

## รายวิชาเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา	คณะวิทยาการจัดการ

### หมวดที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา 3593202 เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ International Economics
2. จำนวนหน่วยกิต 3 หน่วยกิต (3-0)
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา หลักสูตรเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน อาจารย์วันวิฐุ สรณารักษ์
5. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน ภาคการศึกษาที่ 1 / ชั้นปีที่ 3
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี) ไม่มี
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี) ไม่มี
8. สถานที่เรียน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด 2553

### หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา เพื่อให้ศึกษามีความรู้ ความเข้าใจในความหมายและความสำคัญของวิชาเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ มีความเข้าใจถึงบทบาทของฝ่ายต่างๆ ที่อยู่ในระบบเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
--

การค้าส่ง (Wholesaling)

การค้าส่ง หมายถึง กิจกรรมการขายสินค้าหรือบริการให้แก่ลูกค้าปลีกหรือค้าปลีก การค้าส่งหรือค้าปลีกหมายถึงการขายสินค้าหรือบริการให้แก่ลูกค้าปลีกหรือค้าปลีก

ประเภทของการค้าส่ง

1. พ่อค้าส่ง (Merchant Wholesaler) หมายถึง บุคคลหรือนิติบุคคลที่จำหน่ายสินค้าหรือบริการในปริมาณมาก ซึ่งพ่อค้าส่งจะขายสินค้าหรือบริการโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าปลีกหรือค้าปลีก

1.1 พ่อค้าส่งให้บริการอย่างเต็มที่ (Full function or service wholesalers) เป็นพ่อค้าส่งที่จำหน่ายสินค้าผ่านทางบริการแก่ลูกค้าปลีกหรือค้าปลีก การค้าส่งอย่างเต็มที่หมายถึงพ่อค้าส่งที่ให้บริการแก่ลูกค้าปลีกหรือค้าปลีก การค้าส่งอย่างเต็มที่หมายถึงพ่อค้าส่งที่ให้บริการแก่ลูกค้าปลีกหรือค้าปลีก

1.2 พ่อค้าส่งให้บริการจำกัด (Limited function or service wholesalers) เป็นพ่อค้าส่งที่จำหน่ายสินค้าผ่านทางบริการแก่ลูกค้าปลีกหรือค้าปลีก การค้าส่งอย่างจำกัดหมายถึงพ่อค้าส่งที่ให้บริการแก่ลูกค้าปลีกหรือค้าปลีก การค้าส่งอย่างจำกัดหมายถึงพ่อค้าส่งที่ให้บริการแก่ลูกค้าปลีกหรือค้าปลีก

2. นายหน้าและตัวแทน (Agent and Broker) หมายถึง บุคคลหรือนิติบุคคลที่จำหน่ายสินค้าหรือบริการในปริมาณมาก ซึ่งนายหน้าและตัวแทนจะขายสินค้าหรือบริการโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าปลีกหรือค้าปลีก

2.1 นายหน้า (Broker) เป็นผู้ที่ค้าส่งที่ส่งมอบสินค้าหรือบริการให้แก่ลูกค้าปลีกหรือค้าปลีก นายหน้าจะขายสินค้าหรือบริการให้แก่ลูกค้าปลีกหรือค้าปลีก การค้าส่งโดยนายหน้าหมายถึงการขายสินค้าหรือบริการให้แก่ลูกค้าปลีกหรือค้าปลีก

2.2 ตัวแทน (Agent) เป็นผู้ที่ค้าส่งที่ส่งมอบสินค้าหรือบริการให้แก่ลูกค้าปลีกหรือค้าปลีก ตัวแทนจะขายสินค้าหรือบริการให้แก่ลูกค้าปลีกหรือค้าปลีก การค้าส่งโดยตัวแทนหมายถึงการขายสินค้าหรือบริการให้แก่ลูกค้าปลีกหรือค้าปลีก

## 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

1. เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจและสามารถวิเคราะห์และทำความเข้าใจในปัญหาทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศได้
2. เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจและสามารถบทความและข้อมูลทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศที่เป็นภาษาอังกฤษได้
3. เพื่อให้ศึกษาทราบและตระหนักถึงปัญหาเศรษฐกิจระหว่างประเทศที่เกิดขึ้น และสามารถนำมาปรับใช้กับตนเองได้

## หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

### 1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ และนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับการควบคุมสินค้าเข้าและสินค้าออก การค้าระหว่างประเทศกับการพัฒนาเศรษฐกิจ การแก้ไขดุลการค้าและการชำระเงินระหว่างประเทศ การลงทุนระหว่างประเทศ สถาบันการเงินระหว่างประเทศ และความร่วมมือทางกลุ่มเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยาย 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษา เฉพาะราย	ไม่มีการฝึกปฏิบัติงานภาคสนาม	การศึกษาด้วยตนเอง 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ประกาศเวลาให้คำปรึกษาผ่านเว็บไซต์คณะ
- อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคล หรือ รายกลุ่มตามความต้องการ 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (เฉพาะรายที่ต้องการ)

## หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 1. คุณธรรม จริยธรรม

#### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

พัฒนาผู้เรียนให้มีความรับผิดชอบ มีวินัย มีความซื่อสัตย์ต่องานหรือกิจกรรมที่ได้รับมอบหมาย โดยมีคุณธรรม จริยธรรมตามคุณสมบัติ ดังนี้

ลักษณะของร้านค้าปลีกที่มีจำนวนของร้านค้าปลีกหลาย ๆ แห่งรวมตัวกันเป็น  
 ธุรกิจในรูปแบบต่าง ๆ ที่มีเครือข่าย มีสาขาจำนวนมาก เป็นการสร้างรายได้แก่ผู้ประกอบการ  
 ต่อหน่วยงานการตลาด (Economic of Scale) ร้านค้าปลีกที่รวมตัวกันเป็นศูนย์กลาง เช่น ร้านค้าปลีก  
 ใหญ่ (Corporate chain store) ร้านค้าปลีกแบบแฟรนไชส์ (Voluntary chain store) สาขา  
 ผู้ค้าปลีก (Retailer cooperative) สาขาของผู้บริโภค (Consumer cooperative) ร้านค้าปลีกที่  
 (Franchise) การรวมกลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าปลีก (Merchandising conglomerate)

**องค์การการค้าปลีก (Retail Organizations)**

ลักษณะการขายปลีกที่มีจำนวนสูงและเป็นการขายปลีกเป็นลักษณะของการขายปลีก (Direct  
 Selling) การตลาดแบบไม่ผ่านคนกลางหรือการตลาดทางตรง (Direct Marketing) การขายปลีก  
 อัตโนมัติ (Automatic vending machine) การให้บริการในเครื่อง (Buying service) การตลาดแบบ  
 ออนไลน์ (Online Marketing) หรือการตลาดผ่านระบบพีซีอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic commerce)

**การค้าปลีกแบบไม่มีร้านค้า (Non-stores retailing)**

- ร้านค้าปลีกชนิด (Category Killer) มีลักษณะคือมีจำนวนร้านค้าปลีกเฉพาะอย่างและมีการ  
 นำสินค้าที่มีคุณภาพสูงและการให้บริการในทำเลเดียวกัน แต่ราคาและยี่ห้อต่าง ๆ ต่างจากผู้บริโภค  
 การแข่งขันที่รุนแรงคุณภาพและราคาดีเยี่ยม (Super Sport) พาวเวอร์บาย (Power Buy)  
 พาวเวอร์มอลล์ (Power Mall) แม็คโคสโพลิส
- ศูนย์การค้ารวม (Shopping Center or Shopping Complex) ร้านค้าปลีกที่รวมกัน  
 รูปแบบจากห้างสรรพสินค้าโดยมีการรวมร้านค้าปลีกในห้างสรรพสินค้า เช่น ห้างสรรพสินค้า  
 สามารถเลือกซื้อสินค้าและบริการได้ตามความต้องการ เช่น พิวเออร์ปาร์ค มานีแอนด์เดอะคอสต์

<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต</li> <li>- มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม</li> <li>- มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขข้อขัดแย้งและลำดับความสำคัญ</li> <li>- เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์</li> <li>- เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม</li> </ul>
<p><b>1.2 วิธีการสอน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาเกี่ยวกับประเด็นทางจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ</li> <li>- อภิปรายกลุ่ม</li> <li>- กำหนดให้นักศึกษาค้นคว้าตัวอย่างที่เกี่ยวข้อง</li> </ul>
<p><b>1.3 วิธีการประเมินผล</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- พฤติกรรมการเข้าเรียน และส่งงานที่ได้รับมอบหมายตามขอบเขตที่ให้และตรงเวลา</li> <li>- มีการอ้างอิงเอกสารที่ได้นำมาทำรายงาน อย่างถูกต้องและเหมาะสม</li> <li>- ประเมินผลการนำเสนอรายงานที่มอบหมาย</li> </ul>
<p><b>2. ความรู้</b></p>
<p><b>2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ</b></p> <p>มีความรู้ในความสำคัญของเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ นโยบายการค้าระหว่างประเทศ การลงทุนระหว่างประเทศ ตลาดเงินตราต่างประเทศ ดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ และกลไกการปรับตัวของดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ</p>
<p><b>2.2 วิธีการสอน</b></p> <p>บรรยาย อภิปราย การทำงานกลุ่ม การนำเสนอรายงาน การวิเคราะห์กรณีศึกษา และมอบหมายให้ค้นคว้าหาบทความ ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง โดยนำมาสรุปและนำเสนอ การศึกษาโดยใช้กรณีศึกษา</p>
<p><b>2.3 วิธีการประเมินผล</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สอบกลางภาค สอบปลายภาค ด้วยข้อสอบที่เน้นการวัดหลักการและทฤษฎี</li> <li>- นำเสนอสรุปการอ่านจากการค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้อง</li> <li>- แบบฝึกหัดและวิเคราะห์กรณีศึกษา</li> </ul>
<p><b>3. ทักษะทางปัญญา</b></p>
<p><b>3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา</b></p> <p>พัฒนาความสามารถในการคิดอย่างมีการคิดอย่างเป็นระบบ มีการวิเคราะห์ เข้าถึงบทความและข้อมูลทางเศรษฐกิจที่เป็นภาษาอังกฤษ เพื่อเข้าใจถึงปัญหาทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศได้</p>
<p><b>3.2 วิธีการสอน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การมอบหมายให้นักศึกษาทำงานกลุ่ม และนำเสนอผลงาน</li> </ul>

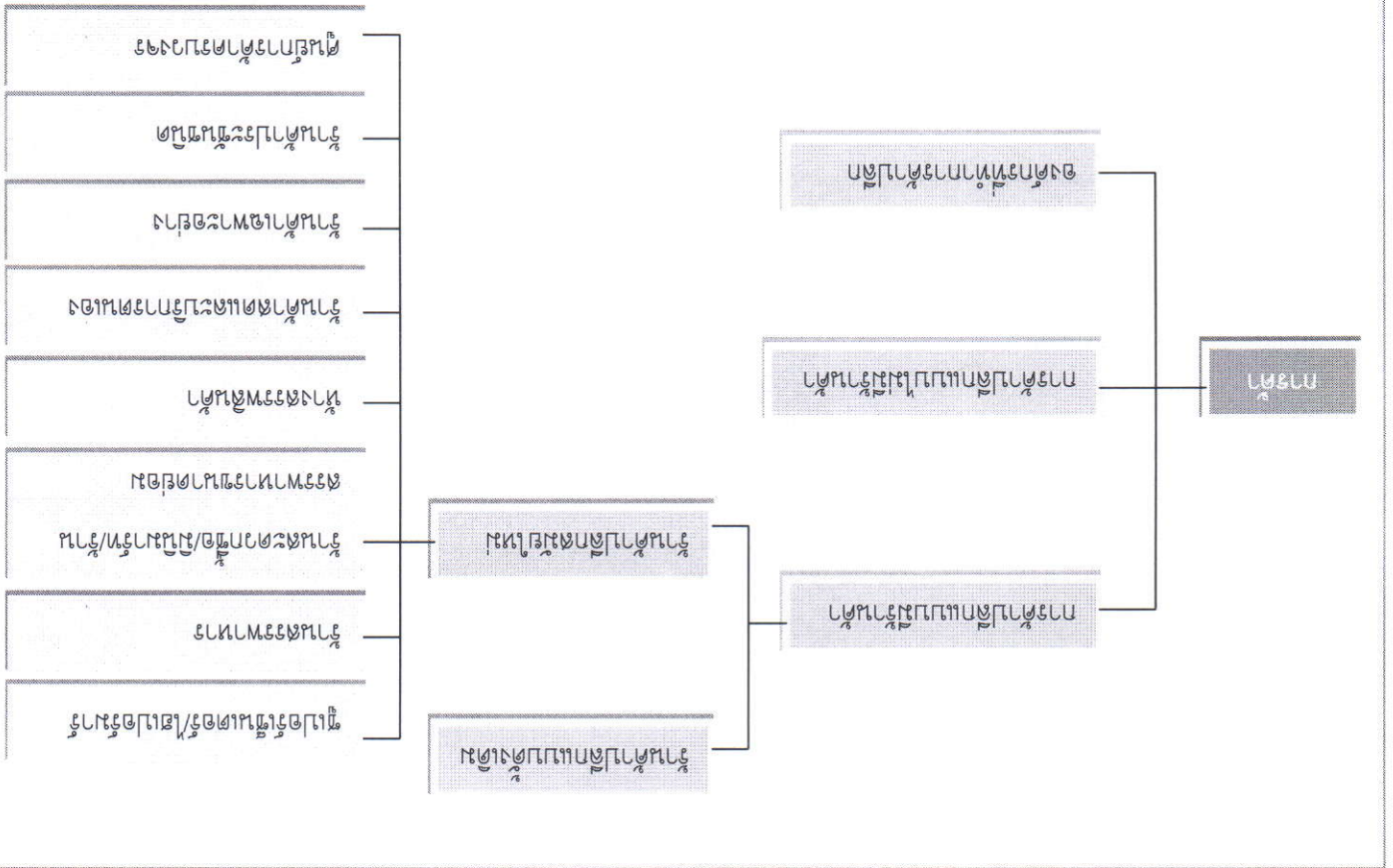
- ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) หรือร้านโชห่วย (Grocery Store) หรือร้านขายของชำที่มักพบเห็นกันทั่วไปในชุมชนเมืองและชนบท โดยมีการจัดวางสินค้าไม่เรียงรายอย่างเป็นระเบียบเหมือนร้านค้าปลีกสมัยใหม่
- ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เป็นร้านค้าปลีกที่มีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นหมวดหมู่ การให้บริการจัดระบบต่างๆ มีมาตรฐาน การให้บริการที่ทันสมัย มีเครื่องปรับอากาศ มีพัดลมเพดานเพื่อให้อากาศถ่ายเทสะดวก บริการลูกค้าด้วยตนเอง (Self service) การตกแต่งร้านสวยงาม เพื่อดึงดูดลูกค้าให้ใช้บริการลูกค้าในแบบบริการตนเอง (Self service) ซึ่งร้านค้าปลีกสมัยใหม่สามารถแบ่งออกเป็นประเภทต่างๆ ได้หลายรูปแบบคือ
  - ซูเปอร์เซ็นเตอร์ (Supercenter) หรือไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hypermarket) เป็นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่ให้บริการลูกค้าในลักษณะที่คล้ายคลึงกับห้างสรรพสินค้าได้แก่ในสถานที่เดียวกัน เช่น ซูเปอร์เซ็นเตอร์ (Lotus) คาร์ฟูร์ (Carrefour) ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket) ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่ให้บริการลูกค้าในรูปแบบที่คล้ายคลึงกับห้างสรรพสินค้า โดยที่ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าได้โดยไม่ต้องผ่านพนักงานขายเหมือนร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม
  - ร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อ (Convenience Store/Minimart/Superette) ลักษณะร้านค้าปลีกที่เน้นความสะดวกสบายในการซื้อสินค้าจำเป็นประจำวัน เช่น ข้าวสาร น้ำดื่ม อาหารแห้ง เป็นต้น
  - ร้านค้าปลีกแบบครอบครัว (Familymart) (Department Store) ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่ขายสินค้าหลายประเภท เช่น เสื้อผ้า เครื่องสำอาง อุปกรณ์กีฬา เป็นต้น
  - ร้านค้าปลีกแบบเต็มรูปแบบ (Full-Service) ร้านค้าปลีกที่ให้บริการลูกค้าแบบเต็มรูปแบบทั้งในด้านสินค้าและบริการ เช่น ร้านค้าปลีกที่ให้บริการลูกค้าแบบครบวงจร เช่น ร้านค้าปลีกที่ให้บริการลูกค้าแบบครบวงจร เช่น ร้านค้าปลีกที่ให้บริการลูกค้าแบบครบวงจร
  - ร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อ (Convenience Store/Minimart/Superette) ลักษณะร้านค้าปลีกที่เน้นความสะดวกสบายในการซื้อสินค้าจำเป็นประจำวัน เช่น ข้าวสาร น้ำดื่ม อาหารแห้ง เป็นต้น
  - ร้านค้าปลีกแบบครอบครัว (Familymart) (Department Store) ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่ขายสินค้าหลายประเภท เช่น เสื้อผ้า เครื่องสำอาง อุปกรณ์กีฬา เป็นต้น
  - ร้านค้าปลีกแบบเต็มรูปแบบ (Full-Service) ร้านค้าปลีกที่ให้บริการลูกค้าแบบเต็มรูปแบบทั้งในด้านสินค้าและบริการ เช่น ร้านค้าปลีกที่ให้บริการลูกค้าแบบครบวงจร เช่น ร้านค้าปลีกที่ให้บริการลูกค้าแบบครบวงจร
- ร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อ (Convenience Store/Minimart/Superette) ลักษณะร้านค้าปลีกที่เน้นความสะดวกสบายในการซื้อสินค้าจำเป็นประจำวัน เช่น ข้าวสาร น้ำดื่ม อาหารแห้ง เป็นต้น
- ร้านค้าปลีกแบบครอบครัว (Familymart) (Department Store) ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่ขายสินค้าหลายประเภท เช่น เสื้อผ้า เครื่องสำอาง อุปกรณ์กีฬา เป็นต้น
- ร้านค้าปลีกแบบเต็มรูปแบบ (Full-Service) ร้านค้าปลีกที่ให้บริการลูกค้าแบบเต็มรูปแบบทั้งในด้านสินค้าและบริการ เช่น ร้านค้าปลีกที่ให้บริการลูกค้าแบบครบวงจร เช่น ร้านค้าปลีกที่ให้บริการลูกค้าแบบครบวงจร

<ul style="list-style-type: none"> <li>- อภิปรายกลุ่ม</li> <li>- วิเคราะห์กรณีศึกษา และบทความภาษาอังกฤษ</li> </ul>
<p><b>3.3 วิธีการประเมินผล</b></p> <p>สอบกลางภาค สอบปลายภาค และรายงานที่มีการวิเคราะห์สถานการณ์ หรือวิเคราะห์แนวคิดในการประยุกต์ใช้ภาษาอังกฤษและเทคโนโลยีสารสนเทศ</p>
<p><b>4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ</b></p>
<p><b>4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนาทักษะในการสร้างสัมพันธภาพระหว่างผู้เรียนด้วยกัน</li> <li>- พัฒนาความเป็นผู้นำและผู้ตามในการทำงานเป็นทีม</li> <li>- พัฒนาการเรียนรู้ด้วยตนเอง และมีความรับผิดชอบในงานที่มอบหมายให้ครบถ้วนตามกำหนดเวลา</li> </ul>
<p><b>4.2 วิธีการสอน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดกิจกรรมกลุ่มในการวิเคราะห์กรณีศึกษา</li> <li>- มอบหมายงานรายกลุ่ม และรายบุคคล เช่น การวิเคราะห์การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในรูปแบบต่างๆ เครื่องมือค้ำกันทางการค้า เป็นต้น</li> <li>- การนำเสนอรายงาน</li> </ul>
<p><b>4.3 วิธีการประเมินผล</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ประเมินตนเอง และเพื่อน ด้วยแบบฟอร์มที่กำหนด</li> <li>- รายงานที่นำเสนอ พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม</li> <li>- รายงานการศึกษาด้วยตนเอง</li> </ul>
<p><b>5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ</b></p>
<p><b>5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ทักษะการคิดคำนวณ เชิงตัวเลข</li> <li>- พัฒนาทักษะในการสื่อสารทั้งการพูด การฟัง การแปล การเขียน โดยการทำรายงาน และนำเสนอในชั้นเรียน</li> <li>- พัฒนาทักษะในการวิเคราะห์ข้อมูลจากกรณีศึกษา</li> <li>- พัฒนาทักษะในการสืบค้น ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต</li> <li>- ทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสาร เช่น การส่งงานทางอีเมล</li> <li>- ทักษะในการนำเสนอรายงานโดยใช้รูปแบบ เครื่องมือ และเทคโนโลยีที่เหมาะสม</li> </ul> <p><b>5.2 วิธีการสอน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มอบหมายงานให้ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง จาก website สื่อการสอน e-learning และทำรายงาน โดยเน้นการนำตัวเลข หรือมีสถิติอ้างอิง จากแหล่งที่มาข้อมูลที่น่าเชื่อถือ</li> <li>- นำเสนอโดยใช้รูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม</li> </ul>

รูปที่ 8.5 ประเภทร้านค้าปลีก (Store format หรือ Store type) ซึ่งสามารถแบ่งร้านค้าปลีกได้ 3 ประเภท คือ

ร้านค้าปลีกแบบสมัยใหม่ (Stores retailing)

รูป 8.5 ประเภทร้านค้าปลีก



1. การค้าปลีกแบบสมัยใหม่ (Stores retailing)
2. การค้าปลีกแบบไม่สมัยใหม่ (Non-stores retailing)
3. องค์กรที่ทำการค้าปลีก (Retail Organizations)

ประเภทของธุรกิจค้าปลีก (Store format หรือ Store type)

สามารถแบ่งธุรกิจค้าปลีกได้ 3 ประเภท คือ



### 5.3 วิธีการประเมินผล

- การจัดทำรายงาน และนำเสนอด้วยสื่อเทคโนโลยี
- การมีส่วนร่วมในการอภิปรายและวิธีการอภิปราย

## หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

### 1. แผนการสอน

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
1	<b>บทที่ 1 บทนำ</b> 1. แนะนำเนื้อหาทฤษฎีวิชา และวิธีการเรียนการสอน วิธีการวัดและการประเมินผล 2. ทดสอบและทบทวน ความรู้ความเข้าใจพื้นฐาน ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับ เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ	3	1. นักศึกษาทำแบบทดสอบ ความรู้ก่อนเรียน 2. นักศึกษาตอบรายละเอียด เกี่ยวกับประวัติตนเอง (คะแนน เฉลี่ยสะสม วิธีการสอนที่ ต้องการเพื่อให้เข้าใจปัญหาที่ คาดว่าจะเกิดเมื่อเรียนวิชานี้) 3. ชี้แจงเกี่ยวกับหนังสือ-เอกสาร การอ้างอิง การสืบค้น ที่ใช้ เรียนประกอบ 4. นักศึกษาแต่ละคนสืบค้นข้อมูล ทางการค้าตามแบบฝึกหัดบทที่ 1 <u>สื่อการสอน</u> 1. แบบทดสอบ 2. แผนการสอน 3. แฟ้มประวัตินักศึกษา 4. power-point/ แผ่นใส 5. website 6. ใบงานที่ 1	
2	<b>บทที่ 2 ทฤษฎีสำนักคลาสสิก</b> 1. เข้าใจถึงทฤษฎีการค้าสำนัก คลาสสิกความแตกต่าง ระหว่างการขาย กับการตลาด	3	1. บรรยายประกอบสื่อการสอน แผ่นใส/power-point 2. นักศึกษาแต่ละคนทำแบบฝึกหัด บทที่ 2 ตามใบงานที่ 2	
3	<b>บทที่ 3 ทฤษฎีสำนักนีโอ คลาสสิก</b> 1. เข้าใจถึงทฤษฎีการค้า สำนักนีโอคลาสสิก	3	1. บรรยายประกอบสื่อการสอน แผ่นใส/power-point 2. นักศึกษาแต่ละคนทำแบบฝึกหัด บทที่ 2 ตามใบงานที่ 3	