

หลักสูตรอบรมระยะสั้น

ศิลปะและวิทยาศาสตร์ของการตลาดดิจิทัล (The Art & Science of Digital Marketing) 2566

1. ข้อมูลทั่วไป

ประกอบไปด้วย

- 1.1 ชื่อหลักสูตร ศิลปะและวิทยาศาสตร์ของการตลาดดิจิทัล (The Art & Science of Digital Marketing) 2566
- 1.2 ดำเนินการโดย วิทยาลัยการศึกษาและการจัดการทางทะเล มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- 1.3 ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
- ชื่อ-สกุล Dr.Mohammed Ali Sharafuddin
- ตำแหน่ง อาจารย์ผู้สอน (อาจารย์ประจำสังกัดวิทยาลัยการศึกษาและการจัดการทางทะเล)
- เบอร์โทร 034-870-708
- อีเมล mohammedali.s@cmu.ac.th
- 1.4 จำนวนผู้เข้าร่วมอบรม 20 คน (เปิดอบรมเมื่อมีจำนวนผู้ลงทะเบียนขั้นต่ำ 12 คน)
- 1.5 กลุ่มเป้าหมาย
- ผู้เรียนก่อนปริญญา
 - ผู้ที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี
 - ผู้เรียนวัยทำงาน
 - ผู้เรียนสูงวัย

2. ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

2.1 หลักการและเหตุผล

หลักสูตรนี้เน้นการส่งเสริมทักษะการตลาดดิจิทัลระหว่างประเทศให้แก่ผู้เรียน โดยนำศิลปะและวิทยาศาสตร์ของการใช้ทักษะด้านการตลาดดิจิทัลแบบ soft skill and hard skill เพื่อให้เข้าถึงตลาดเป้าหมายได้ทั่วโลก การเรียนการสอนของหลักสูตรนี้เป็นหลักสูตรภาษาอังกฤษเพื่อให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ทั้งภาษาอังกฤษและการตลาดดิจิทัลด้วยกรณีศึกษาระหว่างประเทศ หลังจากจบหลักสูตรนี้ ผู้เรียนสามารถใช้เครื่องมือและเทคนิคการตลาดดิจิทัล เช่น data mining เทคนิคการตลาดเข้าในธุรกิจของตนเอง หรือสามารถศึกษาวิจัยต่อและทำงานเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดดิจิทัลในธุรกิจของตนได้

This course focus on promoting International digital marketing skills among the learners. The art and science of using digital marketing soft and hard skills to reach the target market around the World. This course is designed to be taught in English language giving advantage for the learners to learn both English language and Digital Marketing with International Case studies. After completing the course, the learners can apply the Digital Marketing tools and techniques, such as data mining, inbound marketing techniques in their own business or can continue research studies and work as a digital marketing professional in their field.

2.2 วัตถุประสงค์

- 1) อธิบายแนวคิดหลักและหลักการของการตลาดแบบดิจิทัล
Explain the core concepts and principles of Digital Marketing
- 2) อธิบายศิลปะและวิทยาศาสตร์ของการตลาดดิจิทัล
Describe the arts and science of digital marketing
- 3) สามารถออกแบบเนื้อหาการตลาดดิจิทัลของตนเองเป็นภาษาอังกฤษ
Design their own inbound digital marketing contents in English Language
- 4) ประยุกต์ใช้ตัววัดการตลาดดิจิทัลเพื่อประเมินตัวชี้วัดประสิทธิภาพหลัก (KPI)
Apply Digital marketing metrics to evaluate the Key performance indicators (KPIs)
- 5) เพิ่มประสิทธิภาพการตลาดดิจิทัลสำหรับการตลาดบนมือถือทั้งในและต่างประเทศ
Optimize Digital marketing for both domestic and International mobile marketing

2.3 โครงสร้างหรือเนื้อหาของหลักสูตร

หลักสูตรอบรมนี้มีชั่วโมงการเรียนรู้รวม 45 ชั่วโมง (ภาคบรรยาย 28.5 ชั่วโมง และภาคปฏิบัติการ 16.5 ชั่วโมง) จำนวน 3 หน่วยกิต โดยแบ่งเป็น 14 หัวข้อ เทียบได้กับกระบวนวิชา 626723 การตลาดสำหรับพาณิชย์นาวี (Maritime Marketing) รายละเอียด ดังนี้

This training course has a total of 45 hours (Lecture 28.5 hrs. and practical 16.5 hrs.) of learning, 3 credit hours, divided into 14 comparable topics with the course 626723 Maritime Marketing, details as follows:

เนื้อหาของการอบรมเทียบกระบวนวิชา					
Week	หัวข้อ	หัวข้อการอบรม	รูปแบบการอบรม	กระบวนวิชา 626723 Maritime Marketing	รูปแบบการเรียนการสอน
No	No	หลักสูตรอบรมฯ	จำนวนชั่วโมง		จำนวนชั่วโมง
1	1	The Customers and Consumers of the 21 st Century. <i>Practical: NA</i>	บรรยาย จำนวน 3 ชั่วโมง	The Customer and Consumer of Modern Maritime Logistics	บรรยาย จำนวน 3 ชั่วโมง
2	2	Introduction to Digital Marketing <i>Practical: NA</i>	บรรยาย จำนวน 3 ชั่วโมง	The Evolution of Marketing in the Shipping Industry. Ship marketing 1.0 - 5.0	บรรยาย จำนวน 3 ชั่วโมง
3	3	Building a Strong Digital Marketing Strategy. (Planning) <i>Practical: Market segmentation, building customer persona, Developing SMART Goals.</i>	บรรยาย จำนวน 1.5 ชั่วโมง ปฏิบัติการ จำนวน 1.5 ชั่วโมง	Planning the marketing implementation process.	บรรยาย จำนวน 3 ชั่วโมง

เนื้อหาของการอบรมเทียบกระบวนวิชา					
Week	หัวข้อ	หัวข้อการอบรม	รูปแบบการอบรม	กระบวนวิชา 626723 Maritime Marketing	รูปแบบการเรียนการสอน
No	No	หลักสูตรอบรมฯ	จำนวนชั่วโมง		จำนวนชั่วโมง
4	4	Building a Strong Digital Marketing Strategy. (implementing) <i>Practical: Developing a marketing action plan, building Gantt chart.</i>	บรรยาย จำนวน 1.5 ชั่วโมง ปฏิบัติการ จำนวน 1.5 ชั่วโมง	Planning the marketing implementation process.	บรรยาย จำนวน 3 ชั่วโมง
5	5	Essential Digital Marketing Tactics – I <i>Practical: The fundamentals of web development, Search Engine Optimization (SEO), On-page optimization techniques, Off-page optimization techniques.</i>	บรรยาย จำนวน 1.5 ชั่วโมง ปฏิบัติการ จำนวน 1.5 ชั่วโมง	Marketing Strategies in Shipping Industry.	บรรยาย จำนวน 3 ชั่วโมง
6	6	Essential Digital Marketing Tactics – II <i>Practical: Pay-per-click (PPC) advertising, setting up and managing Google Ads and other PPC campaigns, Keyword research and targeting techniques, Ad copywriting best practices.</i>	บรรยาย จำนวน 1.5 ชั่วโมง ปฏิบัติการ จำนวน 1.5 ชั่วโมง	Marketing Strategies in Shipping Industry.	บรรยาย จำนวน 3 ชั่วโมง
7	7	Essential Digital Marketing Tactics – III <i>Practical: Social Media Marketing (SMM), Developing a social media strategy, Content creation and curation techniques, social media advertising and targeting techniques.</i>	บรรยาย จำนวน 1.5 ชั่วโมง ปฏิบัติการ จำนวน 1.5 ชั่วโมง	Digital Market Sensing tools and techniques.	บรรยาย จำนวน 1 ชั่วโมง

เนื้อหาของการอบรมเทียบกระบวนวิชา					
Week	หัวข้อ	หัวข้อการอบรม	รูปแบบการอบรม	กระบวนวิชา 626723 Maritime Marketing	รูปแบบการเรียนการสอน
No	No	หลักสูตรอบรมฯ	จำนวนชั่วโมง		จำนวนชั่วโมง
8	8	Essential Digital Marketing Tactics – IV <i>Practical: Email marketing, building an email list, creating effective email campaigns and newsletters, A/B testing and optimizing email campaigns</i>	บรรยาย จำนวน 1.5 ชั่วโมง ปฏิบัติการ จำนวน 1.5 ชั่วโมง	Digital Market Sensing tools and techniques.	บรรยาย จำนวน 1 ชั่วโมง
9	9	Essential Digital Marketing Tactics – V <i>Practical: Content marketing, developing a content marketing strategy, creating different types of content, promoting content through different channels.</i>	บรรยาย จำนวน 1.5 ชั่วโมง ปฏิบัติการ จำนวน 1.5 ชั่วโมง	Digital Market Sensing tools and techniques.	บรรยาย จำนวน 1 ชั่วโมง
10	10	Advanced Digital Marketing Strategies – I <i>Practical: Video making, Influencer marketing & Affiliate marketing</i>	บรรยาย จำนวน 1.5 ชั่วโมง ปฏิบัติการ จำนวน 1.5 ชั่วโมง	Digital Market Sensing tools and techniques.	บรรยาย จำนวน 3 ชั่วโมง
11	11	Advanced Digital Marketing Strategies – II <i>Practical: Mobile marketing and marketing automation.</i>	บรรยาย จำนวน 1.5 ชั่วโมง ปฏิบัติการ จำนวน 1.5 ชั่วโมง	Marketing Strategies in Shipping Industry.	บรรยาย จำนวน 3 ชั่วโมง
12	12	Measuring and Improving Digital Marketing Performance.	บรรยาย จำนวน 1.5 ชั่วโมง	Return on Marketing Investment & Marketing Mix in Shipping industry.	บรรยาย จำนวน 3 ชั่วโมง

เนื้อหาของการอบรมเทียบกระบวนวิชา					
Week	หัวข้อ	หัวข้อการอบรม	รูปแบบการอบรม	กระบวนวิชา 626723 Maritime Marketing	รูปแบบการเรียนการสอน
No	No	หลักสูตรอบรมฯ	จำนวนชั่วโมง		จำนวนชั่วโมง
		<i>Practical: KPI (Key Performance Indicators) & metrics.</i>	ปฏิบัติการ จำนวน 1.5 ชั่วโมง		
13	13	Digital Marketing Tools and Resources <i>Practical: Hand-on practise with Analytics, social media management, email marketing, content creation and marketing automation tools.</i>	บรรยาย จำนวน 1.5 ชั่วโมง ปฏิบัติการ จำนวน 1.5 ชั่วโมง	Digital Market Sensing tools and techniques.	บรรยาย จำนวน 3 ชั่วโมง
14	14	Dealing with Challenges, trends, and Opportunities.	บรรยาย จำนวน 3 ชั่วโมง	Maritime marketing research – Identifying the concepts, models, and gap.	บรรยาย จำนวน 3 ชั่วโมง
15	-	Recall and recommendations.	บรรยาย จำนวน 3 ชั่วโมง	Student Report submission, Presentation and Final Exam.	จำนวน 3 ชั่วโมง
รวม			45 ชั่วโมง	รวม	45 ชั่วโมง

2.4 การประเมินผลตลอดหลักสูตร (Course Evaluation)

วิธีการประเมินจากหัวข้อการเรียนรู้ทั้งหมด 14 หัวข้อ เพื่อบ่งชี้การวัดสมรรถนะของผู้เรียนจากผลลัพธ์การเรียนรู้ (Learning Outcomes : LO) โดยอธิบายการประเมินผลตาม LO ทั้ง 3 หัวข้อดังนี้

หัวข้อการเรียนรู้	ผลลัพธ์การเรียนรู้ (LO)	วิธีการประเมินผล	สัดส่วนการประเมิน
1. The Customers and Consumers of the 21st Century. 2. Introduction to Digital Marketing 3. Building a Strong Digital Marketing Strategy. (Planning) 4. Building a Strong Digital Marketing Strategy. (implementing)	LO1 : Ability to design their own inbound digital marketing contents in English Language, develop marketing implementation plans, and apply digital marketing metrics to evaluate the Key performance indicators (KPIs).	รายงาน Take Home	60%
5. Essential Digital Marketing Tactics - I 6. Essential Digital Marketing Tactics - II 7. Essential Digital Marketing Tactics - III 8. Essential Digital Marketing Tactics - IV 9. Essential Digital Marketing Tactics – V	LO3 : Ability to apply suitable digital marketing tactics in the marketing action plan.	การฝึกปฏิบัติ	30%
10. Advanced Digital Marketing Strategies – I 11. Advanced Digital Marketing Strategies – II 12. Measuring and Improving Digital Marketing Performance – I 13. Digital Marketing Tools and Resources 14. Dealing with Challenges, trends, and Opportunities	LO2 : Apply marketing ethics in developing contents.	การวัดเจตคติ (ความสนใจและการเข้าชั้นเรียน)	10%

โดยผู้เรียนจะต้องได้คะแนนรวมไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 และต้องเข้าชั้นเรียนโดยมีระยะเวลาไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80

เกณฑ์การประเมินลำดับชั้น

ลำดับชั้น	ช่วงคะแนน	ลำดับชั้น	ช่วงคะแนน
A	80-100	C	60-64
B+	75-79	D+	55-59
B	70-74	D	50-54
C+	65-69	F	00-49

3. คำสำคัญสำหรับการสืบค้น (keyword) และคำอธิบายหลักสูตรอย่างย่อ (เพื่อใช้ในงานประชาสัมพันธ์และการตลาด)

3.1 คำสำคัญสำหรับการสืบค้น (keyword)

การตลาดดิจิทัล การตลาดระหว่างประเทศ การตลาดระดับโลก การวิเคราะห์การตลาด, Digital Marketing, International Marketing, Global Marketing, Marketing Analysis

3.2 คำอธิบายหลักสูตรอย่างย่อ

หลักสูตรนี้ได้รับการออกแบบมาเพื่อให้ผู้เรียนมีความสามารถเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดด้านในแพลตฟอร์มดิจิทัล ความรู้ที่ได้รับสามารถนำไปใช้ทำวิจัย เทคนิคเชิงปริมาณในการวิเคราะห์การตลาด และเข้าถึงตลาดต่างประเทศผ่านการตลาดดิจิทัล

This course is designed to equip the learners to be capable of marketing professionals in the digital platforms. The knowledge gained can be used for doing research, quantitative techniques in marketing analysis and reach international markets through digital marketing

4. ช่วงวัน-เวลาของการรับสมัคร

เปิดรับสมัคร วันที่ 15 พฤษภาคม 2566 เวลา 08.30 น.

ปิดรับสมัคร วันที่ 11 กันยายน 2566 เวลา 16.30 น.

5. ช่วงวัน-เวลาของการชำระค่าธรรมเนียมในการอบรม

ตั้งแต่วันที่ทำการสมัคร ถึง วันที่ 11 กันยายน 2566 เวลา 17.00 น.

6. ช่วงวัน-เวลาของการอบรม รูปแบบการอบรม และสถานที่ในการอบรม

ช่วงวันอบรม วันที่ 18 กันยายน - 6 พฤศจิกายน 2566 (6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ จำนวน 8 สัปดาห์)

เฉพาะวันเสาร์ หรือ วันอาทิตย์ เวลา 09.00 - 16.00 น. และ 13.00 - 16.00 น.

รูปแบบการอบรม Online ผ่าน Zoom (ผู้เรียนสามารถดูย้อนหลังได้ และผู้เข้าเรียนสามารถจัดสรรเวลาเรียนและเวลาสอบได้เองในช่วงระยะเวลาที่กำหนด โดยผู้ประสานงานหลักสูตรของแต่ละส่วนงานจะทำการติดต่อกับผู้เรียนเพื่อนำส่งเนื้อหาการเรียนรู้อื่นๆในหัวข้อต่างๆ)

สถานที่ในการอบรม ห้องเรียน 1-102 วิทยาลัยการศึกษาและการจัดการทางทะเล มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดสมุทรสาคร (สำหรับจัดการอบรม Onsite)

7. ช่วงวันของการส่งผลการอบรม / วันประกาศผลการศึกษา

วันที่ 7 พฤศจิกายน 2566 ตามปฏิทินการศึกษาของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (สิ้นภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2566)

8. ประเภทของหลักสูตร เป็นหลักสูตรเพื่อการรับรองสมรรถนะและเพื่อการเก็บสะสมหน่วยกิต

8.1 เพื่อการรับรองสมรรถนะชื่อสมรรถนะ

ชื่อสมรรถนะ – ศิลปะและวิทยาศาสตร์ของการตลาดดิจิทัล (The Art & Science of Digital Marketing)

8.2 เพื่อการเก็บสะสมหน่วยกิต

จำนวน 3 หน่วยกิต เทียบกับกระบวนวิชา 626723 การตลาดสำหรับพาณิชย์นาวี (Maritime Marketing)

9. ค่าธรรมเนียมในการอบรม 4,500 บาท/คน (ไม่รวมค่าบำรุงมหาวิทยาลัย 600 บาท/คน)

10. แหล่งที่มาของงบประมาณการเปิดหลักสูตร

ดำเนินการจัดหลักสูตรโดยใช้งบประมาณจากค่าลงทะเบียนของผู้เรียน

11. ข้อมูลในการติดต่อสอบถาม

ชื่อ-สกุล นายณัฐพงษ์ คำกลม
เบอร์โทร 064-686-8628
อีเมล nuttapong.kh@cmu.ac.th

12. เงื่อนไขคุณสมบัติของผู้สมัคร

- 1) การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายขึ้นไป ไม่จำกัดอายุ (Studying in high school or above without age limit)
- 2) มีความรู้พื้นฐานการใช้คอมพิวเตอร์และทักษะทางคณิตศาสตร์เบื้องต้น จำเป็นต้องใช้คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก/คอมพิวเตอร์เพื่อเรียนหลักสูตร (Basic knowledge of using computer and basic arithmetic skills. Need Laptop / Computer to study the course.)

หมายเหตุ : ผู้เรียนสามารถใช้ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ของวิทยาลัยได้โดยมีค่าธรรมเนียมเพิ่มเติมตามนโยบายของวิทยาลัย (The learner can use College computer lab for additional fees as per College Policy.)

13. เอกสารหลักฐานที่ใช้ประกอบการพิจารณาคัดเลือกผู้สมัคร

- ไม่มี -

14. ส่วนลดค่าธรรมเนียมการอบรม/ค่าบำรุงมหาวิทยาลัย

ยกเว้นค่าบำรุงมหาวิทยาลัยสำหรับนักศึกษา ผู้ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ หรือผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

15. หมวดหมู่การเรียนรู้

- วิทยาศาสตร์ / เทคโนโลยี / นวัตกรรม
- วิทยาศาสตร์สุขภาพ
- การวิจัย / วิชาการ / ศึกษาต่อ
- มนุษยศาสตร์ / สังคมศาสตร์
- การเงิน / การบัญชี / การตลาด / การลงทุน
- การงาน / การอาชีพ
- ภาษา / การพัฒนาตนเอง
- ดนตรี / ศิลปะ / กราฟิก / การถ่ายภาพ / งานอดิเรก
- เกษตรกรรม / ธรรมชาติ / สิ่งแวดล้อม
- ความรู้ทั่วไป