



บทเรียนชุดวิชาหรือโมดูล (Module)

หลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนรู้การสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

วิชาการตลาด 5.0



www.entrepreneuronline-learning.com

เอกสารนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต ของ ดร.พรประสิทธิ์ เด่นโมฬี
เรื่องหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนรู้การสอนผ่านออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

วิชาการตลาด 5.0

(Marketing 5.0)

หลักสูตรผู้ประกอบการ โดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

www.entrepreneuronline-learning.com

เอกสารนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต ของ ดร.พรประสิทธิ์ เด่นโมฬี
เรื่องหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วัตถุประสงค์ของรายวิชา

1. อธิบายอธิบายแนวคิดการตลาดและการพัฒนากลยุทธ์
2. วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคตามแนวคิดการตลาดยุคดิจิทัล
3. ประยุกต์กลยุทธ์การตลาดและนวัตกรรมทางการตลาด

กิจกรรมการเรียนการสอน

บรรยายด้วยคลิปวิดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย

สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน

- คลิปวิดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย
- เอกสารประกอบ

การวัดและประเมินผล

หลังจากเรียนจบรายวิชา มีการทดสอบความรู้หลังเรียน โดยจะถือเกณฑ์ผ่านที่ร้อยละ 60

เวลาที่ใช้ในการเรียนทั้งหมด

6 ชั่วโมง

อาจารย์ประจำวิชา

ดร.ธีรภัทรณ์ อุดมรัตน์ะมณี ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาธุรกิจและการตลาด บริษัทไทยเจริญ จิวเวอรี่จำกัด

ผู้พัฒนาเนื้อหา

ดร.พรประสิทธิ์ เด่นโมฬี

เนื้อหาบทเรียน

01 พื้นฐานการตลาดเบื้องต้น

- 1.1 การวิเคราะห์สินค้าและบริการ
- 1.2 การวิเคราะห์ลูกค้า
- 1.3 วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์
- 1.4. การตลาดยุค 5.0
 - 1) ส่วนที่ 1 การใช้ ช่องทาง(Channel)ที่หลากหลายเพื่อสื่อสารกับลูกค้า
 - 2) ส่วนที่ 2 การเจาะจงเฉพาะบุคคล(Personalized)
 - 3) ส่วนที่ 3 การนำเทคโนโลยีเข้ามาทำงานทดแทนการใช้แทนมนุษย์ (Automation)
 - 4) ส่วนที่ 4 การทำการตลาดที่ใช้ระบบอัจฉริยะเข้ามาช่วยในการพยากรณ์

02 กลยุทธ์การตลาดยุคดิจิทัล

- 2.1 6 ขั้นตอนสู่ความสำเร็จกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล
- 2.2 วิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า (Customer Analysis)
- 2.3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการตลาด
 - 1) การวิเคราะห์สภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน(5 Force Model)
 - 2) การประเมินศักยภาพของธุรกิจ(SWOT Analysis)