

ประชุมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาหลักสูตร

E-COMMERCE FOR RMUTP

และประชุมหารือแนวทางการดำเนินงาน
ภายใต้บันทึกข้อตกลงความร่วมมือการส่งเสริม
และสนับสนุนด้าน**ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์**
พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ครั้งที่
2

ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
กรุงเทพมหานคร

วันจันทร์ที่ 8 กรกฎาคม 2562
เวลา 09.30 - 15.00 น



WWW.ETDA.OR.TH ETDA THAILAND
ETDA
นวสธ



Agenda



9.15 – 9.30 : กล่าวต้อนรับ

9.30 – 10.30 : ความร่วมมือ ETDA และ RMUTP

.....พักรับประทานอาหารว่าง.....

10.45 – 12.00 : แชร์ประสบการณ์ความสำเร็จในการทำธุรกิจอีคอมเมิร์ซ
โดย Airbnb

.....รับประทานอาหารกลางวัน.....

13.30 – 15.00 : Brainstorming เนื้อหาหลักสูตร



Electronic Transactions

Development Agency

E-TRANSACTIONS

E-COMMERCE

DIGITAL ID

DIGITAL STANDARD

DIGITAL LAWS

CYBERSECURITY/ PRIVACY

BLOCKCHAIN

แผนการขับเคลื่อนการพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2561 - 2565

Vision

เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจอนาคตด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์
“To be a leading change agent for future economy driven by Electronic transactions”

Mission

ช่วยให้คนไทยทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (โกออนไลน์) เพื่อโอกาสและชีวิตที่ดีกว่า
“Go Online For New Opportunity & Better Living”

ภารกิจของ ETDA



- ❑ พัฒนา ส่งเสริม สนับสนุน **ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ และ MSMEs**
- ❑ จัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย สำหรับ Infrastructure และ **Soft Infrastructure** สำหรับธุรกิจบริการ & การทำธุรกรรมฯ ภาครัฐ
- ❑ จัดทำข้อเสนอแนะด้านมาตรฐานที่จำเป็น
- ❑ ให้บริการ & ยกระดับทักษะด้านมาตรฐาน ความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์

N
E
X
T

งานนโยบายและกำกับ ของคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์
Policy Recommendation | Self-Regulation | Sandbox | Regulate

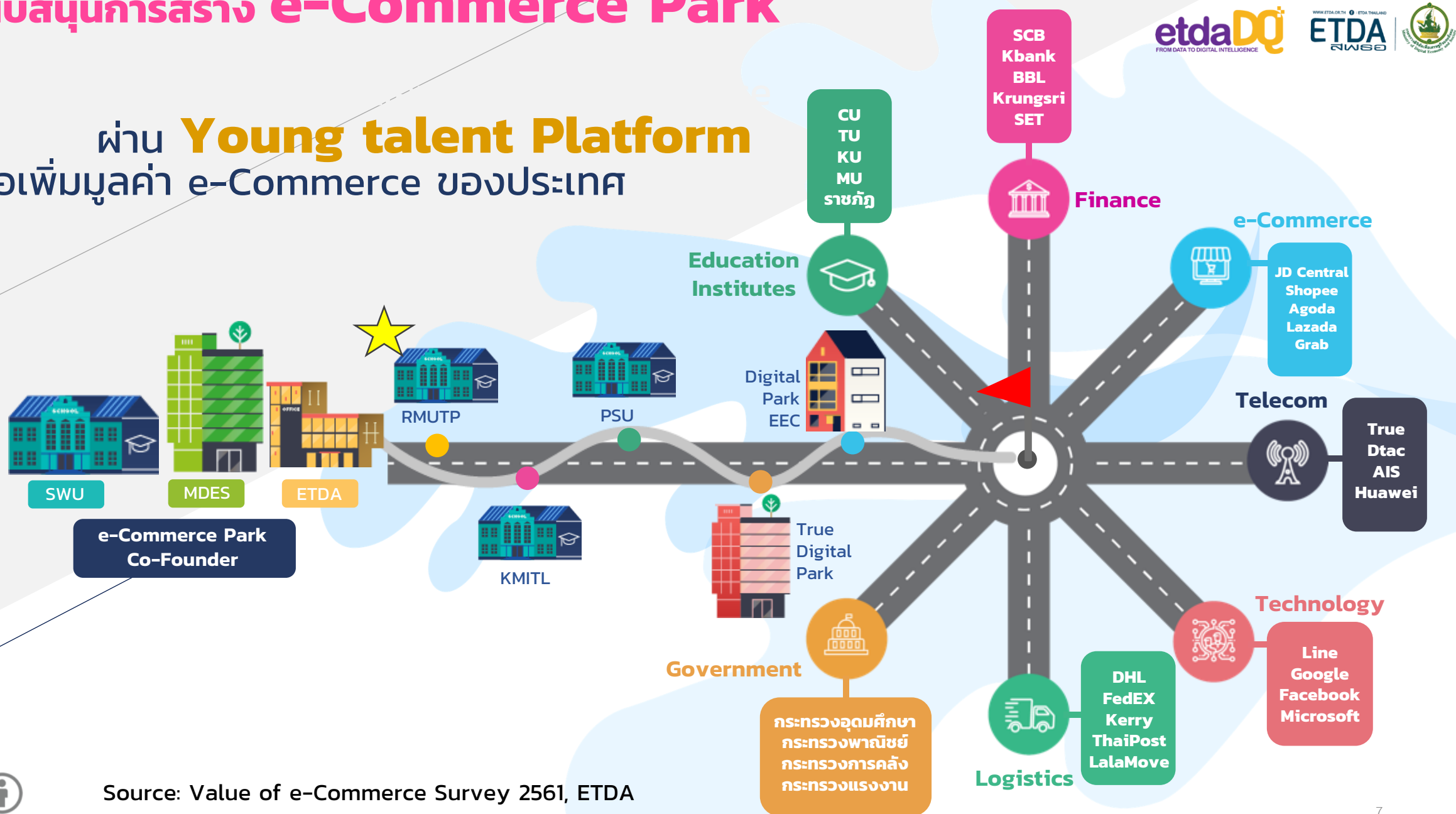
ETDA Function

Secretariat | Promotion | Operation

ความร่วมมือ ETDA และ RMUTP

สนับสนุนการสร้าง e-Commerce Park

ผ่าน **Young talent Platform**
เพื่อเพิ่มมูลค่า e-Commerce ของประเทศ



Source: Value of e-Commerce Survey 2561, ETDA

เป้าหมายเพื่อ e-Commerce ไทย ปี 2562

ผู้ให้บริการ e-Commerce Park

WORKFORCE

1 ล้านราย

- บุคคลทั่วไป หรือ นักศึกษาที่ยังไม่เคยทำและมีความสนใจจะทำ e-Commerce
- บุคคลทั่วไป หรือ นักศึกษาที่มีประสบการณ์ และต้องการพัฒนาศักยภาพในการทำ e-Commerce

ผู้ประกอบการ

2 แสนราย

- ผู้ประกอบการ MSMEs, SMEsที่ยังไม่เคยทำและมีความสนใจจะทำ e-Commerce
- ผู้ประกอบการ MSMEs, SMEsที่มีประสบการณ์ และต้องการพัฒนาศักยภาพในการทำ e-Commerce



มีประสบการณ์เป็นผู้ขายทางออนไลน์
มีทักษะทางด้านดิจิทัล (Digital Literacy)

Workforce Young Talent



มีทักษะเพื่อเป็น พลก
e-Commerce และ e-Business

ทำ Business Plan
Marketing
Accounting
Product Branding



มีทักษะอื่น ๆ เช่น Digital Content

แต่งเพลง
Storytelling
ถ่ายภาพ
ภาษาต่างประเทศ
สร้าง Viral Video



หลักสูตร

Offline

- หลักสูตรระยะสั้น (1,2)
- Train the Trainer (คัดมาจากหลักสูตรระยะสั้น และอ.ที่สนใจ)

Online

- วิชาเลือก อีคอมเมิร์ซ
- เผยแพร่ความรู้ทั่วไป



แนวทางการดำเนินงานร่วมกัน สำหรับการอบรมให้ความรู้

เริ่มที่หลักสูตรระยะสั้น (Short Course)

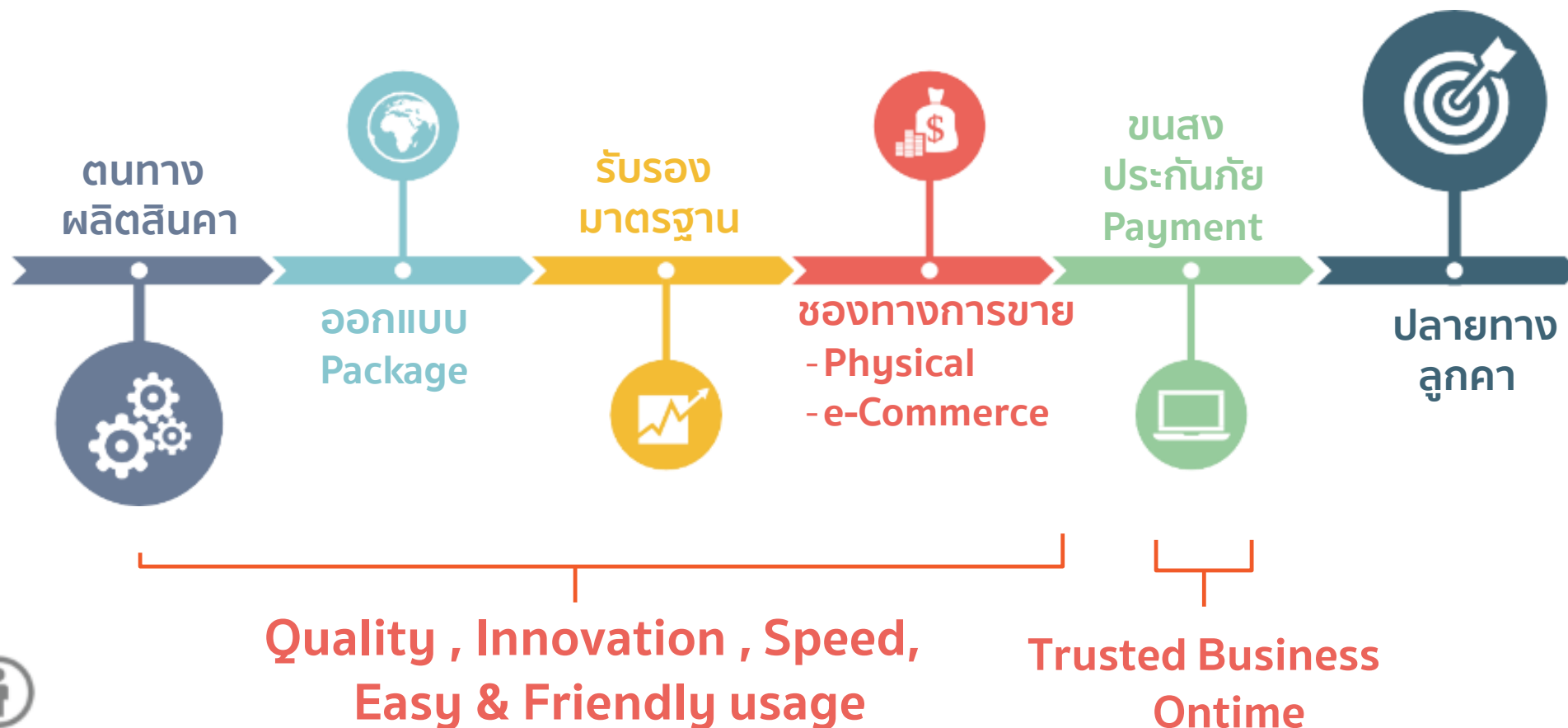
วงจรค้าออนไลน์ e-Commerce

Productที่ใช้!
สำหรับ e-Commerce



สินค้า - จับตองโด
สินค้า จับตองโด เช่น OTOP

- จับตองไมโด
เช่น บริการ, Digital Content เช่น Iwag
หนัง รายการทีวี



หลักสูตรระยะสั้น 1 สร้าง Content ยังไง ขายให้ปัง!

นำผลิตภัณฑ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรฯ เช่น สินค้าอาหาร ผ้า ของใช้ เครื่องประดับมาต่อยอดสร้าง Digital Content ให้น่าสนใจ นำไปใช้งานต่อยอดได้จริง และ ประชาสัมพันธ์ทั้งสินค้าและผลงานของนักศึกษาผ่านช่องทาง ETDA

ลุ้นรางวัล
3,000 บาท

- 2 วัน
- นักศึกษาทุกคน
- วิทยากรผู้เชี่ยวชาญ
- ได้เกียรติบัตร
- ผลงานนำไปต่อยอดได้
- 50-80 คน

วันที่ 1

เช้า

- เรียนรู้ผลิตภัณฑ์
- Workshop Storytelling

บ่าย

- Workshop VDO Content

วันที่ 2

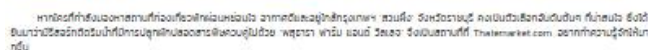
เช้า

- Workshop การถ่ายภาพสินค้า

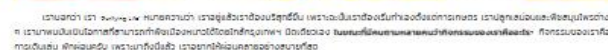
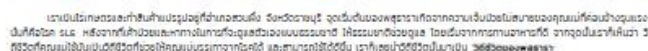
บ่าย

- เตรียมผลงาน
- Presentation





ผลสืบเนื่องมาจากการที่ประเทศไทยเป็นประเทศกำลังพัฒนาซึ่งต้องเผชิญกับปัญหาการขาดแคลนทุนทรัพย์ ขาดแคลนบุคลากร ขาดแคลนเทคโนโลยี ขาดแคลนความรู้ ขาดแคลนประสบการณ์ ขาดแคลนข้อมูล ขาดแคลนการสนับสนุน ขาดแคลนการประสานงาน ขาดแคลนการบูรณาการ ขาดแคลนการมีส่วนร่วม ขาดแคลนการรับผิดชอบต่อสังคม ขาดแคลนการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ขาดแคลนการรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ขาดแคลนการรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ขาดแคลนการรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ขาดแคลนการรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม ขาดแคลนการรับผิดชอบต่อมนุษยชาติ ขาดแคลนการรับผิดชอบต่อโลก ขาดแคลนการรับผิดชอบต่ออนาคต ขาดแคลนการรับผิดชอบต่อความยั่งยืน ขาดแคลนการรับผิดชอบต่อความสงบเรียบร้อย ขาดแคลนการรับผิดชอบต่อความยุติธรรม ขาดแคลนการรับผิดชอบต่อความเสมอภาค ขาดแคลนการรับผิดชอบต่อความโปร่งใส ขาดแคลนการรับผิดชอบต่อความน่าเชื่อถือ ขาดแคลนการรับผิดชอบต่อความรับผิดชอบ ขาดแคลนการรับผิดชอบต่อความซื่อสัตย์ ขาดแคลนการรับผิดชอบต่อความกล้าหาญ ขาดแคลนการรับผิดชอบต่อความอดทน ขาดแคลนการรับผิดชอบต่อความสามัคคี ขาดแคลนการรับผิดชอบต่อความสามัคคี



หลักสูตรระยะสั้น 2 ลงสนามขายจริงบนโลกออนไลน์

นำผลงานของ หลักสูตรระยะสั้น 1 มาต่อยอดช่องทางการขายสู่ออนไลน์ ผ่าน platform ต่างๆ เช่น Facebook eMarketplace (Shopee/JDCentral/LNW) เป็นต้น
เคล็ดลับ Digital Marketing จะโปรโมตอย่างไร การดูแลลูกค้า เป็นต้น

- 2 วัน
- นักศึกษาทุกคน
- วิทยากรผู้เชี่ยวชาญ
- ได้เกียรติบัตร
- เรียนรู้และทำเองได้ในอนาคต
- 50-80 คน

วันที่ 1

เช้า

- ปูพื้นฐาน Digital Content
- การเรียนรู้ Platform ต่างๆ

บ่าย

- Workshop Social Media



วันที่ 2

เช้า

- Workshop eMarketplace

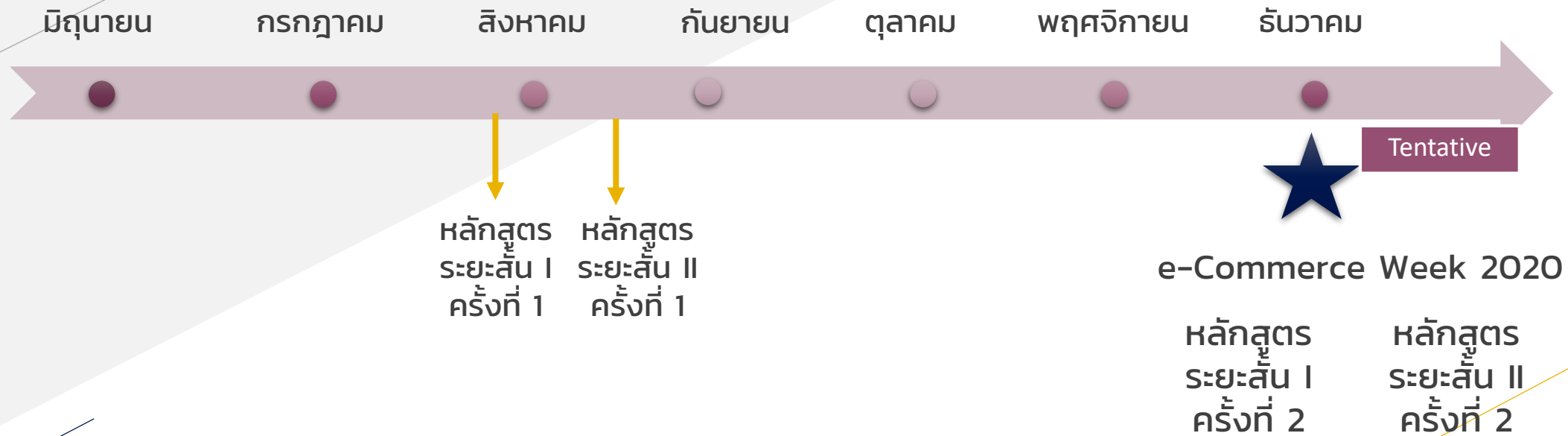
บ่าย

- การดูแลลูกค้า และปิดการขาย
- Scenario Test



ลุ้นรางวัล
3,000 บาท

Timeline



Train the Trainer ถ่ายทอด ต่อยอดงานของมหาวิทยาลัยได้

๒. เนื้อหาหลักสูตร e-Commerce ของ สพรอ.

ร่างหลักสูตร e-Commerce

- ❑ ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2562 นี้ ตั้งเป้าเตรียมบรรจุเป็นวิชาเรียนแบบออนไลน์ (วิชาเลือกเสรี) สำหรับปริญญาตรี และบัณฑิตศึกษา (ด้าน Soft Skills) สำหรับปริญญาโท, เอก
 - ❑ เตรียมให้สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) กำหนดเป็นเกณฑ์ในการวัด Competency ด้านที่เกี่ยวข้องต่อไป

- หลักสูตร e-Commerce ระดับ beginner การเรียนรู้รวม 45 ชม. 3 หน่วยกิต
- Target : นักศึกษาระดับปริญญาตรี (หลัก), ระดับบัณฑิตวิทยาลัย (รอง)

หน่วยเรียนที่ 1 Ecosystem & Supply chain

- ภาพรวม eCommerce
- IFBL / cybersecurity
- ความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย บัญชีกำหนด ที่ต้องรู้ในการขายของออนไลน์ อย่างถูกต้องและปลอดภัย
- การสร้างร้านค้าออนไลน์
 - Social media : Facebook, Line, IG
 - e-marketplace : Platforms (workshop)
- Packaging กับการส่งสินค้า
- เมื่อขายได้แล้วลูกค้าจะจ่ายเงินอย่างไร (รวม 15 ชั่วโมง : บังคับเรียนก่อนสู่บทเรียนต่อไป)



เตรียมบรรจุในหลักสูตร ของมหาวิทยาลัยที่ทำความร่วมมือต่อไป (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์)

เลือกเรียนก่อน-หลังได้

หน่วยเรียนที่ 2 Digital Marketing

- องค์ประกอบของการสร้าง Content
- Storytelling
- Product & Packaging
- การสร้าง ออกแบบ digital content ให้โดนใจลูกค้า (workshop)
 - Photoshoot
 - VDO Content / live streaming
- เทคนิคการทำตลาดออนไลน์ ให้ขายได้จริง
- การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงการตลาด (รวม 15 ชั่วโมง)

หน่วยเรียนที่ 3 Business plan & Management

- Business plan basic
- Market research
 - Customer behavior
 - Product development
- การบริหารจัดการเงิน-การบัญชี
- การบริหารจัดการให้ประสบความสำเร็จ (seminar sharing)
- Business plan report (workshop) (รวม 15 ชั่วโมง)

ตัวอย่าง เนื้อหาหลักสูตร Beginner

	ระยะเวลาเรียน	วิทยากร
ภาพรวมของ e-Commerce : e-Commerce Landscape 2018	1 ชั่วโมง	 
Packaging แบบฉบับง่ายๆ และการ track สินค้าผ่าน smart phone	2.5 ชั่วโมง	
e-Payment วิธีการจ่ายเงิน แบบอยู่ที่ไหน ก็ทำผ่านออนไลน์ได้	3 ชั่วโมง	  
Basic Law School: กฎหมายต้องรู้ เรื่องขายของออนไลน์ ทำยังไงให้ถูกต้องและปลอดภัยกันนะ?	2 ชั่วโมง	  
ทำร้านค้าออนไลน์ให้ปัง ด้วยอาวุธทางการตลาด (Social Media)	2 ชั่วโมง	 
เคล็ดไม่ลับกับการย้ายหน้าร้านของคุณ สู่ออนไลน์ (e-marketplace)	2 ชั่วโมง	 
เรื่องเล่า ที่เป็นมากกว่า การเล่าเรื่อง ทำอย่างไรให้ content ของคุณน่าติดตาม?	2 ชั่วโมง	Point Of View 
Design Thinking วิธีคิดเปลี่ยน โลกเปลี่ยน ที่มาของการสร้างนวัตกรรม Disruption	2 ชั่วโมง	ดร. สมชาติ (อาจารย์แดน) 

ออนไลน์ เปลี่ยนวิถีชีวิต



ส่งข้อความ



จองโรงแรม



จอง/ซื้อตั๋ว
โดยสารออนไลน์



ชำระค่าสินค้า
และบริการ



อ่านหนังสือพิมพ์
/ข่าว/บทความ



บริการ
รับ-ส่งเอกสาร



ดูโทรทัศน์
/ดูถ่ายทอดสด
/ดูภาพยนตร์/ฟังวิทยุ



บริการ
แท็กซี่



บริการ
สั่งอาหาร



ใช้ฟีดคุย
/อินเทอร์เน็ต



ซื้อสินค้า
และบริการ

Online
ร้อยละ

94.5

89.2

87.0

82.8

78.5

76.2

76.1

73.3

69.1

68.4

49.6

Offline
ร้อยละ

5.5

10.8

13.0

17.2

21.5

23.8

23.9

26.7

30.9

31.6

50.4

ช่องทางออนไลน์ โอกาสทางธุรกิจ



e-Commerce

โอกาสของ คนตัวเล็ก MSMEs ไทย

เพิ่มผลผลิต Speed Up สร้างมูลค่าเพิ่ม
กับสินค้าและบริการ ให้แข่งขันกับคนอื่นได้

จุดแข็งของประเทศไทย

ทำเลของประเทศไทยได้อย่างไร?

- เกษตรกรรม (ยางพารา, ข้าว)
- แหล่งท่องเที่ยว

กรุงเทพคว้าแชมป์เมือง
จุดหมายปลายทางของ
โลก 3 ปีซ้อน

ที่นักท่องเที่ยวอยากมาเยือน
และพักแรมมากที่สุด



วัฒนธรรมไทย

- อาหาร
- ศิลปะ



โฆษณา

และ Digital Content





แชร์ประสบการณ์ความสำเร็จในการทำธุรกิจอีคอมเมิร์ซ

13.30 – 15.00 น.

Brainstorming เนื้อหาหลักสูตร

- หลักสูตรระยะสั้น 1 สร้าง Content ยังไง ขายให้ปัง!
- หลักสูตรระยะสั้น 2 ลงสนามขายจริงบนโลกออนไลน์
- หลักสูตรอีคอมเมิร์ซ บรรจุในหลักสูตรฯ / วิชาเลือก
- อื่นๆ

หลักสูตรระยะสั้น 1 สร้าง Content ยังไง ขายให้ปัง!

นำผลิตภัณฑ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา เช่น สินค้าอาหาร ผ้า ของใช้ เครื่องประดับมาต่อยอดสร้าง Digital Content ให้น่าสนใจ นำไปใช้งานต่อยอดได้จริง และ ประชาสัมพันธ์ทั้งสินค้าและผลงานของนักศึกษาผ่านช่องทาง ETDA

- 2 วัน
- นักศึกษาทุกคน
- วิทยากร ผู้เชี่ยวชาญ
- ได้เกียรติบัตร
- ผลงานนำไปต่อยอดได้
- 50-80 คน

วันที่ 1

เช้า

- เรียนรู้ผลิตภัณฑ์
- Workshop Storytelling

บ่าย

- Workshop VDO Content



SoftpomzChannel ✓

2,841,902 subscribers • 360 videos

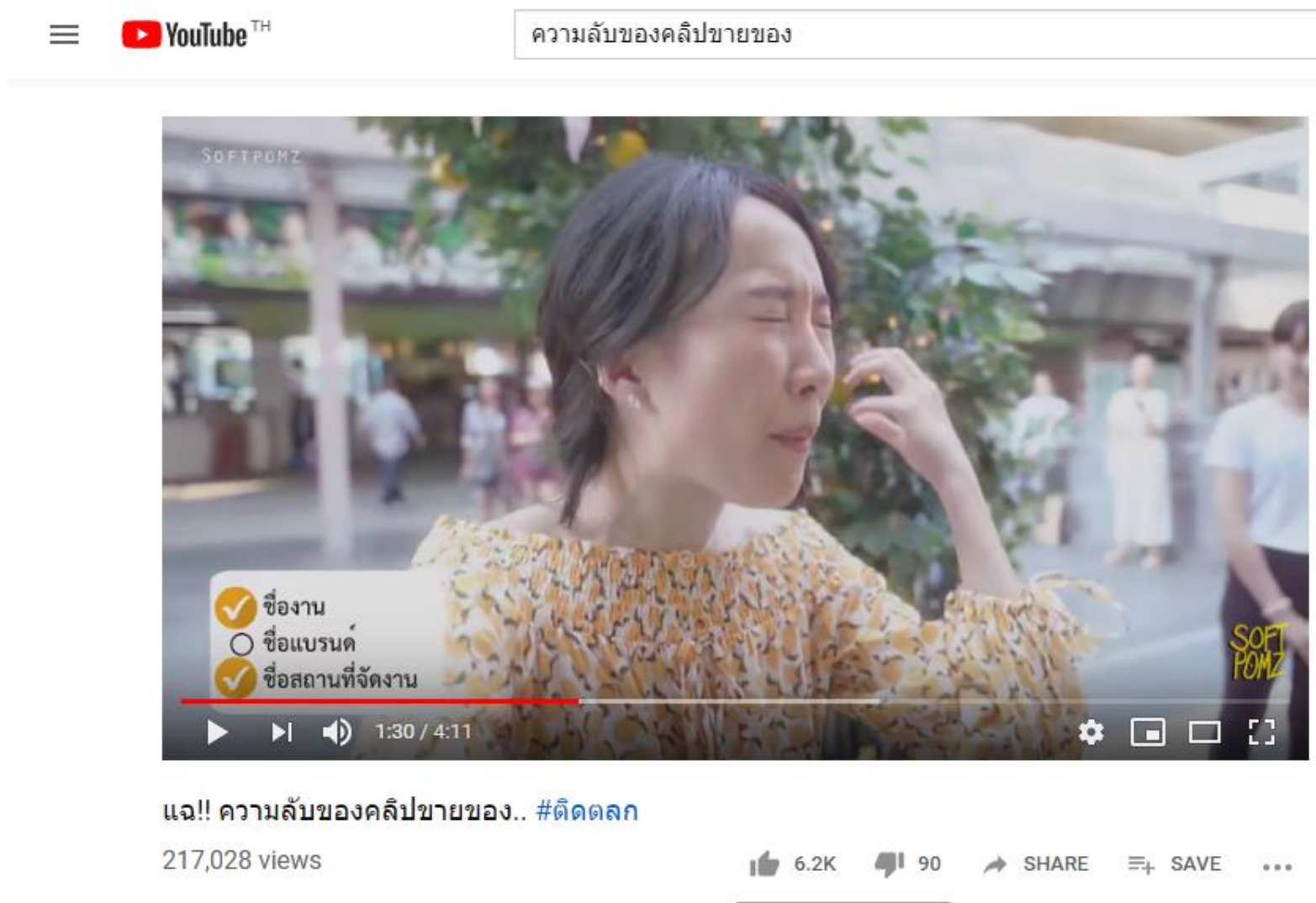
ช่องนี้มีแต่ความสนุก! ดลก ขำ เฮฮา พาไปเที่ยว ทำอะไรใหม่ๆ เรื่องสนุกๆยังมีอีกเพียบ!! อย่าลืมกด Subscribe จะได้ดูคลิปใหม่ๆของช่องฟ่อนใคร!! ขอฝากยูทูป

SUBSCRIBE 2.8M

ซอฟต์แวร์ นักสร้างสรรคเนื้อหา (Content Creator) ผ่าน youtube ที่นำเรื่องราวผ่านหน้าจอ ดึงเข้าเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอผ่านมุมมองและถ่ายทอด ที่ทำให้คนติดตามมากกว่า 2.8 ล้าน subscriber

“นำเสนอเทคนิคการสร้างเรื่องราว องค์ประกอบ วิธีการ หากคุณมีสินค้าจะนำเสนออย่างไรให้น่าสนใจ?”

ตัวอย่าง



<https://www.youtube.com/watch?v=XAAfcRwYBqg>

หลักสูตรระยะสั้น 1 สร้าง Content ยังไง ขายให้ปัง!

นำผลิตภัณฑ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรฯ เช่น สินค้าอาหาร ผ้า ของใช้ เครื่องประดับมาต่อยอดสร้าง Digital Contentให้น่าสนใจ นำไปใช้งานต่อยอดได้จริง และประชาสัมพันธ์ทั้งสินค้าและผลงานของนักศึกษาผ่านช่องทาง ETDA

วันที่ 2

เช้า

- Workshop การถ่ายภาพสินค้า

บ่าย

- เตรียมผลงาน

- Presentation

ลุ้นรางวัล
3,000 บาท

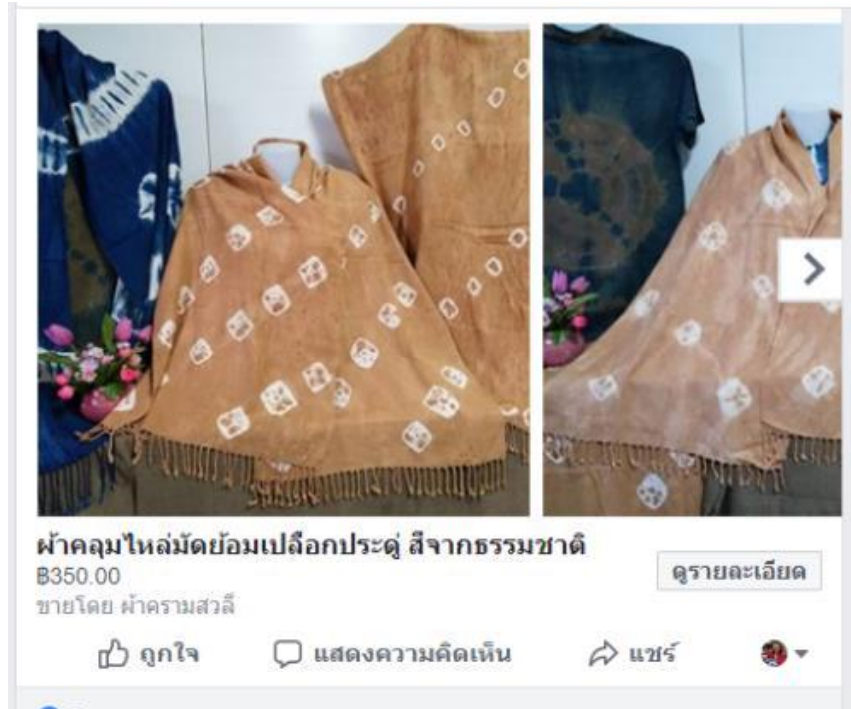
- 2 วัน
- นักศึกษาทุกคณะ
- วิทยากร ผู้เชี่ยวชาญ
- ได้เกียรติบัตร
- ผลงานนำไปต่อยอดได้
- 50-80 คน



ภาพถ่ายสวยๆ คือ หัวใจสำคัญของการขายสินค้า"

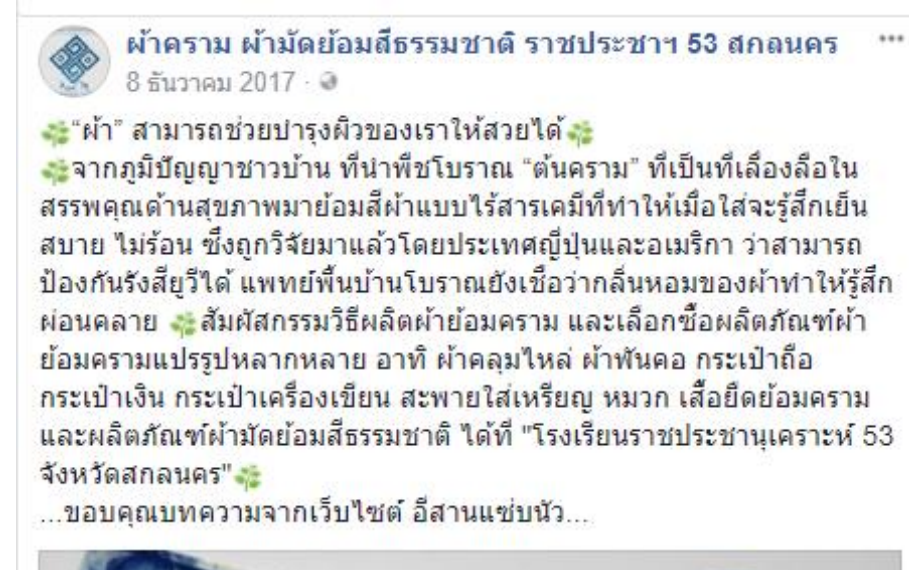
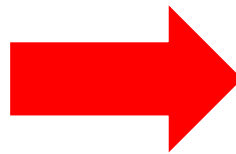
สร้าง first impression ให้ลูกค้าด้วยภาพถ่ายที่ทำได้ง่ายๆ ผ่าน smartphone
โดย ปัญจิฉลพ วิโรจน์ศิริ ช่างภาพสตรีทมากประสบการณ์

ตัวอย่างผลงานการสอน : พัฒนาการเขียน Story สินค้า



ภาพก่อนเข้าอบรม
ระยะที่ 2

ตัวอย่างเพจร้านค้า
ผ้าคราม ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ
โรงเรียนราชประชาฯ 53
จ.สกลนคร

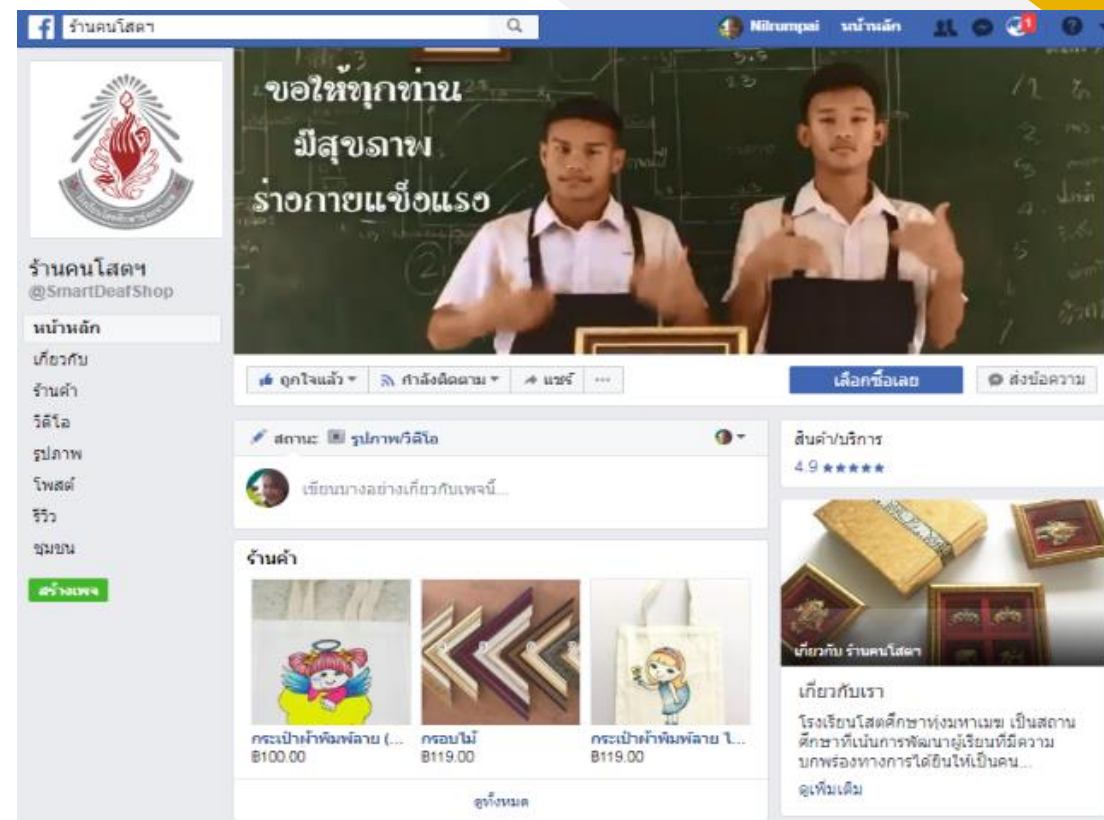


ภาพหลังเข้าอบรม
ระยะที่ 2

ตัวอย่างผลงาน : ความเปลี่ยนแปลงของหน้าเพจร้านค้า พัฒนาการถ่ายภาพ และ การเขียน Story



โรงเรียนโสตศึกษาทุ่งมหาเมฆ กรุงเทพฯ
ชื่อร้าน กรอบรูปโสตศึกษาทุ่งมหาเมฆ
(<https://goo.gl/wxMfdN>)



โรงเรียนโสตศึกษาทุ่งมหาเมฆ กรุงเทพฯ
ชื่อร้าน ร้านคนโสตฯ @SmartDeafShop
(<https://www.facebook.com/SmartDeafShop/>)

การเปลี่ยนแปลงคือ ชื่อเพจร้านค้า เพิ่ม@เพื่อการค้นหา CoverPage การถ่ายภาพสินค้า

ตัวอย่างผลงานการสอน : การถ่ายภาพสินค้าที่ เปลี่ยนแปลง สวย ดึงดูดลูกค้า



ภาพก่อนเข้าอบรมระยะที่ 2



ภาพหลังเข้าอบรม
ระยะที่ 2



นำภาพเป็น Banner
สำหรับโปรโมท

ตัวอย่างเพจร้านค้า
ผ้าทอ ผ้าปัก ผ้ามัดย้อม เครื่องเงินน่าน By PhanDoi56
โรงเรียนราชประชานุเคราะห์ 56 จ.น่าน



โพสต์ที่ทำการโปรโมท
ทำให้ยอดคนเข้าถึงและมีสั่งซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น

หลักสูตรระยะสั้น 2 ลงสนามขายจริงบนโลกออนไลน์

นำผลงานของ หลักสูตรระยะสั้น 1 มาต่อยอดช่องทางการขายสู่ออนไลน์ ผ่าน platform ต่างๆ เช่น Facebook e-Marketplace (Shopee/JDCentral/LNW) เป็นต้น เคล็ดลับ Digital Marketing จะโปรโมทอย่างไร การดูแลลูกค้า เป็นต้น

- 2 วัน
- นักศึกษาทุกคน
- วิทยากร ผู้เชี่ยวชาญ
- ได้เกียรติบัตร
- เรียนรู้และทำได้ ในอนาคต
- 50-80 คน

วันที่ 1

เช้า

- ปูพื้นฐาน Digital Content
- การเรียนรู้ Platform ต่างๆ

เข้าใจพื้นฐานสำคัญของการทำ Content ในโลกออนไลน์
แนวคิดที่จำเป็นต้องรู้ เครื่องมือและเทคนิคในการสร้าง Content
การเลือก Platform ที่เหมาะกับสินค้า
โดย คุณชัยพนธ์ ขวาลงนิชชัย (ครูชัย)
นักการตลาดดิจิทัลชื่อดังของไทย เจ้าของแฟนเพจ M.I.B Marketing
In Black, CEO และผู้ก่อตั้ง Big Brain Academy

บ่าย

- Workshop Social Media

สร้าง Facebook page & Instagram พร้อมเรียนรู้เทคนิค
พื้นฐานของ content บน Facebook การเลือกกลุ่มเป้าหมาย
สำหรับ Facebook Ad การ Boost Post
โดย Facebook



หลักสูตรระยะสั้น 2 ลงสนามขายจริงบนโลกออนไลน์

นำผลงานของ หลักสูตรระยะสั้น 1 มาต่อยอดช่องทางการขายสู่ออนไลน์ ผ่าน platform ต่างๆ เช่น Facebook e-Marketplace (Shopee / JDCentral / LNW) เป็นต้น เคล็ดลับ Digital Marketing จะโปรโมทอย่างไร การดูแลลูกค้า เป็นต้น

วันที่ 2

เช้า

- Workshop e-Marketplace

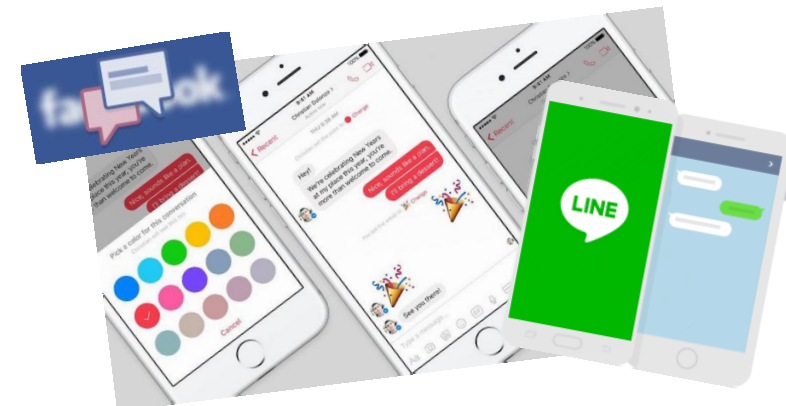
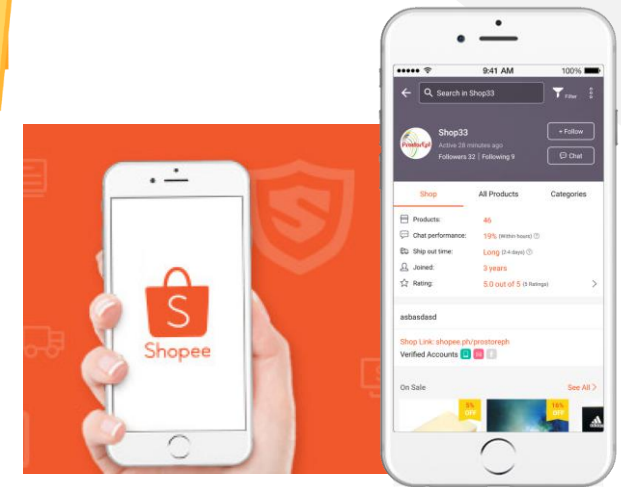
**สร้างร้าน Shopee พร้อมขายจริง
เทคนิคการทำตลาดบน Shopee
เคล็ดลับเพิ่มช่องทางการมองเห็นร้านค้าต่างๆ
โดย Shopee**

บ่าย

- การดูแลลูกค้า และปิดการขาย
- Scenario Test

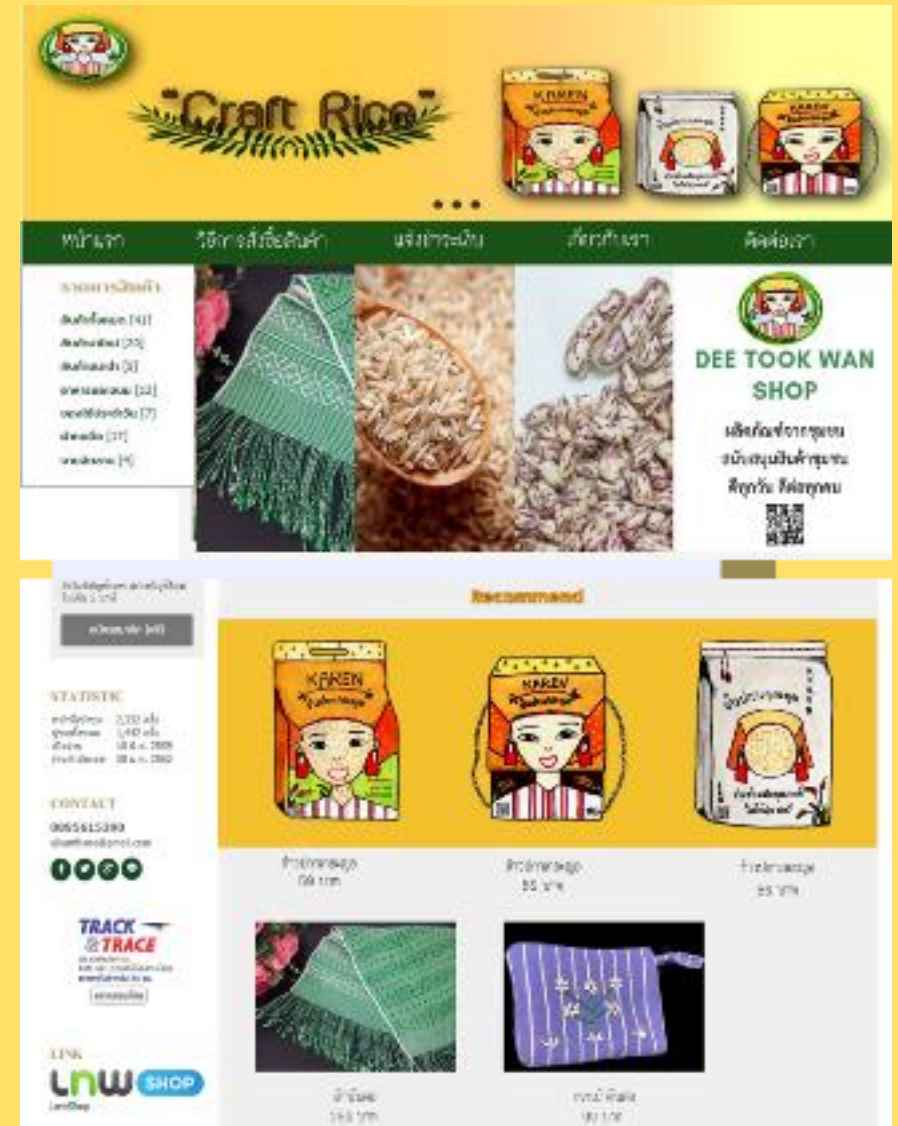
**“ปิดการขายได้ดังใจใน inbox”
นำเสนอการแชทคุยกับลูกค้าอย่างมีสแต็ปมีระดับประทับใจ
เรียนรู้เทคนิคลูกเล่นการขาย การปิดการขายระดับเทพ
โดย คุณชัยพนธ์ ขวาลงนิชชัย (ครูชัย)
นักการตลาดดิจิทัลชื่อดังของไทย เจ้าของแฟนเพจ M.I.B Marketing
In Black, CEO และผู้ก่อตั้ง Big Brain Academy**

**ลุ้นรางวัล
3,000 บาท**



- 2 วัน
- นักศึกษาทุกคน
- วิทยากรผู้เชี่ยวชาญ
- ได้เกียรติบัตร
- เรียนรู้และทำเองได้ในอนาคต
- 50-80 คน

ตัวอย่าง ลงเนื้อหา Platform



สินค้า ผลิตภัณฑ์ RMUTP

๒. เนื้อหาหลักสูตร e-Commerce ของ สพรอ.

ร่างหลักสูตร e-Commerce

- ❑ ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2562 นี้ ตั้งเป้าเตรียมบรรจุเป็นวิชาเรียนแบบออนไลน์ (วิชาเลือกเสรี) สำหรับปริญญาตรี และบัณฑิตศึกษา (ด้าน Soft Skills) สำหรับปริญญาโท, เอก
 - ❑ เตรียมให้สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) กำหนดเป็นเกณฑ์ในการวัด Competency ด้านที่เกี่ยวข้องต่อไป

- หลักสูตร e-Commerce ระดับ beginner การเรียนรู้รวม 45 ชม. 3 หน่วยกิต
- Target : นักศึกษาระดับปริญญาตรี (หลัก), ระดับบัณฑิตวิทยาลัย (รอง)

หน่วยเรียนที่ 1 Ecosystem & Supply chain

- ภาพรวม eCommerce
- IFBL / cybersecurity
- ความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย ข้อกำหนด ที่ต้องรู้ในการขายของออนไลน์ อย่างถูกต้องและปลอดภัย
- การสร้างร้านค้าออนไลน์
 - Social media : Facebook, Line, IG
 - e-marketplace : Platforms (workshop)
- Packaging กับการส่งสินค้า
- เมื่อขายได้แล้วลูกค้าจะจ่ายเงินอย่างไร (รวม 15 ชั่วโมง : บังคับเรียนก่อนสู่บทเรียนต่อไป)



เตรียมบรรจุในหลักสูตร ของมหาวิทยาลัยที่ทำความร่วมมือต่อไป (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์)

เลือกเรียนก่อน-หลังได้

หน่วยเรียนที่ 2 Digital Marketing

- องค์ประกอบของการสร้าง Content
- Storytelling
- Product & Packaging
- การสร้าง ออกแบบ digital content ให้โดนใจลูกค้า (workshop)
 - Photoshoot
 - VDO Content / live streaming
- เทคนิคการทำการตลาดออนไลน์ ให้ขายได้จริง
- การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงการตลาด (รวม 15 ชั่วโมง)

หน่วยเรียนที่ 3 Business plan & Management

- Business plan basic
- Market research
 - Customer behavior
 - Product development
- การบริหารจัดการเงิน-การบัญชี
- การบริหารจัดการให้ประสบความสำเร็จ (seminar sharing)
- Business plan report (workshop) (รวม 15 ชั่วโมง)

หลักสูตร e-Commerce

บรรจุในหลักสูตรของมหาวิทยาลัยที่ทำความร่วมมือ



Aims – เสริมสร้างทักษะด้าน e-Commerce เพื่อเป็น **workforce** ให้กับ SMEs

Incentive – นับหน่วยกิต, ได้รับประกาศนียบัตร **ETDA** และ **partner**

เกณฑ์การประเมิน และตัวชี้วัด

- ผู้เรียนเข้าเรียนไม่ต่ำกว่า 80% ของเวลาทั้งหมด (50%)
- ผลงานตามที่ผู้สอนกำหนด (30%)
- แบบทดสอบหลังเรียน (20%)

No.	ระดับ	ชื่อหัวข้อ	วัตถุประสงค์	ระยะเวลาของหลักสูตร	วิทยากร	รูปแบบของสื่อ
บทเรียนที่ 1: Ecosystem & Supply Chain (บทเรียนพื้นฐานภาคบังคับก่อนเรียนบทต่อไป)						
1	Beginner	ภาพรวมของ e-Commerce ในประเทศ รู้จัก e-Commerce Landscape ใครเป็นใคร สินค้าอะไรขายดี	เพื่อรู้จักทางและโอกาสการทำ e-Commerce ทั้งในและต่างประเทศ รูปแบบการขายสินค้าทางออนไลน์ องค์ประกอบในการทำ e-Commerce เช่น การจัดส่งสินค้า การรับชำระเงิน ที่ครบวงจรทั้ง e-Commerce supply chain	1 ชั่วโมง	ETDA	Video Clip (External) Text – pdf, infographic
2	Beginner (IFBL)	ปรับความเข้าใจ: รู้เท่าทันสื่อ และ ความรู้เรื่องคอมพิวเตอร์เบื้องต้น	เพื่อส่งเสริมให้เกิดความตระหนักในการใช้อินเทอร์เน็ต สร้างรายได้และรู้เท่าทันภัยคุกคามไซเบอร์	1.5 ชั่วโมง	ETDA	Video Clip (External) Text – pdf, infographic
3	Beginner	E-payment: วิธีการจ่ายเงิน แบบอยู่ที่ไหนก็ทำผ่าน online payment ได้	เพื่อเข้าใจโครงสร้างระบบ และกระบวนการทางการเงิน การถอน และการชำระค่าสินค้าบริการ และธุรกรรมต่าง ๆ เช่น Internet Banking, Prompt pay เป็นต้น	3 ชั่วโมง	Kbank	Video Clip (Internal) Text – PPT
4	Beginner	Packaging แบบง่ายๆ และการ track สินค้า ผ่าน smart phone	เพื่อรู้เทคนิคการทำ Package หีบห่อสินค้า เรียนรู้วิธีการขนส่ง และการ track สินค้าออนไลน์	2.5 ชั่วโมง	Thai Post	Video Clip (Internal) Text – infographic วิธี
5	Beginner	Basic Law กฎหมายต้องรู้ เรื่องขายของออนไลน์ ทำอย่างไรให้ถูกต้องและปลอดภัย (OCC)	เพื่อเข้าใจกฎหมายเบื้องต้น เกี่ยวกับการขายสินค้าออนไลน์ การคุ้มครองสินค้าออนไลน์ กฎหมายสำหรับผู้ประกอบการออนไลน์ และ รู้ว่าจะทำอย่างไรเมื่อเกิดปัญหาต่างๆ ขึ้น	2 ชั่วโมง	ETDA (OCC)	Video Clip (ppt) Text – PPT, Infographic
6	Beginner	ภาคปฏิบัติ: หาสินค้าที่เหมาะสมกับการทำธุรกิจออนไลน์ และถ่ายภาพบรรยายเหตุผลในการเลือกสินค้าประเภทนี้	เพื่อฝึกการเป็นผู้ประกอบการออนไลน์ สามารถลองปฏิบัติสิ่งที่เรียนรู้มาได้จริง	2 ชั่วโมง	ETDA	Assignment นำส่งผู้สอน Text – pdf, infographic
7	Beginner	ทำร้านค้าให้ปัง ด้วยอาวุธเสริมพลังทางการตลาด Social Media (Facebook, Ig, Line)	เพื่อเรียนรู้ถึงโครงสร้างระบบ วิธีการใช้งาน Social Media ต่างๆ ในการสร้างร้านค้า เพื่อช่วยในการซื้อขาย และติดต่อกับลูกค้าได้ทันที Customer Relationship	2 ชั่วโมง	Facebook Line IG	Text: PPT, Infographic
8	Beginner	เคล็ดลับไม่ลับกับการย้ายหน้าร้านของคุณ สู่โลก Online ในตลาด E-marketplace	เพื่อเรียนรู้ และทดลองทำการเริ่มต้นขายสินค้าบน e-marketplace อย่างละเอียด ทีละขั้นตอน ให้สามารถเริ่มขายสินค้าด้วยตนเองได้	2 ชั่วโมง	Shopee Lazada JD Central Lnw shop	การบรรยาย และการอบรมเชิงปฏิบัติการ (workshop)

หลักสูตร e-Commerce บรรจุในหลักสูตรของมหาวิทยาลัยที่ทำความร่วมมือ



No.	ระดับ	ชื่อหัวข้อ	วัตถุประสงค์	ระยะเวลา	วิทยากร	รูปแบบของสื่อ
unเรียนที่ 2: Digital Marketing						
1	Beginner	องค์ประกอบของการสร้าง Content ที่ดี น่าติดตาม	เพื่อรู้ทิศทาง แนวโน้ม วิธีการการผลิต content ที่ดี รูปแบบการผลิต content องค์ประกอบการทำ Content และปัจจัยที่ทำให้ content เกิดการส่งต่อ และการแชร์ต่อกันไปยังกลุ่มเป้าหมาย	1 ชั่วโมง	ETDA	Video Clip (External) Text: Infographic
2	Beginner	เรื่องเล่า ที่เป็นมากกว่า การเล่าเรื่อง ทำอย่างไรให้ content ของคุณเป็นที่สนใจ? (Storytelling)	เพื่อเรียนรู้เทคนิคการเขียน Content และวิธีการพูด ที่ทำให้ลูกค้าสนใจในสินค้าของคุณ	2 ชั่วโมง	Point of View	Video Clip (Internal)
3	Beginner	เทคนิคการออกแบบสินค้า: Design of Product & Packaging ให้ดูดี ดูแพง	เพื่อเรียนรู้และรับฟังโดยตรงจากกูรูด้านการออกแบบ สินค้าและแพคเกจจิ้ง เรียนวิธีการออกแบบให้ตรงใจ กลุ่มเป้าหมาย รวมถึงเครื่องมือต่างๆ ที่ใช้ในการออกแบบ	1.5 ชั่วโมง	TCDC	Video Clip (Internal) Text: ppt, pdf
4	Beginner	การออกแบบ Digital Content เบื้องต้น ให้โดนใจลูกค้า - การถ่ายภาพสินค้า - การถ่ายทำวิดีโอ (Video streaming)	เพื่อรู้และเข้าใจวิธีการถ่ายภาพสินค้าให้เป๊ะ และการถ่ายทำวิดีโอเบื้องต้น เช่น สดส่วนการถ่ายภาพ การถ่ายทำวิดีโอ และขั้นตอนต่างๆ ที่ทำให้รูปและคลิป วิดีโอน่าสนใจ ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย	6 ชั่วโมง	กอล์ฟมาเยือน / influencer net Idol	การบรรยาย และการอบรม เชิงปฏิบัติการ (workshop)
5	Beginner	ภาคปฏิบัติ: ผู้เข้าเรียนนำสินค้าของตนเองมา ถ่ายภาพและถ่ายทำวิดีโอ ฉบับเบื้องต้น และนำเสนอผู้สอน	เพื่อทดลองปฏิบัติ ทบทวนสิ่งที่ได้เรียนรู้		ETDA	Assignment นำส่งผู้สอน Text – pdf, infographic
6	Beginner	เทคนิคการตลาดออนไลน์ ให้ขายได้เรื่อยๆ ทุกเดือน (Social Media Marketing)	เพื่อรู้และเข้าใจวิธีการทำการตลาดออนไลน์ให้ดีขึ้น และเรียนรู้เทคนิคที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายเห็นสินค้า ในวงกว้าง	1 ชั่วโมง	OPPA	Video Clip (Internal)
7	Beginner	การสร้างความมั่นใจ... อยากจะขายของ แต่ก็ไม่รู้จะพูดอย่างไร ให้ลูกค้าซื้อดี?	เพื่อรู้เทคนิคการขาย เสริมความมั่นใจในการพูด การนำเสนอสินค้า วิธีการที่ทำให้ลูกค้าเชื่อถือและต้องการซื้อสินค้า	1.5 ชั่วโมง	เก๋ไก๋ เอ็ด75	Video Clip (External) Text: ppt, pdf
				15 ชั่วโมง		

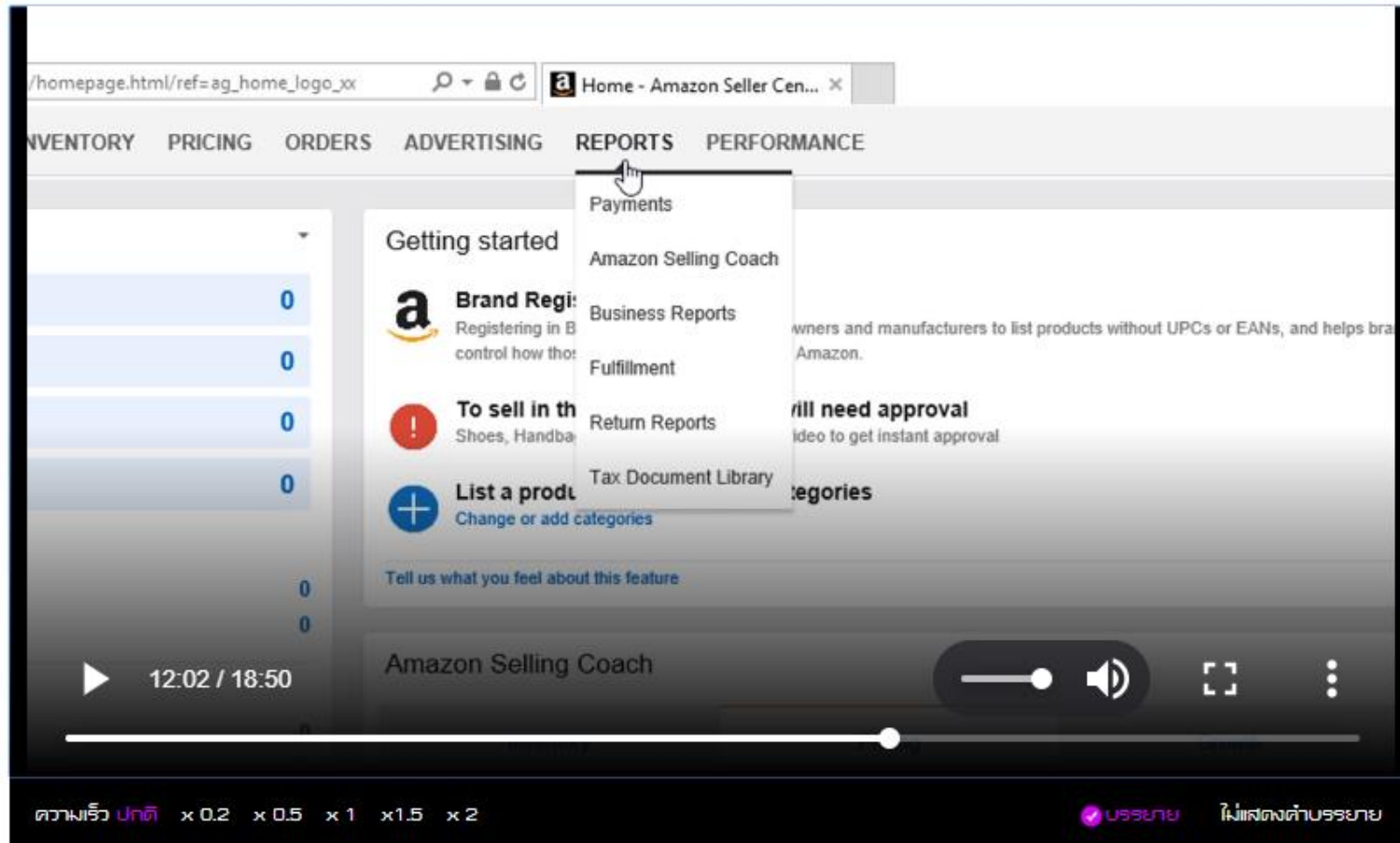
ตัวอย่างเนื้อหา หลักสูตร e-Commerce บรรจุในหลักสูตรของมหาวิทยาลัยที่ทำความร่วมมือ



No.	ระดับ	ชื่อหัวข้อ	วัตถุประสงค์	ระยะเวลา	วิทยากร	รูปแบบของสื่อ
บทเรียนที่ 3: Business plan & Business Management						
1	Beginner	การวางแผนธุรกิจเบื้องต้น สำหรับผู้ที่อยากเริ่มต้นธุรกิจ	เพื่อเรียนรู้วิธีการวางแผนธุรกิจเบื้องต้น และ ความสำคัญในการวางแผนธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจยั่งยืน และ ทั้งเรื่องเงินทุน และ ยอดขายที่เพิ่มขึ้น	1.5 ชั่วโมง	NEA	Video Clip (Internal) Text: ppt, pdf
2	Beginner	การทำวิจัยทางการตลาด (Prototype & Testing) - การสังเกตพฤติกรรมผู้บริโภค - การพัฒนาสินค้าที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคด้วย สิ่งรอบตัว	เพื่อเข้าใจแนวคิดและทิศทาง เรียนรู้การสังเกต สัมภาษณ์พฤติกรรมผู้บริโภคในตลาด และวิธีการพัฒนา สินค้ารวมถึงแนวคิดต่างๆ ที่ใช้ในการสร้าง prototype ทดสอบสินค้าในตลาด	2 ชั่วโมง	อาจารย์แกน	Text: PPT, Infographic
3	Beginner	ภาคปฏิบัติ: สัมภาษณ์เจ้าของกลุ่มเป้าหมายโดย แจกแบบสอบถาม เข้าไปสัมภาษณ์ แล้วนำมาทำ รายงานวิจัยผลการสำรวจตลาด	เพื่อทดลองปฏิบัติ ทบทวนสิ่งที่ได้เรียนรู้	2.5 ชั่วโมง	ETDA	Assignment นำส่งผู้สอน Text - pdf, infographic
4	Beginner	การบริหารจัดการทางการเงิน รวมถึงคอร์สการทำบัญชีเบื้องต้นสำหรับผู้ประกอบการ	เพื่อให้เข้าใจถึงความสำคัญในการบริหารจัดการ การเงิน และการทำบัญชีเพื่อบริหารการเงินหมุนเวียน ของธุรกิจ และปัจจัยที่สำคัญในการบริหารทางการเงิน	1 ชั่วโมง	NEA	Video Clip (Internal) Text: ppt, pdf
5	Beginner	การบริหารจัดการให้ประสบความสำเร็จ (success case & experience sharing)	เพื่อได้เรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้ประกอบการที่ ประสบความสำเร็จ การสร้างแบรนด์จากศูนย์สู่การ เป็นสินค้าที่มีคนรู้จักทั่วประเทศ เพื่อนำมาปรับปรุงแบบ รนด์ของคุณ	3 ชั่วโมง	e-Commerce awards SMEs / (ppt) ไอ้กะจู้ ... /success case อื่นๆ	Video Clip or Workshop
6	Beginner	วิธีการเขียนแผนธุรกิจเพื่อยื่นขอกู้เงินจาก สถาบันการเงิน	เพื่อเรียนรู้และทดลองวางแผนธุรกิจของตน รวมถึง การวิเคราะห์เพื่อเสริมจุดแข็ง หักจุดอ่อนสินค้า เพื่อให้สินค้าขายดี เป็นที่ต้องการของตลาด	3 ชั่วโมง	SCB	การบรรยาย และการอบรม เชิงปฏิบัติการ (workshop)
7	Beginner	ภาคปฏิบัติ: เขียนรายงานแผนธุรกิจและนำเสนอ ผู้สอน	เพื่อให้ผู้เข้าเรียนสามารถลองปฏิบัติสิ่งที่เรียนรู้มาได้ จริง	2 ชั่วโมง	ETDA ร่วมกับ SCB และอาจารย์แกน	Assignment นำส่งผู้สอน Text - pdf, infographic
				15 ชั่วโมง		

ตัวอย่าง เนื้อหาหลักสูตร

บทที่ 1 เรื่องที่ 8 เคล็ดไม่ลับกับการย้ายหน้าร้านของคุณ สู่โลก Online ในตลาด E-marketplace



<https://www.rmutpmooc.org/course/subject/unit/44/229>

ตัวอย่าง เนื้อหาหลักสูตร

Basic Law กฎหมายต้องรู้ เรื่องขายของออนไลน์ ทำอย่างไรให้ถูกต้องและปลอดภัย (OCC)



<https://www.youtube.com/watch?v=KZxblRoZqP0>



<https://www.youtube.com/watch?v=ozjcEAcMqvk>

เนื้อหาปรับได้ตามความเหมาะสม
บรรจุในหลักสูตร วิชาเลือก หรือ อื่นๆ

ร่วมกันสร้าง **WORKFORCE** **เสริมทัพอีคอมเมิร์ซไทย**

ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือสร้างอาชีพและรายได้





ถัดไป

ETDA
NW66
www.etda.or.th





eCommercepark@etda.or.th

<https://youngtalent.etda.or.th>