



รายละเอียดของรายวิชา(Course Specification)

รหัสวิชา MKT ๒๒๐๒ รายวิชา การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม

สาขาวิชา บริหารธุรกิจ คณะ/วิทยาลัย วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ภาคการศึกษา ๒ 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 ดร.ลดาพร พิทักษ์
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน ดร.ลดาพร พิทักษ์

๕. สถานที่ติดต่อ

ห้องพักอาจารย์ ชั้น ๔ อาคาร ๕๖ คณะวิทยาการจัดการ
E – Mail: Ladaporn.pi@ssru.ac.th

๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่ ๒/๒๕๖๔ ชั้นปีที่ ๓
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้ ประมาณ ๕๐ คน

๗. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน(Pre-requisite) (ถ้ามี) หลักการตลาด/การบริหารการตลาด

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

๙. สถานที่เรียน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

๑๐. วันที่จัดทำหรือปรับปรุง วันที่ ๒๕ เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๔

รายละเอียดของรายวิชาครั้งสุดท้าย

หมวดที่๒จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

- (๑) มีความรู้ความเข้าใจกระบวนการตลาดและวิธีการบริหารการตลาดเชิงธุรกิจด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม
- (๒) สามารถวางแผนการตลาดด้วยการใช้กลยุทธ์การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคมระดับต่างๆ
- (๓) มีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ซื้อด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อการแบ่งส่วนตลาด การเลือกส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งกลยุทธ์การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคม
- (๔) กำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด งบประมาณการตลาด และการดำเนินการตลาดสอดคล้องกับฝ่ายวิจัยและพัฒนา ฝ่ายการผลิต และฝ่ายการตลาดขององค์กร
- (๕) มีทักษะในการวิเคราะห์โอกาสการตลาดและการแก้ปัญหาการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนได้ และ
- (๖) เห็นคุณค่าและประโยชน์ของการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคมในองค์กรธุรกิจที่เน้นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไป

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

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

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

แนวความคิดทางการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม วิเคราะห์ประเด็นปัญหาทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลง ความสำคัญต่อการปรับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคการจัดการทางการตลาดเพื่อการอนุรักษ์และรักษาสีงแวดล้อมทางธรรมชาติและทางสังคมตลอดจนแนวทางการแก้ไขโดยใช้เครื่องมือทางการตลาดให้เหมาะสมกับสถานการณ์

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)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
๓ ชั่วโมง ต่อสัปดาห์ (๑๖x๓=๔๘)	สอนเสริมตาม สถานการณ์และความ ต้องการของนักศึกษา	ฝึกปฏิบัติด้วยการเขียน แผนการตลาดประจำปีในธุรกิจ ๔๕ ชั่วโมง	๑๕ ชั่วโมง ต่อสัปดาห์

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

อาจารย์จัดชั่วโมงให้คำปรึกษา (Office hours) อย่างน้อยสัปดาห์ละ ๓ ชั่วโมงต่อสัปดาห์ โดยตกลงกับ นักศึกษาที่ต้องการรับคำปรึกษานอกเวลาเรียน

(ผู้รับผิดชอบรายวิชาโปรดระบุข้อมูล ตัวอย่างเช่น ๑ ชั่วโมง / สัปดาห์)

(๑) ปรึกษาดูด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ชั้น ๔ อาคาร ๕๖ คณะวิทยาการจัดการ

(๒) ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข ๐๖-๒๓๙๔๑๖๒๙

(๓) ปรึกษาผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) Ladaporn.pi@ssru.ac.th

(๔) ปรึกษาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ Line ๐๖๒๓๙๔๑๖๒๙

(๕) ปรึกษาผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Internet/Web-board) https://elfms.ssru.ac.th/ladaporn_pi/