

## สารบัญ

หมวด		หน้า
หมวด 1	ข้อมูลทั่วไป	2
หมวด 2	จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	3
หมวด 3	ลักษณะและการดำเนินการ	3
หมวด 4	การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	4
หมวด 5	แผนการสอนและการประเมินผล	8
หมวด 6	ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	13
หมวด 7	การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	14

## รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา	โรงเรียนการเรือน / หลักสูตรเทคโนโลยีการแปรรูปอาหาร

### หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา  
5073603 การตลาดสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร (Marketing for Food Industry)
2. จำนวนหน่วยกิต  
3 หน่วยกิต 3(3-0-6)
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา
  - 3.1 หลักสูตร เทคโนโลยีการแปรรูปอาหาร
  - 3.2 ประเภทของรายวิชา วิชาเลือก
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
  - 4.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผศ.ดร.ศรัณย์ รัตนสิทธิ์
  - 4.2 อาจารย์ผู้สอน ผศ.ดร.ศรัณย์ รัตนสิทธิ์
5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน  
ภาคการศึกษาที่ 1/2557 ชั้นปีที่ 3
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)  
ไม่มี
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)  
ไม่มี
8. สถานที่เรียน  
โรงเรียนการเรือน ศูนย์วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด  
กรกฎาคม 2557

## หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

- 1.1 เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในบทบาทความสำคัญของการตลาด
- 1.2 เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจหลักการบริหารการตลาดสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร
- 1.3 เพื่อให้สามารถประยุกต์องค์ความรู้เรื่องการบริหารการตลาดสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร

### 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับการตลาด และการบริหารการตลาดสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร จนเกิดความเข้าใจที่จะสามารถนำไปประยุกต์ใช้สำหรับอุตสาหกรรมอาหารได้

## หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

### 1. คำอธิบายรายวิชา

ระบบธุรกิจการเกษตร และบทบาทของการตลาด พื้นฐานการตลาดสำหรับอาหารและแนวคิดสำคัญทางการตลาด การทำความเข้าใจอุปสงค์ผู้บริโภค และอุปทาน เพื่อสนองความต้องการในตลาดสินค้าเกษตร การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างในตลาดอาหาร ตลาดล่วงหน้าและการบริหารความเสี่ยง ตลาดสินค้าอาหารระดับนานาชาติ บทบาทของรัฐบาลในการควบคุมแทรกแซงตลาดและราคาสินค้าเกษตร ราคา การแลกเปลี่ยนและการแข่งขันในตลาดอาหาร ราคาหน้าฟาร์ม และราคาขายปลีกสินค้าเกษตร การผลิตภาคเกษตร อุตสาหกรรมอาหาร และการแปรรูปสินค้าโภคภัณฑ์ การค้าส่งค้าปลีกอาหาร อุตสาหกรรมบริการอาหาร สหกรณ์กับอุตสาหกรรมอาหาร การวางแผนการตลาด การวิจัยและวิเคราะห์ตลาด การบริหารส่วนประสมทางการตลาด ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด การใช้พนักงานขาย และกิจกรรมณ. จุดขาย การจัดองค์การการตลาด และการประเมินผลประกอบการ การตลาดสินค้าโภคภัณฑ์ และอนาคตของการตลาดสำหรับธุรกิจการเกษตร

The Agricultural Business System and the Role of Marketing. Introduction to Food Marketing and Core Marketing Concepts. Understanding Consumer Demand and Agricultural Supply. Matching Supply and Demand in Agricultural Markets. The Changing Organization of Food Markets. Risk Management and the Futures Market. The International Food Market. Government, Price, Income, Marketing Programs and Regulations. Price Analysis, the Exchange Function, and Competition in Food Markets. Farm and Food Prices. Production Agriculture. The Commodity Processing and Food Manufacturing Industries. The Food

Wholesaling and Retailing Industries. The Food Service Industry. Cooperatives in the Food Industry. Developing the Marketing Plan. Market Research and Analysis. Managing the Marketing Mix—The Product, The Price, The Place, The Promotion, Personal Selling and Merchandising. Organizing and Measuring the Market Function. Commodity Marketing and The Future of Agribusiness Marketing.

## 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การ ฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
48 ชั่วโมง	ไม่มี	ไม่มี	30 ชั่วโมง

## 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

1 ชั่วโมง/สัปดาห์

## หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 1. คุณธรรม จริยธรรม

#### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- ความเป็นวินัย ตรงต่อเวลาและมีความรับผิดชอบในการศึกษาทั้งในห้องเรียน นอกห้องเรียน ตลอดจนการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง จากคำแนะนำของอาจารย์ผู้สอน (1.2)

- มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ตลอดจนสามารถเป็นผู้เสนอแนะในเชิงสร้างสรรค์ เพื่อก่อให้เกิดความก้าวหน้าต่อวิชาชีพ และวิชาการ เช่น การนำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน การเดินทางไปศึกษาดูงานนอกสถานที่ เป็นต้น (1.3)

- ริเริ่มบ่งชี้และรวบรวมปัญหาที่เกี่ยวข้องกับคุณธรรม จริยธรรม และสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมของธุรกิจเพื่อหาทางทบทวนแก้ไข (1.6)

#### 1.2 วิธีการสอน

- เน้นการมีส่วนร่วมและการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนและผู้เรียน ผู้เรียนกับผู้เรียน โดยการเปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปราย วิพากษ์ ให้ข้อเสนอแนะ การแสดงความคิดเห็นและรับฟังความคิดเห็นของสมาชิกผู้ร่วมชั้นเรียน

- ยกตัวอย่างกรณีศึกษา ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับคุณธรรม จริยธรรม และสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมของธุรกิจพร้อมกับร่วมวิเคราะห์ เสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาในส่วนที่บกพร่อง และร่วมส่งเสริมพัฒนาในจุดเด่นให้มีความแข็งแกร่งยิ่งขึ้น

### 1.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินผลจากการแสดงความคิดเห็น การวิเคราะห์ การอภิปราย และพฤติกรรมที่แสดงออกในชั้นเรียนและในโอกาสต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจบริการ
- การตรวจสอบการมีวินัยต่อการเรียน การตรงต่อเวลาในการเข้าชั้นเรียนและการส่งรายงาน
- ประเมินจากกระบวนการและผลสัมฤทธิ์ของการทำงานเดี่ยวและงานกลุ่มตามที่ได้รับมอบหมายในแต่ละครั้ง
- การประเมินตนเอง และการให้เพื่อนร่วมชั้นเรียนทำการประเมินอย่างเปิดเผย พร้อมรับฟังข้อคิดเห็น เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขในอนาคต

## 2. ความรู้

### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีการตลาดสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร และการนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารธุรกิจ (2.1)
- ตระหนักถึงระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับหรือมีผลกระทบต่อการตลาดสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร ทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติ ตลอดจนแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต (2.5)

### 2.2 วิธีการสอน

- ใช้การสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ได้แก่ การสอนบรรยายร่วมกับการสร้างการมีส่วนร่วม และการสร้างปฏิสัมพันธ์ โดยเน้นให้นักศึกษา คิด วิเคราะห์ อภิปรายแสดงความคิดเห็น การศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมด้วยตนเอง เพื่อนำไปสู่การสังเคราะห์องค์ความรู้ใหม่ที่เหมาะสมกับการตลาดสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร
- ใช้การศึกษาดูงานจากสถานประกอบการจริงในประเทศ/การจดบันทึกสาระการดูงาน
- การสอบปลายภาค
- การทำรายงานเดี่ยว
- การทำรายงานกลุ่ม จากการศึกษาดูงาน
- การวิเคราะห์กรณีศึกษา/ บทความที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการ

### 2.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากการวิเคราะห์ แสดงความคิดเห็นต่อประเด็นหรือปัญหาทั้งในชั้นเรียน ทั้งรายบุคคลและกลุ่ม

- รายงานกลุ่ม

- รายงานเดี่ยว

- การวิเคราะห์กรณีศึกษาโดยการแสดงให้เห็นถึงแนวทางการประยุกต์ใช้ความรู้ที่ได้เรียนมาในการวิเคราะห์อย่างชัดเจน

- การสอบปลายภาค

### 3. ทักษะทางปัญญา

#### 3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- สามารถสื่อสารประสานงานกับกลุ่มคนที่แตกต่างหลากหลายได้ทั้งในชั้นเรียนและนอกชั้นเรียน โดยสามารถวิเคราะห์ อย่างมีวิจารณญาณ และแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นที่ศึกษาโดยการวิพากษ์ซึ่งแสดงถึงองค์ความรู้ที่มีอยู่ในตนเองออกมาอย่างเด่นชัด เพื่อก่อให้เกิดแนวทางสร้างสรรค์ (3.1)

- สามารถสังเคราะห์ ประยุกต์ใช้ และแนะนำความรู้ที่ได้รับจากการศึกษาเพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาหรือการพัฒนาการตลาดสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร ได้อย่างถูกต้องเหมาะสมกับสภาพการในปัจจุบันของธุรกิจ (3.4)

#### 3.2 วิธีการสอน

- การสอนโดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem Based Learning: PBL)

- ฝึกการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบใจทุกที่ที่เกี่ยวข้องกับการตลาดสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแสดงความคิดเห็นและนำเสนอแนวทางปฏิบัติที่มีความเป็นไปได้ในสถานการณ์จริงจากกรณีศึกษาต่างๆที่เกี่ยวข้องทั้งเชิงบวกและเชิงลบต่อการตลาดสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร

- การศึกษาดูงานนอกสถานที่จากสถานประกอบการจริง

#### 3.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากการวิเคราะห์ แสดงความคิดเห็นต่อประเด็นหรือปัญหาทั้งในชั้นเรียน ทั้งรายบุคคลและกลุ่ม

- รายงานกลุ่ม

- รายงานเดี่ยว

- การวิเคราะห์กรณีศึกษาโดยการแสดงให้เห็นถึงแนวทางการประยุกต์ใช้ความรู้ที่ได้เรียนมาในการวิเคราะห์อย่างชัดเจน

- การสอบปลายภาค

#### 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

##### 4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- มีความสามารถในการสื่อสาร การเลือกใช้คำพูดเพื่อการนำเสนอรายงานหรืองานเชิงวิชาการทั้งในบริบทในและนอกห้องเรียน (4.1)

- เป็นได้ทั้งผู้นำและผู้ตาม ตลอดจนเข้าใจบทบาทหน้าที่ที่ตนเองต้องปฏิบัติในขณะที่ตนเองมีบทบาทหรือหน้าที่นั้นๆ เช่น หัวหน้ากลุ่ม รองหัวหน้ากลุ่ม เป็นต้น (4.3)

- มีความรับผิดชอบในการทำงานที่ได้รับมอบหมายทั้งรายบุคคลและงานกลุ่ม เช่น การส่งงานตรงเวลา การทำงานที่ถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วนตามที่ได้รับมอบหมายจากผู้สอน หรือเพื่อนร่วมกลุ่ม (4.5)

- สามารถเป็นผู้ริเริ่มแสดงความคิดเห็นหรือนำเสนอแนวทางในการแก้ไขสถานการณ์หรือปัญหา และสามารถตัดสินใจเลือกวิธีการในการแก้ไขสถานการณ์หรือปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ (4.6)

##### 4.2 วิธีการสอน

- มอบหมายงานกลุ่ม เพื่อให้นักศึกษาได้มีโอกาสสื่อสาร ประสานงานและทำงานร่วมกับผู้อื่น

- เน้นการอภิปรายแสดงความคิดเห็นต่อประเด็น สถานการณ์หรือกรณีศึกษาในห้องเรียน

##### 4.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน

- ประเมินจากรายงานกลุ่มและการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน

- ประเมินจากคุณภาพและความสมบูรณ์ของงานเดี่ยวที่มอบหมาย

#### 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

##### 5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- สามารถสื่อสารอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ด้วยวัจนะและอวัจนะภาษา และเลือกใช้รูปแบบของสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับผู้รับสาร ทั้งการเลือกใช้ถ้อยคำหรือคำพูดที่เหมาะสม การแสดงสีหน้าท่าทางและอารมณ์ต่างๆ การควบคุมความรู้สึก เป็นต้น (5.3)

- สามารถเลือกใช้สารสนเทศและเทคโนโลยีการสื่อสารอย่างเหมาะสมเพื่อการนำเสนอผลงานอย่างหลากหลาย และน่าสนใจ (5.4)

##### 5.2 วิธีการสอน

- การวิเคราะห์กรณีศึกษา/ประเด็นปัญหา โดยใช้สารสนเทศเป็นข้อมูลเพื่อการศึกษา ค้นคว้า ทั้งในระดับจุลภาคและมหภาค

- การมอบหมายงานที่ต้องมีการสืบค้นข้อมูล

- การมอบหมายงานที่ให้วางแผน สร้างสรรค์ และกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างสรรค์ธุรกิจที่ดีและมีความรับผิดชอบต่อสังคม

- การมอบหมายงานที่ต้องนำเสนอทั้งในรูปเอกสารและด้วยวาจา ประกอบการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร

### 5.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากการแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นต่อปัญหาหรือการวิเคราะห์กรณีศึกษา

- ประเมินจากรายงานกลุ่ม การวิเคราะห์กรณีศึกษา และการจัดทำแผนงานและการออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารที่นำเสนอด้วยการเขียนเป็นเอกสารรายงาน การใช้สื่อและการนำเสนอรายงานหน้าชั้นเรียน



## หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

### 1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรม การเรียนการสอน และ สื่อที่ใช้	ผู้สอน
1	- แนะนำรายวิชา กฎ กติกา ต่างๆ ในการเรียนการสอน การให้คะแนน และการประเมินผล - ระบบธุรกิจการเกษตร และ บทบาทของการตลาด (The Agricultural Business System and the Role of Marketing)	3	- บรรยาย - ชักถามอภิปรายกลุ่ม - กิจกรรมกลุ่ม - Power Point Slide	ผศ.ดร.ศรัณย์ รัตน์ สิทธิ
2	- พื้นฐานการตลาดสำหรับ อาหารและแนวคิดสำคัญทางการตลาด (Introduction to Food Marketing and Core Marketing Concepts)	3	- บรรยาย - ชักถามอภิปรายกลุ่ม - กิจกรรมกลุ่ม - Power Point Slide	ผศ.ดร.ศรัณย์ รัตน์ สิทธิ
3	- การทำความเข้าใจอุปสงค์ ผู้บริโภค (Understanding Consumer Demand) - การทำความเข้าใจอุปทาน ผลิตผลการเกษตร (Understanding Agricultural Supply) - การสนองความต้องการในตลาดสินค้าเกษตร (Matching Supply and Demand in Agricultural Markets)	3	- บรรยาย - ชักถามอภิปรายกลุ่ม - กิจกรรมกลุ่ม - Power Point Slide	ผศ.ดร.ศรัณย์ รัตน์ สิทธิ

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรม การเรียนการสอน และ สื่อที่ใช้	ผู้สอน
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างในตลาดอาหาร (The Changing Organization of Food Markets)</li> <li>- ตลาดล่วงหน้าและการบริหารความเสี่ยง (Risk Management and the Futures Market)</li> </ul>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรยาย</li> <li>- ชักถามอภิปรายกลุ่ม</li> <li>- กิจกรรมกลุ่ม</li> <li>- Power Point Slide</li> </ul>	ผศ.ดร.ศรัณย์ รัตน์ สิทธิ
5	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตลาดสินค้าอาหารระดับนานาชาติ (The International Food Market)</li> <li>- บทบาทของรัฐบาลในการควบคุมแทรกแซงตลาดและราคาสินค้าเกษตร (Government, Price, Income, Marketing Programs and Regulations)</li> </ul>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรยาย</li> <li>- ชักถามอภิปรายกลุ่ม</li> <li>- กิจกรรมกลุ่ม</li> <li>- Power Point Slide</li> </ul>	ผศ.ดร.ศรัณย์ รัตน์ สิทธิ
6	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ราคา การแลกเปลี่ยนและการแข่งขันในตลาดอาหาร (Price Analysis, the Exchange Function, and Competition in Food Markets)</li> <li>- ราคาหน้าฟาร์ม และราคาขายปลีกสินค้าเกษตร (Farm and Food Prices)</li> </ul>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรยาย</li> <li>- ชักถามอภิปรายกลุ่ม</li> <li>- กิจกรรมกลุ่ม</li> <li>- Power Point Slide</li> </ul>	ผศ.ดร.ศรัณย์ รัตน์ สิทธิ

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรม การเรียนรู้การสอน และ สื่อที่ใช้	ผู้สอน
7	- การผลิตภาคเกษตร Production Agriculture. - อุตสาหกรรมอาหาร และการ แปรรูปสินค้าโภคภัณฑ์ (The Commodity Processing and Food Manufacturing Industries)	3	- บรรยาย - ชักถามอภิปรายกลุ่ม - กิจกรรมกลุ่ม - Power Point Slide	ผศ.ดร.ศรัณย์ รัตน์ สิทธิ์
8	- การค้าส่งค้าปลีกอาหาร (The Food Wholesaling and Retailing Industries) - อุตสาหกรรมบริการ อาหาร (The Food Service Industry) - สหกรณ์กับอุตสาหกรรม อาหาร (Cooperatives in the Food Industry)	3	- บรรยาย - ชักถามอภิปรายกลุ่ม - กิจกรรมกลุ่ม - Power Point Slide	ผศ.ดร.ศรัณย์ รัตน์ สิทธิ์
9	- การวางแผนการตลาด (Developing the Marketing Plan) - การวิจัยและวิเคราะห์ตลาด (Market Research and Analysis)	3	- บรรยาย - ชักถามอภิปรายกลุ่ม - กิจกรรมกลุ่ม - Power Point Slide	ผศ.ดร.ศรัณย์ รัตน์ สิทธิ์
10	- การบริหารส่วนประสมทาง การตลาด กรณีผลิตภัณฑ์ (Managing the Marketing Mix—The Product)	3	- บรรยาย - ชักถามอภิปรายกลุ่ม - กิจกรรมกลุ่ม - Power Point Slide	ผศ.ดร.ศรัณย์ รัตน์ สิทธิ์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรม การเรียนรู้การสอน และ สื่อที่ใช้	ผู้สอน
11	- การบริหารส่วนประสมทาง การตลาด กรณีราคา (Managing the Marketing Mix—The Price)	3	- บรรยาย - ชักถามอภิปรายกลุ่ม - กิจกรรมกลุ่ม - Power Point Slide	ผศ.ดร.กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาณ
12	- การบริหารส่วนประสมทาง การตลาด กรณีการจัดจำหน่าย (Managing the Marketing Mix—The Place)	3	- บรรยาย - ชักถามอภิปรายกลุ่ม - กิจกรรมกลุ่ม - Power Point Slide	ผศ.ดร.กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาณ
13	- การบริหารส่วนประสมทาง การตลาด กรณีการส่งเสริม การตลาด (Managing the Marketing Mix—The Promotion) - การบริหารส่วนประสมทาง การตลาด กรณีการใช้พนักงาน ขายและกิจกรรมณ. จุดขาย (Personal Selling and Merchandising)	3	- บรรยาย - ชักถามอภิปรายกลุ่ม - กิจกรรมกลุ่ม - Power Point Slide	ผศ.ดร.กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาณ
14	- การจัดองค์การการตลาด และ การประเมินผลประกอบการ (Organizing and Measuring Performance of the Market Function)	3	- บรรยาย - ชักถามอภิปรายกลุ่ม - กิจกรรมกลุ่ม - Power Point Slide	ผศ.ดร.ศรัณย์ รัตน์ สิทธิ์
15	- การตลาดสินค้าโภคภัณฑ์ (Commodity Marketing) - อนาคตของการตลาดสำหรับ ธุรกิจการเกษตร (The Future of Agribusiness Marketing)	3	- บรรยาย - ชักถามอภิปรายกลุ่ม - กิจกรรมกลุ่ม - Power Point Slide	ผศ.ดร.ศรัณย์ รัตน์ สิทธิ์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรม การเรียนรู้การสอน และ สื่อที่ใช้	ผู้สอน
16	- สอบปลายภาค			

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรม ที่	ผลการ เรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
1	1.2,1.3,1.6, 2.1,2.5,3.1,3.4, 4.1,4.3,4.5,4.6, 5.3,5.4	สังเกตและบันทึกพฤติกรรม - การเข้าชั้นเรียน - การส่งงาน และ - การแสดงความคิดเห็นในการ อภิปรายกลุ่ม และการนำเสนองาน	ตลอดภาค การศึกษา	10%
2	1.2,2.1,3.1,4.5, 5.3	ประเมินบันทึกการเรียนรู้ - บันทึกการบรรยาย และ - แฟ้มสะสมผลงาน	ตลอดภาค การศึกษา	10%
3	1.2, 1.3, 1.6, 2.1,2.5,3.1,3.4, 4.1,4.3,4.5,4.6, 5.3,5.4	ประเมินรายงานการศึกษาเดี่ยว - การศึกษาค้นคว้าตามที่ได้รับ มอบหมาย - กรณีศึกษา - การดูงานนอกสถานที่	สัปดาห์ที่ 7 และ 14	10%
4	1.2, 1.3, 1.6, 2.1,2.5,3.1, 3.4, 4.1,4.3,4.5,4.6, 5.3,5.4	ประเมินรายงานการศึกษากลุ่ม - การศึกษาค้นคว้าตามที่ได้รับ มอบหมาย - กรณีศึกษา - การดูงานนอกสถานที่	สัปดาห์ที่ 7 และ 14	30%
5	2.1,2.5,3.1,3.4,	การสอบ - การสอบไล่	สัปดาห์ที่ 15	40%

## หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

### 1. เอกสารและตำราหลัก

(1) Richard L. Kohls, Joseph N. Uhl (2001) Marketing of Agricultural Products / Edition 9. New York: Prentice Hall.

(2) J. Seperich, Michael W. Woolverton, James Beierlein (1997) Introduction to Agribusiness Marketing / Edition 1. New York: Prentice Hall.

### 2. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- (1) ฐานข้อมูลบทความวิชาการและบทความวิจัยในห้องสมุด
- (2) วารสารวิชาการชั้นนำ เช่น Journal of Management, และ Journal of International Business Studies.
- (3) วารสารชั้นนำทางการบริหารธุรกิจ เช่น Harvard Business Review, HBR On Point, และ Sloan Management Review
- (4) นิตยสารและหนังสือพิมพ์ที่สำคัญอื่นๆซึ่งนักศึกษาควรศึกษาเพิ่มเติม
- (5) หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ
- (6) หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ
- (7) หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ
- (8) หนังสือพิมพ์บิสิเนสไทย

## หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### 1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

ให้นักศึกษาทุกคนประเมินประสิทธิผลของรายวิชา ซึ่งรวมถึง วิธีการสอน การจัดกิจกรรม ในและนอกห้องเรียน สิ่งสนับสนุนการเรียนการสอน ซึ่งมีผลกระทบต่อการเรียนรู้ และผลการเรียนรู้ที่ได้รับ และเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงรายวิชา

### 2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

การประเมินการสอนของอาจารย์ผู้สอน และวิทยากร โดยนักศึกษาและ การสังเกตการณ์ของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้ประเมิน

### 3. การปรับปรุงการสอน

หลักสูตรกำหนดให้อาจารย์ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์และวิธีการสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลของรายวิชา แล้วจัดทำรายงานรายวิชาตามรายละเอียดที่ สกอ. กำหนดทุกภาค การศึกษา รวมถึงมีการประชุมอาจารย์ผู้รับผิดชอบและอาจารย์ประจำของหลักสูตรเพื่อหารือปัญหาการเรียนรู้นักศึกษาและร่วมกันหาแนวทางแก้ไข

### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

หลักสูตรแต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาความเหมาะสมของข้อสอบข้อเขียนทำหน้าที่ทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา โดยการสุ่มประเมินความเหมาะสมข้อสอบและของการให้คะแนนของรายวิชา 60% ของรายวิชาทั้งหมด ภายในรอบเวลาหลักสูตร

### 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

หลักสูตรมีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาจากผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษา ผลการประเมินโดยคณะกรรมการพิจารณาความเหมาะสมของข้อสอบข้อเขียน การรายงานรายวิชาโดยอาจารย์ผู้สอน หลังการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา อาจารย์ผู้สอนรับผิดชอบในการทบทวนเนื้อหาที่สอนและกลยุทธ์การสอนที่ใช้ และนำเสนอแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาในรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา เสนอต่อผู้ประสานหลักสูตร เพื่อนำเข้าที่ประชุมอาจารย์ผู้รับผิดชอบและอาจารย์ประจำหลักสูตรพิจารณาให้ความคิดเห็นและสรุปวางแผนพัฒนาปรับปรุงสำหรับใช้ในปีการศึกษาถัดไป