



รายละเอียดของรายวิชา(Course Specification)

รหัสวิชา MKT ๒๒๐๒ 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 ผศ.ดร. สุพัตรา กาญจนินภาส
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน
อาจารย์ ดร.ลดาพร พิทักษ์
ผศ.ดร. สุพัตรา กาญจนินภาส

๕. สถานที่ติดต่อ

ห้องพักอาจารย์ อาคาร ๕๓/ 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 อาคาร ๕๖ และ อาจารย์ ๕๓/ 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. ๒๕๖๔ และความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี
- (๒) สามารถค้นหาข้อมูลข่าวสารการตลาดผ่านสื่อต่างๆ และประยุกต์กับการวิเคราะห์และใช้งานได้รวดเร็ว
- (๓) บูรณาการแนวความคิดการตลาดใหม่ นำผลการวิจัยการตลาด และนำเอาบทความเชิงวิชาการด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศประยุกต์ใช้กับการบริหารการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคมที่ยั่งยืนมากที่สุด
- (๔) นำบทเรียนการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจริงมาสู่การนำเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมใหม่ตามบริบทของการตลาดในสังคมไทยเชิงการบริหารงานธุรกิจ

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

แนวความคิดทางการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม วิเคราะห์ประเด็นปัญหาทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงความสำคัญต่อการปรับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค การจัดการทางการตลาดเพื่อการอนุรักษ์และรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและทางสังคมตลอดจนแนวทางการแก้ไขโดยใช้เครื่องมือทางการตลาดให้เหมาะสมกับสถานการณ์

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)	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
๓ ชั่วโมง ต่อสัปดาห์ (๑๕×๓=๔๕)	สอนเสริมตาม สถานการณ์และความ ต้องการของนักศึกษา	-	๑๕ ชั่วโมง ต่อสัปดาห์

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล
อาจารย์จัดชั่วโมงให้คำปรึกษา (Office hours) อย่างน้อยสัปดาห์ละ ๓ ชั่วโมงต่อสัปดาห์ โดยตกลงกับ
นักศึกษาที่ต้องการรับคำปรึกษานอกเวลาเรียน

(ผู้รับผิดชอบรายวิชาโปรดระบุข้อมูล ตัวอย่างเช่น ๑ ชั่วโมง / สัปดาห์)

(๑) ปรึกษาค้นคว้าด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ชั้น ๒ อาคาร ๕๗ คณะวิทยาการจัดการ

(๒) ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข ๐๙-๕๓๕๔๙๕๓๙

(๓) ปรึกษาผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) supattra.ka@ssru.ac.th, ladapron.pi@ssru.ac.th

(๔) ปรึกษาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ Line -

(๕) ปรึกษาผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Internet/Web-board) <https://ssrudlp.ssru.ac.th/>

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 การยกย่องนักศึกษาที่ทำความดี ทำประโยชน์แก่ส่วนรวม มีความเสียสละ และปฏิบัติตามค่านิยม ๖ ประการ

๑.๓ วิธีการประเมินผล

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

๒. ความรู้

๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชาที่ศึกษา
- (๒) สามารถติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการและเทคโนโลยีของสาขาวิชาที่ศึกษา
- (๓) สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษากับความรู้ในศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

๒.๒ วิธีการสอน

ใช้รูปแบบการเรียนการสอนหลากหลายรูปแบบ จัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และเน้นหลักการทางทฤษฎี และการประยุกต์ใช้ทางการปฏิบัติในสภาพแวดล้อมจริง โดยทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ 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 และวิจารณญาณ ในการแก้ปัญหาทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

๓.๒ วิธีการสอน

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

๓.๓ วิธีการประเมินผล

หลักสูตรระดับปริญญา ☐ ตรี ☐ โท ☐ เอก

๑) ประเมินผลจาก การทดสอบย่อย การสอบกลางภาคและปลายภาค โดยใช้กรณีศึกษาหรือโจทย์ปัญหา

๒) ประเมินผลจากการรายงานผลการศึกษาค้นคว้า โครงการ งานวิจัย โดยการนำเสนอหน้าชั้นเรียนและเอกสารรายงาน

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ**๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา**

- ๑) มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย
- ๒) สามารถทำงานเป็นทีมในบทบาทของผู้นำหรือผู้ร่วมงาน ตามที่ได้รับมอบหมายอย่างเหมาะสม
- ๓) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ได้เป็นอย่างดี

๔.๒ วิธีการสอน

จัดกิจกรรมการเรียนการสอนในรายวิชาซึ่งนักศึกษาต้องทำงานเป็นกลุ่ม และมีหัวหน้ากลุ่มในการทำ รายงานตลอดจนนำเสนอรายงานเพื่อเป็นการฝึกภาวะผู้นำและการเป็นสมาชิกกลุ่มที่ดี โดยให้นักศึกษาเรียนรู้แบบร่วมมือ ฝึกการทำงานเป็นทีม ตลอดจนมีการสอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม การมีมนุษยสัมพันธ์ และการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง

๔.๓ วิธีการประเมินผล

- ๑) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรม และการแสดงออกของนักศึกษาในการร่วมอภิปราย หรือการนำเสนอรายงานกลุ่มในชั้นเรียน
- ๒) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมปฏิบัติงานต่างๆ ที่ได้รับมอบหมาย

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

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

๕.๒ วิธีการสอน

จัดกิจกรรมการเรียนการสอนในรายวิชาต่างๆ โดยให้นักศึกษาได้วิเคราะห์สถานการณ์ หรือกรณีศึกษา โดยใช้เทคนิคทางคณิตศาสตร์และสถิติที่เกี่ยวข้อง โดยนำเทคโนโลยีและสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ ในการแก้ปัญหาและนำเสนอรายงานที่เหมาะสมในชั้นเรียน ตลอดจนมอบหมายงานในรายวิชาต่างๆ เพื่อให้นักศึกษาพัฒนาความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

๕.๓ วิธีการประเมินผล

- ๑) ประเมินจากการนำเทคโนโลยีและสารสนเทศ รวมถึงเทคนิคทางคณิตศาสตร์และสถิติที่เกี่ยวข้อง มาประยุกต์ใช้ ในการแก้ปัญหาในงานที่ได้รับมอบหมาย
- ๒) ประเมินด้านความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมานำเสนอและอภิปรายในชั้นเรียนได้อย่างเหมาะสม

หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

๑. แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑	แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม	๓	1. แนะนำวิธีการเรียนการสอน วัตถุประสงค์ เป้าหมาย เนื้อหา รายวิชา เกณฑ์การวัดผล และ ประเมินผล แหล่งข้อมูล 2. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อภิปราย 3. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน 5. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	ดร.ลดาพร พิทักษ์ ผศ.ดร. สุพัตรา กาญจนภาส
๒	การวิเคราะห์ประเด็นปัญหาทางการตลาด (การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค และปัญหาสิ่งแวดล้อม)	๓	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อภิปราย 2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน 5. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	ดร.ลดาพร พิทักษ์ ผศ.ดร. สุพัตรา กาญจนภาส
๓	ความยั่งยืนทางธุรกิจกับการตลาดเพื่อ สิ่งแวดล้อม	๓	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อภิปราย 2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน 5. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	ดร.ลดาพร พิทักษ์ ผศ.ดร. สุพัตรา กาญจนภาส
๔	พฤติกรรมผู้บริโภคกับการตลาดเพื่อ สิ่งแวดล้อม	๓	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อภิปราย 2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน 5. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	ดร.ลดาพร พิทักษ์ ผศ.ดร. สุพัตรา กาญจนภาส
๕	กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อ	๓	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม	ดร.ลดาพร พิทักษ์

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
	สิ่งแวดล้อม - ผลิตภัณฑ์ (Product)		อภิปราย 2. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน 5. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	ผศ.ดร. สุพัตรา กาญจนินาส
๖	กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อ สิ่งแวดล้อม - ราคา (Price)	๓	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อภิปราย 2. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน 5. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	ดร.ลดาพร พิทักษ์ ผศ.ดร. สุพัตรา กาญจนินาส
๗	กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อ สิ่งแวดล้อม - ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	๓	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อภิปราย 2. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน 5. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	ดร.ลดาพร พิทักษ์ ผศ.ดร. สุพัตรา กาญจนินาส
๘	สอบกลางภาค			
๙	การปรับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด เพื่อสิ่งแวดล้อม - การสื่อสารทางการตลาด (Promotion)		1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อภิปราย 2. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน 5. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	ดร.ลดาพร พิทักษ์ ผศ.ดร. สุพัตรา กาญจนินาส
๑๐	กรณีศึกษากลยุทธ์การตลาดเพื่อ สิ่งแวดล้อม	๓	1. ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย กรณีศึกษา 2. ชักถามในประเด็นต่างๆ	ดร.ลดาพร พิทักษ์ ผศ.ดร. สุพัตรา กาญจนินาส
๑๑	การจัดการทางการตลาดและเครื่องมือ เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (ธรรมชาติ และสังคม)	๓	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อภิปราย 2. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน 5. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	ดร.ลดาพร พิทักษ์ ผศ.ดร. สุพัตรา กาญจนินาส
๑๒	นวัตกรรมสีเขียวและเศรษฐกิจหมุนเวียน	๓	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม	ดร.ลดาพร พิทักษ์

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			อภิปราย 2. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน 5. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	ผศ.ดร. สุพัตรา กาญจนินาส
๑๓	การปรับตัวขององค์กรเพื่อสร้าง ยั่งยืน (CSR & ภาพลักษณ์)	๓	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อภิปราย 2. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน 5. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	ดร.ลดาพร พิทักษ์ ผศ.ดร. สุพัตรา กาญจนินาส
๑๔	จริยธรรมทางการตลาดสำหรับการตลาด เพื่อสิ่งแวดล้อม	๓	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อภิปราย 2. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน 5. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	ดร.ลดาพร พิทักษ์ ผศ.ดร. สุพัตรา กาญจนินาส
๑๕	การนำเสนอผลงาน รายงานเกี่ยวกับ การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม	๓	1. นำเสนอกลุ่ม 2. มีการใช้สื่อและเทคโนโลยีสนับสนุน 3. มีบุคลิกภาพ (ในและนอก) ตาม ความเหมาะสม	ดร.ลดาพร พิทักษ์ ผศ.ดร. สุพัตรา กาญจนินาส
๑๖	การนำเสนอผลงาน รายงานเกี่ยวกับ การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม	๓	1. นำเสนอกลุ่ม 2. มีการใช้สื่อและเทคโนโลยีสนับสนุน 3. มีบุคลิกภาพ (ในและนอก) ตาม ความเหมาะสม	ดร.ลดาพร พิทักษ์ ผศ.ดร. สุพัตรา กาญจนินาส
๑๓/	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	๑) สอบกลางภาค ๒) สอบปลายภาค	๘ ๑๓	๓๐ ๓๐
๒.๓, ๓.๒	๑) ประเมินการบูรณาการความรู้ ๒) ประเมินจากทักษะการคิดของนักศึกษา ๓) ประเมินจากการนำเสนอการอภิปรายกลุ่ม	๑๖	๒๐
๔.๑	๑) ประเมินความรับผิดชอบต่องานที่มอบหมาย ๒) ประเมินผลจากการเข้าร่วมทำกิจกรรมกลุ่ม	๑๖	๕
๕.๒	๑) ประเมินผลจากความสามารถการค้นคว้าโดยใช้เทคโนโลยีทางการศึกษา ๒) ประเมินผลด้านความสามารถในการสื่อสารผ่านการอภิปรายกลุ่มและการนำเสนองานที่มอบ	๑๖	๕

หมวดที่๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

๑.๑ สุพัตรา กาญจน์ภาส และลดาพร พิทักษ์. เอกสารประกอบการสอนการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ: คณะวิทยาการจัดการ.

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

๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

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

๒.๒ Green Marketing และการบริหารทางการตลาดอื่นๆ

๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

๓.๑ Power Point ในบทเรียนต่างๆ พร้อมรูปภาพประกอบ

๓.๒ แผนการตลาดต่างๆ

๓.๓ ผลการวิจัยและบทความด้านการตลาดเชิงธุรกิจต่างๆ

๓.๔ กรณีศึกษาการตลาดจากองค์กรธุรกิจในประเทศไทยและต่างประเทศ

๓.๕ facebook, Environmant, กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม

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 มารวบรวมประเด็นที่จะต้องทำการปรับปรุงซึ่งเป็นถือว่าเป็นจุดด้อยหรืออุปสรรคต่างๆ 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 โดยนำสิ่งที่ต้องทำการปรับปรุงไปใช้ประโยชน์ โดยนำกลับมาทบทวน พัฒนา และปรับปรุงได้อย่างต่อเนื่อง

๕.๔ มีการบูรณาการการจัดการเรียนการสอนไปสู่การบริการวิชาการสู่ชุมชน โดยการจัดอบรมหรือสัมมนาในต่างๆ ที่จะเกี่ยวข้องกับการพัฒนานักการตลาดและผู้ประกอบการ 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