

หลักสูตรการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล หลักสูตร Digital Literacy ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์
และการค้าออนไลน์ จำนวน ๑๒ ชั่วโมง
ศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยอำเภอ สนาบชัยเขต

- กลุ่มอาชีพเกษตรกรรม กลุ่มอาชีพอุตสาหกรรม กลุ่มอาชีพพาณิชย์ยกรรมและการบริการ
 กลุ่มอาชีพสร้างสรรค์ กลุ่มอาชีพเฉพาะทาง

ความเป็นมา

พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และมีตัวเร่งสำคัญคือสถานการณ์ของโรคระบาดโควิด-๑๙ ที่ช่วยเร่งให้ผู้บริโภคกระโจนเข้ามาใช้ชีวิตในโลกออนไลน์กันอย่างมากมาย เกิดการยอมรับวิถีชีวิตใหม่ที่ทำให้การจับจ่ายซื้อสินค้าผ่านระบบ E-Commerce อย่างกว้างขวาง ประกอบกับโครงการสนับสนุนจากภาครัฐที่ช่วยกระตุ้นให้ประชาชนใช้งาน Mobile Application และเริ่มปรับสังคมไทยไปสู่สังคมไร้เงินสดอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ธุรกิจต่างก็ต้องปรับตัวและนำธุรกิจเข้าสู่โลกออนไลน์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ สิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปมากที่สุดในโลกออนไลน์และกระทบกับส่วนงานการตลาดโดยตรง คือ สื่อ สื่อที่เคยทรงอิทธิพลอย่างเช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ถูกลดบทบาทและความสำคัญลงไปอย่างมากสวนทางกับสื่อสังคมออนไลน์ ที่เราเรียกขานกันติดปากไปแล้วว่า Social Media ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Youtube, LINE, Instagram, Twitter, TikTok เป็นต้น

การที่จะเข้าใจการตลาด Online ที่เชื่อมโยงกับการตลาด Offline ได้นั้น ไม่ว่าจะอยู่ในฐานะใด จำเป็นต้องจำลองตนเองให้เป็นผู้ขาย นักการตลาด พ่อค้าแม่ขาย แล้วเรียนรู้ เข้าใจกลไกการทำงานของสื่อสังคมออนไลน์เพื่อช่วยยกระดับการขายตรงไปสู่ผู้บริโภค ซึ่งต่างก็ใช้ชีวิตผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ดังนั้น ศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยอำเภอ สนาบชัยเขต จึงดำเนินการจัดโครงการโครงการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล หลักสูตร Digital Literacy ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และการค้าออนไลน์ ขึ้น เพื่อให้ประชาชนได้เรียนรู้การใช้งานดิจิทัลให้เกิดประโยชน์จากสื่อ Social Media ในความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และการค้าออนไลน์ได้

หลักการของหลักสูตร

๑. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมมีความเข้าใจอย่างแท้จริงถึง พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคโควิด
๒. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้กลไกการทำงานของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่องานการตลาดและการขาย
๓. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้การตลาดขั้นพื้นฐานที่จะนำไปใช้เชื่อมโยงระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดออนไลน์
๔. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้และลงมือฝึกปฏิบัติสร้าง Sale Content เพื่อใช้สื่อสารทางการตลาดกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
๕. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้และลงมือปฏิบัติการตั้งค่าและการใช้งาน Facebook Page เพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้ตรงตามกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ทางการตลาด
๖. เก็บข้อมูลลูกค้าเชิงลึกผ่าน LINE OA เพื่อนำไปสู่การรักษาลูกค้าและสร้างกลไกลูกค้าซื้อเพิ่มและลูกค้าซื้อซ้ำ

จุดมุ่งหมาย

๑. เพื่อให้มีความรู้และเข้าใจการใช้ Digital Literacy ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และการค้าออนไลน์ได้
๒. เพื่อฝึกปฏิบัติสร้าง Sale Content เพื่อใช้สื่อสารทางการตลาดกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้
๓. เพื่อให้สามารถเรียนรู้และลงมือปฏิบัติการตั้งค่าและการใช้งาน Facebook Page เพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้ตรงตามกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ทางการตลาดได้

กลุ่มเป้าหมาย ประชาชนอำเภอ สนาบชัยเขต จำนวน ๑๕ คน

ระยะเวลา ๑๒ ชั่วโมง ๑. ภาคทฤษฎี ๖ ชั่วโมง
๒. ภาคปฏิบัติ ๖ ชั่วโมง

โครงสร้างหลักสูตร Digital Literacy ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และการค้าออนไลน์

ที่	เรื่อง	จุดประสงค์การเรียนรู้	เนื้อหา	การจัดกระบวนการเรียนรู้	จำนวนชั่วโมง	
					ทฤษฎี	ปฏิบัติ
๑	แนวโน้มการตลาดดิจิทัล ๒๐๒๒	เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้ เข้าใจ แนวโน้มการตลาดดิจิทัล ๒๐๒๒ ได้	๑.วิทยากรให้ความรู้ดังนี้ -สื่อสังคมออนไลน์มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างไร -กลไกการทำงานของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อความสนใจและพฤติกรรมผู้บริโภค -ผลลัพธ์ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคยุคโควิด -วิทยากรให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	วิทยากรบรรยายให้ความรู้	๓	-
๒	การตลาดพื้นฐาน	-เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้ ความเข้าใจในการตลาดพื้นฐานได้	-แนวคิดการตลาดขั้นพื้นฐาน สิ่งที่เป็นฐานรากที่ขาดไม่ได้ -แนวคิดการแบ่งระดับข้อมูลสำหรับนำเสนอสินค้า -วิเคราะห์และรู้หลักการสร้างแผนผังคุณค่าให้กับสินค้า -วิเคราะห์และรู้หลักการสร้างแผนที่ความคิดสำหรับจัดทำ Content Marketing -รูปแบบการเขียน Caption โดนใจ เพื่อใช้พาดหัวให้สะดุด หยุดนิ้วโป่ง	วิทยากรบรรยายให้ความรู้	๓	-

ที่	เรื่อง	จุดประสงค์การเรียนรู้	เนื้อหา	การจัดกระบวนการเรียนรู้	จำนวนชั่วโมง	
					ทฤษฎี	ปฏิบัติ
๓	กลยุทธ์การทำ Facebook Page เพื่อขายสินค้าแบบน่าสนใจ	เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมสามารถฝึกปฏิบัติ Facebook Page เพื่อขายสินค้าแบบน่าสนใจได้	๑. วิทยากรให้ความรู้และฝึกเรียนปฏิบัติดังนี้ -เข้าใจและกำหนด Customer Journey ตาม Marketing Funnel -เข้าใจและสามารถตั้งค่า Facebook Page ให้ได้ตามมาตรฐานของ Facebook เพื่อเป็น page ที่พร้อมใช้งาน -เข้าใจกลยุทธ์การสร้าง Facebook Page สำหรับขั้นตอนการสร้างการรับรู้ -เข้าใจแนวทางการสร้าง Sale Content มาตรฐาน -ฝึกปฏิบัติสร้าง Sale Content ให้เหมาะสมกับสินค้า	วิทยากรบรรยายให้ความรู้และปฏิบัติ	-	๓
๔	สะสมข้อมูลลูกค้าและรักษาไว้ด้วย LINE OA	-เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมสามารถฝึกปฏิบัติ สะสมข้อมูลลูกค้าและรักษาไว้ด้วย LINE OA ได้	-เข้าใจกลยุทธ์การเชื่อมโยงลูกค้าจาก Facebook สู่ LINE OA -เข้าใจรูปแบบและแนวทางการจัดการข้อมูลลูกค้าผ่าน LINE OA -เข้าใจกลยุทธ์การสร้างลูกค้าซ้ำด้วย LINE OA -ฝึกปฏิบัติการสร้างบัญชี LINE OA และตั้งค่าให้พร้อมสำหรับเก็บข้อมูลลูกค้าเชิงลึก -ฝึกปฏิบัติตั้งค่าการจัดเก็บและแบ่งกลุ่มลูกค้าแบบหลากหลายและนำเสนอสินค้าไปยังลูกค้าเพื่อเพิ่มยอดขายแบบซ้ำและซ้ำเพิ่มผ่าน LINE OA	วิทยากรบรรยายให้ความรู้และปฏิบัติ	-	๓

สื่อการเรียนรู้

๑. ใบความรู้
๒. สื่อวัสดุอุปกรณ์การฝึกปฏิบัติจริง

การวัดและประเมินผล

- | | |
|--------------------------------|-----------|
| ๑. การประเมินความรู้ภาคทฤษฎี | ร้อยละ ๑๐ |
| ๒. การประเมินความรู้ภาคปฏิบัติ | ร้อยละ ๙๐ |

เกณฑ์การจบหลักสูตร

๑. แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้เรียน
๒. แบบสังเกตทักษะการฝึกปฏิบัติของผู้เรียน
๓. ทดสอบความรู้ของผู้เรียน
๔. สรุป/รายงานผล