



ที่ ศธ ๐๒๑๐.๘๑๐๕/ ส.พ.๗

กศน.อำเภอบางปลาม้า
ต.โคกคราม อ.บางปลาม้า สพ. ๗๒๑๕๐

๑๗ สิงหาคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขอความเห็นชอบการจัดทำหลักสูตรการศึกษาต่อเนื่อง

เรียน ประธานและคณะกรรมการสถานศึกษา

สิ่งที่ส่งมาด้วย สาระหลักสูตร การค้าออนไลน์ กลยุทธ์การตลาดเชื่อมโยงจาก Online และ Offline
จำนวน ๑ หลักสูตร

ด้วยศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยอำเภอบางปลาม้า ได้จัดทำ
หลักสูตร การค้าออนไลน์ กลยุทธ์การตลาดเชื่อมโยงจาก Online และ Offline จำนวน ๑๒ ชั่วโมง เพื่อการ
จัดการศึกษาต่อเนื่อง หลักสูตรโครงการศูนย์ดิจิทัลชุมชน

ดังนั้น ศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยอำเภอบางปลาม้า จึงขอความ
อนุเคราะห์จากท่านในการพิจารณาสาระหลักสูตรดังกล่าว และได้แนบหลักสูตรมาพร้อมหนังสือฉบับนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(นางสมควร วงษ์แก้ว)

ผู้อำนวยการ กศน.อำเภอบางปลาม้า

งานการศึกษาต่อเนื่อง

โทร. ๐ ๓๕๕๘ ๖๔๑๕

โทรสาร. ๐ ๓๕๕๘-๖๔๑๕

หลักสูตร การค้าออนไลน์ กลยุทธ์การตลาดเชื่อมโยงจาก Online และ Offline

จำนวน 12 ชั่วโมง

ศูนย์การศึกษาอบรมและการศึกษาตามอัธยาศัยอำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

หลักการและเหตุผล

พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปอย่างรุนแรงและรวดเร็ว โดยมีตัวเร่งสำคัญคือ สถานการณ์ของโรคระบาดโควิด-19 ที่ช่วยเร่งให้ผู้บริโภคกระโจนเข้ามาใช้ชีวิตในโลกออนไลน์กันอย่างมากมาย เกิดการยอมรับวิถีชีวิตใหม่ที่ทำให้การจับจ่ายซื้อสินค้าผ่านระบบ E-Commerce อย่างกว้างขวาง ประกอบกับ โครงการสนับสนุนจากภาครัฐที่ช่วยกระตุ้นให้ประชาชนใช้งาน Mobile Application และเริ่ม ปรับสังคมไทยไปสู่ สังคมไร้เงินสดอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ธุรกิจต่างก็ต้องปรับตัวและนำธุรกิจเข้าสู่โลกออนไลน์ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

สิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปมากที่สุดในโลกออนไลน์และกระทบกับส่วนงานการตลาดโดยตรง คือ สื่อ สื่อที่เคย ทรงอิทธิพลอย่างเช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ถูกลดบทบาทและความสำคัญลงไปอย่างมาก สวนทางกับสื่อ สังคมออนไลน์ ที่เราเรียกขานกันติดปากไปแล้วว่า Social Media ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Youtube, LINE, Instagram, Twitter, TikTok เป็นต้น

จากสถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ตจากหลากหลายองค์กร ได้ผลสรุปไปในทิศทางเดียวกัน คือ คนไทยเสพติด Social Media เป็นจำนวนมาก และคนไทยเป็นชนชาติที่ใช้งาน Social Media หลาย ๆ สื่อ มากเป็นอันดับต้น ของโลก ทำให้ทิศทางการตลาดในปัจจุบันถูกชี้นำโดยสื่อสังคมออนไลน์ พฤติกรรมของ ผู้บริโภคในปัจจุบันกำลัง ดำเนินไปอย่างเข้มข้นและรวดเร็ว จากข้อมูลทีกล่าวมาข้างต้น ทำให้ธุรกิจรับรู้จนเป็น ที่ชัดเจนแล้วว่า งานขาย และงานการตลาด ณ วันนี้ จำเป็นต้องพึ่งพาสื่อสังคมออนไลน์อย่างมาก และไม่ใช่ เพียงแค่ระบบใดระบบหนึ่ง เท่านั้น การตลาดออนไลน์จะต้องทำผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในแทบจะทุกระบบ เพราะผู้บริโภคเสพสื่อจากหลาย ช่องทางในเวลาเดียวกัน

การที่จะเข้าใจการตลาด Online ที่เชื่อมโยงกับการตลาด Offline ได้นั้น ไม่ว่าจะอยู่ในฐานะใด จำเป็นต้องจำลองตนเองให้เป็นผู้ขาย นักการตลาด พ่อค้าแม่ขาย แล้วเรียนรู้เข้าใจกลไกการทำงานของสื่อ สังคมออนไลน์เพื่อช่วยยกระดับการขายตรงไปสู่ผู้บริโภค ซึ่งต่างก็ใช้ชีวิตผ่านสื่อสังคมออนไลน์

วัตถุประสงค์การเรียนรู้

1. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมมีความเข้าใจอย่างแท้จริงถึง พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล
2. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมเข้าใจถึงรูปแบบและเทคนิคการขายออนไลน์
3. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้และลงมือฝึกปฏิบัติสร้าง Sale Content เพื่อใช้สื่อสารทางการตลาดกับ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย

ประชาชนทั่วไปในพื้นที่ อำเภอบางปลาม้า

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ผู้เข้าอบรมมีความเข้าใจอย่างแท้จริงถึง “พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล”
2. ผู้เข้าอบรมมีความเข้าใจกลไกการทำงานและแนวโน้มใหม่ๆของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่องานการตลาดและการขาย
3. ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้การตลาดขั้นพื้นฐานที่จะนำไปใช้เชื่อมโยงระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดออนไลน์ผ่านเครื่องมือที่หลากหลาย
4. ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้และทดลองปฏิบัติเขียนเนื้อหาแบบ Sale Content ให้เป็นที่น่าสนใจต่อกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการแสดงผลของเนื้อหาดังกล่าวในสื่อสังคมออนไลน์
5. ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้และลงมือปฏิบัติการตั้งค่าและการใช้งาน Facebook Page และ Tiktok เพื่อสื่อสารกับ กลุ่มเป้าหมายได้ตรงตามกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ทางการตลาด

ตารางการอบรม

วันที่ 1

Module 1: แนวโน้มการตลาดดิจิทัล 2022 (3 ชั่วโมง)

- พฤติกรรมการเสพสื่อของผู้บริโภค
- สื่อสังคมออนไลน์มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างไร
- กลไกการทำงานของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อความสนใจและพฤติกรรมผู้บริโภค
- ผลลัพธ์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคยุคโควิด

Module 2: การตลาดพื้นฐาน (3 ชั่วโมง)

- แนวคิดการตลาดขั้นพื้นฐาน สิ่งที่เป็นฐานรากที่ขาดไม่ได้
- แนวคิดการแบ่งระดับข้อมูลสำหรับนำเสนอสินค้า
- รูปแบบการเขียน Caption โดนใจ เพื่อใช้พาดหัวให้สะดุด หยุคนี้วิ่ง

วันที่ 2

Module 3: กลยุทธ์การทำ Facebook Page เพื่อขายสินค้าแบบน่าสนใจ (3 ชั่วโมง)

- เข้าใจและสามารถตั้งค่า Facebook Page ให้ได้ตามมาตรฐานของ Facebook เพื่อเป็น page ที่พร้อมใช้งาน
- เข้าใจกลยุทธ์การสร้าง Facebook Page สำหรับขั้นตอนการสร้างการรับรู้
- เข้าใจแนวทางการสร้าง Sale Content มาตรฐาน
- ฝึกปฏิบัติสร้าง Sale Content ให้เหมาะกับสินค้า

Module 4: กลยุทธ์การทำ Tiktok เพื่อขายสินค้าแบบน่าสนใจ (3 ชั่วโมง)

- เข้าใจการสร้าง Tiktok สำหรับขั้นตอนการสร้างการรับรู้
- เข้าใจแนวทางการสร้าง Sale Content มาตรฐาน
- ฝึกปฏิบัติสร้าง Sale Content ให้เหมาะกับสินค้า

หลักสูตร

การค้าออนไลน์ กลยุทธ์การตลาดเชื่อมโยงจาก Online และ Offline	จำนวน	12	ชั่วโมง
ทฤษฎี	จำนวน	7	ชั่วโมง
ปฏิบัติ	จำนวน	5	ชั่วโมง

โครงสร้างสาระหลักสูตรการค้าออนไลน์ กลยุทธ์การตลาดเชื่อมโยงจาก Online และ Offline

(จำนวน 12 ชั่วโมง)

ศูนย์การศึกษาอนุกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยอำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

ที่	เรื่อง	จุดประสงค์การเรียนรู้	เนื้อหา	กระบวนการเรียนรู้	จำนวนชั่วโมง	
					ทฤษฎี	ปฏิบัติ
1.	1.แนวโน้ม การตลาดดิจิทัล 2022 2.การตลาดพื้นฐาน	1. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมมีความเข้าใจอย่างแท้จริงถึง พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล 2. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมเข้าใจถึงรูปแบบและเทคนิคการขายออนไลน์ 3. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้และลงมือฝึกปฏิบัติสร้าง Sale Content เพื่อใช้สื่อสารทางการตลาดกับ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	1 พฤติกรรมการเสพ สื่อของผู้บริโภค 2 สื่อสังคมออนไลน์ มีผลต่อพฤติกรรม ผู้บริโภคอย่างไร 3 กลไกการทำงานของสื่อสังคม ออนไลน์ที่มีผลต่อ ความสนใจและ พฤติกรรมผู้บริโภค 4 ผลลัพธ์ที่ส่งผลต่อ พฤติกรรมผู้บริโภคยุค โควิด 1 แนวคิดการตลาด ขั้นพื้นฐาน สิ่งที่เป็น ฐานรากที่ขาด ไม่ได้ 2 แนวคิดการแบ่ง ระดับข้อมูลสำหรับ นำเสนอสินค้า 3 รูปแบบการเขียน Caption โดนใจ เพื่อใช้พาดหัวให้ สะดุด หยุคนิ้วโป้ง	1.วิทยากรให้ความรู้เรื่อง แนวโน้มการตลาดดิจิทัล 2022 2.การตลาดพื้นฐาน	2	1
					2	1

2.	<p>1.กลยุทธ์การทำ Facebook Page เพื่อขายสินค้าแบบ น่าสนใจ</p> <p>2.กลยุทธ์การทำ Tiktok เพื่อขาย สินค้าแบบน่าสนใจ</p>	<p>1. เพื่อให้ผู้เข้าชมมีความเข้าใจอย่างแท้จริง ถึง พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล</p> <p>2. เพื่อให้ผู้เข้าชมเข้าใจถึงรูปแบบและ เทคนิคการขายออนไลน์</p> <p>3. เพื่อให้ผู้เข้าชมได้ เรียนรู้และลงมือฝึก ปฏิบัติสร้าง Sale Content เพื่อใช้สื่อสาร ทางการตลาดกับ กลุ่ม ลูกค้าเป้าหมาย</p>	<p>1.เข้าใจและ สามารถตั้งค่า Facebook Page ให้ได้ตามมาตรฐาน ของ Facebook เพื่อเป็น page ที่ พร้อมใช้งาน</p> <p>2. เข้าใจกลยุทธ์ การสร้าง Facebook Page สำหรับขั้นตอนการ สร้างการรับรู้</p> <p>3.เข้าใจแนวทางการ สร้าง Sale Contentมาตรฐาน</p> <p>4. ฝึกปฏิบัติสร้าง Sale Content ให้ เหมาะกับสินค้า</p> <p>1. เข้าใจการสร้าง Tiktok สำหรับ ขั้นตอนการสร้าง การรับรู้</p> <p>2.เข้าใจแนวทางการ สร้าง Sale Contentมาตรฐาน</p> <p>3.ฝึกปฏิบัติสร้าง Sale Content ให้ เหมาะกับสินค้า</p>	<p>1.วิทยากรบรรยายให้กลยุทธ์การทำ Facebook Page เพื่อขายสินค้าแบบ น่าสนใจ</p> <p>2.กลยุทธ์การทำ Tiktok เพื่อขายสินค้าแบบ น่าสนใจ</p> <p>3.ฝึกปฏิบัติสร้าง Sale Content ให้เหมาะกับ สินค้า</p>	2	1
					7	5
รวม					12	

สื่อการเรียนรู้

1. สื่อเอกสาร
2. วิทยากร

การวัดและประเมินผล

การประเมินความรู้ภาคทฤษฎี และจากการปฏิบัติระหว่างเรียน โดยการใช้แบบทดสอบ สังเกต พฤติกรรม การมีส่วนร่วม การปฏิบัติ การซักถาม

เงื่อนไขการจบหลักสูตร

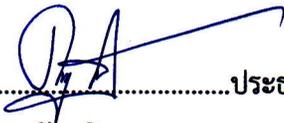
1. มีเวลาเรียน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80
2. มีผลการประเมินตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80
3. มีผลงาน/ชิ้นงานที่มีคุณภาพ

เอกสารหลักฐานการศึกษาที่จะได้รับหลังการจบหลักสูตร

-
การเทียบโอน
-

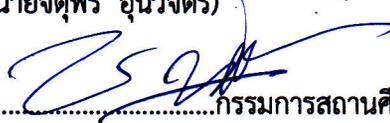
คณะกรรมการสถานศึกษาให้ความเห็นชอบ ในการจัดทำหลักสูตรการคำออนไลน์ กลยุทธ์การตลาด
เชื่อมโยงจาก Online และ Offline จำนวน 12 ชั่วโมง

- () เห็นชอบ
() ไม่เห็นชอบ

ลงชื่อ..... ประธานกรรมการสถานศึกษา ลงชื่อ..... กรรมการสถานศึกษา
(นายณัฐวุฒิ แสงดาว) (นายสมพร ว่างอมริตร)

ลงชื่อ..... กรรมการสถานศึกษา ลงชื่อ..... กรรมการสถานศึกษา
(นายนิธิ คงสมจิตต์) (นายเชาว์ นวมทอง)

ลงชื่อ..... กรรมการสถานศึกษา ลงชื่อ..... กรรมการสถานศึกษา
(กำจร คำแก้ว) (นายจตุพร อุ่นวิจิตร)

ลงชื่อ..... กรรมการสถานศึกษา ลงชื่อ..... กรรมการสถานศึกษา
(นายสุเทพ ทองธรรมชาติ) (นายชูชีพ นันทนาสิทธิ์)

- () อนุมัติ
() ไม่อนุมัติ เนื่องจาก.....

ลงชื่อ..... 

(นางสมควร วงษ์แก้ว)

ผู้อำนวยการ กศน.อำเภอบางปลาม้า