

หลักสูตรอบรมระยะสั้น
ศิลปะและวิทยาศาสตร์ของการตลาดดิจิทัลระหว่างประเทศ
(The Art & Science of International Digital Marketing)

1. ข้อมูลทั่วไป

ประกอบไปด้วย

- | | |
|---------------------------------|---|
| 1.1 ชื่อหลักสูตร | ศิลปะและวิทยาศาสตร์ของการตลาดดิจิทัลระหว่างประเทศ
(The Art & Science of International Digital Marketing) |
| 1.2 ดำเนินการโดย | วิทยาลัยการศึกษาและการจัดการทางทะเล |
| 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 | 15 คน (เปิดอบรมเมื่อมีจำนวนผู้ลงทะเบียนขั้นต่ำ 8 คน) |
| 1.5 กลุ่มเป้าหมาย | ประกอบไปด้วย |
| | ☒ ผู้เรียนก่อนปริญญา |
| | ☒ ผู้ที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี |
| | ☒ ผู้เรียนวัยทำงาน |
| | ☐ ผู้เรียนสูงวัย |

2. ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

2.1 หลักการและเหตุผล

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

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) เพิ่มประสิทธิภาพการตลาดดิจิทัลสำหรับการตลาดบนมือถือระหว่างประเทศ
Optimize Digital marketing for International mobile marketing.

2.3 โครงสร้างหรือเนื้อหาของหลักสูตร

หลักสูตรอบรมนี้มีชั่วโมงการเรียนรู้รวม 45 ชั่วโมง จำนวน 3 หน่วยกิต โดยแบ่งเป็น 10 หัวข้อ เทียบได้กับกระบวนวิชา 626723 การตลาดสำหรับพาณิชย์นาวี (Maritime Marketing) รายละเอียด ดังนี้

This training course has a total of 45 hours of learning, 3 credit hours, divided into 10 comparable topics with the course 626 723 Maritime Marketing, details as follows:

เนื้อหาของการอบรมเทียบกระบวนวิชา			
หัวข้อหลักสูตรอบรมฯ	รูปแบบการอบรม จำนวนชั่วโมง	กระบวนวิชา 626723 Maritime Marketing	รูปแบบการ เรียนการสอน จำนวนชั่วโมง
1. The Customers and Consumers of 21st Century. Practicals: Introduction to Marketing Analysis and R Programming Language.	การบรรยายและการฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน - จำนวน 3 ชั่วโมง	1. Fundamentals of Maritime Marketing	บรรยาย - จำนวน 9 ชั่วโมง
2. Introduction to Digital Marketing – Tools and Techniques. Practicals: Integrating R for optimizing Digital Marketing – R markdown language and Technical Writing.	การบรรยายและการฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน - จำนวน 3 ชั่วโมง	2. Customer relationship management for the shipping companies.	บรรยาย - จำนวน 9 ชั่วโมง
3. Market Segmentation – The Traditional and Digital Approaches. Practicals: Cluster analysis using R.	การบรรยายและการฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน - จำนวน 3 ชั่วโมง	3. Marketing Strategies for Maritime Commerce.	บรรยาย - จำนวน 9 ชั่วโมง
4. International Digital Marketing Strategies. (Planning) Practicals: SWOT Analysis + Quantitative SWOT Analysis using R.	การบรรยายและการฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน - จำนวน 3 ชั่วโมง	4. Product development for commercial maritime services.	บรรยาย - จำนวน 9 ชั่วโมง

เนื้อหาของการอบรมเทียบกระบวนวิชา			
หัวข้อหลักสูตรอบรมฯ	รูปแบบการอบรม จำนวนชั่วโมง	กระบวนวิชา 626723 Maritime Marketing	รูปแบบการ เรียนการสอน จำนวนชั่วโมง
5. International Digital Marketing Strategies. (Planning) Practicals: Brand Development Index & Category Development Index using R.	การบรรยายและการ ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน - จำนวน 3 ชั่วโมง	5. Using technology for marketing in the maritime trade.	บรรยาย - จำนวน 9 ชั่วโมง
6. International Digital Marketing Strategies – (Planning) Practicals: Quantitative PESTEL Analysis using R.	การบรรยายและการ ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน - จำนวน 6 ชั่วโมง		
7. International Digital Marketing Strategies. - (Implementing) Practicals: Building Gantt chart using project evaluation and review technique using R	การบรรยายและการ ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน - จำนวน 6 ชั่วโมง		
8. Digital Market Sensing tools and techniques – Practicals: Twitter Sentiment Analysis Using R.	การบรรยายและการ ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน - จำนวน 6 ชั่วโมง		
9. Marketing mix modeling and predictive analytics using R. Practicals: Marketing mix modeling using R.	การบรรยายและการ ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน - จำนวน 6 ชั่วโมง		
10. Return on Marketing Investment Practicals: ROMI Calculations using R.	การบรรยายและการ ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน - จำนวน 6 ชั่วโมง		
รวม	45 ชั่วโมง	รวม	45 ชั่วโมง

2.4 การประเมินผลตลอดหลักสูตร (Course Evaluation)

วิธีการประเมินจากหัวข้อการเรียนรู้ทั้งหมด 10 หัวข้อเพื่อป่งชี้การวัดสมรรถนะของผู้เรียนประกอบด้วย
2 วิธี ดังนี้

- 1) ทำรายงาน Take Home
- 2) ฝึกปฏิบัติจากงานที่ได้รับมอบหมาย

หัวข้อการเรียนรู้ (Topics)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ (Learning Outcomes)	วิธีการประเมินผล (Course Evaluation)	สัดส่วนการ ประเมิน
1. The Customers and Consumers of 21st Century.	1.1 Differentiate between traditional marketing and digital marketing. 1.2 Explain the behavioral changes of 21 st century consumers.	- ทำรายงาน Take Home - ฝึกปฏิบัติจากงานที่ได้รับ มอบหมาย	10%

หัวข้อการเรียนรู้ (Topics)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ (Learning Outcomes)	วิธีการประเมินผล (Course Evaluation)	สัดส่วนการ ประเมิน
Practicals: Introduction to Marketing Analysis and R Programming Language.	1.3 Justify the importance of data in modern marketing. 1.4 Describe the importance of scripting language in marketing analysis. 1.5 Install R Programming Language and use basic R language scripts.		
2. Introduction to Digital Marketing – Tools and Techniques. Practicals: Integrating R for optimizing Digital Marketing – R markdown language and Technical Writing.	2.1 Describe the digital marketing tools, techniques and metrics. 2.2 Summarize the digital marketing flow and digital marketing funnel. 2.3 Discuss the importance of landing page and inbound marketing. 2.4 Apply R markdown language syntax. 2.5 create a html web page content.	- ทำรายงาน Take Home - ฝึกปฏิบัติจากงานที่ได้รับมอบหมาย	10%
3. Market Segmentation – The Traditional and Digital Approaches. Practicals: Cluster analysis using R.	3.1 Explain the SPT strategy in marketing. 3.2 Different product-differentiation and market segmentation. 3.3 Apply different market segmentation strategies and algorithms to segment market using R. 3.4 Identify potential customers. 3.5 Develop suitable target marketing strategies.	- ทำรายงาน Take Home - ฝึกปฏิบัติจากงานที่ได้รับมอบหมาย	10%
4. International Digital Marketing Strategies. (Planning) Practicals: SWOT Analysis + Quantitative SWOT Analysis using R.	4.1 Outline the functions of international marketing plan. 4.2 Assess the condition of the company using qualitative SWOT Analysis. 4.3 Develop suitable marketing strategies based on SWOT Analysis. 4.4 Assess the condition of the company using quantitative SWOT Analysis. 4.5 Plan suitable International digital marketing strategies.	- ทำรายงาน Take Home - ฝึกปฏิบัติจากงานที่ได้รับมอบหมาย	10%

หัวข้อการเรียนรู้ (Topics)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ (Learning Outcomes)	วิธีการประเมินผล (Course Evaluation)	สัดส่วนการ ประเมิน
5. International Digital Marketing Strategies. (Planning) Practicals: Brand Development Index & Category Development Index using R.	5.1 Explain Brand performance 5.2 Explain category performance. 5.3 Identify strong and weak segments. 5.4 Hypothesize BDI & CDI using suitable examples. 5.5 Use R to test the hypothesis, plot and interpret the results for planning International digital marketing strategies.	- ทำรายงาน Take Home - ฝึกปฏิบัติจากงานที่ได้รับมอบหมาย	10%
6. International Digital Marketing Strategies – (Planning) Practicals: Quantitative PESTEL Analysis using R.	6.1 Assess the External environment using PEST Analysis. 6.2 Cognize how PEST is related to International Digital marketing. 6.3 Synthesize the need for quantitative PEST analysis. 6.4 Explain the limitations of PEST analysis and the need for PESTEL Analysis. 6.5 Quantify and visualize the PESTEL Analysis using R.	- ทำรายงาน Take Home - ฝึกปฏิบัติจากงานที่ได้รับมอบหมาย	10%
7. International Digital Marketing Strategies. - (Implementing) Practicals: Building Gantt chart using project evaluation and review technique in R	7.1 Developing SMART marketing goals. 7.2 Organize the SMART marketing goals into activities. 7.3 Assign suitable resources and duration. 7.4 Create the marketing schedule. 7.5 Build Gantt chart using R.	- ทำรายงาน Take Home - ฝึกปฏิบัติจากงานที่ได้รับมอบหมาย	10%
8. Digital Market Sensing tools and techniques. Practicals: Twitter Sentiment Analysis Using R.	8.1 Explain the importance of understanding the consumer needs, want & demands . 8.2 Apply qualitative research techniques to gain in-sights of market. 8.3 Identify the consumer brand engagement. 8.4 Use traditional and digital market sensing tools and techniques. 8.5 Conduct Twitter sentiment analysis using R.	- ทำรายงาน Take Home - ฝึกปฏิบัติจากงานที่ได้รับมอบหมาย	10%

หัวข้อการเรียนรู้ (Topics)	ผลลัพธ์การเรียนรู้ (Learning Outcomes)	วิธีการประเมินผล (Course Evaluation)	สัดส่วนการ ประเมิน
9. Marketing mix modeling and predictive analytic using R. Practicals: Marketing mix modeling using R.	9.1 Explain both product and service marketing mix. 9.2 Explain attribution modeling. 9.3 Use present data and predictive tools to forecast outcomes. 9.4 Evaluate the effectiveness of marketing through different channels. 9.5 Optimize the marketing mix model in advertisements.	- ทำรายงาน Take Home - ฝึกปฏิบัติจากงานที่ได้รับมอบหมาย	10%
10. Return on Marketing Investment Practicals: ROMI Calculations using R.	10.1 Explain the importance of measuring the return on digital marketing investments. 10.2 Use historical marketing data to analyze the return on marketing investment. 10.3 Develop econometric models to measure the effects of marketing campaigns. 10.4 Select appropriate digital marketing metrics to assess the impact of campaigns. 10.5 ROMI calculations in R.	- ทำรายงาน Take Home - ฝึกปฏิบัติจากงานที่ได้รับมอบหมาย	10%

การประเมินการผ่านสมรรถนะ : ผู้เรียนจะต้องได้คะแนนรวมในทุกหัวข้อไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 และเข้าชั้นเรียนโดยมีระยะเวลาไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80

เกณฑ์การประเมินลำดับขั้น เพื่อการเก็บสะสมหน่วยกิต

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

3. คำสำคัญสำหรับการสืบค้น (keyword) และคำอธิบายหลักสูตรอย่างย่อ

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

<u>เปิดรับสมัคร</u>	วันที่ 1 มิถุนายน 2565	เวลา 08.30 น.
<u>ปิดรับสมัคร</u>	วันที่ 10 กันยายน 2565	เวลา 16.30 น.

5. ช่วงวัน-เวลาของการชำระค่าธรรมเนียมในการอบรม

ตั้งแต่วันที่ทำการสมัคร ถึง วันที่ 10 กันยายน 2565 เวลา 17.00 น.

6. ช่วงวัน-เวลาของการอบรม รูปแบบการอบรม และสถานที่ในการอบรม

<u>ช่วงวันอบรม</u>	วันที่ 18 กันยายน - 12 พฤศจิกายน 2565 (6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ รวม 8 สัปดาห์) (อบรมเฉพาะวันเสาร์-วันอาทิตย์ ช่วงเวลา 09.00-16.00 น. หรือ 13.00-16.00 น. ทั้งนี้ขึ้นกับผู้สอนและกลุ่มผู้เรียนทำการตกลงและนัดหมายวันเรียน)
<u>รูปแบบการอบรม</u>	อบรมในรูปแบบ Online ร่วมกับ Onsite โดย Online ผ่านระบบ ZOOM และสามารถเรียนย้อนหลังผ่าน Microsoft Teams (การสอนจะมีลิงก์เนื้อหาเพื่อให้ผู้เรียนสามารถดูย้อนหลัง หรือผู้เรียนสามารถเรียนพร้อมผู้สอนตามเวลาได้)
<u>สถานที่ในการอบรม</u>	วิทยาลัยการศึกษและการจัดการทางทะเล มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดสมุทรสาคร (กรณีจัดการอบรม Onsite)

7. ช่วงวันของการส่งผลการอบรม/วันประกาศผลการศึกษา

15 วัน ภายหลังจบหลักสูตร (ช่วงวันที่ 14 พฤศจิกายน - 2 ธันวาคม 2565)

8. ประเภทของหลักสูตร เป็นหลักสูตรเพื่อการรับรองสมรรถนะและเพื่อการเก็บสะสมหน่วยกิต

8.1 เพื่อการรับรองสมรรถนะ

ชื่อสมรรถนะ – ศิลปะและวิทยาศาสตร์ของการตลาดดิจิทัลระหว่างประเทศ
(The Art & Science of International Digital Marketing)

8.2 เพื่อการเก็บสะสมหน่วยกิต

จำนวน 3 หน่วยกิต โดยเทียบกับกระบวนวิชา 626723 (Maritime Marketing)

9. ค่าธรรมเนียมในการอบรม 4,400 บาท/คน (ไม่รวมค่าบำรุงมหาวิทยาลัย 600 บาท)

ยกเว้นค่าบำรุงมหาวิทยาลัยสำหรับนักศึกษา ผู้ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ หรือผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

10. แหล่งที่มาของงบประมาณการเปิดหลักสูตร

ดำเนินการจัดหลักสูตรโดยใช้งบประมาณจากค่าลงทะเบียนของผู้เรียน

11. ข้อมูลในการติดต่อสอบถาม

ชื่อ-สกุล นายณัฐพงศ์ 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 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