

หลักสูตรการจัดกิจกรรมฝึกอบรมประชาชน  
หลักสูตร Digital Literacy ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และการค้าออนไลน์

จำนวน ๑๒ ชั่วโมง

- กิจกรรม  เพื่อพัฒนาทักษะชีวิต  เพื่อพัฒนาสังคมและชุมชน  
 การส่งเสริมการดำเนินชีวิตตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง  
 การเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม

๑. ชื่อหลักสูตร Digital Literacy ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และการค้าออนไลน์

๒. ระยะเวลาเรียน ๑๒ ชั่วโมง

๒.๑ ภาคทฤษฎี จำนวน ๘ ชั่วโมง

๒.๒ ภาคปฏิบัติ จำนวน ๔ ชั่วโมง

๓. เหตุผลและความจำเป็นของหลักสูตร

พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปอย่างรุนแรงและรวดเร็ว โดยมีตัวเร่งสำคัญคือสถานการณ์ของโรคระบาดโควิด-19 ที่ช่วยเร่งให้ผู้บริโภคกระโจนเข้ามาใช้ชีวิตในโลกออนไลน์กันอย่างมากมาย เกิดการยอมรับวิถีชีวิตใหม่ที่ทำให้การจับจ่ายซื้อสินค้าผ่านระบบ E-Commerce อย่างกว้างขวาง ประกอบกับโครงการสนับสนุนจากภาครัฐที่ช่วยกระตุ้นให้ประชาชนใช้งาน Mobile Application และเริ่มปรับสังคมไทยไปสู่สังคมไร้เงินสดอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ธุรกิจต่างก็ต้องปรับตัวและนำธุรกิจเข้าสู่โลกออนไลน์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

สิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปมากที่สุดในโลกออนไลน์และกระทบกับส่วนงานการตลาดโดยตรง คือ สื่อ สื่อที่เคยตรงอิทธิพลอย่างเช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ถูกลดบทบาทและความสำคัญลงเป็นอย่างมากสวนทางกับสื่อสังคมออนไลน์ ที่เราเรียกขานกันติดปากไปแล้วว่า Social Media ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Youtube, LINE, Instagram, Twitter, TikTok เป็นต้น

จากสถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ตจากหลากหลายองค์กร ได้ผลสรุปไปในทิศทางเดียวกัน คือคนไทยเสพติด Social Media เป็นจำนวนมาก และคนไทยเป็นชนชาติที่ใช้งาน Social Media หลาย ๆ สื่อมากเป็นอันดับต้นของโลก ทำให้ทิศทางการตลาดในปัจจุบันถูกชี้นำโดยสื่อสังคมออนไลน์ พฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันกำลังดำเนินไปอย่างเข้มข้นและรวดเร็ว จากข้อมูลที่กำลังมาข้างหน้า ทำให้ธุรกิจรับรู้จนเป็นที่ชัดเจนแล้วว่า งานขายและงานการตลาด ณ วันนี้ จำเป็นต้องพึ่งพาสื่อสังคมออนไลน์อย่างมาก และไม่ใช่เพียงแค่ระบบใดระบบหนึ่งเท่านั้น การตลาดออนไลน์จะต้องทำผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในแทบจะทุกระบบ เพราะผู้บริโภคเสพสื่อจากหลายช่องทางในเวลาเดียวกัน

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

#### ๔. วัตถุประสงค์

- ๔.๑ เพื่อให้ผู้เข้าอบรมมีความเข้าใจอย่างแท้จริงถึง พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคโควิด
- ๔.๒ เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้กลไกการทำงานของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่องานการตลาดและการขาย
- ๔.๓ เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้การตลาดขั้นพื้นฐานที่จะนำไปใช้เชื่อมโยงระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดออนไลน์
- ๔.๔ เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้และลงมือฝึกปฏิบัติสร้าง Sale Content เพื่อใช้สื่อสารทางการตลาดกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- ๔.๕ เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้และลงมือปฏิบัติการตั้งค่าและการใช้งาน Facebook Page เพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้ตรงตามกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ทางการตลาด
- ๔.๖ เก็บข้อมูลลูกค้าเชิงลึกผ่าน LINE OA เพื่อนำไปสู่การรักษาลูกค้า และสร้างกลไกลูกค้าซื้อเพิ่มและลูกค้าซื้อซ้ำ

#### ๕. เนื้อหาสาระการเรียนรู้

จุดประสงค์การเรียนรู้	เนื้อหา	ระยะเวลา(ช.ม.)		กิจกรรมการเรียนรู้	สื่อ/อุปกรณ์/แหล่งเรียนรู้	ประเมินผล
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ			
๑ เพื่อให้ผู้เข้าอบรมมีความเข้าใจอย่างแท้จริงถึง พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคโควิด	<b>-แนวโน้มการตลาดดิจิทัล ๒๐๒๒</b> -พฤติกรรมกระแสของของผู้บริโภค -สื่อสังคมออนไลน์มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างไร -กลไกการทำงานของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อความสนใจและพฤติกรรมผู้บริโภค -ผลลัพธ์ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคยุคโควิด	๓ ชม.	-	- บรรยาย	- คู่มือการอบรม - Power point - โทรศัพท์ - โน้ตบุ๊ก	- แบบทดสอบ

จุดประสงค์การเรียนรู้	เนื้อหา	ระยะเวลา(ชม.)		กิจกรรมการเรียนรู้	สื่อ/อุปกรณ์/แหล่งเรียนรู้	ประเมินผล
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ			
๒.เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้กลไกการทำงานของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่องานการตลาดและการขาย	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การตลาดพื้นฐาน</li> <li>-แนวคิดการตลาดขั้นพื้นฐาน สิ่งที่เป็นฐานรากที่ขาดไม่ได้</li> <li>-แนวคิดการแบ่งระดับข้อมูลสำหรับนำเสนอสินค้า</li> <li>- วิเคราะห์และรู้หลักการสร้างแผนผังคุณค่าให้กับสินค้า</li> <li>-วิเคราะห์และรู้หลักการสร้างแผนที่ความคิดสำหรับจัดทำ Content Marketing</li> </ul>	๒ ชม.	๑ ชม.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรยาย</li> <li>- ฝึกปฏิบัติ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- คู่มือการอบรม</li> <li>- Power point</li> <li>-โทรศัพท์</li> <li>-โน้ตบุ๊ก</li> </ul>	-แบบประเมินทักษะ
๓.เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้การตลาดขั้นพื้นฐานที่จะนำไปใช้เชื่อมโยงระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดออนไลน์	<ul style="list-style-type: none"> <li>-กลยุทธ์การทำ Facebook Page เพื่อขายสินค้าที่น่าสนใจ</li> <li>-เข้าใจและกำหนด Customer Journey ตาม Marketing Funnel</li> <li>-เข้าใจและสามารถตั้งค่า Facebook Page ให้ได้ตามมาตรฐานของ Facebook เพื่อเป็น page ที่พร้อมใช้งาน</li> <li>-เข้าใจกลยุทธ์การสร้าง Facebook Page สำหรับขั้นตอนการสร้างการรับรู้</li> <li>-เข้าใจแนวทางการสร้าง Sale Content มาตรฐาน</li> <li>-ฝึกปฏิบัติสร้าง Sale Content ให้เหมาะกับสินค้า</li> </ul>	๒ ชม.	๑ ชม.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรยาย</li> <li>- ฝึกปฏิบัติ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- คู่มือการอบรม</li> <li>- Power point</li> <li>-โทรศัพท์</li> <li>-โน้ตบุ๊ก</li> </ul>	-แบบประเมินทักษะ

จุดประสงค์การเรียนรู้	เนื้อหา	ระยะเวลา(ชม.)		กิจกรรมการเรียนรู้	สื่อ/อุปกรณ์/ แหล่งเรียนรู้	ประเมินผล
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ			
<p>๔.เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้และลงมือฝึกปฏิบัติสร้าง Sale Content เพื่อใช้สื่อสารทางการตลาดกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย</p> <p>๕.เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้และลงมือปฏิบัติการตั้งค่าและการใช้งาน Facebook Page เพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้ตรงตามกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ทางการตลาด</p> <p>๖.เก็บข้อมูลลูกค้าเชิงลึกผ่าน LINE OA เพื่อนำไปสู่การรักษาลูกค้าและสร้างกลไกลูกค้าซื้อเพิ่มและลูกค้าซื้อซ้ำ</p>	<p><b>-สะสมข้อมูลลูกค้าและรักษาไว้ด้วย LINE OA</b></p> <p>-เข้าใจกลยุทธ์การเชื่อมโยงลูกค้าจาก Facebook สู่ LINE OA</p> <p>-เข้าใจรูปแบบและแนวทางการจัดการข้อมูลลูกค้าผ่าน LINE OA</p> <p>-เข้าใจกลยุทธ์การสร้างลูกค้าซื้อซ้ำด้วย LINE OA</p> <p>- ฝึกปฏิบัติการสร้างบัญชี LINE OA และตั้งค่าให้พร้อมสำหรับเก็บข้อมูลลูกค้าเชิงลึก</p> <p>-ฝึกปฏิบัติตั้งค่าการจัดเก็บและแบ่งกลุ่มลูกค้าแบบหลากหลายและนำเสนอสินค้าไปยังลูกค้าเพื่อเพิ่มยอดขายแบบซื้อซ้ำและซื้อเพิ่มผ่าน LINE OA</p>	๒ ชม.	๑ ชม.	<p>- บรรยาย</p> <p>- ฝึกปฏิบัติ</p>	<p>- คู่มือการอบรม</p> <p>- Power point</p> <p>-โทรศัพท์</p> <p>-โน้ตบุ๊ก</p>	<p>- แบบทดสอบ</p> <p>-แบบติดตาม</p> <p>-แบบประเมินความพึงพอใจ</p>

## ๖. วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดกิจกรรม

- ๖.๑ คู่มือการอบรม
- ๖.๒ Power point
- ๖.๓ โทรศัพท์
- ๖.๔ โน้ตบุ๊ก

## ๗. เกณฑ์การประเมิน

- ๗.๑ ผ่านการอบรม การบรรยาย ร้อยละ ๖๐
- ๗.๒ ผ่านการฝึกปฏิบัติ Workshop ร้อยละ ๔๐