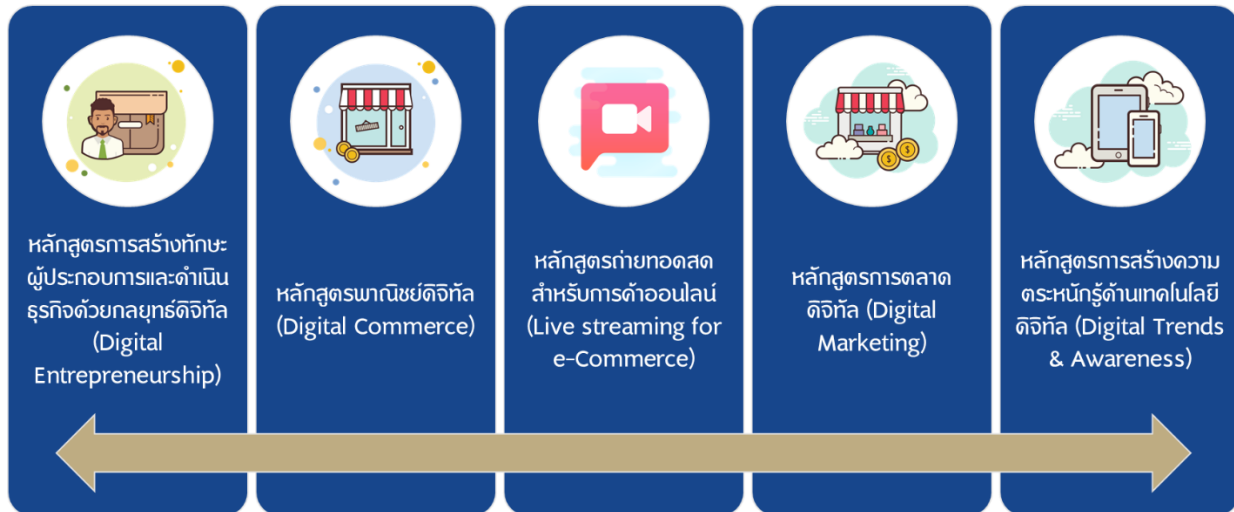


๒.๘ หลักสูตร (Course)

หลักสูตรการฝึกอบรม



รูปภาพที่ ๒ - ๑ กรอบหลักสูตรการพัฒนาศักยภาพบุคลากรดิจิทัล

หลักสูตรออกแบบเนื้อหาจากเทคโนโลยีและความเหมาะสมในการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับประชาชนในปัจจุบัน โดยครอบคลุมเนื้อหาใน ๕ หลักสูตร แต่ละหลักสูตรสามารถใช้ในการอบรม จำนวน ๕ วัน ประกอบด้วย

๑) หลักสูตรการสร้างทักษะผู้ประกอบการและดำเนินธุรกิจด้วยกลยุทธ์ดิจิทัล (Digital Entrepreneurship)

แนวคิดหลักสูตร มุ่งเน้นการเรียนรู้สำหรับพัฒนาธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ ตั้งแต่ระดับเริ่มต้น โดยพัฒนารูปแบบต่อยอดกลยุทธ์ด้านการจัดทำธุรกิจ ตั้งแต่การสร้างสรรคความคิด การสร้างโมเดลธุรกิจ การวางกลยุทธ์ธุรกิจ การบริหารจัดการ ข้อควรระวังทางด้านกฎหมาย ไปจนกระบวนการสรรหาแหล่งทุน เพื่อสนับสนุนการธุรกิจได้อย่างคล่องตัว

เนื้อหาหลักสูตร แบ่งออกเป็น ๕ บท

บทที่ ๑ : รู้ให้รอบ ก่อนลงมือทำ

วัตถุประสงค์ มุ่งให้ผู้เรียนสามารถเปลี่ยนแปลงธุรกิจที่มีอยู่ในรูปแบบเดิม ให้เป็นธุรกิจแบบใหม่ โดยที่มีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยปรับเปลี่ยนหรือแก้ไขปัญหามีอยู่เดิม โดยจะต้องทำการศึกษา เรียนรู้ และเข้าใจในพฤติกรรมของผู้บริโภค และธุรกิจของตน เข้าใจช่องทาง หรือปัญหาที่สามารถก่อให้เกิดได้ในทุกรูปแบบธุรกิจ พร้อมทั้งสามารถแก้ไข หรือหาทางออกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทที่ ๒ : สร้างโมเดลธุรกิจ แบบมีอาชีพ

วัตถุประสงค์ มุ่งให้ผู้เรียนสามารถสร้างแบบจำลองธุรกิจ ตั้งแต่ผู้ประกอบการรายใหม่ จนถึงผู้ประกอบการที่มีการพัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยการสร้างแบบจำลองธุรกิจมาใช้ ปรับปรุง หรือปรับเปลี่ยนธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น สามารถวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจได้ รวมถึงรู้จักเครื่องมือต่าง ๆ อาทิ Business Model Canvas (BMC) เป็นต้น

บทที่ ๓ : วัตถุประสงค์ เข้าใจทีมงาน

วัตถุประสงค์ มุ่งให้ผู้เรียนสามารถสร้างความรู้ความเข้าใจ รวมถึงสร้างความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือในการทำธุรกรรมออนไลน์ และสามารถดำเนินการได้ถูกต้องตามกฎระเบียบของสังคม และมุ่งเน้นให้ผู้เรียนสามารถบริหารทีมงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ หลักการสร้างเป้าหมายร่วมกัน ระบบการทำงาน รวมถึงการวางหน้าที่ของแต่ละฝ่ายรับผิดชอบอย่างชัดเจน เป็นต้น

บทที่ ๔ : งบประมาณ ธุรกิจ (เทคนิคการวางกลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการด้านการเงิน)

วัตถุประสงค์ มุ่งให้ผู้เรียนสามารถบริหารจัดการทางการเงินได้อย่างชาญฉลาด เนื่องจากธุรกิจขนาดเล็ก ขนาดกลาง หรือขนาดใหญ่ จุดสำคัญที่ทำให้ธุรกิจเกิดสภาพคล่องคือ การพยากรณ์และมีการวางแผนทางการเงินในระยะยาว หลักสูตรนี้จึงปิดช่องโหว่ของธุรกิจได้ตั้งแต่ระดับเริ่มต้น เป็นต้นไป โดยเป็นการรวบรวมเครื่องมือในการวางแผนเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทที่ ๕ สร้างธุรกิจ แบบไม่ต้องลงทุน

วัตถุประสงค์ มุ่งให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้เทคนิคการโน้มน้าวใจให้ผู้รับบริการ ผู้ซื้อ หรือแม้กระทั่งแหล่งทุน สามารถทำตามแบบที่เราคาดหวัง โดยหลักการ Pitching คือการนำเสนอบริษัท ไอเดียหรือธุรกิจ Startup ให้กับนักลงทุนเพื่อให้เกิดการร่วมทุน นอกจากนี้จะทำให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ยังเป็นช่องทางโอกาสให้ได้รับการร่วมลงทุน เพื่อต่อยอดธุรกิจได้อีกด้วย

๒) หลักสูตรพาณิชย์ดิจิทัล (Digital Commerce)

แนวคิดหลักสูตร มุ่งเน้นให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ กระบวนการทางด้าน ดิจิทัลคอมเมิร์ซครบทุกมิติ ตั้งแต่ทางด้านผลิตภัณฑ์ การทำการตลาด ธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ช่องทางตลาดกลางออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์ หลักการสร้างแบรนด์อย่างน่าจดจำ การขนส่ง และเรียนรู้กลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น และสามารถนำหลักสูตรดังกล่าวไปประยุกต์ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เนื้อหาหลักสูตร แบ่งออกเป็น ๔ บท

บทที่ ๑ สร้างแบรนด์อย่างไรให้ติดตลาด

วัตถุประสงค์ มุ่งให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้เรื่องราวของแบรนด์ได้ครบทุกมิติ สามารถถ่ายทอดความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์ และพัฒนาเอกลักษณ์เหล่านั้นให้เป็นจุดยืนของธุรกิจ

บทที่ ๒ ออนไลน์ vs ออฟไลน์ พัฒนาควบคู่ธุรกิจโตไว

วัตถุประสงค์ มุ่งให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ช่องทางการขายสินค้าทั้งทางด้านออนไลน์ และทางด้านออฟไลน์ โดยในแต่ละช่องทางจะมีกลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจแตกต่างกัน หลักสูตรจะเป็นการอธิบายถึง เครื่องมือกลยุทธ์ และข้อควรทำในแต่ละช่องทางสำหรับการพัฒนาธุรกิจอย่างสมบูรณ์

บทที่ ๓ วิเคราะห์ตลาด สร้างมาตรฐานธุรกิจ

วัตถุประสงค์ มุ่งให้ผู้เรียนสามารถศึกษา เรียนรู้ระบบการทำการตลาดออนไลน์ โดยสามารถวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า วางแผนการบริหารจัดการภายในร้านค้า การใช้ข้อมูลทางด้านการสำรวจ สถิติการซื้อขาย หรือธุรกิจ เพื่อนำมาวางแผนการพัฒนาธุรกิจของตนได้โดยผ่านช่องทางออนไลน์

บทที่ ๔ เพิ่มศักยภาพการส่งเสริมการค้าปลีกพาณิชย์ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

วัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการรายย่อยเกี่ยวกับประโยชน์ของการใช้ระบบกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) และ QR Code มาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกในการซื้อขายสินค้าและบริการ ตามมาตรการส่งเสริมและกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศของรัฐบาล

๓) หลักสูตรการถ่ายทอดสดสำหรับการค้าออนไลน์ (Live streaming for e-Commerce)

แนวคิดหลักสูตร มุ่งเน้นให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้กระบวนการ Live Streaming ข้อควรปฏิบัติ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง และสามารถปฏิบัติตามได้

วัตถุประสงค์ มุ่งให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ในการจัดทำ Live Streaming เพื่อส่งเสริมการพัฒนาอาชีพออนไลน์ได้ด้วยเทคนิคใหม่ โดยผู้เรียนจะสามารถเรียนรู้ตั้งแต่ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง ขั้นตอนการติดตั้ง ไปจนถึงกระบวนการใช้งาน อีกทั้งขั้นตอนการวางแผนก่อนการเริ่มกระบวนการ Live Streaming เพื่อให้เกิดความคล่องตัวต่อการปฏิบัติ

เนื้อหาหลักสูตร

บทที่ ๑ เตรียมความพร้อมสู่การถ่ายทอดสด (Hardware, Software , Peopleware)

วัตถุประสงค์ เพื่อให้เตรียมพร้อมด้านอุปกรณ์ ซอฟต์แวร์ และบุคลากรให้พร้อมต่อการดำเนินการในส่วนการจัดหา การตั้งค่า และการปรับแต่งเพื่อความเหมาะสม

บทที่ ๒ การตั้งค่าอุปกรณ์ สถานที่ แสง และองค์ประกอบ

วัตถุประสงค์ เพื่อการจัดการอุปกรณ์ให้เกิดการเชื่อมโยง สามารถนำข้อมูลภาพ เสียง และองค์ประกอบไปสู่การถ่ายทอดสดได้อย่างเหมาะสม

บทที่ ๓ การเชื่อมโยงซอฟต์แวร์สำหรับเผยแพร่

วัตถุประสงค์เพื่อการเรียนรู้การเชื่อมโยงการถ่ายทอดซอฟต์แวร์ เช่น ระบบสนับสนุนภาพ การปรับแต่งรูปภาพและวิดีโอ เนื้อหาอื่น ๆ เพื่อนำไปใช้เป็นส่วนประกอบของการเผยแพร่ได้

บทที่ ๔ การถ่ายทอดสดขึ้น Facebook/ E-Commerce

วัตถุประสงค์ เพื่อการเริ่มการถ่ายทอดเนื้อหาสู่ช่องทางทางการถ่ายทอดหลักต่าง ๆ เช่น Facebook หรือระบบ E-Commerce เช่น Lazada Shopee เป็นต้น

บทที่ ๕ เทคนิคการ Live ให้ดึงดูดใจคนดู

วัตถุประสงค์ เพื่อนำเสนอเทคนิคของผู้ที่มีประสบการณ์ทางด้านการถ่ายทอดสด ขายสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ นำเทคนิคที่ใช้งานแล้วดึงดูดผู้ชม นำมาถ่ายทอดให้เป้าหมายได้นำไปประยุกต์ใช้งานได้

๔) หลักสูตรการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)

แนวคิดหลักสูตร มุ่งเน้นให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ทางด้านการตลาดดิจิทัล พัฒนาเป็นองค์ความรู้ และเสริมสร้างทักษะทางด้านการตลาด และสามารถนำวางแผนออกแบบการพัฒนาต่อยอดธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เนื้อหาหลักสูตร แบ่งออกเป็น ๒ บท

บทที่ ๑ กลยุทธ์การตลาดทันโลก

วัตถุประสงค์ มุ่งให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้กลยุทธ์ทางด้านการตลาด เคล็ดลับ ข้อสำคัญของการทำการตลาดออนไลน์ รวมถึง เทรนด์เทคโนโลยีที่สามารถปรับเปลี่ยนหรือพัฒนาคุณภาพชีวิต ของผู้เรียน และประชาชนทุกกลุ่มให้มีคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น

บทที่ ๒ ครบเครื่องเรื่องกลยุทธ์ การตลาดดิจิทัล แบ่งออกเป็น ๔ บทย่อย ดังนี้

บทที่ ๒.๑ Content Marketing

วัตถุประสงค์ มุ่งให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้กลยุทธ์การตลาด E-commerce ตั้งแต่กระบวนการวางแผน การทำสื่อ การสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงเทคนิค หรือโอกาสใหม่ ๆ ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการทำการค้าออนไลน์

บทที่ ๒.๒ การตลาดยุคใหม่ Influencer Marketing

วัตถุประสงค์ มุ่งให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ และเข้าใจความสำคัญของการทำการตลาดผ่าน Influencer ตั้งแต่กระบวนการสร้างคอนเทนต์ การวางแผนการใช้ Influencer ข้อควรระวัง และผลลัพธ์ที่อาจจะเกิดขึ้นโดยวิธีทาง Influencer Marketing

บทที่ ๒.๓ ช่องทางสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก

วัตถุประสงค์ มุ่งให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ การปรับแต่งเว็บไซต์เพื่อให้ Google จัดทำอันดับเพื่อให้อยู่บนผลการค้นหาหน้าลำดับต้น โดยมีการอธิบายถึงขั้นตอนการจัดทำตั้งแต่ขั้นตอนเริ่มต้นจนเสร็จสิ้นกระบวนการที่ผู้เรียนสามารถดำเนินการได้

บทที่ ๒.๔ กลยุทธ์ Social Media Marketing

วัตถุประสงค์ มุ่งให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ การทำการตลาดบนสังคมออนไลน์ อาทิ Facebook, Instagram, Twitter, LINE โดยใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับแพลตฟอร์มนั้น ๆ เช่น การโพสต์ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ รวมถึงการเสียเงินลงโฆษณาเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น โดยเป็นการอธิบายขั้นตอนการทำ และเทคนิคต่าง ๆ เพื่อเพิ่มยอดขายให้แก่ผู้ประกอบการทุกระดับ

๕) หลักสูตรการสร้างความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Trends & Awareness)

แนวคิดหลักสูตร มุ่งเน้นให้ผู้เรียนสามารถใช้ สมาร์ทโฟน ใช้ซอฟต์แวร์ของทาง Microsoft และ Google ได้อย่างเกิดความคุ้มค่า รวมถึงแนะนำช่องทางการประชุมผ่านช่องทางออนไลน์ และสามารถอธิบาย หรือแนะนำให้แก่ผู้อื่นได้อย่างเกิดประโยชน์สูงสุด รวมถึงสามารถใช้งาน Application E-Wallet เพื่อใช้จ่ายเงินหรือทำธุรกรรมด้านการเงินต่าง ๆ ระหว่างร้านค้าและลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งบริการภาครัฐ ที่ให้บริการกับประชาชน โดยเนื้อหาหลักสูตร แบ่งออกเป็น ๓ บท ได้แก่

บทที่ ๑ เคล็ดลับ ยกระดับเครื่องมือดิจิทัล แบ่งออกเป็น ๒ บทย่อย ได้แก่

บทที่ ๑.๑ ๑๐ เคล็ดลับ รู้หรือไม่ iOS ทำได้

วัตถุประสงค์ มุ่งให้ผู้เรียนที่ใช้สมาร์ทโฟน หรือ แท็บเล็ต ระบบ iOS สามารถเรียนรู้เทคนิคการใช้งานทางลัด เพื่ออำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันด้านต่าง ๆ ได้ อาทิ ระบบพิมพ์ด้วยภาพ ระบบสั่งการด้วยเสียง ระบบตรวจสอบไหม้ไลน์การเดินทาง เป็นต้น

บทที่ ๑.๒ ๑๐ เคล็ดลับ รู้หรือไม่ Android ทำได้

วัตถุประสงค์ มุ่งให้ผู้เรียนที่ใช้สมาร์ทโฟน หรือ แท็บเล็ต ระบบ Android สามารถเรียนรู้เทคนิคการใช้งานทางลัด เพื่ออำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันด้านต่าง ๆ ได้ อาทิ ระบบพิมพ์ด้วยภาพ ระบบสั่งการด้วยเสียง ระบบตรวจสอบไหม้ไลน์การเดินทาง เป็นต้น

บทที่ ๑.๓ ๑๐ เคล็ดลับ รู้หรือไม่ Windows ทำได้

วัตถุประสงค์ มุ่งให้ผู้เรียนที่ใช้คอมพิวเตอร์ ระบบปฏิบัติการ Windows สามารถเรียนรู้เทคนิคการใช้งานทางลัด เพื่ออำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันด้านต่าง ๆ ได้ อาทิ การตรวจสอบคุณภาพ การป้องกันความเสี่ยงของอุปกรณ์ การยกระดับความปลอดภัย ระบบอำนวยความสะดวก เป็นต้น

บทที่ ๒ เพิ่มขีดความสามารถของการทำงาน ด้วยแอปพลิเคชัน แบ่งออกเป็น ๓ บทย่อย ได้แก่

บทที่ ๒.๑ เพิ่มคุณภาพของงานด้วย Microsoft 365

วัตถุประสงค์ มุ่งให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้เทคนิค และประยุกต์ใช้ Microsoft 365 ซึ่งเป็นซอฟต์แวร์สำหรับทำงานเอกสาร ไม่ว่าจะเป็นเอกสารการนำเสนอผลงานผ่าน PowerPoint การรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ จัดทำรายรับรายจ่ายเบื้องต้นผ่าน Excel หรือการทำเอกสารสำคัญต่าง ๆ ผ่าน Word ซึ่งเป็นเครื่องมือที่จำเป็นอย่างมาก

บทที่ ๒.๒ เพิ่มคุณภาพของงานด้วยบริการจาก Google

วัตถุประสงค์ มุ่งให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้เทคนิค และประยุกต์ใช้บริการจาก Google ซึ่งเป็นซอฟต์แวร์ สำหรับอำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิตประจำวัน อาทิ Google map สำหรับค้นหาเส้นทาง Google form สำหรับจัดทำแบบสอบถาม/แบบประเมิน Google Calendar ที่สามารถบันทึกการนัดหมายต่าง ๆ ได้ รวมถึง บริการทางด้านการจัดทำเอกสารต่าง ๆ อาทิ Google Doc และ Google sheet ที่สามารถอำนวยความสะดวก ต่อการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทที่ ๒.๓ เพิ่มคุณภาพชีวิตด้วยบริการภาครัฐดิจิทัล (e-Government Services)

วัตถุประสงค์ นำเสนอบริการภาครัฐดิจิทัลที่เป็นประโยชน์กับประชาชน เพื่อให้สามารถเข้าถึงสิทธิ และความจำเป็นขั้นพื้นฐานที่ภาครัฐให้บริการกับประชาชนเพื่อยกระดับและเพิ่มคุณภาพชีวิต

บทที่ ๓ เทคนิคการใช้งาน MS Team และ Google Meet

วัตถุประสงค์ มุ่งให้ผู้เรียนสามารถ เรียนรู้ขั้นตอน ความสำคัญ และความสามารถในการปฏิบัติของแอปพลิเคชัน MS Team และ Google Meet ที่ถือเป็นช่องทางการสื่อสารระดับองค์กร โดยสามารถทำงานได้หลายรูปแบบ อาทิ การพูดคุย การนำเสนอเอกสาร จัดประชุมออนไลน์ แชร์หน้าจอ วางแผนงาน รวมถึงข้อจำกัดในการทำงานของ ๒ แอปพลิเคชัน

๒.๘.๑ หลักสูตรการสร้างทักษะผู้ประกอบการและดำเนินธุรกิจด้วยกลยุทธ์ดิจิทัล (Digital Entrepreneurship)

| | |
|---|---|
| ชื่อหลักสูตร/รายวิชา | หลักสูตรการสร้างทักษะผู้ประกอบการและดำเนินธุรกิจด้วยกลยุทธ์ดิจิทัล (Digital Entrepreneurship) |
| คำสำคัญ | Digital Entrepreneur, Start-up |
| ผลลัพธ์การเรียนรู้ | |
| <p>หลังจากผู้เรียนได้รับการเรียนรู้รายวิชานี้จะสามารถ :</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑. สามารถเข้าใจการเปลี่ยนแปลงธุรกิจสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ๒. สามารถจัดทำแบบจำลองธุรกิจ ที่ขับเคลื่อนด้วยดิจิทัลได้ ๓. สามารถพัฒนากระบวนการจากการทำงานขับเคลื่อนด้วยดิจิทัลได้ ๔. สามารถเข้าใจกฎ ระเบียบ สิทธิประโยชน์ที่เกี่ยวข้องได้ ๕. สามารถทราบถึงแหล่งทุนที่สนับสนุนการดำเนินการได้ | |
| คำอธิบาย | |
| <p>เรียนรู้ความรู้พื้นฐานทั่วไปสำหรับพัฒนาธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ ตั้งแต่ระดับเริ่มต้น โดยพัฒนารูปแบบต่อยอดกลยุทธ์ด้านการจัดทำธุรกิจ ตั้งแต่การสร้างสรรค์ความคิด การสร้างโมเดลธุรกิจ การวางกลยุทธ์ธุรกิจ การบริหารจัดการ ข้อควรระวังทางด้านกฎหมาย ไปจนกระบวนการสรรหาแหล่งทุนเพื่อสนับสนุนการธุรกิจได้อย่างคล่องตัว</p> | |
| หน่วยการเรียนรู้ หัวข้อการเรียนรู้ และเนื้อหาการเรียนรู้ | |
| <ul style="list-style-type: none"> ● บทที่ ๑: รู้ให้รอบ ก่อนลงมือทำ <ul style="list-style-type: none"> ○ แนวโน้มธุรกิจที่เติบโตรวดเร็วด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ○ แนวโน้มธุรกิจที่ต้องปรับตัวเพื่อตามเทคโนโลยีดิจิทัล ○ แนวโน้มธุรกิจที่ต้องเปลี่ยนแปลงเพื่อความอยู่รอดจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัล ○ ๘ กลุ่มธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีในการขับเคลื่อน ● บทที่ ๒: สร้างโมเดลธุรกิจ แบบมืออาชีพ <ul style="list-style-type: none"> ○ การทำ Value Proposition ○ การวิเคราะห์ลูกค้า ○ การวิเคราะห์คุณค่าธุรกิจ ○ การจัดทำแผนภาพธุรกิจ (Business Model Canvas) ○ การประเมินโมเดลธุรกิจ ● บทที่ ๓: รู้กฎหมาย เข้าใจทีมงาน <ul style="list-style-type: none"> ○ รู้จัก กฎ ระเบียบ ข้อส่งเสริมธุรกิจ ○ การเอื้ออำนวยต่อการประกอบธุรกิจรายใหม่ ○ การสร้างทีมสนับสนุนกิจการ ● บทที่ ๔ : งบประมาณ ธุรกิจ (เทคนิคการวางกลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการด้านการเงิน) <ul style="list-style-type: none"> ○ กลยุทธ์การบริหารจัดการทางการเงิน | |

- เทคนิคการลงทุน
- การปรับแผนธุรกิจให้สอดคล้องกับนักลงทุน
- การสร้างจุดเด่นให้ธุรกิจ
- บทที่ ๕: สร้างธุรกิจ แบบไม่ต้องลงทุน
 - การจัดทำ Pitch Deck
 - วิธีการนำเสนอ Pitching
 - การระดมทุน (Crowd Funding)
 - การหานักลงทุน (Investor)
 - นักลงทุนแบบต่าง ๆ Venture Capital, Angel Investor

บรรณานุกรม

| | |
|-------------------------------------|--|
| - | |
| วัสดุที่เกี่ยวข้อง (ถ้ามี) | |
| แหล่งข้อมูลเพิ่มเติม (ถ้ามี) | - |
| จัดทำโดย | สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล |
| อภิธานศัพท์/นิยามคำศัพท์ | ธุรกิจสตาร์ทอัพ (Start-up) คือ ธุรกิจที่เริ่มต้นจากการแก้ปัญหาจุดเล็ก ๆ แล้วมีการเติบโตแบบก้าวกระโดดโดยมีการออกแบบให้ธุรกิจสามารถทำซ้ำได้ง่ายและขยายตัวได้เร็ว มีการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาช่วยทำให้มีต้นทุนต่ำสามารถแข่งขันกับธุรกิจในอุตสาหกรรมยักษ์ใหญ่แบบเดิมได้ง่าย หลายครั้งนำไปสู่การล่มสลายของธุรกิจแบบดั้งเดิมในที่สุด |

๒.๘.๒ หลักสูตรพาณิชย์ดิจิทัล (Digital Commerce)

| | |
|--|---|
| ชื่อหลักสูตร/รายวิชา | หลักสูตรพาณิชย์ดิจิทัล (Digital Commerce) |
| คำสำคัญ | Digital Commerce, E-Commerce, E-Wallet, QR Code Payment |
| ผลลัพธ์การเรียนรู้ | |
| <p>หลังจากผู้เรียนได้รับการเรียนรู้รายวิชานี้จะสามารถ :</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑. สามารถซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ (E-commerce) ได้ ๒. สามารถประเมินความน่าเชื่อถือของตลาด และร้านค้าออนไลน์ได้ ๓. สามารถทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์ดิจิทัลหรือช่องทางออนไลน์ได้ ๔. สามารถจัดการปัญหาจากการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ได้ ๕. สามารถขายของผ่านช่องทางออนไลน์ได้ ๖. สามารถใช้จ่ายผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ (E-Wallet) ๗. สามารถชำระเงิน/สร้างช่องทางการชำระเงินในรูปแบบ QR Code Payment ได้ ๘. สามารถประยุกต์ใช้กับบริการของภาครัฐที่สนับสนุนเรื่องการทำพาณิชย์ดิจิทัลได้ | |
| คำอธิบาย | |
| <p>เรียนรู้ความรู้พื้นฐานทั่วไปของดิจิทัลคอมเมิร์ซ ได้แก่ นิยามความหมาย องค์ประกอบ ความสำคัญ ลักษณะกระบวนการ และรูปแบบการซื้อ-ขายสินค้าในดิจิทัลคอมเมิร์ซ สามารถซื้อขายสินค้าในดิจิทัลคอมเมิร์ซได้อย่างถูกต้องและปลอดภัย จัดการแก้ปัญหาจากการซื้อขายสินค้าได้ และสามารถสร้างร้านค้าขายสินค้า และขายสินค้าในดิจิทัลคอมเมิร์ซได้เบื้องต้น รวมถึงเข้าใจกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัลคอมเมิร์ซเบื้องต้น เรียนรู้กระบวนการทางด้าน ดิจิทัลคอมเมิร์ซครบทุกมิติ ตั้งแต่ทางด้านผลิตภัณฑ์ การทำการตลาด ธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ช่องทางตลาดกลางออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์ หลักการสร้างแบรนด์อย่างน่าจดจำ การขนส่งและเรียนรู้กลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น และสามารถนำหลักสูตรดังกล่าวไปประยุกต์ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> | |
| หน่วยการเรียนรู้ หัวข้อการเรียนรู้ และเนื้อหาการเรียนรู้ | |
| <ul style="list-style-type: none"> ● บทที่ ๑ : สร้างแบรนด์อย่างไรให้ติดตลาด <ul style="list-style-type: none"> ○ ดิจิทัลคอมเมิร์ซ/พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์/การซื้อขายสินค้าออนไลน์/E-Commerce คือ อะไร ○ องค์ประกอบของดิจิทัลคอมเมิร์ซ หรือการซื้อขายออนไลน์ ○ ความสำคัญของดิจิทัลคอมเมิร์ซ ○ ลักษณะของดิจิทัลคอมเมิร์ซ ● บทที่ ๒: ออนไลน์ vs ออฟไลน์ พัฒนาการคู่ธุรกิจโตไว <ul style="list-style-type: none"> ○ กระบวนการซื้อ-ขายสินค้าในดิจิทัลคอมเมิร์ซ ○ รูปแบบการซื้อ-ขายสินค้าในดิจิทัลคอมเมิร์ซ ○ OMO Model ○ รู้จักพื้นที่ซื้อขายสินค้า (แพลตฟอร์ม) ในดิจิทัลคอมเมิร์ซ ○ การค้นหาสินค้า ร้านค้า และผู้ขายสินค้า ○ การเลือกสินค้า กำหนดจำนวน การยกเลิก/ลบบrayการสินค้าที่เลือก การเลือกรูปแบบการขนส่ง การกำหนดสถานที่รับสินค้า การยืนยันการซื้อ ○ การเลือกรูปแบบชำระเงิน และการชำระเงิน | |

| | |
|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> ○ การติดตามและรับสินค้า ○ ปัญหาการซื้อขายสินค้าในดิจิทัลคอมเมิร์ซ ○ การแก้ปัญหาการซื้อขายสินค้าในดิจิทัลคอมเมิร์ซ ○ กล้องและเล่ห์เหลี่ยมของมิจนาซีฟในดิจิทัลคอมเมิร์ซ ○ แนวทางป้องกันและตรวจสอบร้านค้าในดิจิทัลคอมเมิร์ซ ○ การแจ้งความและเก็บรวบรวมหลักฐาน ● บทที่ ๓: วิเคราะห์ตลาด สร้างมาตรฐานธุรกิจ <ul style="list-style-type: none"> ○ จุดเด่น จุดด้อย ข้อจำกัด และคุณสมบัติของแพลตฟอร์มร้านค้าออนไลน์ในดิจิทัลคอมเมิร์ซ ○ การสร้างร้านค้าออนไลน์ ○ การให้บริการลูกค้า ○ การทำ Digital Marketing เบื้องต้น ● บทที่ ๔: เพิ่มศักยภาพการส่งเสริมการค้าปลีกพาณิชย์ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ <ul style="list-style-type: none"> ○ ระบบกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ○ การรับเงินแบบลดการสัมผัส QR Code Payment ○ การจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ○ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เบื้องต้น |
| บรรณานุกรม | |
| <ul style="list-style-type: none"> ● สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (๒๕๕๙). หลักสูตรการเข้าใจดิจิทัล. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. เข้าถึง URL: http://www.dlthailand.org/dl-curriculum/curriculum/ ● กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (๒๕๖๑). คู่มือเปิดร้านค้าออนไลน์ Easy Online Shop. [ออนไลน์] เข้าถึง URL: https://www.dbd.go.th/download/ecommerce_file/pdf/dbd_ecommmanual_openshoponline_6202.pdf ● สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (๒๕๖๐). สอนชุมชนเปิดร้านออนไลน์. [ออนไลน์]. เข้าถึง URL: https://drive.google.com/file/d/0B8aZlpLlDIVKLWhkRFVsTEpTNzQ | |
| วัสดุที่เกี่ยวข้อง (ถ้ามี) | |
| แหล่งข้อมูลเพิ่มเติม (ถ้ามี) | <ul style="list-style-type: none"> ● http://www.dbdacademy.com/ ● https://www.trustmarkthai.com/ ● http://veonde.com |
| จัดทำโดย | สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล |
| อภิธานศัพท์/นิยามคำศัพท์ | |

๒.๘.๓ หลักสูตรการถ่ายทอดสดสำหรับการค้าออนไลน์ (Live streaming for e-Commerce)

| | |
|--|---|
| ชื่อหลักสูตร/รายวิชา | หลักสูตรการถ่ายทอดสดสำหรับการค้าออนไลน์ (Live streaming for e-Commerce) |
| คำสำคัญ | Live, Streaming, e-commerce, Broadcast |
| ผลลัพธ์การเรียนรู้ | |
| <p>หลังจากผู้เรียนได้รับการเรียนรู้รายวิชานี้จะสามารถ :</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑. สามารถเรียนรู้กระบวนการ Live Streaming ได้ ๒. สามารถตั้งค่าอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการถ่ายทอดสดได้ ๓. สามารถเข้าใจองค์ประกอบของการ Live ได้ ๔. สามารถประยุกต์ใช้วิธีการ Live Streaming กับกิจกรรมอื่น ๆ ได้ | |
| คำอธิบาย | |
| <p>เรียนรู้ความรู้พื้นฐานทั่วไปเพื่อมุ่งเน้นให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้กระบวนการ Live Streaming ข้อควรปฏิบัติ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง และสามารถปฏิบัติตามได้ โดยให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ในการจัดทำ Live Streaming เพื่อส่งเสริมการพัฒนาอาชีพออนไลน์ได้ด้วยเทคนิคใหม่ โดยผู้เรียนจะสามารถเรียนรู้ตั้งแต่ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง ขั้นตอนการติดตั้ง ไปจนถึงกระบวนการใช้งาน อีกทั้งขั้นตอนการวางแผนก่อนการเริ่มกระบวนการ Live Streaming เพื่อให้เกิดความคล่องตัวต่อการปฏิบัติ</p> | |
| หน่วยการเรียนรู้ หัวข้อการเรียนรู้ และเนื้อหาการเรียนรู้ | |
| <ul style="list-style-type: none"> ● บทที่ ๑: เตรียมความพร้อมสู่การถ่ายทอดสด (Hardware, Software , Peopeware) <ul style="list-style-type: none"> ○ คอมพิวเตอร์สำหรับการถ่ายทอดสด ○ โทรศัพท์มือถือสำหรับการถ่ายทอดสด ○ กล้องดิจิทัลสำหรับการถ่ายทอดสด ○ ไมโครโฟนสำหรับการถ่ายทอดสด ○ สายสัญญาณสำหรับการถ่ายทอดสด ○ อุปกรณ์กันสั่นกล้องสำหรับการถ่ายทอดสด ○ โปรแกรมสำหรับการถ่ายทอดสด ○ บุคลากรที่จำเป็นจะต้องใช้ในการถ่ายทอดสด ○ รายการตรวจสอบก่อนการถ่ายทอดสด ● บทที่ ๒: การตั้งค่าอุปกรณ์ สถานที่ แสง และองค์ประกอบ <ul style="list-style-type: none"> ○ การตั้งค่าอุปกรณ์กล้องสำหรับการถ่ายทอดสด ○ การกำหนดสถานที่สำหรับการถ่ายทอดสด ○ การให้แสงสำหรับการถ่ายทอดสด ○ การสังเกตเสียงและสภาพแวดล้อมก่อนการถ่ายทอดสด ○ การต่อสายสัญญาณเสียง เข้า/ออก อุปกรณ์ถ่ายทอดสด ○ การต่อสายสัญญาณภาพ เข้า/ออก ของการถ่ายทอดสด ● บทที่ ๓: การเชื่อมโยงซอฟต์แวร์สำหรับเผยแพร่ | |

| | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ○ การตั้งค่าโปรแกรมสำหรับการถ่ายทอดสด ○ การใช้งาน OBS ขั้นพื้นฐาน ○ การตั้งค่าการ Streaming/Recording ○ การตั้งค่าการ Overlay ○ การตั้งค่าอุปกรณ์เสียง Line in, Microphone ○ การนำเข้าข้อมูลรูปแบบภาพ ○ การนำเข้าข้อมูลรูปแบบวิดีโอ ○ การตั้งค่าโหมดการถ่ายทอดสด Studio Mode ○ การตั้งค่าขั้นสูง ● บทที่ ๔: การถ่ายทอดสดขึ้น Facebook/ E-Commerce <ul style="list-style-type: none"> ○ องค์ประกอบพื้นฐานการถ่ายทอดสดขึ้น Facebook ○ การตั้งค่าบัญชีสำหรับการถ่ายทอดสด ○ การระบุเนื้อหาสำหรับการถ่ายทอดสด ○ การตั้งค่า Key Streaming ○ การถ่ายทอดสดขึ้น Lazada, Shopee ● บทที่ ๕: เทคนิคการ Live ให้ดึงดูดใจคนดู <ul style="list-style-type: none"> ○ ข้อควรทำ/ไม่ควรทำในการ Live ○ เทคนิคการดึงดูดใจคนดู ○ สีสี่มีอิทธิพล ○ ภาพแสดงถึงอารมณ์ | |
| บรรณานุกรม | |
| - | |
| วัสดุที่เกี่ยวข้อง (ถ้ามี) | |
| แหล่งข้อมูลเพิ่มเติม (ถ้ามี) | <ul style="list-style-type: none"> ● https://obsproject.com/ ● http://facebook.com/live ● Application Lazada ● Application Shopee |
| จัดทำโดย | สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล |
| อภิธานศัพท์/นิยามคำศัพท์ | - |

๒.๘.๔ หลักสูตรการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)

| | |
|---|---|
| ชื่อหลักสูตร/รายวิชา | หลักสูตรการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) |
| คำสำคัญ | Digital Marketing, Persona, Influencer, SEO, Social Media Ad, Advertise |
| ผลลัพธ์การเรียนรู้ | |
| หลังจากผู้เรียนได้รับการเรียนรู้รายวิชานี้จะสามารถ : <ol style="list-style-type: none">๑. สามารถเข้าใจกระบวนการทำการตลาดดิจิทัล๒. สามารถประยุกต์ใช้การตลาดดิจิทัลกับอุตสาหกรรม/ธุรกิจของตนเองได้๓. สามารถวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าได้๔. สามารถวิเคราะห์รูปแบบทางการตลาดที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์/บริการได้๕. สามารถสร้างการรับรู้ผ่านช่องทางดิจิทัลของเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ได้ | |
| คำอธิบาย | |
| เรียนรู้ความรู้พื้นฐานทั่วไปของเทคนิคทางการตลาดดิจิทัล พัฒนาเป็นองค์ความรู้ และเสริมสร้างทักษะทางการตลาด และสามารถนำไปวางแผนออกแบบการพัฒนาต่อยอดธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยนำเสนอเนื้อหาในการทำการตลาดดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ ที่มีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งกระบวนการยกระดับให้เกิดผลกระทบต่อธุรกิจได้ รวมทั้งการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า การจำลองสถานการณ์ลูกค้า การทำการค้นหาที่มีประสิทธิภาพ เทคนิคทางการตลาดที่ก่อให้เกิดโอกาส และการดึงดูดคน ทั้งช่องทางเว็บไซต์ อีเมล และสื่อสังคมออนไลน์ | |
| หน่วยการเรียนรู้ หัวข้อการเรียนรู้ และเนื้อหาการเรียนรู้ | |
| <ul style="list-style-type: none">● บทที่ ๑: กลยุทธ์การตลาดทันโลก<ul style="list-style-type: none">○ รูปแบบการตลาดในการดำเนินการธุรกิจในปัจจุบัน○ Shifu's Content Circle○ ข้อมูลลูกค้าคืออำนาจแห่งการตลาด○ การเข้าถึงตัวบุคคล (Personalized)○ ๓ Sets การใช้เครื่องมือที่ดี○ เทคนิคผสมผสาน Inbound & Outbound● บทที่ ๒: ครบเครื่องเรื่องกลยุทธ์ การตลาดดิจิทัล<ul style="list-style-type: none">○ การทำเนื้อหาการตลาดด้านดิจิทัล (Content Marketing)<ul style="list-style-type: none">- การทำเนื้อหาเพื่อการประชาสัมพันธ์- เนื้อหาประเภทบทความ/ข้อความ- เนื้อหาประเภทภาพนิ่ง- เนื้อหาประเภทวิดีโอ- รูปแบบการทำการตลาดแบบไวรัล- พื้นที่การเผยแพร่เนื้อหาการตลาดด้านดิจิทัล○ การตลาดยุคใหม่ Influencer Marketing | |

| |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - ผู้มีอิทธิพลด้านสื่อ คืออะไร - รูปแบบของ Influencer - Mega Macro Micro Nano Influencer - หน่วยงานรับงาน - การเป็น Influencer <p>○ ช่องทางสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก</p> <ul style="list-style-type: none"> - การสร้างตัวตนบนโลกอินเทอร์เน็ต - การปักหมุดธุรกิจ Google My Business - การทำการค้นหาผ่าน Google Ads - การจัดเตรียมเนื้อหาเพื่อภาพลักษณ์ของธุรกิจ - ขั้นตอนการใช้โฆษณา Google <p>○ กลยุทธ์ Social Media Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> - Facebook มหาอำนาจด้านการโฆษณา - Instagram โดดเด่นในการขายแฟชั่น - Twitter เข้าถึงกลุ่มคนอย่างรวดเร็ว - LINE กลุ่มผู้ใช้หลากหลาย Generation - เทคนิคการดำเนินการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดรายจ่าย |
|---|

บรรณานุกรม

| |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ● นักการตลาดดิจิทัล เข้าถึง URL : https://www.truelookpanya.com/explorer/occupation-step3/23 ● ลักษณะของนักการตลาดดิจิทัล เข้าถึง URL : https://icdl.online.th/content/8083/ ● พฤติกรรมของนักการตลาดดิจิทัล เข้าถึง URL https://www.admissionpremium.com/business/news/2678 ● สมรรถนะของนักการตลาดดิจิทัล เข้าถึง URL : https://tpqi-net.tpqi.go.th/home/ |
|--|

| | |
|---------------------------------------|--|
| วัตถุประสงค์เกี่ยวข้อง (ถ้ามี) | |
| แหล่งข้อมูลเพิ่มเติม (ถ้ามี) | <ul style="list-style-type: none"> ● https://tpqi-net.tpqi.go.th ● http://www.eta.com/ ● www.truelookpanya.com ● veonde.com |
| จัดทำโดย | สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล |

อภิธานศัพท์/นิยามคำศัพท์

การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) คือ การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ โฆษณา สินค้าและบริการ ผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลต่าง ๆ เช่น การตลาดบน Search Engine, การตลาดที่ทำผ่านอีเมล การตลาดที่ทำผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ไปสู่กลุ่มลูกค้า/ผู้บริโภค

๒.๘.๕ หลักสูตรการสร้างความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Trends & Awareness)

| | |
|--|---|
| ชื่อหลักสูตร/รายวิชา | หลักสูตรการสร้างความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Trends & Awareness) |
| คำสำคัญ | Digital Skills, Digital Literacy, Technology Trends, Tips & Trick, Online Service |
| ผลลัพธ์การเรียนรู้ | |
| <p>หลังจากผู้เรียนได้รับการเรียนรู้รายวิชานี้จะสามารถ :</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑. สามารถใช้สมาร์ตโฟน สนับสนุนการดำเนินงานในชีวิตประจำวันและสร้างรายได้ได้ ๒. สามารถใช้ซอฟต์แวร์ของทาง Microsoft และ Google ได้อย่างเกิดความคุ้มค่า ๓. สามารถแนะนำช่องทางการประชุมผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ๔. สามารถอธิบาย หรือแนะนำให้แก่ผู้อื่นใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างเกิดประโยชน์สูงสุด ๕. สามารถใช้งาน Application E-Wallet เพื่อใช้จ่ายเงินหรือทำธุรกรรมด้านการเงินต่าง ๆ ระหว่างร้านค้าและลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ๖. สามารถใช้งานบริการภาครัฐที่ให้บริการกับประชาชนได้ | |
| คำอธิบาย | |
| <p>เรียนรู้ทักษะในการประยุกต์ใช้ สมาร์ตโฟน คอมพิวเตอร์ แอปพลิเคชัน และซอฟต์แวร์ของทาง Microsoft และ Google ได้อย่างเกิดความคุ้มค่า รวมถึงแนะนำช่องทางการประชุมผ่านช่องทางออนไลน์ และสามารถอธิบาย หรือแนะนำให้แก่ผู้อื่นได้อย่างเกิดประโยชน์สูงสุด รวมถึงสามารถใช้งาน Application E-Wallet เพื่อใช้จ่ายเงินหรือทำธุรกรรมด้านการเงินต่าง ๆ ระหว่างร้านค้าและลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งบริการภาครัฐที่ให้บริการกับประชาชน</p> | |
| หน่วยการเรียนรู้ หัวข้อการเรียนรู้ และเนื้อหาการเรียนรู้ | |
| <ul style="list-style-type: none"> ● บทที่ ๑ : เคล็ดลับ ยกระดับเครื่องมือดิจิทัล <ul style="list-style-type: none"> ○ เคล็ดลับ รู้หรือไม่ iOS ทำได้ ○ เคล็ดลับ รู้หรือไม่ Android ทำได้ ○ เคล็ดลับ รู้หรือไม่ Windows ทำได้ ● บทที่ ๒ : เพิ่มขีดความสามารถของการทำงาน ด้วยแอปพลิเคชัน <ul style="list-style-type: none"> ○ เพิ่มคุณภาพของงานด้วย Microsoft 365 ○ ประยุกต์ใช้ Microsoft Word ○ ประยุกต์ใช้ Microsoft Excel ○ ประยุกต์ใช้ Microsoft PowerPoint ○ ประยุกต์ใช้ Microsoft Sway ○ เพิ่มคุณภาพของงานด้วยบริการจาก Google ○ ประยุกต์ใช้ Google Docs ○ ประยุกต์ใช้ Google Sheet ○ ประยุกต์ใช้ Google Form ○ ประยุกต์ใช้ Google Sites | |

- เพิ่มคุณภาพชีวิตด้วยบริการภาครัฐดิจิทัล (e-Government Services)
- บทที่ ๓: เทคนิคการใช้งาน MS Team และ Google Meet
 - ฟังก์ชันพื้นฐานของระบบประชุม
 - การเชื่อมต่ออุปกรณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร
 - การตั้งค่ากล้อง และระบบสลับสวิตช์
 - การเชิญผู้เข้าร่วมประชุม
 - การกำหนดสิทธิในการเข้าถึง และสิทธิในห้องประชุม
 - การบันทึกการประชุม
 - การดูข้อมูลการบันทึกการประชุม
 - การแบ่งปันข้อมูลระหว่างการประชุม
 - การใช้กระดาน Whiteboard สำหรับการประชุม
 - การร่วมกันทำงานบนระบบประชุม

บรรณานุกรม

- คู่มือผู้ใช้ iPhone : [https://support.apple.com/th-th/guide/iphone/welcome/ios\](https://support.apple.com/th-th/guide/iphone/welcome/ios)
- เทคนิคการใช้ Android : <https://www.androidauthority.com/manual-mode-mobile-photography-984189/>
- บริษัท ไมโครซอฟท์ จำกัด : <https://support.microsoft.com/en-us/office/microsoft-teams-video-training-4f108e54-240b-4351-8084-b1089f0d21d7>
- ศูนย์การเรียนรู้ Google Workspace : <https://support.google.com/a/users/answer/9300131?hl=th>

| | |
|------------------------------|---|
| วัสดุที่เกี่ยวข้อง (ถ้ามี) | |
| แหล่งข้อมูลเพิ่มเติม (ถ้ามี) | <ul style="list-style-type: none"> ● http://www.apple.com/ ● https://www.google.com/ ● https://www.microsoft.com/ |
| จัดทำโดย | สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล |
| อภิธานศัพท์/นิยามคำศัพท์ | |

๒.๘.๖ แผนการสอน

๒.๘.๖.๑ วิธีการสอนที่จะพัฒนาการเรียนรู้

- ๑) บรรยาย
- ๒) กรณีศึกษา
- ๓) การมอบหมายงาน
- ๔) การนำเสนอผลงาน
- ๕) การอภิปราย
- ๖) การฝึกปฏิบัติ
- ๗) การทบทวน

๒.๘.๖.๒ วิธีการประเมินผล

- ๑) ผลทดสอบก่อนเรียน
- ๒) ผลทดสอบหลังเรียน
- ๓) การตอบคำถามในกระบวนการเรียนรู้
- ๔) ชิ้นงานที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้
- ๕) ผลลัพธ์การทดสอบปฏิบัติการ

๒.๘.๖.๓ แผนการสอน

จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อหลักสูตร

| | | |
|-----------------------------------|-------------|------------|
| จำนวนชั่วโมงบรรยายต่อหลักสูตร | ไม่น้อยกว่า | ๕๐ ชั่วโมง |
| จำนวนชั่วโมงฝึกปฏิบัติต่อหลักสูตร | ไม่น้อยกว่า | ๘๐ ชั่วโมง |
| จำนวนชั่วโมงการศึกษาด้วยตนเอง | ไม่น้อยกว่า | ๓๐ ชั่วโมง |

ตารางการสอน

| หัวข้อที่ | เนื้อหาวิดีโอ | จำนวน (ชั่วโมง) | | | กิจกรรมการเรียนการสอนและสื่อที่ใช้ |
|-----------|---|-----------------|---------|----------------|--|
| | | บรรยาย | ปฏิบัติ | ศึกษาด้วยตนเอง | |
| - | แนะนำหลักสูตรและวัตถุประสงค์ (หลักสูตรละ ๑๕ นาที) | ๑.๑๕ | ๐ | ๐ | บรรยาย |
| - | ประเมินผลความรู้การศีกษาบุคคลากรดิจิทัล (ก่อนเรียน) (หลักสูตรละ ๔๕ นาที) | ๓.๔๕ | ๐ | ๐ | แบบทดสอบประเมินผล |
| ๑ | หลักสูตรการสร้างทักษะผู้ประกอบการและดำเนินธุรกิจด้วยกลยุทธ์ดิจิทัล (Digital Entrepreneurship) ชื่อหลักสูตร : พัฒนารูธุรกิจสู่ความเป็นมืออาชีพ แนวคิดหลักสูตร มุ่งเน้นการเรียนรู้สำหรับพัฒนารูธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ ตั้งแต่ระดับเริ่มต้น โดยพัฒนารูปแบบต่อยอด | ๑๕ | ๑๐ | ๕ | บรรยาย การสืบค้นข้อมูลผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ และกรณีศึกษา |

| หัวข้อที่ | เนื้อหาวิดีโอ | จำนวน (ชั่วโมง) | | | กิจกรรมการเรียนรู้ การสอนและสื่อที่ใช้ |
|-----------|---|-----------------|---------|----------------|--|
| | | บรรยาย | ปฏิบัติ | ศึกษาด้วยตนเอง | |
| | <p>กลยุทธ์ด้านการจัดทำธุรกิจ ตั้งแต่ การสร้างสรรค์ความคิด การสร้างโมเดล ธุรกิจ การวางกลยุทธ์ธุรกิจ การบริหารจัดการ จัดการ ข้อควรระวังทางด้านกฎหมาย ไปจนกระบวนการสรรหาแหล่งทุนเพื่อ สนับสนุนการธุรกิจได้อย่างคล่องตัว</p> <p><u>เนื้อหาหลักสูตร</u> แบ่งออกเป็น ๕ บท</p> <p>บทที่ ๑ : รู้ให้รอบ ก่อนลงมือทำ <u>วัตถุประสงค์</u> มุ่งให้ผู้เรียนสามารถ เปลี่ยนแปลงธุรกิจที่มีอยู่ในรูปแบบเดิม ให้เป็นธุรกิจแบบใหม่โดยที่มีการใช้ เทคโนโลยีเข้ามาช่วยปรับเปลี่ยนหรือ แก้ไขปัญหาที่มีอยู่เดิม โดยจะต้อง ทำการศึกษา เรียนรู้ และเข้าใจในพฤติกรรม ของผู้บริโภค และธุรกิจของตน เข้าใจ ช่องโหว่ หรือปัญหาที่สามารถก่อเกิดได้ใน ทุกรูปแบบธุรกิจ พร้อมทั้งสามารถแก้ไข หรือหาทางออกได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>บทที่ ๒ : สร้างโมเดลธุรกิจ แบบมีอาชีพ <u>วัตถุประสงค์</u> มุ่งให้ผู้เรียนสามารถสร้าง แบบจำลองธุรกิจ ตั้งแต่ผู้ประกอบการ รายใหม่ จนถึงผู้ประกอบการที่มีการ พัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยการ สร้างแบบจำลองธุรกิจมาใช้ปรับปรุง หรือปรับเปลี่ยนธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น สามารถ วิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจได้ รวมถึงรู้จัก เครื่องมือต่าง ๆ อาทิ Business Model Canvas (BMC) เป็นต้น</p> <p>บทที่ ๓ : รู้กฎหมาย เข้าใจทีมงาน <u>วัตถุประสงค์</u> มุ่งให้ผู้เรียนสามารถสร้าง ความรู้ความเข้าใจ รวมถึงสร้างความ เชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือในการทำ ธุรกิจออนไลน์ และสามารถดำเนินการ ได้ถูกต้องตามกฎหมายระเบียบของสังคม</p> | | | | |

| หัวข้อที่ | เนื้อหาวิดีโอ | จำนวน (ชั่วโมง) | | | กิจกรรมการเรียนรู้ การสอนและสื่อที่ใช้ |
|-----------|--|-----------------|---------|----------------|---|
| | | บรรยาย | ปฏิบัติ | ศึกษาด้วยตนเอง | |
| | <p>และมุ่งเน้นให้ผู้เรียนสามารถบริหารทีมงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ หลักการสร้างเป้าหมายร่วมกัน ระบบการทำงาน รวมถึงการวางหน้าที่ของแต่ละฝ่ายรับผิดชอบอย่างชัดเจน เป็นต้น</p> <p>บทที่ ๔ : ลบ เหลี่ยม ธุรกิจ (เทคนิคการวางกลยุทธ์ด้านบริหารจัดการด้านการเงิน)</p> <p><u>วัตถุประสงค์</u> มุ่งให้ผู้เรียนสามารถบริหารจัดการทางการเงินได้อย่างชาญฉลาด เนื่องจากไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ขนาดกลาง หรือขนาดใหญ่ จุดสำคัญที่ทำให้ธุรกิจเกิดสภาพคล่อง คือ การพยากรณ์ และมีการวางแผนทางการเงินในระยะยาว หลักสูตรนี้จึงปิดช่องโหว่ของธุรกิจได้ตั้งแต่ระดับเริ่มต้น เป็นต้นไป โดยเป็นการรวบรวมเครื่องมือในการวางแผนเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>บทที่ ๕ สร้างธุรกิจ แบบไม่ต้องลงทุน</p> <p><u>วัตถุประสงค์</u> มุ่งให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้เทคนิคการโน้มน้าวใจให้ผู้รับบริการ ผู้ซื้อ หรือแม้กระทั่งแหล่งทุน สามารถทำตามแบบที่เราคาดหวัง โดยหลักการ Pitching คือการนำเสนอบริษัท ไอเดียหรือธุรกิจ Startup ให้กับนักลงทุนเพื่อให้เกิดการร่วมทุน นอกจากนี้จะทำให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ยังเป็นช่องทางโอกาสให้ได้รับการร่วมลงทุน เพื่อต่อยอดธุรกิจได้อีกด้วย</p> | | | | |
| ๒ | <p>หลักสูตรพาณิชย์ดิจิทัล (Digital Commerce)</p> <p>ชื่อหลักสูตร : Digital Commerce</p> <p>เรื่องที่ไม่ควรมองข้าม</p> <p><u>แนวคิดหลักสูตร</u> มุ่งเน้นให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ กระบวนการทางด้าน ดิจิทัล</p> | ๑๐ | ๑๕ | ๕ | บรรยายการสืบค้นข้อมูลผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ และกรณีศึกษา |

| หัวข้อที่ | เนื้อหาวิดีโอ | จำนวน (ชั่วโมง) | | | กิจกรรมการเรียนรู้ การสอนและสื่อที่ใช้ |
|-----------|--|-----------------|---------|-----------------------|--|
| | | บรรยาย | ปฏิบัติ | ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง | |
| | <p>คอมเมิร์ซครบทุกมิติ ตั้งแต่ทางด้านผลิตภัณฑ์ การทำการตลาด ธุรกิจ อิเล็กทรอนิกส์ ช่องทางตลาดกลาง ออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์ หลักการสร้างแบรนด์อย่างน่าจดจำ การขนส่ง และเรียนรู้กลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น และสามารถนำหลักสูตรดังกล่าวไปประยุกต์ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p><u>เนื้อหาหลักสูตร</u> แบ่งออกเป็น ๓ บท ได้แก่</p> <p>บทที่ ๑ สร้างแบรนด์อย่างไรให้ติดตลาด</p> <p><u>วัตถุประสงค์</u> มุ่งให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้เรื่องราวของแบรนด์ได้ครบทุกมิติ สามารถถ่ายทอดความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์ และพัฒนาเอกลักษณ์เหล่านั้นให้เป็นจุดยืนของธุรกิจ</p> <p>บทที่ ๒ ออนไลน์ vs ออฟไลน์ พัฒนาควบคู่ ธุรกิจโตไว</p> <p><u>วัตถุประสงค์</u> มุ่งให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ช่องทางการขายสินค้าทั้งทางด้านออนไลน์ และทางด้านออฟไลน์ โดยในแต่ละช่องทางจะมีกลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจแตกต่างกัน หลักสูตรจะเป็นการอธิบายถึงเครื่องมือ กลยุทธ์ และข้อควรทำในแต่ละช่องทางสำหรับการพัฒนาธุรกิจอย่างสมบูรณ์</p> <p>บทที่ ๓ วิเคราะห์ตลาด สร้างมาตรฐานธุรกิจ</p> <p><u>วัตถุประสงค์</u> มุ่งให้ผู้เรียนสามารถศึกษาเรียนรู้ ระบบการทำการตลาดออนไลน์ โดยสามารถวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า วางแผนการบริหารจัดการภายในร้านค้า การใช้ข้อมูลทางด้านการสำรวจ สถิติ การซื้อ-ขาย หรือธุรกิจ เพื่อนำมาวาง</p> | | | | |

| หัวข้อที่ | เนื้อหาวิดีโอ | จำนวน (ชั่วโมง) | | | กิจกรรมการเรียนรู้ การสอนและสื่อที่ใช้ |
|-----------|--|-----------------|---------|----------------|---|
| | | บรรยาย | ปฏิบัติ | ศึกษาด้วยตนเอง | |
| | แผนการพัฒนาธุรกิจของตนได้โดยผ่านช่องทางออนไลน์ | | | | |
| ๓ | <p>หลักสูตรการถ่ายทอดสดสำหรับการค้าออนไลน์ (Live streaming for e-Commerce) ชื่อหลักสูตร : เคล็ด (ไม่ลับ) สำหรับ Live Streaming แนวคิดหลักสูตร มุ่งเน้นให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้กระบวนการ Live Streaming ข้อควรปฏิบัติ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง และสามารถปฏิบัติตามได้ วัตถุประสงค์ มุ่งให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ในการจัดทำ Live Streaming เพื่อส่งเสริมการพัฒนาอาชีพออนไลน์ได้ด้วยเทคนิคใหม่ โดยผู้เรียนจะสามารถเรียนรู้ตั้งแต่ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง ขั้นตอนการติดตั้ง ไปจนถึงกระบวนการใช้งาน อีกทั้งขั้นตอนการวางแผนก่อนการเริ่มกระบวนการ Live Streaming เพื่อให้เกิดความคล่องตัวต่อการปฏิบัติ</p> | ๕ | ๒๐ | ๕ | บรรยายการสืบค้นข้อมูลผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ และกรณีศึกษา |
| ๔ | <p>หลักสูตรการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) ชื่อหลักสูตร : การตลาด ทางฉลาด แนวคิดหลักสูตร มุ่งเน้นให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ทางด้านการตลาดดิจิทัล พัฒนาเป็นองค์ความรู้ และเสริมสร้างทักษะทางด้านการตลาด และสามารถนำไปวางแผนออกแบบการพัฒนาต่อยอดธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื้อหาหลักสูตร แบ่งออกเป็น ๒ บท ได้แก่ บทที่ ๑ กลยุทธ์การตลาดทันโลก วัตถุประสงค์ มุ่งให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้กลยุทธ์ทางด้านการตลาด เคล็ดลับ</p> | ๕ | ๑๕ | ๑๐ | บรรยายการสืบค้นข้อมูลผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ และกรณีศึกษา |

| หัวข้อที่ | เนื้อหาวิดีโอ | จำนวน (ชั่วโมง) | | | กิจกรรมการเรียนรู้ การสอนและสื่อที่ใช้ |
|-----------|--|-----------------|---------|----------------|--|
| | | บรรยาย | ปฏิบัติ | ศึกษาด้วยตนเอง | |
| | <p>ข้อสำคัญของการทำการตลาดออนไลน์ รวมถึง เทรนด์เทคโนโลยีที่สามารถปรับเปลี่ยนหรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้เรียน และประชาชนทุกกลุ่มให้มีคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น</p> <p>บทที่ ๒ ครบกลยุทธ์ การตลาดดิจิทัล แบ่งออกเป็น ๔ บทย่อย ดังนี้</p> <p>บทที่ ๒.๑ E-commerce Easy channel</p> <p><u>วัตถุประสงค์</u> มุ่งให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ กลยุทธ์การตลาด E-commerce ตั้งแต่ กระบวนการวางแผน การทำสื่อ การสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงเทคนิค หรือโอกาสใหม่ ๆ ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการทำการค้าออนไลน์</p> <p>บทที่ ๒.๒ การตลาดยุคใหม่ Influencer Marketing</p> <p><u>วัตถุประสงค์</u> มุ่งให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ และเข้าใจความสำคัญของการทำการตลาดผ่าน Influencer ตั้งแต่ กระบวนการสร้างคอนเทนต์ การวางแผนการใช้ Influencer ข้อควรระวัง และผลลัพธ์ที่อาจจะเกิดขึ้นโดยวิธีทาง Influencer Marketing</p> <p>บทที่ ๒.๓ ช่องทางสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก</p> <p><u>วัตถุประสงค์</u> มุ่งให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ การปรับแต่งเว็บไซต์เพื่อให้ Google จัดทำอันดับเพื่อให้อยู่บนผลการค้นหาหน้าลำดับต้น โดยมีการอธิบายถึงขั้นตอนการจัดทำตั้งแต่ขั้นตอนเริ่มต้นจนเสร็จสิ้น กระบวนการที่ผู้เรียนสามารถดำเนินการได้</p> <p>บทที่ ๒.๔ กลยุทธ์ Social Media Marketing</p> | | | | |

| หัวข้อที่ | เนื้อหาวิดีโอ | จำนวน (ชั่วโมง) | | | กิจกรรมการเรียนรู้ การสอนและสื่อที่ใช้ |
|-----------|--|-----------------|---------|----------------|---|
| | | บรรยาย | ปฏิบัติ | ศึกษ ด้วยตนเอง | |
| | <p>วัตถุประสงค์ มุ่งให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ การทำตลาดบนสังคมออนไลน์ อาทิ Facebook, Instagram, Twitter, LINE โดยใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับแพลตฟอร์มนั้น ๆ เช่น การโพสต์ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ รวมถึงการเสียเงินลงโฆษณา เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น โดยเป็นการอธิบายขั้นตอนการทำ และเทคนิคต่าง ๆ เพื่อเพิ่มยอดขายให้แก่ผู้ประกอบการทุกระดับ</p> | | | | |
| ๕ | <p>หลักสูตรการสร้างตระหนักรู้ด้าน เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Trends & Awareness) ชื่อหลักสูตร : เทคนิคการใช้งาน เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์อย่างคุ้มค่า แนวคิดหลักสูตร มุ่งเน้นให้ผู้เรียนสามารถใช้ สมาร์ทโฟน ใช้ซอฟต์แวร์ของ Microsoft และ Google ได้อย่างเกิดความคุ้มค่า รวมถึงแนะนำช่องทางการ ประชุมผ่านช่องทางออนไลน์ และสามารถ อธิบาย หรือแนะนำให้แก่ผู้อื่นได้อย่างเกิด ประโยชน์สูงสุด เนื้อหาหลักสูตร แบ่งออกเป็น ๓ บท ได้แก่ บทที่ ๑ เทคนิคกระชับเวลา สำหรับผู้ใช้ สมาร์ทโฟน แบ่งออกเป็น ๒ บทย่อย ได้แก่ บทที่ ๑.๑ ๑๕ เคล็ดลับ รู้หรือไม่ iOS ทำได้ วัตถุประสงค์ มุ่งให้ผู้เรียนที่ใช้สมาร์ทโฟน หรือ แท็บเล็ต ระบบ iOS สามารถเรียนรู้ เทคนิคการใช้งานทางลัด เพื่ออำนวยความสะดวก ในชีวิตประจำวันด้านต่าง ๆ ได้ อาทิ ระบบพิมพ์ด้วยภาพ ระบบสั่งการ</p> | ๕ | ๒๐ | ๕ | บรรยายการสืบค้น ข้อมูลผ่าน เทคโนโลยี สารสนเทศ และ กรณีศึกษา |

| หัวข้อที่ | เนื้อหาวิดีโอ | จำนวน (ชั่วโมง) | | | กิจกรรมการเรียนรู้ การสอนและสื่อที่ใช้ |
|-----------|---|-----------------|---------|-----------------------|---|
| | | บรรยาย | ปฏิบัติ | ศึกษ ด้วย ตนเอง | |
| | <p>ด้วยเสียง ระบบตรวจสอบทอล์กไลน์การเดินทาง เป็นต้น</p> <p>บทที่ ๑.๒ ๑๕ เคล็ดลับ รู้หรือไม่ Android ทำได้</p> <p><u>วัตถุประสงค์</u> มุ่งให้ผู้เรียนที่ใช้สมาร์ทโฟนหรือ แท็บแลต ระบบ iOS สามารถเรียนรู้เทคนิคการใช้งานทางลัด เพื่ออำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันด้านต่าง ๆ ได้</p> <p>อาทิ ระบบพิมพ์ด้วยภาพ ระบบสั่งการด้วยเสียง ระบบตรวจสอบทอล์กไลน์การเดินทาง เป็นต้น</p> <p>บทที่ ๒ เพิ่มขีดความสามารถของการทำงาน ด้วยแอปพลิเคชัน</p> <p>แบ่งออกเป็น ๓ บทย่อย ได้แก่</p> <p>บทที่ ๒.๑ เพิ่มคุณภาพของงานด้วย Microsoft 365</p> <p><u>วัตถุประสงค์</u> มุ่งให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้เทคนิค และประยุกต์ใช้ Microsoft 365 ซึ่งเป็นซอฟต์แวร์สำหรับทำงานเอกสาร ไม่ว่าจะเป็นการทำเอกสารนำเสนอผลงานผ่าน PowerPoint การรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ จัดทำรายรับรายจ่ายเบื้องต้นผ่าน Excel หรือการทำเอกสารสำคัญต่าง ๆ ผ่าน Microsoft Word ซึ่งนับเป็นเครื่องมือที่จำเป็นอย่างมาก</p> <p>บทที่ ๒.๒ เพิ่มคุณภาพของงานด้วยบริการจาก Google</p> <p><u>วัตถุประสงค์</u> มุ่งให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้เทคนิค และประยุกต์ใช้บริการจาก Google ซึ่งเป็นซอฟต์แวร์สำหรับอำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิตประจำวัน อาทิ Google map สำหรับค้นหาเส้นทาง Google form สำหรับจัดทำแบบสอบถาม/แบบประเมิน Google</p> | | | | |

| หัวข้อที่ | เนื้อหาวิดีโอ | จำนวน (ชั่วโมง) | | | กิจกรรมการเรียนรู้ การสอนและสื่อที่ใช้ |
|--|---|--------------------|---------|----------------|--|
| | | บรรยาย | ปฏิบัติ | ศึกษาด้วยตนเอง | |
| | <p>Calendar ที่สามารถบันทึกการนัดหมายต่าง ๆ ได้ รวมถึงบริการทางด้านการจัดทำเอกสารต่าง ๆ อาทิ Google Doc และ Google sheet ที่สามารถอำนวยความสะดวกต่อการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>บทที่ ๒.๓ เพิ่มคุณภาพชีวิตด้วยบริการภาครัฐดิจิทัล (e-Government Services) <u>วัตถุประสงค์</u> เพื่อนำเสนอบริการภาครัฐดิจิทัลที่เป็นประโยชน์กับประชาชน เพื่อให้สามารถเข้าถึงสิทธิ และความจำเป็นขั้นพื้นฐานที่ภาครัฐให้บริการกับประชาชนเพื่อยกระดับและเพิ่มคุณภาพชีวิต</p> <p>บทที่ ๓ เทคนิคการใช้งาน MS Team และ Google Meet</p> <p><u>วัตถุประสงค์</u> มุ่งให้ผู้เรียนสามารถ เรียนรู้ขั้นตอน ความสำคัญ และความสามารถในการปฏิบัติของแอปพลิเคชัน MS Team และ Google Meet ที่ถือเป็นช่องทางการสื่อสารระดับองค์กร โดยสามารถทำงานได้หลายรูปแบบ อาทิ การพูดคุย การนำเสนอเอกสาร จัดประชุมออนไลน์ แชร์หน้าจอ วางแผนงาน รวมถึงข้อจำกัดในการทำงานของ ๒ แอปพลิเคชัน</p> | | | | |
| - | ประเมินผลความรู้การศีกษาภาพบุคลากรดิจิทัล (หลังเรียน) (หลักสูตรละ ๔๕ นาที) | ๓.๔๕ | | | แบบทดสอบประเมินผล |
| - | สรุปเนื้อหาการเรียนรู้ภายใต้หลักสูตร (หลักสูตรละ ๑๕ นาที) | ๑.๑๕ | | | บรรยายสรุป |
| รวมจำนวนชั่วโมง ตลอด ๕ หลักสูตร (ชั่วโมง) | | ๑๖๐ ชั่วโมง | | | |