

หลักสูตรวิชา อบรมประชาชน “หลักสูตร Digital Literacy ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และการค้าออนไลน์

1. ชื่อหลักสูตร อบรมประชาชน “หลักสูตร Digital Literacy ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และการค้าออนไลน์

2. ระยะเวลาเรียน 12 ชั่วโมง/วัน

2.1 ภาคทฤษฎี 6 ชั่วโมง/วัน

2.2 ภาคปฏิบัติ 6 ชั่วโมง/วัน

3. เหตุผลและความจำเป็นของหลักสูตร

พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและมีตัวเร่งสำคัญคือสถานการณ์ของโรคระบาดโควิด-19 ที่ช่วยเร่งให้ผู้บริโภคกระโจนเข้ามาใช้ชีวิตในโลกออนไลน์กันอย่างมากมาย เกิดการยอมรับวิถีชีวิตใหม่ที่ทำให้การจับจ่ายซื้อสินค้าผ่านระบบ E-Commerce อย่างกว้างขวาง ประกอบกับโครงการสนับสนุนจากภาครัฐที่ช่วยกระตุ้นให้ประชาชนใช้งาน Mobile Application และเริ่มปรับปรับสังคมไทยไปสู่สังคมไร้เงินสดอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ธุรกิจต่างก็ต้องปรับตัวและนำธุรกิจเข้าสู่โลกออนไลน์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ สิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปมากที่สุดในโลกออนไลน์และกระทบกับส่วนงานการตลาดโดยตรง คือ สื่อ สื่อที่เคยทรงอิทธิพลอย่างเช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ถูกลดบทบาทและความสำคัญลงไปอย่างมาก สวนทางกับสื่อสังคมออนไลน์ที่เราเรียกขานกันติดปากไปแล้วว่า Social Media ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Youtube, LINE, Instagram, Twitter, TikTok เป็นต้น จากสถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ตจากหลากหลายองค์กร ได้ผลสรุปไปในทิศทางเดียวกันคือ คนไทยเสพติด Social Media เป็นจำนวนมาก และคนไทยเป็นชนชาติที่ใช้งาน Social Media หลาย ๆ สื่อมากเป็นอันดับต้นของโลก ทำให้ทิศทางการตลาดในปัจจุบันถูกชี้นำโดยสื่อสังคมออนไลน์ พฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันกำลังดำเนินไปอย่างเข้มข้นและรวดเร็ว จากข้อมูลที่ถูกกล่าวมาข้างต้น ทำให้ธุรกิจรับรู้จนเป็นที่ชัดเจนแล้วว่า งานขายและงานการตลาด ณ วันนี้ จำเป็นต้องพึ่งพาสื่อสังคมออนไลน์อย่างมาก และไม่ใช่ว่าแค่ระบบใดระบบหนึ่งเท่านั้น การตลาดออนไลน์จะต้องทำผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในแทบจะทุกระบบ เพราะผู้บริโภคเสพสื่อจากหลายช่องทางในเวลาเดียวกันการที่จะเข้าใจการตลาด Online ที่เชื่อมโยงกับการตลาด Offline ได้นั้น ไม่ว่าจะอยู่ในฐานะใด จำเป็นต้องจำลองตนเองให้เป็นผู้ขาย นักการตลาด พ่อค้าแม่ขาย แล้วเรียนรู้ เข้าใจกลไกการทำงานของสื่อสังคมออนไลน์เพื่อช่วยยกระดับการขายตรงไปสู่ผู้บริโภค ซึ่งต่างก็ใช้ชีวิตผ่านสื่อสังคมออนไลน์

4. วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมมีความเข้าใจอย่างแท้จริงถึง พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคโควิด
2. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้กลไกการทำงานของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่องานการตลาดและการขาย

3. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้การตลาดขั้นพื้นฐานที่จะนำไปใช้เชื่อมโยงระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดออนไลน์
4. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้และลงมือฝึกปฏิบัติสร้าง Sale Content เพื่อใช้สื่อสารทางการตลาดกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
5. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้และลงมือปฏิบัติการตั้งค่าและการใช้งาน Facebook Page เพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้ตรงตามกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ทางการตลาด
6. เก็บข้อมูลลูกค้าเชิงลึกผ่าน LINE OA เพื่อนำไปสู่การรักษาลูกค้า และสร้างกลไกลูกค้าซื้อเพิ่มและลูกค้าซื้อซ้ำ

5. กลุ่มเป้าหมาย ประชาชนทั่วไปตำบลท่าถ่าน จำนวน 15 คน

6. การนำหลักสูตรไปใช้  การอบรม  ชั้นเรียน  ค่าย  ศึกษาดูงาน  อื่นๆ (ระบุ).....

7. ผู้เสนอ/ผู้จัดทำหลักสูตร นายณัฐจักร ณะจิริระสิทธิ์

8. ผู้ตรวจเนื้อหา -

10. พัฒนาจากหลักสูตร วิทยาการสอนสนุก โทร. 065 673 8815 LINE: @sorsanook

หลักสูตร หลักสูตร กลยุทธ์การตลาดเชื่อมโยงจาก Online และ Offline

จำนวน 10 ชั่วโมง

จุดประสงค์การเรียนรู้	เนื้อหา	ระยะเวลา (ช.ม.)		กิจกรรม การเรียนรู้	สื่อ/อุปกรณ์/ แหล่งเรียนรู้	ประเมินผล
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ			
1. แนวโน้มการตลาดดิจิทัล 2022	1. พฤติกรรมการเสพ สื่อของผู้บริโภค 2. สื่อสังคมออนไลน์มี ผลต่อพฤติกรรม ผู้บริโภคอย่างไร 3. กลไกการทำงานของ สื่อสังคมออนไลน์ ที่มีผลต่อความสนใจ และพฤติกรรม ผู้บริโภค 4.ผลลัพธ์ที่ส่งผลต่อ พฤติกรรมผู้บริโภคยุค วิด	1 ชม.	1 ชม.	- บรรยาย - สืบค้น - กรณีศึกษา	- you tube - คลิปวิดีโอ ประชาสัมพันธ์	- สังเกต - การ ปฏิบัติ - แบบทดสอบก่อน การอบรม - แบบ ประเมิน ความพึง พอใจ
2. การตลาดพื้นฐาน	1.แนวคิดการตลาด ขั้นพื้นฐาน สิ่งที่เป็น ฐานรากที่ขาดไม่ได้ 2.แนวคิดการแบ่ง ระดับข้อมูลสำหรับ นำเสนอสินค้า 3.วิเคราะห์และรู้ หลักการสร้างแผนผัง คุณค่าให้กับสินค้า	1 ชม.	1 ชม.	บรรยาย - สืบค้น - กรณีศึกษา	- you tube - คลิปวิดีโอ ประชาสัมพันธ์	- สังเกต - การ ปฏิบัติ

จุดประสงค์การเรียนรู้	เนื้อหา	ระยะเวลา (ช.ม.)		กิจกรรมการเรียนรู้	สื่อ/อุปกรณ์/ แหล่งเรียนรู้	ประเมินผล
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ			
	4.วิเคราะห์และรู้หลักการสร้างแผนที่ความคิดสำหรับจัดทำ Content Marketing 5.รูปแบบการเขียน Caption โดนใจ เพื่อใช้พาดหัวให้สะดุดหยุดนิ้วโป้ง					
3.กลยุทธ์การทำ Facebook Page เพื่อขายสินค้าแบบน่าสนใจ	1.เข้าใจและกำหนด Customer Journey ตาม Marketing Funnel 2.เข้าใจและสามารถตั้งค่า Facebook Page ให้ได้ตามมาตรฐานของ Facebook เพื่อเป็น page ที่พร้อมใช้งาน 3.เข้าใจกลยุทธ์การสร้าง Facebook Page สำหรับขั้นตอนการสร้างการรับรู้	1.5 ชม.	1.5 ชม.	บรรยาย -สืบค้น -กรณีศึกษา	- you tube - คลิปวิดีโอ ประชาสัมพันธ์	- สังเกต - การปฏิบัติ

จุดประสงค์การเรียนรู้	เนื้อหา	ระยะเวลา (ช.ม.)		กิจกรรมการเรียนรู้	สื่อ/อุปกรณ์/ แหล่งเรียนรู้	ประเมินผล
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ			
	4. เข้าใจแนวทางการสร้าง Sale Content มาตรฐาน 5. ฝึกปฏิบัติสร้าง Sale Content ให้เหมาะกับสินค้า					
4. สะสมข้อมูลลูกค้าและรักษาไว้ด้วย LINE OA (3 ชั่วโมง)	1.เข้าใจกลยุทธ์การเชื่อมโยงลูกค้าจาก Facebook สู่ LINE OA 2.เข้าใจรูปแบบและแนวทางการจัดการข้อมูลลูกค้าผ่าน LINE OA 3.เข้าใจกลยุทธ์การสร้างลูกค้าซื้อซ้ำด้วย LINE OA 4.ฝึกปฏิบัติการสร้างบัญชี LINE OA และตั้งค่าให้พร้อมสำหรับเก็บข้อมูลลูกค้าเชิงลึก 5.ฝึกปฏิบัติตั้งค่าการจัดเก็บและแบ่งกลุ่มลูกค้าแบบหลากหลาย	1.5 ชม.	1.5 ชม.	บรรยาย -สื่อบันทึก -กรณีศึกษา	- you tube - คลิปวิดีโอ ประชาสัมพันธ์	- สังเกต - การปฏิบัติ แบบทดสอบหลัง การอบรม

จุดประสงค์การเรียนรู้	เนื้อหา	ระยะเวลา (ช.ม.)		กิจกรรมการเรียนรู้	สื่อ/อุปกรณ์/ แหล่งเรียนรู้	ประเมินผล
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ			
	และนำเสนอสินค้าไปยังลูกค้าเพื่อเพิ่มยอดขายแบบซื้อซ้ำและซื้อเพิ่มผ่าน LINE OA					
		5	5			

(ลงชื่อ).....ผู้เสนอหลักสูตร

(นายณัฐจักร ณะจิริระสิทธิ์)

ครู กศน. ตำบลท่าถ่าน

(ลงชื่อ).....ผู้อนุมัติหลักสูตร

(นางกนิษฐา จิตรวงค์นันท์)

ครูชำนาญการพิเศษ

รักษาการในตำแหน่ง ผู้อำนวยการ กศน.อำเภอพนมสารคาม