หลักสูตรดิจิทัลชุมชน

หลักสูตรการค้าออนไลน์ กลยุทธ์การตลาดเชื่อมโยง

จาก Online และ Offline

E-commerce and Marketing Strategy

Online and Offline

จำนวน 12 ชั่วโมง

ผู้อนุมัติหลักสูตร

(นางสาวพวงสุวรรณ์ พันธุ์มะม่วง)

ผู้อำนวยการ กศน.อำเภอบ้านบึง

หลักสูตรการค้าออนไลน์ กลยุทธ์การตลาดเชื่อมโยง

จาก Online และ Offline

จำนวน **12** ชั่วโมง

ศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยอำเภอบ้านบึง

ความเป็นมาของหลักสูตร

เนื่องจากนโยบายและจุดเน้น กศน. ปี 2565 ในเรื่องสงเสริมการใชเทคโนโลยีในการจัดหลักสูตรการเรียนรูในระบบออนไลน์ด้วยตนเองครบวงจร ตั้งแต่การลงทะเบียนจนการประเมินผลเมื่อจบหลักสูตร ทั้งการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน การศึกษาต่อเนื่อง และการศึกษาตามอัธยาศัย เพื่อเป็นการสร้างและขยายโอกาสในการเรียนรูใหกับกลุ่มเป้าหมายที่สามารถเรียนรู้ได้สะดวก และตอบโจทยความตองการของผู้เรียนพัฒนา Digital Learning Platform แพลตฟอรมการเรียนรูของสำนักงาน กศน. ตลอดจนพัฒนาสื่อการเรียนรูทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ และใหมีคลังสื่อการเรียนรูที่เป็นสื่อที่ถูกตองตามกฎหมาย ง่ายต่อการสืบค้นและนำไปใชในการจัดการเรียนรู จะเห็นได้จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป โดยมีตัวเร่งสำคัญคือสถานการณ์ของโรคระบาดโควิด-19 ที่ช่วยเร่งให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้ชีวิตในโลกออนไลน์เพิ่มขึ้น เกิดการยอมรับวิถีชีวิตใหม่ที่ทำการจับจ่ายซื้อสินค้าผ่านระบบ E-Commerce อย่างกว้างขวาง ประกอบกับโครงการสนับสนุนจากภาครัฐที่ช่วยกระตุ้นให้ประชาชนใช้งาน Mobile Application และเริ่มปรับสังคมไทยไปสู่สังคมไร้เงินสดอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ธุรกิจต่างก็ต้องปรับตัวและนำธุรกิจเข้าสู่โลกออนไลน์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ สิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปมากที่สุดในโลกออนไลน์และกระทบกับส่วนงานการตลาดโดยตรง คือ สื่อ สื่อที่เคยทรงอิทธิพลอย่างเช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ถูกลดบทบาทและความสำคัญลงไปอย่างมาก Social Media จึงเข้ามามีบทบาทเพิ่มขึ้น เช่น Facebook, Youtube, LINE, Instagram, Twitter, TikTok เป็นต้น

จากสถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ตจากหลากหลายองค์กร ได้ผลสรุปไปในทิศทางเดียวกัน คือ คนไทยเสพติด Social Media เป็นจำนวนมาก และคนไทยเป็นชนชาติที่ใช้งาน Social Media หลาย ๆ สื่อมากเป็นอันดับต้นของโลก ทำให้ทิศทางการตลาดในปัจจุบันถูกชี้นำโดยสื่อสังคมออนไลน์ พฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันกำลังดำเนินไปอย่างเข้มข้นและรวดเร็ว จากข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ธุรกิจรับรู้จนเป็นที่ชัดเจนแล้วว่างานขายและงานการตลาด ณ วันนี้ จำเป็นต้องพึ่งพาสื่อสังคมออนไลน์อย่างมาก และไม่ใช่เพียงแค่ระบบใดระบบหนึ่งเท่านั้น การตลาดออนไลน์จะต้องทำผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในแทบจะทุกระบบ เพราะผู้บริโภคเสพสื่อจากหลายช่องทางในเวลาเดียวกัน การที่จะเข้าใจการตลาด Online ที่เชื่อมโยงกับการตลาด Offline ได้นั้น ไม่ว่าจะอยู่ในฐานะใด จำเป็นต้องจำลองตนเองให้เป็นผู้ขาย นักการตลาด พ่อค้าแม่ขาย แล้วเรียนรู้ เข้าใจกลไกการทำงานของสื่อสังคมออนไลน์เพื่อช่วยยกระดับการขายตรงไปสู่ผู้บริโภค ซึ่งต่างก็ใช้ชีวิตผ่านสื่อสังคมออนไลน์

จุดมุ่งหมาย

1.เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ความเข้าใจจากประโยชน์การใช้สื่อดิจิทัลได้

2. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมนำความรู้ที่ได้รับมาเปิดร้านค้าแบบ Online และ Offline ได้

กลุ่มเป้าหมาย

ประชาชนทั่วไป และผู้ว่างงาน

ระยะเวลา จำนวน 12 ชั่วโมง

- ทฤษฎี 4 ชั่วโมง
- ปฏิบัติ 8 ชั่วโมง

โครงสร้างหลักสูตร

ที่	เรื่อง	จุดประสงค์การเรียนรู้	เนื้อหา	การจัดกระบวนการเรียนรู้	จำนวนชั่วโมง	
					ทฤษฎี	ปฏิบัติ
1	พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคโควิด	1.บอกและอธิบายความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคโควิดได้ 2.วิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการเข้าใจความต้องการของลูกค้า 4.บอกทิศทางในการเรียนรู้และเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคโควิด	1.ความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภค 2.ความเป็นไปได้ในการเข้าใจความต้องการของผู้บริโภค 3.ทิศทางในการเรียนรู้และเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคโควิด	1.วิทยากรอธิบายความสำคัญในการเรียนรู้พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคโควิด และให้ผู้เรียนร่วมแสดงความคิดเห็น 2.วิทยากรอธิบายการเข้าใจความต้องการของผู้บริโภค 3.ให้ผู้เรียนศึกษาจากอินเทอร์เน็ต และนำมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน 4.วิทยากรและผู้เรียนร่วมกันวิเคราะห์ทิศทางในการเรียนรู้และพัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค	30 นาที	-
2	กลไกการทำงานของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่องานการตลาดและการขาย	1.ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกลไกการทำงานของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่องานการตลาดและการขาย	1.ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกลไกการทำงานของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่องานการตลาดและการขาย 2.เทคนิคการขายของออนไลน์ยังไงให้ลูกค้าสนใจ	1.วิทยากรบรรยายความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกลไกการทำงานของสื่อสังคมออนไลน์ 2.วิทยากรบรรยายความรู้และเทคนิคการขายของออนไลน์เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า	30 นาที	1 ชั่วโมง

ที่	เรื่อง	จุดประสงค์การเรียนรู้	เนื้อหา	การจัดกระบวนการเรียนรู้	จำนวนชั่วโมง	
					ทฤษฎี	ปฏิบัติ
3	การตลาดขั้นพื้นฐานที่จะนำไปใช้เชื่อมโยงระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดออนไลน์	1.บอกและอธิบายการตลาดขั้นพื้นฐานได้ 2.สามารถนำการตลาดดั้งเดิมประยุกต์ใช้กับตลาดออนไลน์ได้	1.เทคนิคการขายแบบดั้งเดิม 2.การตลาดออนไลน์ 3.ความแตกต่างของการตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดออนไลน์ 4.การประยุกต์ใช้การตลาดดั้งเดิมกับการตลาดออนไลน์	1.วิทยากรอธิบายเทคนิคการขายแบบดั้งเดิมและการตลาดออนไลน์ 2.ให้ผู้เรียนศึกษาความแตกต่างของการตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดออนไลน์ 3.ผู้เรียนวางแผนการตลาดออนไลน์โดยใช้ความรู้ของการตลาดแบบดั้งเดิมเพิ่มพัฒนาสินค้าและบริการ	30 นาที	1 ชั่วโมง
4	การสร้าง Sale Content	1.สามารถสร้าง Sale Content ที่น่าสนใจให้กับสินค้าและบริการได้	1.หลักการสร้าง Sale Content เบื้องต้น 2.แนวทางการสร้าง Sale Content ด้วย Tik Tok	1.วิทยากรอธิบายถึงหลักในการสร้าง Sale Content ให้น่าสนใจ 2.ให้ผู้เรียนปฏิบัติสร้าง Sale Content ให้กับสินค้าหรือบริการด้วยโปรแกรม Tik Tok	1 ชั่วโมง	3 ชั่วโมง
5	การใช้งาน Facebook Page	1.สามารถสร้าง Facebook Page ได้ 2.สามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้ตรงตามกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ทางการตลาด	1.การสร้าง Facebook Page 2.การสร้างกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด 3.สื่อสารอย่างไรให้ตรงใจกลุ่มเป้าหมาย	1.วิทยากรบรรยายถึงวิธีสร้าง Facebook Page 2.ผู้เรียนลงมือสร้าง Facebook Page	30 นาที	2 ชั่วโมง
6	การสร้าง LINE OA	1.สามารถสร้าง LINE OA ได้ 2.สามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่มาซื้อสินค้าเพื่อให้เกิดการซื้อซ้ำ	1.การสร้าง LINE OA 2.ทำอย่างไรให้ลูกค้าประทับใจจนเกิดการซื้อซ้ำ	1.วิทยากรบรรยายถึงวิธีสร้าง LINE OA 2.ผู้เรียนลงมือสร้าง LINE OA	1 ชั่วโมง	1 ชั่วโมง

สื่อการเรียนรู้

1. เอกสาร / ใบความรู้
2. แหล่งเรียนรู้ในชุมชน / วิทยากร

การวัดผลประเมินผล

1. การประเมินความรู้ภาคทฤษฎีระหว่างเรียนและจบหลักสูตร

2. การประเมินผลระหว่างเรียนจากการปฏิบัติงานของผู้เรียน และประเมินจากความพึงพอใจของผู้เรียน

เกณฑ์การจบหลักสูตร

1. มีเวลาเรียนไม่น้อยกว่าร้อยละ 80
2. มีผลการประเมินตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่าร้อยละ 60

.....ผู้เสนอหลักสูตร

(นายอภิรุทธ์ ภิรมย์)

ตำแหน่ง ครู กศน.ตำบล/เจ้าของงาน

คณะกรรมการพิจารณาหลักสูตรการศึกษาต่อเนื่อง

.....ประธานกรรมการ/ผู้อำนวยการ กศน.อำเภอ

(นางสาวพวงสุวรรณ์ พันธุ์มะม่วง)

.....ผู้เชี่ยวชาญ(วิทยากร)

(นายอภิรุทธ์ ภิรมย์)

.....ประธาน/คณะกรรมการสถานศึกษา

(นายอนันต์ ปรีชาชาติ)

.....ข้าราชการ/ครู/ครูผู้ช่วย

(นางจันทนี กิ่งไทรงาม)

.....กรรมการและเลขานุการ/งานการศึกษาต่อเนื่อง

(นางสาวอมรา พวงภู่)