



โครงการบรรยายวิชา 14016120 การจัดการตลาดธุรกิจเกษตรและอาหาร
(MARKETING MANAGEMENT FOR AGRIBUSINESS AND FOOD)

ภาคต้น ปีการศึกษา 2557

วิทยาลัยการบริหารและการจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ผู้สอน : ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภาวดี ปัตทวิรงศา

วันเวลาและห้องเรียน : กลุ่ม 1 วันอังคาร เวลา 16.00 - 19.00 น. ห้อง 407 อาคาร AMC

กลุ่ม 2 วันอังคาร เวลา 09.00 - 12.00 น. ห้อง 407 อาคาร AMC

วิชาพื้นฐานที่ต้องเรียนมาก่อน : 14016111 หลักการตลาด(principle of marketing)

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำเอาหลักการตลาดไปใช้ในทางปฏิบัติตามสภาพแวดล้อมทางธุรกิจต่าง ๆ โดยเน้นในส่วนที่เกี่ยวกับธุรกิจเกษตร โดยครอบคลุมหัวข้อที่เกี่ยวกับการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การวางแผนและกลยุทธ์การตลาด ส่วนประสมการตลาด

เอกสารอ่านประกอบการศึกษา :

ภวัต เจียมจิณฉัตร และคณะ. การจัดการการตลาดสินค้าเกษตร. พิมพ์ครั้งที่ 3. สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยนครราชสีมา, 2555.

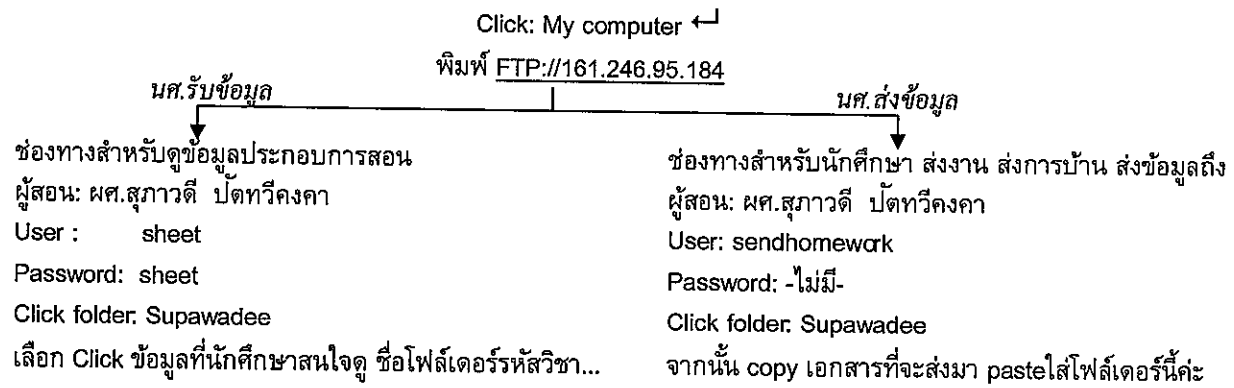
Pattweekongka S. 2004. "Consumer Behavior toward Pesticide-free Vegetable in Bangkok; Thailand." proceedings of the 1st KMITL Interconference on international conference *Integration of science and technology for sustainable development*. 87:89.

Pattweekongka, S., Patthaveekongka, S. and Chaiyasoonthorn, W. 2012. "Customer Behavior of the Swimming Pool". *International Journal of Business and Management Studies*.1(2): 169-173.

I.M. Crawford. 1997. AGRICULTURAL AND FOOD MARKETING MANAGEMENT. *FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS*. Rome, Italy. May, 2013 Online available: <http://www.fao.org/docrep/004/W3240E/W3240E00.htm#pre>

การวัดผล : 5% ประเมินจาก ความสนใจเรียน+ทดสอบย่อย(Quiz)
15% „____„ งานกลุ่ม
35% „____„ สอบวัดผลกลางภาค
45% „____„ สอบวัดผลปลายภาค

ช่องทางติดต่อกับผู้สอน:



หัวข้อการบรรยาย :

คาบ	วัน/เดือน/ปี	เนื้อหา
1	12 ส.ค.57	สร้างความเข้าใจแผนการสอนตาม Course Syllabus วิชา 14016120 ความหมายของการจัดการการตลาดธุรกิจเกษตรและอาหาร โครงสร้างระบบธุรกิจเกษตรและอาหาร โครงสร้างตลาดทางเศรษฐศาสตร์และการวิเคราะห์การแข่งขันทางการตลาดธุรกิจเกษตรและอาหาร
2	19 ส.ค.57	ลักษณะและวิธีการตลาดสินค้าเกษตร สถาบันตัวกลางทางการตลาด การจำแนกประเภทและบทบาทของศูนย์กลางทางการตลาดสินค้าเกษตรกรรมและอาหาร ตลาดข้อตกลงและตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าสินค้าเกษตร ความสำคัญของการจัดการการตลาดธุรกิจเกษตรและอาหารในประเทศไทย ความแตกต่างระหว่างการจัดการการตลาดสินค้าเกษตรและอาหารกับสินค้าทั่วไป
3	26 ส.ค.57	มาตรการด้านการตลาดสินค้าเกษตรและอาหารในประเทศไทย หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีบทบาทสนับสนุนด้านการตลาดสินค้าเกษตร
4	2 ก.ย.57	กระบวนการจัดการการตลาดธุรกิจเกษตรและอาหาร ระบบสารสนเทศการตลาดสินค้าเกษตรและอาหาร(ความหมาย ความสำคัญ องค์ประกอบระบบ และการวิจัยการตลาด)
5	9 ก.ย.57	กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรของตลาดองค์กร พฤติกรรมผู้ซื้อสินค้าเกษตรและอาหาร การพยากรณ์ความต้องการของตลาดสินค้า
6	16 ก.ย.57	การจัดการการตลาดสินค้าเกษตรด้านผลิตภัณฑ์ การจัดการการตลาดสินค้าเกษตรด้านราคา
7	23 ก.ย.57	การจัดการการตลาดสินค้าเกษตรด้านการจัดจำหน่าย การจัดการการตลาดสินค้าเกษตรด้านการส่งเสริมการตลาด
	30 ก.ย.57	
เสาร์	11 ต.ค.57	13.30-16.30 น. สอบกลางภาคปีการศึกษา1/2557 วันที่ 4 – 12ต.ค.57
8	14 ต.ค.57	กระบวนการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ การจัดการเชิงกลยุทธ์ กับแผนกลยุทธ์ระดับปฏิบัติการทางการตลาด การวิเคราะห์สถานการณ์การแข่งขันของธุรกิจและคู่แข่งในอุตสาหกรรม
9	21 ต.ค.57	ยุทธศาสตร์การตลาดและกลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาดสินค้าเกษตรและอาหาร เป้าหมายและดัชนีชี้วัดความสำเร็จของการจัดการการตลาดธุรกิจเกษตรและอาหาร การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด และการกำหนดยุทธศาสตร์ทางการตลาด
10	28 ต.ค.57	การค้นหาและเลือกตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาด
11	4 พ.ย.57	โปรแกรมแผนงานทางการตลาด การควบคุม ประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการตลาด และรายงานข้อมูลป้อนกลับ
12	11 พ.ย.57	จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม(ethics and social responsibility)
13	18 พ.ย.57	นำเสนอรายงานการศึกษา(งานกลุ่ม) ชักถามและอภิปราย
14	25 พ.ย.57	นำเสนอรายงานการศึกษา(งานกลุ่ม)ชักถามและอภิปรายงานกลุ่ม ชักถามทบทวนเนื้อหาและอภิปรายสรุป
ศุกร์	12 ธ.ค.57	13.30-16.30 น. สอบปลายภาค ปีการศึกษา1/2557 วันที่ 1 - 16 ธ.ค.57