



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ประจำภาคเรียนที่ 2/2562

รหัสวิชา 3644103 ชื่อรายวิชา การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

Social and Environmental Marketing

อาจารย์ผู้สอน

ผศ.ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน

คำนำ

รายละเอียดรายวิชา การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Social and Environmental Marketing) รหัสวิชา 3644103 ซึ่งเป็นวิชาในหมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเลือกของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ข้อเรียกร้องเกี่ยวกับการดำเนินงานทางธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค ชุมชน และสิ่งแวดล้อม บทบาทและการสนับสนุนจากภาครัฐบาลและองค์กรที่เกี่ยวข้อง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร กลยุทธ์การตลาดเพื่อความยั่งยืน การจัดการกิจการเพื่อสังคมที่เน้นการแก้ปัญหาสังคม การพัฒนาชุมชน การสร้างโอกาสในชีวิต และการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

รายละเอียดรายวิชานี้เป็นส่วนสำคัญต่อผู้เรียน เน้นทั้งการเรียนการสอนที่เป็นทฤษฎี การปฏิบัติ และการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง จากหนังสือ ตำรา กรณีศึกษา และกิจกรรมการเรียนการสอนภายในและภายนอกห้องเรียน มีการติดตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้และทักษะที่ได้จากรายวิชานี้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคตได้

ผู้จัดทำ

พฤศจิกายน 2562

สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	4
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	5
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	5
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	6
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	10
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	17
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	17

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา	คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 3644103 ชื่อรายวิชา การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
Social and Environmental Marketing

2. จำนวนหน่วยกิต

3 (3-0-6) หน่วยกิต

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

- 3.1 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
- 3.2 สาขาวิชาการตลาด

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

ผศ.ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน และผศ.สุภาภรณ์ สมไพบุลย์

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 2 ชั้นปีที่ 2

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

พฤศจิกายน 2562

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. พุทธิพิสัย (ความรู้ที่ได้รับจากการเรียน)

- 1.1 นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กรและหน้าที่ของการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อประโยชน์ของทั้งองค์กรและสังคมส่วนรวม
- 1.2 นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกลยุทธ์และยุทธวิธีในการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- 1.3 นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จและความล้มเหลวในการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

2. ทักษะพิสัย (ความสามารถ ทักษะการปฏิบัติ การใช้ IT ที่ได้รับจากการเรียน)

- 2.1 นักศึกษาฝึกวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมทางการตลาดในการจัดทำโครงการ
- 2.2 นักศึกษาสามารถนำผลการวิเคราะห์ไปฝึกปฏิบัติโครงการการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- 2.3 นักศึกษาสามารถค้นคว้าหาข้อมูลจากห้องสมุด องค์กร หน่วยงาน และอินเทอร์เน็ต และสามารถใช้เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องได้

3. จิตพิสัย (ทัศนคติ คุณธรรม จริยธรรม ที่ได้รับจากการเรียน)

- 3.1 นักศึกษาต้องมีความรู้ความเข้าใจจริยธรรม จรรยาบรรณในการตลาด
- 3.2 นักศึกษาต้องหาข้อมูลและทำงานด้วยตนเองไม่มีการคัดลอกจากผู้อื่น
- 3.3 นักศึกษาต้องมีส่วนร่วมในการทำงานและปฏิบัติตามข้อตกลงในชั้นเรียนได้เป็นอย่างดี

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

- 2.1 เพื่อให้สอดคล้อง กระบวนการเรียนการสอน และสื่อการสอนให้มีความเหมาะสมกับผู้เรียน
- 2.2 เพื่อจัดกิจกรรมการเรียนการสอนและมอบหมายกิจกรรมกลุ่ม/ เดี่ยวที่เหมาะสมกับผู้เรียน

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ประเด็นทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ชื่อเรียกร่องเกี่ยวกับการดำเนินงานทางธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค ชุมชน และสิ่งแวดล้อม บทบาทและการสนับสนุนจากภาครัฐบาลและองค์กรที่เกี่ยวข้อง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร กลยุทธ์การตลาดเพื่อความยั่งยืน การจัดการกิจการเพื่อสังคมที่เน้นการแก้ปัญหาสังคม การพัฒนาชุมชน การสร้างโอกาสในชีวิต และการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

Social and environmental issues; arguments concerning business operations that harmfully impact upon consumers, communities, and environment; roles and assistances from the government and related organizations; corporate social responsibility; sustainable marketing strategies; social enterprise management, on the basis of tackling social problems, improving communities, providing life chances, and protecting environment

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วย ตนเอง
45 ชั่วโมงต่อภาค การศึกษา	สอนเสริมเพื่อทดแทนคาบเรียนที่ไม่สามารถทำการสอนได้ หรือตามที่ผู้เรียนร้องขอ เพื่อทบทวนความรู้ ความเข้าใจให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น	ไม่มีฝึกปฏิบัติ	90 ชั่วโมงต่อภาค การศึกษา

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

รายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ประกาศเวลาให้คำปรึกษาผ่านเฟสบุ๊คของหลักสูตร
- อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มตามความต้องการ (เฉพาะรายที่ต้องการ) โดยไม่จำกัดเวลา นักศึกษาสามารถนัดหมายทางออนไลน์

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- 1.1.1 มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อนตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม
- 1.1.2 มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิต โดยยึดแนวคิดความพอประมาณ ความมีเหตุผลและการสร้างภูมิคุ้มกัน
- 1.1.3 มีจิตสำนึกและมโนธรรมที่จะแยกแยะความถูกต้อง ความดี และความชั่ว
- 1.1.4 มีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพทางธุรกิจ

1.2 วิธีการสอน

- 1.2.1 กำหนดวัฒนธรรมองค์กรให้กับนักศึกษาปฏิบัติตามกฎระเบียบวินัยและข้อบังคับ
- 1.2.2 ปลุกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียน การแต่งกายตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

- 1.2.3 มอบหมายงาน/ กิจกรรม/ กรณีศึกษา/ รายงาน โดยเน้นการส่งงานให้ตรงเวลา
- 1.2.4 ฝึกนักศึกษาให้มีความรับผิดชอบในการทำงาน มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่คัดลอกงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

1.3 วิธีการประเมินผล

- 1.3.1 ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนด
- 1.3.2 ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย
- 1.3.3 ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล รวมทั้งพิจารณางบประมาณและวิธีการใช้เงินในการทำกิจกรรม โดยเน้นหลัก 3Rs (Reduce, Reuse, Recycle) และความพอเพียง
- 1.3.4 ประเมินจากงาน/ กิจกรรม/ กรณีศึกษา/ รายงานที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- 2.1.1 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการตลาด
- 2.1.2 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านการตลาด การเงิน การผลิตและการดำเนินงาน รวมทั้งการจัดการองค์กร
- 2.1.3 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับการตลาดและการจัดการการตลาด ในด้านการวางแผน การปฏิบัติการ การควบคุมและการประเมินผลการดำเนินงาน รวมทั้งการปรับปรุงแผนงาน
- 2.1.4 มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านการตลาด รวมทั้งมีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและผลกระทบอย่างเท่าทัน

2.2 วิธีการสอน

- 2.2.1 สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชา
- 2.2.2 บรรยายจากสื่อ Power Point พร้อมยกตัวอย่างประกอบ
- 2.2.3 มีการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ ๆ
- 2.2.4 ให้ทำงานรายงานและโครงการงาน “Infographic เพื่อสวนดุสิต” และ “เพื่อชุมชน เพื่อสิ่งแวดล้อม” พร้อมนำเสนอหน้าชั้นเรียน
- 2.2.5 มอบหมายงานต่าง ๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน

2.3 วิธีการประเมินผล

- 2.3.1 ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัย
- 2.3.2 ประเมินจากการส่งงานการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมบน Pinterest

2.3.3 ประเมินจากรายงานและการนำเสนอ “การเป็นพลเมืองที่ดีของสังคมไทยและสังคมโลก”

2.3.4 ประเมินจากการทดสอบย่อย เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา

2.3.5 ประเมินจากพฤติกรรม บุคลิกภาพ และการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน

2.3.6 ประเมินจากโครงการงาน “Infographic เพื่อสวนดุสิต” และ “เพื่อชุมชน เพื่อสิ่งแวดล้อม”

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

3.1.1 สามารถสืบค้น จำแนกและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้ซึ่งสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจอย่างเหมาะสม

● 3.1.2 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ต่อยอดกรอบความรู้เดิม สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อให้เกิดนวัตกรรม กิจกรรม หรือแนวทางในการบริหารธุรกิจใหม่ๆ

○ 3.1.3 สามารถคิดค้นทางเลือกใหม่ ๆ รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้าน โดยการนำความรู้และประสบการณ์มาประยุกต์ใช้

3.2 วิธีการสอน

3.2.1 สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาารายวิชา

3.2.2 มีการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ ๆ

3.2.3 ให้สืบค้นข้อมูลเพื่อทำงานตามที่ได้รับมอบหมาย

3.2.4 ใช้สื่อทางสังคม Pinterest เพื่อสืบค้นและนำเสนองานใน Pinterest ของตนเอง

3.2.5 มอบหมายงานต่าง ๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในและนอกชั้นเรียน

3.3 วิธีการประเมินผล

3.3.1 ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัย

3.3.2 ประเมินจากการสะสมงานการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมบน Pinterest

3.3.3 ประเมินจากรายงานและการนำเสนอ “การเป็นพลเมืองที่ดีของสังคมไทยและสังคมโลก”

3.3.4 ประเมินจากการทดสอบย่อยเพื่อวัดความรู้ความเข้าใจของนักศึกษา

3.3.5 ประเมินจากพฤติกรรม บุคลิกภาพ และการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน

3.3.6 ประเมินจากโครงการงาน “Infographic เพื่อสวนดุสิต” และ “เพื่อชุมชน เพื่อสิ่งแวดล้อม”

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

○ 4.1.1 มีความสามารถในการประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น และปรับตัวเชิงวิชาชีพได้

- 4.1.2 มีความกระตือรือร้น สามารถทำงานเป็นกลุ่ม และสามารถแสดงภาวะผู้นำ ผู้ตามได้อย่างเหมาะสม มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาตนเองและวิชาชีพ
- 4.1.3 มีความคิดริเริ่มและมีความคิดเห็นที่มีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ของทีมงาน

4.2 วิธีการสอน

- 4.2.1 เรียนแบบมีส่วนร่วม และการปฏิบัติงานตามโครงการที่ได้รับมอบหมาย
- 4.2.2 มอบหมายงาน/ กิจกรรม/ กรณีศึกษา/ รายงาน (กลุ่ม) โดยเน้นความรู้ที่ได้ศึกษาในชั้นเรียน เพื่อดูความสามารถในการทำงานเป็นทีม กล้าที่จะแสดงภาวะผู้นำ ผู้ตามได้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์

4.3 วิธีการประเมินผล

- 4.3.1 ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การเข้าเรียน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม และการส่งงาน
- 4.3.2 ประเมินจากการนำเสนอผลงานต่าง ๆ/รายงาน (กลุ่ม) และการเป็นผู้นำ ผู้ตามในการอภิปรายซักถาม

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- 5.1.1 สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการวิเคราะห์ และตัดสินใจทางการตลาด
- 5.1.2 สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้
- 5.1.3 สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจ การเขียนรายงาน และการนำเสนองานอย่างถูกต้อง
- 5.1.4 สามารถนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

5.2 วิธีการสอน

- 5.2.1 มอบหมายงานให้นักศึกษา ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจากออนไลน์และออฟไลน์ และทำรายงาน โดยมีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลที่น่าเชื่อถือ
- 5.2.2 ให้นำเสนอผลงาน/ รายงานที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า โดยใช้รูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และคอมพิวเตอร์ด้วยตนเอง

5.3 วิธีการประเมินผล

- 5.3.1 ประเมินจากงาน/ กิจกรรม/ กรณีศึกษา/ รายงานที่ได้รับมอบหมาย
- 5.3.2 ประเมินจากผลการสืบค้น เทคนิคการนำเสนอโดยการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน
1	<p>การแนะนำแนวทางการเรียนรู้ และความรู้พื้นฐานของการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และรายละเอียดในการจัดการเรียน</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนสามารถอธิบายความสำคัญ ความแตกต่างของการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร และกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจและองค์กรเพื่อสังคม</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. แนะนำวิธีการเรียนการสอน วัตถุประสงค์ เป้าหมาย เนื้อหารายวิชา เกณฑ์การวัดผล และประเมินผล แหล่งข้อมูล 2. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย 3. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน 5. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอน 2. สื่อการสอน PPT 3. กรณีศึกษา 4. วิดีทัศน์ 	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) 5.1) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
2	<p>ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร (CSR)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายและความสำคัญ - แนวทางการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจและประยุกต์ใช้แนวทาง CSR ในกิจกรรมการตลาด</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย 2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน 5. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอน 2. สื่อการสอน PPT 3. กรณีศึกษา 4. วิดีทัศน์ 	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) 5.1) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
3	<p>ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมในประเทศไทย</p> <ul style="list-style-type: none"> - รูปแบบของปัญหาที่เกิดจากองค์กรธุรกิจ - หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหา 	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย 2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ให้นำเสนอกรณีศึกษา CSR 4. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอน 2. สื่อการสอน PPT 3. กรณีศึกษา 	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน สมไพบุลย์

ลำดับ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน
	Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจในปัญหาสังคมและ สิ่งแวดล้อม และสามารถนำมาใช้สร้างกิจกรรม CSR		5. นำเสนอโครงการงาน “เพื่อชุมชน เพื่อ สิ่งแวดล้อม”	4. วิดีทัศน์	5.1) (5.4)	
4	องค์กรเพื่อสังคม (Social enterprise) - การดำเนินขององค์กรธุรกิจและองค์กรเพื่อสังคม Learning Outcome ผู้เรียนเข้าใจความแตกต่างระหว่างองค์กร	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย 2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	1. เอกสาร ประกอบการสอน 2. สื่อการสอน PPT 3. วิดีทัศน์	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) 5.1) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
5	พฤติกรรมผู้บริโภคและสภาพแวดล้อมการตลาดที่ เกี่ยวข้องกับปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม - การตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ก่อให้เกิดปัญหา - วิธีการลดและแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม Learning Outcome ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดจากการตลาด และผู้บริโภคซึ่งธุรกิจต้องแก้ไข	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย 2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน 5. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท 6. ติดตามโครงการ	1. เอกสาร ประกอบการสอน 2. สื่อการสอน PPT 3. กรณีศึกษา 4. วิดีทัศน์	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) 5.1) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
6	กลยุทธ์และยุทธวิธีการตลาดเพื่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม - กลยุทธ์และยุทธวิธีทางการตลาด - ข้อคำนึงถึงในการจัดการทางการตลาด Learning Outcome ผู้เรียนสามารถกำหนดกลยุทธ์และยุทธวิธีทางการ ตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย 2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน 5. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท 6. ติดตามโครงการ	1. เอกสาร ประกอบการสอน 2. สื่อการสอน PPT 3. กรณีศึกษา 4. วิดีทัศน์	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) 5.1) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน
7	แนวทางการดำเนินโครงการรณรงค์เพื่อสังคม - แนวทางการรณรงค์รูปแบบต่าง ๆ Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจในองค์ประกอบและแนวทางการดำเนินโครงการรณรงค์เพื่อสังคม	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย 2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน 5. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	1. เอกสาร ประกอบการสอน 2. สื่อการสอน PPT 3. กรณีศึกษา 4. วิดีทัศน์	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) 5.1) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
8	แนวทางการดำเนินโครงการรณรงค์เพื่อสังคม(ต่อ) - วิธีการดำเนินกิจกรรม งบประมาณ การควบคุม Learning Outcome ผู้เรียนมีทักษะการจัดโครงการรณรงค์เพื่อสังคม	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย 2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	1. เอกสาร ประกอบการสอน 2. สื่อการสอน PPT 3. กรณีศึกษา	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) 5.1) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
9	แนวทางการดำเนินโครงการรณรงค์เพื่อสิ่งแวดล้อม - แนวทางการรณรงค์รูปแบบต่าง ๆ Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจในองค์ประกอบและแนวทางการดำเนินโครงการรณรงค์เพื่อสังคม	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย 2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน 5. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	1. เอกสาร ประกอบการสอน 2. สื่อการสอน PPT 3. กรณีศึกษา 4. วิดีทัศน์	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) 5.1) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
10	แนวทางการดำเนินโครงการรณรงค์เพื่อสิ่งแวดล้อม (ต่อ) - วิธีการดำเนินกิจกรรม งบประมาณ การควบคุม Learning Outcome ผู้เรียนมีทักษะการจัดโครงการรณรงค์เพื่อสังคม	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย 2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท 5. ติดตามโครงการงาน	1. เอกสาร ประกอบการสอน 2. สื่อการสอน PPT 3. กรณีศึกษา 4. วิดีทัศน์	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) 5.1) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
11	การสื่อสารในการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม - วิธีการสื่อสารทางการตลาดแบบประสมประสาน	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย 2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย	1. เอกสาร ประกอบการสอน	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน
	- การใช้การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อ Learning Outcome ผู้เรียนสามารถเลือกวิธีการสื่อสารที่เหมาะสม		3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน 5. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	2. สื่อการสอน PPT 3. กรณีศึกษา 4. วิดีทัศน์	(3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) 5.1) (5.4)	วัฒนสิน
12	การใช้สื่อออนไลน์ในการณรงค์ - หลักและวิธีการใช้สื่อออนไลน์ Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้และทักษะในการการใช้สื่อออนไลน์	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย 2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	1. เอกสาร ประกอบการสอน 2. สื่อการสอน PPT 3. วิดีทัศน์	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) 5.1) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
13	การควบคุมและวัดผลการตลาด - แนวทางการจัดการกิจกรรมที่คำนึงถึงงบประมาณ และคุณประโยชน์ต่อธุรกิจและสังคมส่วนรวม - หลักและวิธีการควบคุมและวัดผลการตลาด Learning Outcome ผู้เรียนมีทักษะการควบคุมและวัดผลการตลาด	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย 2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน 5. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท 6. ติดตามโครงการ	1. เอกสาร ประกอบการสอน 2. สื่อการสอน PPT 3. กรณีศึกษา 4. วิดีทัศน์	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) 5.1) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
14	ประเด็นทางคุณธรรมจริยธรรมในการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และการสรุปเนื้อหาที่เรียนรู้ - กรณีศึกษาประเด็นทางคุณธรรมจริยธรรม Learning Outcome ผู้เรียนอธิบายประเด็นที่ธุรกิจจะต้องตระหนักและระมัดระวังไม่ให้เกิดผลเสียต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย 2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน 5. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท 6. การสรุปเนื้อหาที่เรียนรู้ทั้งหมด	1. เอกสาร ประกอบการสอน 2. สื่อการสอน PPT 3. กรณีศึกษา 4. วิดีทัศน์	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) 5.1) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
15	การนำเสนอผลงาน - โครงการ “เพื่อชุมชน เพื่อสิ่งแวดล้อม”	3	1. นำเสนอกลุ่ม 2. มีการใช้สื่อและเทคโนโลยีสนับสนุน	1. เอกสาร ประกอบการสอน	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน
	Learning Outcome ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์สังคมและมีทักษะในการทำกิจกรรมและนำเสนองาน		3. แสดงตนว่าเป็นผู้มีบุคลิกภาพ (ในและนอก) ตามความเหมาะสมกับการเป็นผู้ดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม	2. สื่อการสอน PPT 3. กรณีศึกษา	(3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) 5.1) (5.4)	วัฒนสิน

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนการประเมินผล
1. การเข้าชั้นเรียน / การตรงต่อเวลา / การแต่งกาย	(1.1) (1.3)	1. พิจารณาการตรงเวลาในการเข้าชั้นเรียน และมารยาทในชั้นเรียน 2. พิจารณาการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย	1-15	5%
2. กิจกรรม / งานที่ได้รับมอบหมาย ให้ทำในชั้นเรียน - การสะสมงานใน Pinterest - แนวทาง “การเป็นพลเมืองที่ดีของสังคมไทยและสังคมโลก” - Infographic เพื่อสวนดุสิต	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (5.1) (5.4)	1. พิจารณาการส่งงานตามกำหนดเวลา 2. พิจารณาความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล 3. พิจารณางาน / กิจกรรมฝึกปฏิบัติทั้งในและนอกห้องเรียน ต้องมีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน 4. พิจารณาการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม 5. พิจารณาพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม	1-15	25% 5% 10% 10%
3. ทดสอบย่อย - องค์ความรู้ - ภาษาอังกฤษ	(2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.3) (5.1) (5.2)	1. พิจารณาผลทดสอบย่อย เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา	2-15	10%
4. รายงานโครงงาน “เพื่อชุมชน เพื่อสิ่งแวดล้อม”	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (3.1) (3.2) (4.1) (4.2) (5.1) (5.3) (5.4)	1. พิจารณาการส่งงานตามกำหนดเวลา 2. พิจารณาความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล 4. พิจารณาความสมบูรณ์ของงาน ต้องมีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน 5. พิจารณาการนำเสนอผลงาน (กลุ่ม) หน้าชั้นเรียน การเป็นผู้นำและผู้ตามในการอภิปรายซักถาม ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และการแก้ไขปัญหา 6. พิจารณาเทคนิคการสืบค้น การใช้	1-14 15	20%

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนการประเมินผล
		เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเหมาะสม		
7. สอบปลายภาค	(2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2)	1. พิจารณาผลการสอบปลายภาค โดยใช้ ข้อสอบแบบอัตนัย	16	40%

หมวดที่ 6 ทักษะการประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. (2540). *การตลาดเพื่อสังคม*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

2.1 Turker, D. (2018). *Managing Social Responsibility*. Switzerland: Springer.

2.2 Becchetti, L., & Borzaga, C. (Eds.). (2010). *The Economics of Social Responsibility: The World of Social Enterprises*. New York: Routledge.

2.3 http://socialmarketingcollaborative.org/smc/pdf/Social_Marketing_Basics.pdf

2.4 Parag Shil. (2012). Evolution and future of environmental marketing. *Asia Pacific Journal of Marketing & Management Review*, 1(3), 74-81.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

3.1 หนังสือ นิตยสาร วารสารทางด้านการตลาด BusinessWeek, Fortune, Times, PBS, etc.

3.2 เว็บไซต์ธุรกิจ เช่น Home Depot, Toyota, BMW, L'Oréal, RedBull, Nissan etc.

3.3 เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น <http://www.unep.org/>, <http://wwf.org/>, <http://eng.mst.dk/>, <http://denmark.dk/en/green-living/>, <http://www.greenpeace.org/international/en/>

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- ผลการสอบแต่งตั้งคณะกรรมการประเมินการสอน เพื่อกำกับดูแลการสอนให้ได้คุณภาพ
- ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ของนักศึกษาและการทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้

3. การปรับปรุงการสอน

- ผู้ประสานงานรายวิชาและคณาจารย์ผู้สอนร่วมกันระดมสมองกำหนดวิธีการสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลของรายวิชา และแนวทางการแก้ปัญหาจากสรุปปัญหาและอุปสรรคในมคอ.5
- ปรับปรุงกลยุทธ์การสอนและการบูรณาการความรู้ เพื่อให้สอดคล้องกับธรรมชาติของผู้เรียน

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

การแต่งตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ การพิจารณาจากรายงานของผู้เรียน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนตามข้อกำหนดการวัดและประเมินผลประจำรายวิชา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- ปรับปรุงรายละเอียดวิชาทุกภาคการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนหรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4
- ปรับปรุงรูปแบบการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ