

โมดูลการเรียนรู้
หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
วิชา การตลาดดิจิทัล รหัสวิชา 30202-2003

ผู้จัดทำ
นางสาววลัยภรณ์ ดุเพชร

วิทยาลัยอาชีวศึกษานครศรีธรรมราช
สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา
กระทรวงศึกษาธิการ

หลักสูตรรายวิชา
หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
ประเภทวิชา บริหารธุรกิจ กลุ่มอาชีพ การตลาด สาขาวิชา การตลาด
รหัส 30202-2003 ชื่อวิชา การตลาดดิจิทัล
ทฤษฎี 2 ชั่วโมง/สัปดาห์ ปฏิบัติ 2 ชั่วโมง/สัปดาห์ จำนวน 3 หน่วยกิต

อ้างอิงมาตรฐาน

มาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)

1. รหัส ICT-HRDF-411B และ ICT-LCGL-412B อาชีพนักการตลาดดิจิทัลระดับ 5
2. รหัส ICT-NPQI-410B และ ICT-LCGL-412B อาชีพนักพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระดับ 5

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

ปฏิบัติการตลาดดิจิทัลและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตามจรรยาบรรณกฎหมายและความปลอดภัยอย่างมีจรรยาบรรณ รักในการบริการและมีความคิดสร้างสรรค์

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

1. เข้าใจเกี่ยวกับหลักการและการดำเนินกิจกรรมผ่านการตลาดดิจิทัล
2. มีทักษะการวิเคราะห์ความต้องการและกำหนดกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล
3. สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติการตลาดดิจิทัลและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตามจรรยาบรรณ กฎหมาย และความปลอดภัยด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
4. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดี มีใจรักในการบริการ มีการสื่อสารที่ดี มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถประสานงาน ร่วมกับผู้เกี่ยวข้อง มีปฏิภาณไหวพริบ มีความคล่องตัวในการทำงาน สามารถทำงานเป็นทีม

สมรรถนะรายวิชา

1. ประมวลความรู้เกี่ยวกับหลักการและการดำเนินกิจกรรมผ่านการตลาดดิจิทัล
2. กำหนดกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลตามหลักการและสถานการณ์
3. ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติการด้านดิจิทัลและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตามจรรยาบรรณกฎหมายและความปลอดภัยด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการตลาดดิจิทัล สถานการณ์ทางการตลาด วิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัล การสื่อสารกับบทบาทของการตลาดดิจิทัล กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลแบบบูรณาการ การออกแบบและสร้างร้านค้าดิจิทัล การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ยุคดิจิทัล การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

รหัสวิชา.....30202-2003.....ชื่อวิชาการตลาดดิจิทัล

ทฤษฎี 2.....ชั่วโมง/สัปดาห์ ปฏิบัติ 2.....ชั่วโมง/สัปดาห์ รวม ...4.... ชั่วโมง จำนวน.....3.....หน่วยกิต

ที่	ชื่อโมดูล	เวลาเรียน (ชม.)			หมายเหตุ
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ	รวม	
1	พื้นฐานการตลาดดิจิทัลและพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่	2	4	6	
2	การกลยุทธ์และการสร้างคอนเทนต์สำหรับ Social Media	3	6	9	
3	การถ่ายภาพและการตัดต่อวิดีโอด้วยสมาร์ทโฟน	3	6	9	
4	การยิงโฆษณาและการวิเคราะห์ข้อมูลการตลาด (Ads & Analytics)	3	6	9	
5	การจัดทำแผนและแคมเปญการตลาดดิจิทัลฉบับสมบูรณ์	4	8	12	
	ประเมินผลลัพท์การเรียนรู้	1	2	3	
รวม		16	32	52	

โมดูลการเรียนรู้ที่ 1: พื้นฐานการตลาดดิจิทัลและการวิเคราะห์ผู้บริโภคยุคใหม่
เวลาเรียน: 6 ชั่วโมง (ทฤษฎี 2 ชั่วโมง, ปฏิบัติ 4 ชั่วโมง)

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ (ความรู้ + ทักษะ + จิตพิสัย = การประยุกต์ใช้)

ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจองค์ประกอบพื้นฐานของภูมิทัศน์การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Landscape) และเครื่องมือวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค สามารถใช้โปรแกรม/แพลตฟอร์มในการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย (Customer Journey & Persona) จัดทำเอกสารสรุปแผนการตลาด และจัดวางองค์ประกอบข้อมูลภาพให้ถูกต้องตามโครงร่างที่กำหนดด้วยความละเอียดรอบคอบ

2. อ้างอิงมาตรฐาน (ถ้ามี)

มาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) – สมรรถนะสนับสนุนการทำงานด้านการใช้ดิจิทัล (Digital Literacy) ระดับ 2 และสมรรถนะอาชีพนักการตลาดดิจิทัล

3. สมรรถนะประจำโมดูล

3.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับแนวคิดการตลาดดิจิทัล ช่องทางสื่อสาร (Paid, Owned, Earned Media) และกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคยุคดิจิทัล

3.2 ปฏิบัติการใช้เครื่องมือค้นหาข้อมูลการตลาดดิจิทัล รวบรวมข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค และจัดทำแบบจำลอง Persona ของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างคล่องแคล่ว

3.3 ผลิตชิ้นงานเอกสารสรุปข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย (Customer Persona Sheet) และเส้นทางการซื้อสินค้า (Customer Journey Map) เสร็จสมบูรณ์เรียบร้อยทันเวลา มีความละเอียดรอบคอบ และสอดคล้องตามมาตรฐานวิชาชีพ

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

4.1 พุทธิพิสัย

4.1.1 อธิบายความต่างระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดดิจิทัล รวมถึงประเภทของสื่อดิจิทัลได้ถูกต้อง

4.1.2 ระบุขั้นตอนการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคบนโลกออนไลน์ และโครงสร้าง Customer Journey ได้แม่นยำ

4.2 ทักษะพิสัย

4.2.1 ปฏิบัติการใช้เครื่องมือดิจิทัลเบื้องต้น (เช่น Google Trends หรือเครื่องมือค้นหา Insight) เพื่อดึงข้อมูลมาประกอบการวิเคราะห์ได้ตามสเปกที่โจทย์กำหนด

4.2.2 ปฏิบัติการสร้างแบบจำลอง Customer Persona จัดรูปแบบข้อมูล คอลัมน์ และจัดหมวดหมู่พฤติกรรมผู้ซื้อได้สวยงามเป็นระเบียบ

4.2.3 ปฏิบัติแทรกกราฟภาพกราฟิก ไอคอน และวางโครงสร้างชิ้นงานสรุปข้อมูลการตลาดร่วมกับข้อความได้เหมาะสม

4.3 จิตพิสัย

4.3.1 ปฏิบัติงานรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยความประณีต มีสมาธิ และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลทุกครั้งก่อนส่งงาน

4.4 การประยุกต์ใช้

4.4.1 ออกแบบและจัดทำเอกสารสรุปวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและแผนภาพ Customer Journey สำหรับสินค้าหรือบริการตัวอย่างได้เสร็จสิ้นสมบูรณ์

5. สารการเรียนรู้

5.1 ความรู้พื้นฐานการตลาดดิจิทัล: ภาพรวม Digital Ecosystem, ช่องทาง POEM (Paid, Owned, Earned Media) และเครื่องมือการตลาดเบื้องต้น

5.2 พฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล: ความเข้าใจเรื่อง 5A's Customer Journey (Aware, Appeal, Ask, Act, Advocate)

5.3 การสร้าง Persona และกลุ่มเป้าหมาย: การกำหนด Demographics, Psychographics, Pain Points และ Goals ของลูกค้า

5.4 การจัดทำแบบจำลองข้อมูลการตลาด: การใช้ตารางและแผนภูมิสรุปพฤติกรรมผู้บริโภค การผสานข้อมูลอภิปรายผล

5.5 การจัดทำสื่อนำเสนอผลการวิเคราะห์: การแทรกภาพสินค้า/ตัวแทนลูกค้า การปรับแต่งรูปแบบเอกสารสรุปแผนการตลาด (Persona Sheet)

6. รายละเอียดการเรียนรู้ประจำโมดูล

6.1 ทฤษฎี: เรียนรู้หลักทฤษฎี โครงสร้างการตลาดดิจิทัล และเครื่องมือวิเคราะห์ต่าง ๆ ผ่านสื่อการสอนอิเล็กทรอนิกส์ใน Platform ของหลักสูตรจนจบหน่วย

6.2 ปฏิบัติ: ฝึกทักษะการค้นหา Insight และจัดทำแบบจำลอง Persona จริงผ่านเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ ทำตามขั้นตอนในใบปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย ฝึกแก้ไขปัญหาและจัดวางรูปแบบเอกสารวิเคราะห์การตลาด

7. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

ด้านความรู้(ทฤษฎี) ประเภทการเรียนรู้สื่อและกิจกรรมรายละเอียด / สื่อที่ใช้ด้านความรู้ (ทฤษฎี)(เวลาเรียน 2 ชั่วโมง)

สื่อเรื่อง การตลาดดิจิทัลเบื้องต้นและสื่อดิจิทัลแบบฝึกหัดพร้อมเฉลยบน Platform

สื่อเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคและ Customer Journey แบบฝึกหัดพร้อมเฉลยบน Platform

สื่อเรื่อง การวิเคราะห์และสร้าง Customer Persona แบบฝึกหัดพร้อมเฉลยบน Platform

สื่อเรื่อง การสรุปและจัดทำเอกสารข้อมูลการตลาดดิจิทัลแบบฝึกหัดพร้อมเฉลยบน Platform

ด้านทักษะและการประยุกต์ใช้ (ปฏิบัติ)(เวลาเรียน 4 ชั่วโมง)

ฝึกปฏิบัติจริง

ใบปฏิบัติงานที่ 1.1 "การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและการจัดทำ Customer Persona Sheet ของแบรนด์สินค้าตัวอย่าง" หลักฐานการปฏิบัติงาน: ไฟล์ผลงานต้นฉบับรูปแบบ .docx หรือ .pdf และเอกสารตรวจรับชิ้นงานวิเคราะห์การตลาด

เกณฑ์การปฏิบัติงาน

ความถูกต้องและครบถ้วนขององค์ประกอบข้อมูล 100%, การจัดวางระเบียบองค์ประกอบตรงตามแบบร่างที่กำหนด

ขอบเขตการปฏิบัติงาน

จัดทำเอกสารวิเคราะห์และ Persona สรุป 1 หน้ากระดาษ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปในเวลาจำกัด 60 นาที

วิธีการประเมิน

ประเมินการปฏิบัติงาน คุณภาพไฟล์งานดิจิทัล และการจัดเก็บประวัติสะสมงาน

เครื่องมือประเมิน

แบบประเมินผลการปฏิบัติงานและคุณภาพผลงาน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนแบบรูบริกส์ (Rubrics)

8. การวัดและประเมินผลประจำโมดูล

ภาคทฤษฎี (30 คะแนน)

คะแนนแบบทดสอบความรู้บน Platform ก่อนเรียนและหลังเรียน (20 คะแนน) คะแนนความตั้งใจและการทำงานแบบฝึกหัดระหว่างคาบเรียนทฤษฎี (10 คะแนน)

ภาคปฏิบัติ (70 คะแนน)

คะแนนแบบประเมินทักษะการทำงานขณะฝึกค้นหาข้อมูลและใช้เครื่องมือเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์การตลาด (40 คะแนน)

คะแนนการประเมินชิ้นงานเอกสาร "Customer Persona Sheet และ Customer Journey" ส่งตรวจ (30 คะแนน)