการปฏิบัติในสภาพแวดล้อมจริงโดยทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ทั้งนี้ให้เป็นไปตามลักษณะของรายวิชา ตลอดจนเนื้อหาสาระของรายวิชานั้นๆ นอกจากนี้ควรจัดให้มีการเรียนรู้จากสถานการณ์จริงโดยการศึกษาดูงาน หรือเชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นวิทยากรพิเศษเฉพาะเรื่อง ตลอดจนฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ

๒.๓ วิธีการประเมินผล

- ๑) การทดสอบย่อย
- ๒) การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน
- ๓) ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาจัดทำ
- ๔) ประเมินจากแผนธุรกิจหรือโครงการที่นำเสนอ
- ๕) ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน

๓. ทักษะทางปัญญา**๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา**

- ๑) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์อย่างมีเหตุผลและเป็นระบบ
- ๒) สามารถสืบค้น จำแนก และวิเคราะห์ข้อมูลหรือสารสนเทศ เพื่อให้เกิดทักษะในการแก้ปัญหา
- ๓) สามารถประยุกต์ความรู้ ทักษะ และวิจารณ์ญาณ ในการแก้ปัญหาทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

๓.๒ วิธีการสอน

ในการเรียนการสอน ต้องฝึกกระบวนการคิดอย่างสร้างสรรค์ตั้งแต่เริ่มเข้าศึกษาโดยเริ่มต้นจากปัญหาที่ง่าย และเพิ่มระดับความยากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งนี้ต้องจัดให้เหมาะสมและสอดคล้องกับรายวิชา มีการจัดการสอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยใช้วิธีการสอนที่หลากหลาย เช่น การอภิปรายกลุ่ม การทำกรณีศึกษา และการจัดทำโครงการ เป็นต้น รวมถึงให้มีการฝึกปฏิบัติจริงในสถานประกอบการ เพื่อเป็นการเรียนรู้วิธีการแก้ปัญหาในสถานการณ์จริง

๓.๓ วิธีการประเมินผล

- ๑) ประเมินผลจาก การทดสอบย่อย การสอบกลางภาคและปลายภาค โดยใช้กรณีศึกษาหรือโจทย์ปัญหา
- ๒) ประเมินผลจากการรายงานผลการศึกษาค้นคว้า โครงการงาน งานวิจัย โดยการนำเสนอหน้าชั้นเรียนและ

เอกสารรายงาน

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ**๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา**

- ๑) มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย
- ๒) สามารถทำงานเป็นทีมในบทบาทของผู้นำหรือผู้ร่วมงาน ตามที่ได้รับมอบหมายอย่างเหมาะสม
- ๓) สามารถเลือกและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน

๔.๒ วิธีการสอน

จัดกิจกรรมการเรียนรู้การสอนในรายวิชาซึ่งนักศึกษาต้องทำงานเป็นกลุ่ม และมีหัวหน้ากลุ่มในการทำ รายงานตลอดจนนำเสนอรายงานเพื่อเป็นการฝึกภาวะผู้นำและการเป็นสมาชิกกลุ่มที่ดี โดยให้นักศึกษาเรียนรู้แบบร่วมมือ ฝึกการทำงานเป็นทีม ตลอดจนมีการสอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม การมีมนุษยสัมพันธ์ และการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง

๔.๓ วิธีการประเมินผล

- ๑) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรม และการแสดงออกของนักศึกษาในการร่วมอภิปราย หรือนำเสนอ รายงานกลุ่มในชั้นเรียน
- ๒) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมปฏิบัติงานต่างๆ ที่ได้รับมอบหมาย

๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ**๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา**

- ๑) สามารถเลือกและประยุกต์ใช้เทคนิคทางคณิตศาสตร์และสถิติที่เกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสม
- ๒) สามารถเลือกวิธีการสื่อสารและรูปแบบการนำเสนอให้ผู้อื่นเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ๓) สามารถเลือกและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน

๕.๒ วิธีการสอน

จัดกิจกรรมการเรียนรู้การสอนในรายวิชาต่างๆ โดยให้นักศึกษาได้วิเคราะห์สถานการณ์ หรือกรณีศึกษา โดยใช้เทคนิคทางคณิตศาสตร์และสถิติที่เกี่ยวข้อง โดยนำเทคโนโลยีและสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ ในการแก้ปัญหาและ นำเสนอรายงานที่เหมาะสมในชั้นเรียน ตลอดจนมอบหมายงานในรายวิชาต่างๆ เพื่อให้นักศึกษาพัฒนาความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

๕.๓ วิธีการประเมินผล

- ๑) ประเมินจากการนำเทคโนโลยีและสารสนเทศ รวมถึงเทคนิคทางคณิตศาสตร์และสถิติที่เกี่ยวข้อง มาประยุกต์ใช้ ในการแก้ปัญหาในงานที่ได้รับมอบหมาย
- ๒) ประเมินด้านความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมานำเสนอและอภิปรายในชั้นเรียนได้อย่างเหมาะสม

หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

๑. แผนการสอน

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	โปรแกรม/ วิธีการสอน	การจัดการ เนื้อหาและ สื่อการเรียนการ สอน	การวัดผล
๑	แนวคิดเกี่ยวกับ การตลาดเพื่อ สิ่งแวดล้อม	๑. แนะนำวิธีการเรียนการ สอน วัตถุประสงค์ เป้าหมาย เนื้อหารายวิชา เกณฑ์การ วัดผล และประเมินผล แหล่งข้อมูล ๒. บรรยายเกี่ยวกับ ความหมายและวิวัฒนาการ ของการตลาดเพื่อ สิ่งแวดล้อม, ความแตกต่าง ระหว่างการตลาดแบบ ดั้งเดิมกับการตลาดสีเขียว และทำไมธุรกิจถึงต้อง ปรับตัว ๓. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/ สงสัย	การจัดการ เรียนการ สอนแบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	PowerPoint File PDF	สังเกต พฤติกรรม และ การแสดงออก ของนักศึกษาใน ชั้นเรียน
๒	การวิเคราะห์ประเด็น ปัญหาทางการตลาด	๑. บรรยายเกี่ยวกับ สถานการณ์ ปัญหา สิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน, ผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทาน, การเปลี่ยนแปลงของบริบท สังคมและกฎระเบียบโลก และความท้าทายในการ ตอบสนองความต้องการที่ เปลี่ยนไป ๒. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/ สงสัย	การจัดการ เรียนการสอน แบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	PowerPoint File PDF Youtube	- สังเกต พฤติกรรม และ การแสดงออก ของนักศึกษา - การมีส่วน ร่วมในการ อภิปราย - แบบฝึกหัด

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	โปรแกรม/ วิธีการสอน	การจัดการ เนื้อหาและ สื่อการเรียนการ สอน	การวัดผล
		๓. ทำกิจกรรมวิเคราะห์ กรณีศึกษาท้ายคาบและ นำเสนอสรุปผลการวิเคราะห์			
๓	ความยั่งยืนทางธุรกิจ กับการตลาดเพื่อ สิ่งแวดล้อม	๑.บรรยายเกี่ยวกับแนวคิด การพัฒนาที่ยั่งยืน กรอบ แนวคิด Triple Bottom Line และการสร้างคุณค่าร่วมกัน ๒. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/ สงสัย ๓. ทำกิจกรรมวิเคราะห์ กรณีศึกษาท้ายคาบและ นำเสนอสรุปผลการวิเคราะห์	การจัดการ เรียนการสอน แบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	PowerPoint File PDF Youtube	- สังเกต พฤติกรรม และ การแสดงออก ของนักศึกษา - การมีส่วน ร่วมในการ อภิปราย - งานที่ มอบหมาย
๔	พฤติกรรมผู้บริโภคกับ การตลาดเพื่อ สิ่งแวดล้อม	๑.บรรยายเกี่ยวกับการแบ่ง ผู้บริโภคสี่เหลี่ยม ปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ สินค้าที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม และช่องว่าง ระหว่างความตระหนักและ การซื้อจริง ๒. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/ สงสัย ๓. ทำกิจกรรมวิเคราะห์ กรณีศึกษาท้ายคาบและ นำเสนอสรุปผลการวิเคราะห์	การจัดการ เรียนการสอน แบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	PowerPoint File PDF Youtube	- สังเกต พฤติกรรม และ การแสดงออก ของนักศึกษา - งานที่ มอบหมาย - แบบทดสอบ
๕	กลยุทธ์ส่วนประสมทาง การตลาดเพื่อ สิ่งแวดล้อม (ผลิตภัณฑ์: Product)	๑.บรรยายเกี่ยวกับการ ออกแบบผลิตภัณฑ์สีเขียว การประเมินวัฏจักรชีวิต ผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์สี เขียว	การจัดการ เรียนการสอน แบบ Hybrid	File PDF Youtube	- สังเกต พฤติกรรม และ การแสดงออก ของนักศึกษา

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	โปรแกรม/ วิธีการสอน	การจัดการ เนื้อหาและ สื่อการเรียนการ สอน	การวัดผล
		๒. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/ สงสัย ๓. ทำกิจกรรมวิเคราะห์ กรณีศึกษาท้ายคาบและ นำเสนอสรุปผลการวิเคราะห์	Onsite, Online, On Demand)		- งานที่ มอบหมายและ การนำเสนอ
๖	กลยุทธ์ส่วนประสมทาง การ ตลาด เพื่อ สิ่งแวดล้อม (ราคา: Price)	๑.บรรยายเกี่ยวกับต้นทุนที่ ซ่อนอยู่กับการตั้งราคา กล ยุทธ์ การตั้งราคาแบบพ รีเมียมสีเขียว และการ สื่อสารเพื่อลดแรงต้านเรื่อง ราคา ๒. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/ สงสัย ๓. ทำกิจกรรมวิเคราะห์ กรณีศึกษาท้ายคาบและ นำเสนอสรุปผลการวิเคราะห์	การจัดการ เรียนการสอน แบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	PowerPoint File PDF Youtube	- สังเกต พฤติกรรม และ การแสดงออก ของนักศึกษา - กิจกรรมใน ชั้นเรียนและ งานที่ มอบหมายนอก ชั้นเรียน
๓/	กลยุทธ์ส่วนประสมทาง การ ตลาด เพื่อ สิ่งแวดล้อม (ช่องทาง การจัด จำหน่าย: Place)	๑.บรรยายเกี่ยวกับโลจิส ติกส์สีเขียวและการลด คาร์บอนในการขนส่ง การ จัดการช่องทางการจัด จำหน่ายและการคัดเลือก พันธมิตรที่มีหัวใจสีเขียว และระบบโลจิสติกส์ ย้อนกลับ ๒. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/ สงสัย ๓. ทำกิจกรรมวิเคราะห์ กรณีศึกษาท้ายคาบและ นำเสนอสรุปผลการวิเคราะห์	การจัดการ เรียนการสอน แบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	File PDF Youtube	- สังเกต พฤติกรรม และ การแสดงออก ของนักศึกษา - การมีส่วน ร่วมในการ อภิปราย -แบบฝึกหัดท งในและนอกชั้น เรียน

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	โปรแกรม/ วิธีการสอน	การจัดการ เนื้อหาและ สื่อการเรียนการ สอน	การวัดผล
๘	สอบกลางภาค				
๙	กลยุทธ์ส่วนประสมทาง การตลาดเพื่อ สิ่งแวดลอม (การสื่อสารทาง การตลาด: Promotion)	๑.บรรยายเกี่ยวกับการ โฆษณา และการ ประชาสัมพันธ์เชิง การใช้ สัญลักษณ์ และฉลาก สิ่งแวดลอม ในการสร้าง ความน่าเชื่อถือ และ การตลาดดิจิทัลกับการลด การใช้ทรัพยากร ๒. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/ สงสัย ๓. ทำกิจกรรมวิเคราะห์ กรณีศึกษาท้ายคาบและ นำเสนอสรุปผลการวิเคราะห์	การจัดการ เรียนการสอน แบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	PowerPoint File PDF	- สังเกต พฤติกรรม และ การแสดงออก ของนักศึกษา - งานกิจกรรม ในชั้นเรียน - แบบฝึกหัด
๑๐	กรณีศึกษากลยุทธ์ การตลาดเพื่อ สิ่งแวดลอม	๑.บรรยายเกี่ยวกับวิเคราะห์ กรณีศึกษาแบรนด์ระดับโลก แบรนด์ในประเทศไทย และ ถอดบทเรียนความสำเร็จ และความล้มเหลว ๒. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/ สงสัย ๓. ทำกิจกรรมวิเคราะห์ กรณีศึกษาท้ายคาบและ นำเสนอสรุปผลการวิเคราะห์	การจัดการ เรียนการสอน แบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	PowerPoint File PDF Youtube	- สังเกต พฤติกรรม และ การแสดงออก ของนักศึกษา - การมีส่วน ร่วมในการทำ กรณีศึกษาและ รวมอภิปราย
๑๑	การจั ดการ ทาง กา ร ต ล า ด แ ล ะ เครื่ อ งมื อเพื่ อการ อนุรักษ์สิ่งแวดลอม	๑.บรรยายเกี่ยวกับเครื่องมือ ประเมินความเป็นสีเขียวของ องค์กร การตลาดเพื่อสังคม และการสร้างพันธมิตร	การจัดการ เรียนการสอน แบบ Hybrid	PowerPoint File PDF Youtube	- สังเกต พฤติกรรม และ การแสดงออก ของนักศึกษา

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	โปรแกรม/ วิธีการสอน	การจัดการ เนื้อหาและ สื่อการเรียนการ สอน	การวัดผล
		เชื่อมระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และ NGO ๒. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/ สงสัย ๓. ทำกิจกรรมวิเคราะห์ กรณีศึกษาท้ายคาบและ นำเสนอสรุปผลการวิเคราะห์	Onsite, Online, On Demand)		- การมีส่วน ร่วมในการ อภิปราย
๑๒	นวัตกรรมสีเขียวและ เศรษฐกิจหมุนเวียน	๑.บรรยายเกี่ยวกับแนวคิด เศรษฐกิจหมุนเวียน และ นวัตกรรมสีเขียว ๒. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/ สงสัย ๓. ทำกิจกรรมวิเคราะห์ กรณีศึกษาท้ายคาบและ นำเสนอสรุปผลการวิเคราะห์	การจัดการ เรียนการสอน แบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	PowerPoint File PDF Youtube	- สังเกต พฤติกรรม และ การแสดงออก ของนักศึกษา - การมีส่วน ร่วมในการทำ กิจกรรมและ ร่วมอภิปราย - งานที่ มอบหมาย
๑๓	การปรับตัวขององค์กร เพื่อสร้างความยั่งยืน	๑.บรรยายเกี่ยวกับแนวคิด การทำ CSR แบบเดิม การ ยกระดับจาก CSR แบบเดิมสู่ กรอบแนวคิด ESG การสร้าง และบริหารภาพลักษณ์ องค์กรสีเขียว ๒. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/ สงสัย ๓. ทำกิจกรรมวิเคราะห์ กรณีศึกษาท้ายคาบและ นำเสนอสรุปผลการวิเคราะห์	การจัดการ เรียนการ สอนแบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	File PDF Youtube	- สังเกต พฤติกรรม และ การแสดงออก ของนักศึกษา - การมีส่วน ร่วมในกิจกรรม และร่วม อภิปราย

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	โปรแกรม/ วิธีการสอน	การจัดการ เนื้อหาและ สื่อการเรียนการ สอน	การวัดผล
๑๔	จริยธรรมทางการ ตลาดสำหรับการตลาด เพื่อสิ่งแวดล้อม	๑.บรรยายเกี่ยวกับปัญหา การฟอกเขียว กฎหมาย ข้อบังคับ และแนวปฏิบัติ สากลในการป้องกันการฟอก เขียว และการสร้างความ โปร่งใสในห่วงโซ่อุปทานและ ความซื่อสัตย์ต่อผู้บริโภค ๒. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/ สงสัย ๓. ทำกิจกรรมวิเคราะห์ กรณีศึกษาท้ายคาบและ นำเสนอสรุปผลการวิเคราะห์	การจัดการ เรียนการสอน แบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	PowerPoint File PDF Youtube	- สังเกต พฤติกรรม และ การแสดงออก ของนักศึกษา - การมีส่วน ร่วมในกิจกรรม ชั้นเรียน - แบบฝึกหัด
๑๕-๑๖	นำเสนอผลงานกลุ่ม	๑. นำเสนอกลุ่ม ๒. มีการใช้สื่อและเทคโนโลยี สนับสนุน ๓. มีบุคลิกภาพ ตามความ เหมาะสม	การจัดการ เรียนการสอน แบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	PowerPoint File PDF	ประสิทธิภาพ ของผลงาน ความตั้งใจและ ความพร้อมใน การนำเสนอ
๑๗	สอบปลายภาค				

๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

(ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา

(Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรสัปดาห์ที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน)

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
๑.๑ ๑.๒	๑) ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย และการร่วมกิจกรรม ๒) ประเมินจากการมีวินัยและพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรม ๓) ประเมินจากการกระทำทุจริตในการสอบ และไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ๔) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ๕) ประเมินจากการรับฟังและยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น	ทุกสัปดาห์	๑๐
๒.๑ ๒.๒	(1) การทดสอบย่อย/การทำแบบฝึกหัด/ค้นคว้าเพิ่มเติม ๒) สอบกลางภาค ๓) สอบปลายภาค	๓,๑๖ ๘ ๑๓	๑๐ ๓๐ ๓๐
๓.๑, ๓.๒	๑) ประเมินการบูรณาการความรู้ ๒) ประเมินจากทักษะการคิดของนักศึกษา ๓) ประเมินจากการนำเสนอการอภิปรายกลุ่ม	๑๖	๑๐
๔.๑	๑) ประเมินความรับผิดชอบต่องานที่มอบหมาย ๒) ประเมินผลจากการเข้าร่วมทำกิจกรรมกลุ่ม	๑๖	๕
๕.๒	๑) ประเมินผลจากความสามารถการค้นคว้าโดยใช้เทคโนโลยีทางการศึกษา ๒) ประเมินผลด้านความสามารถในการสื่อสารผ่านการอภิปรายกลุ่มและการนำเสนองานที่มอบ	๑๖	๕

หมวดที่๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

๑.๑ Grant, J. (2020). Greener Marketing. 1st edition. Wiley.

๑.๒ Nygaard, A. (2024). Green Marketing and Entrepreneurship. 1st ed. Springer.

๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

๓.๑ Power Point ในบทเรียนต่างๆ พร้อมรูปภาพประกอบ

๓.๒ แผนการตลาดต่างๆ

๓.๓ ผลการวิจัยและบทความด้านการตลาดเชิงธุรกิจต่างๆ

๓.๔ กรณีศึกษาการตลาดจากองค์กรธุรกิจในประเทศไทยและต่างประเทศ

๓.๕ YouTube

๓.๖ Website ขององค์กรธุรกิจ

หมวดที่๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

๑.๑ อธิบายความสำคัญของการปรับปรุงรายวิชาให้มีความทันสมัยโดยการมีส่วนร่วมของนักศึกษาในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับเนื้อหาของหลักสูตร

๑.๒ ประเมินศักยภาพก่อนและหลังเรียนโดยนักศึกษา

๑.๓ ให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเนื้อหาของหลักสูตรว่าควรปรับปรุงเรื่องใด เพื่อประโยชน์ต่อการนำไปใช้งานในทางปฏิบัติ

๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

๒.๑ ประเมินโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม เช่น ความร่วมมือในการทำกิจกรรมต่างๆ

๒.๒ ประเมินผลตามวัตถุประสงค์ของแผนการเรียนรู้ที่ผู้สอนกำหนดไว้

๒.๓ ประเมินจากผลการเรียนของนักศึกษา

๓. การปรับปรุงการสอน

๓.๑ จากผลการประเมินในข้อ ๒ โดยผู้สอนจะนำข้อเสนอแนะต่างๆ มารวบรวมประเด็นที่จะต้องทำการปรับปรุงซึ่งเป็นที่ถือเป็นจุดด้อยหรืออุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อจะนำไปใช้ในการพัฒนาการเรียนการสอนในครั้งต่อไป

๓.๒ ให้นักศึกษาเสนอแนะวิธีการสอนที่ต้องการเพื่อพัฒนารูปแบบการสอนให้ดีขึ้น

๓.๓ ศึกษาเทคนิคระบบการเรียนการสอนใหม่ๆ ที่สามารถจะปรับเปลี่ยนให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์และสภาพแวดล้อมต่างๆ ของคณะ

๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

๔.๑ ให้นักศึกษาประเมินผลการเรียนการสอนรายวิชา มีคณะกรรมการพิจารณาความเหมาะสมของข้อสอบให้เป็นไปตามแผนการสอน และคณะกรรมการประเมินข้อสอบประจำสาขาวิชา

๔.๒ พิจารณาจากคุณภาพของงานเดี่ยวและงานกลุ่มที่ได้นำเสนอในชั้นเรียนตลอดทั้งภาคเรียน

๔.๓ ประเมินจากการแสดงความคิดเห็นและการตอบคำถามที่สอดคล้องต่างๆ ภายใต้หลักการทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับวิธีการตลาดเชิงธุรกิจ

๔.๔ ประเมินความเหมาะสมของแผนการสอนรายวิชา อาทิ กิจกรรมการเรียนการสอน การมอบหมายงาน การวัดผลการเรียนกับคำอธิบายรายวิชา และวัตถุประสงค์ของรายวิชา

๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

๕.๑ จากข้อมูล ๑-๔ นำมาสรุปประเด็นที่ต้องปรับปรุงให้ได้มาตรฐานดียิ่งขึ้นไป

๕.๒ ศึกษาข้อมูลปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับรายวิชาที่มีการเปลี่ยนแปลง โดยนำมาปรับปรุงเพิ่มเติม และเสริมในส่วนของเนื้อหาทางการตลาดเพื่อให้มีความทันสมัยต่อไป

๕.๓ วางแผนและปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา โดยนำสิ่งที่จะต้องทำการปรับปรุงไปใช้ประโยชน์ โดยนำกลับมาทบทวน พัฒนา และปรับปรุงได้อย่างต่อเนื่อง

๕.๔ มีการบูรณาการการจัดการเรียนการสอนไปสู่การบริการวิชาการสู่ชุมชน โดยการจัดอบรมหรือสัมมนาในต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานักการตลาดและผู้ประกอบการ ด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มในการดำเนินงานด้านการตลาดและการบริหารธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

ตามที่ปรากฏในรายละเอียดของหลักสูตร (Programme Specification) มคอ. ๒

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม			ความรู้			ทักษะทางปัญญา			ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ			ทักษะด้านอื่น ๆ
	●ความรับผิดชอบหลัก						○ความรับผิดชอบรอง									
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓	
รหัสวิชา MKT ๒๒๐๒																
ชื่อรายวิชา (การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม) (Green Marketing)	●	●	○	●	●	●	○	○	○	○	○	○	○	●	○	

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ