

เรียน คณบดี

- เพื่อโปรดทราบ / นื่องรศ
- เห็นควรมอบ.....

.....
.....

✓

(นางสาววิจิตรา ขุนไชยการ)
นักวิชาการศึกษา ปฏิบัติการ

- ๘ พ.ย. ๒๕๖๕


๓ พ.ย. ๖๕

ทนาย ๑ คน โทร ๐๖๓๖๖๖๖๖



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รัตนา คงนาลี)

รองคณบดี รักษาราชการแทน
คณบดีคณะครุศาสตร์

หลักสูตรกลยุทธ์การตลาดและการสื่อสารอย่างมีเป้าประสงค์เพื่อสร้างความยั่งยืน Purposeful Marketing & Communication for Sustainability Impact Course

ที่มาและความสำคัญ

จุดเริ่มต้นของการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลกอันแสนจะแออัดและกำลังพังทลายนี้ เกิดจากการที่โลกเรามีประชากรถึง 8 พันล้านคนในปี 2020 และประชากรเหล่านี้ต้องหาที่ยืนของตัวเองในระบบเศรษฐกิจของโลกอันแออัดนี้ โดยที่เศรษฐกิจของโลกเป็นระบบที่ไม่เพียงแต่เติบโตอย่างรวดเร็วประมาณ 3 ถึง 4 เปอร์เซ็นต์ต่อปี แต่ยังคงเติบโตแบบไม่มีความเท่าเทียมกันในการกระจายรายได้ภายในประเทศและระหว่างประเทศ และเมื่อโลกเราจำเป็นต้องก้าวเข้าสู่ยุคแห่งการพัฒนาที่ยั่งยืนแล้ว ธุรกิจก็ต้องพยายามที่จะประสานระบบที่ซับซ้อนทั้ง 3 ระบบเข้าด้วยกันนั่นก็คือระบบเศรษฐกิจ ระบบสังคม และระบบสิ่งแวดล้อมผ่านธรรมาภิบาลการพัฒนาที่ยั่งยืน (Profit People Planet) ประเทศผู้นำต่างๆในโลกกำลังจะประกาศใช้ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินกิจการทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของโลกกันต่อไป โดยที่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนจะเกิดขึ้นได้ ก็เมื่อทั้งภาครัฐและภาคเอกชน หันมาให้ความช่วยเหลือชุมชน ที่บริษัทเหล่านี้ เข้าไปเกี่ยวข้อง เพื่อช่วยลดความยากจนอย่างที่สุดลงได้ และใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติอย่างจริงจัง

ดังนั้น การพัฒนาที่ยั่งยืน ต้องมีเสาหลัก 4 ประการนี้ เพื่อสังคมที่ดีและประชาคมโลกที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันได้แก่ ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ การลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม ความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม และธรรมาภิบาล โดยหน่วยงานหลักต่าง ๆ ของสังคมรวมทั้งรัฐบาลและภาคธุรกิจต้องร่วมกันรับผิดชอบผ่านการทำธุรกิจ การตลาด การสื่อสารอย่างมีเป้าประสงค์ และ ยั่งยืน เน้นคำนึงถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆกัน ดังที่ประธานาธิบดี จอห์น เอฟ. เคนเนดี ได้ประกาศว่า “หากเราทำให้เป้าหมายของเราชัดเจน จัดการได้ง่ายและไม่ไกลตัวจนเกินไป เราก็จะสามารถช่วยให้คนอื่นเข้าใจเป้าหมายเหล่านั้นได้ด้วยและจะสามารถสร้างความหวังจากสิ่งเหล่านั้นและจะก่อขบวนการเคลื่อนไหวไปด้วยกันได้” เช่นเดียวกับกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนที่ต้องทำเลยตอนนี้ นั่นที่!!!

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้บริหารระดับสูง และ ระดับปฏิบัติการของหน่วยงานได้ศึกษาและรับทราบ เทรนด์ และ ข้อมูลใหม่ที่ทันสมัยเพื่อเป็นการเสริมสร้างทักษะการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมในปัจจุบันและอนาคต และสร้างความเข้าใจทั้งเชิงลึกและ เชิงกว้างเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของกลยุทธ์การตลาดและการสื่อสารอย่างมีเป้าประสงค์เพื่อสร้างความยั่งยืน
2. เพื่อพัฒนาทักษะด้านการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์การตลาดและการสื่อสารอย่างมีเป้าประสงค์เพื่อสร้างความยั่งยืน เพื่อการพัฒนาคุณภาพการตลาด การสื่อสารให้ตอบใจทุกโลกในปัจจุบัน
3. เพื่อเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างองค์กร วิทยุทัศน์และประสบการณ์ระหว่างผู้บริหารระดับสูง และ ระดับปฏิบัติการ ที่เข้ารับการศึกษาร่วมกัน
4. เพื่อพัฒนาวินัยทัศน์ในการกำหนดนโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดกลยุทธ์การตลาดและการสื่อสารอย่างมีเป้าประสงค์เพื่อสร้างความยั่งยืน

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้บริหารองค์กรระดับสูงและ ระดับปฏิบัติการ ทั้งในภาครัฐ ภาคเอกชน รัฐวิสาหกิจ ในทุกกลุ่มอุตสาหกรรมที่ต้องการสร้างกลยุทธ์ทางธุรกิจ การตลาด การสื่อสารที่มีเป้าประสงค์เพื่อความยั่งยืน ไม่ว่าจะเป็น ด้านการท่องเที่ยว ด้านการศึกษา ด้านสาธารณสุข ด้านสินค้าอุปโภคบริโภค ด้านพลังงาน และกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น ๆ

ระยะเวลา และสถานที่ในการอบรม

วันที่ 24 – 25 มกราคม 2566 ณ โรงแรมเมอร์เคียว แบงค็อก สุขุมวิท 24 (BTSสถานีพร้อมพงษ์ ทางออก 4)

งบประมาณค่าใช้จ่าย

รายละเอียด (สำหรับลงทะเบียน 1 ท่าน)	ยอดก่อน Vat.	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	ยอดรวม VAT	ภาษีหัก ณ ที่จ่าย	ยอดหลังหักภาษี ณ ที่จ่าย	
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	15,900	1113.00	17013.00	159.00	16,854.00	1%
บริษัทเอกชนหรือบุคคลทั่วไป	15,900	1113.00	17013.00	477.00	16,536.00	3%
รายละเอียด (สำหรับลงทะเบียน 2 ท่านขึ้นไป)	ยอดก่อน Vat.	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	ยอดรวม VAT	ภาษีหัก ณ ที่จ่าย	ยอดสุทธิ	
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	13,900	973.00	14873.00	139.00	14,734.00	1%
บริษัทเอกชนหรือบุคคลทั่วไป	13,900	973.00	14873.00	417.00	14,456.00	3%

ค่าลงทะเบียนสำหรับผู้เข้ารับการอบรมแบบ Offline คนละ 17,013 บาท ถ้าหากลงทะเบียนก่อนวันที่ 11 มกราคม 2566 ท่านจะได้รับโปรโมชั่นพิเศษ ลงทะเบียน 2 ท่านขึ้นไป ราคาท่านละ 14,873 บาท (ค่าใช้จ่ายดังกล่าวรวมภาษีมูลค่าเพิ่มเรียบร้อยแล้ว) เพื่อจ่ายเป็นค่าใช้จ่ายในการอบรม เช่น เอกสารในการอบรม ค่าอาหารกลางวัน อาหารว่าง ค่าตอบแทนวิทยากร (ไม่รวมค่าที่พัก อาหารเช้า อาหารเย็น และค่าเดินทาง)

รายละเอียด (สำหรับลงทะเบียน 1 ท่าน)	ยอดก่อน Vat.	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	ยอดรวม VAT	ภาษีหัก ณ ที่จ่าย	ยอดหลังหักภาษี ณ ที่จ่าย	
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	13,900.00	973.00	14873.00	139.00	14,734.00	1%
บริษัทเอกชนหรือบุคคลทั่วไป	13,900.00	973.00	14873.00	417.00	14,456.00	3%
รายละเอียด (สำหรับลงทะเบียน 2 ท่านขึ้นไป)	ยอดก่อน Vat.	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	ยอดรวม VAT	ภาษีหัก ณ ที่จ่าย	ยอดหลังหักภาษี ณ ที่จ่าย	
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	11,900.00	833.00	12733.00	119.00	12,614.00	1%
บริษัทเอกชนหรือบุคคลทั่วไป	11,900.00	833.00	12733.00	357.00	12,376.00	3%

ค่าลงทะเบียนสำหรับผู้เข้ารับการอบรมแบบ Online คนละ 14,873 บาท ถ้าหากลงทะเบียนก่อนวันที่ 11 มกราคม 2566 ท่านจะได้รับโปรโมชั่นพิเศษ ลงทะเบียน 2 ท่านขึ้นไป ราคาท่านละ 12,733 บาท (ค่าใช้จ่ายดังกล่าวรวมภาษีมูลค่าเพิ่มเรียบร้อยแล้ว) เพื่อจ่ายเป็นค่าใช้จ่ายในการอบรม เช่น เอกสารในการอบรม ค่าตอบแทนวิทยากร

สำหรับหน่วยงานข้าราชการโดยผู้เข้ารับการอบรมสามารถเบิกค่าใช้จ่ายในการศึกษาอบรมตามระเบียบกระทรวงมหาดไทยว่าด้วย ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมและการเข้ารับการศึกษาของเจ้าหน้าที่ท้องถิ่น พ.ศ. ๒๕๕๗ ข้อ ๒๘ (๑) และข้าราชการสามารถเบิกค่าลงทะเบียนตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมการจัดงานและการประชุมระหว่างประเทศ พ.ศ.๒๕๔๙ และที่แก้ไขเพิ่มเติม

สำหรับหน่วยงานเอกชนโดยผู้เข้ารับการอบรมสามารถเบิกค่าใช้จ่ายในการศึกษาอบรมจากต้นสังกัดของตนเอง ถ้าหากทางหน่วยงานต้องการ Invoice (ใบแจ้งหนี้) หรือ ใบเสนอราคา สามารถแจ้งกับเจ้าหน้าที่ได้ทางอีเมล Pimphatsara@absolutealliances.com

วิธีชำระค่าลงทะเบียน

1. กรอกรายละเอียดตามแบบฟอร์มการลงทะเบียน
2. แนบเอกสารการชำระเงิน (Pay in slip) ส่งกลับมายัง 02-661-7757 (แฟกซ์อัตโนมัติ) หรือ อีเมล Pimphatsara@absolutealliances.com
3. ชำระค่าลงทะเบียนโดยโอนเงินค่าลงทะเบียนล่วงหน้าก่อนวันประชุมสัมมนา เข้าชื่อบัญชี บริษัท แอ็บโซลูท์ อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด
 - ธนาคารกรุงไทย บัญชีออมทรัพย์ สาขาอาคารเสริมมิตร เลขที่บัญชี 085-0-12124-8
 - ธนาคารกรุงเทพ บัญชีออมทรัพย์ สาขานนนโศกมนตรี เลขที่บัญชี 925-0-07304-7
 - ธนาคารกสิกรไทย บัญชีออมทรัพย์ สาขา สุขุมวิท 33 (บางกะปิ) เลขที่บัญชี 003-2-42408-4

วิธีการรับใบเสร็จรับเงิน

ใบเสร็จ ทางสถาบันฯ สามารถจัดส่งทางไปรษณีย์หรือรับใบเสร็จหน้างาน (กรณีลงทะเบียนเรียนในรูปแบบออฟไลน์) และกรุณานำใบหักภาษี ณ ที่จ่าย (ถ้ามี) มายื่น ณ จุดลงทะเบียน หมายเหตุ: สามารถชำระค่าลงทะเบียนก่อนวันที่ 16 มกราคม 2566 และการยกเลิกการลงทะเบียนจะสมบูรณ์ต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรเท่านั้น และทำการยกเลิกก่อน 7 วันทำการก่อนวันสัมมนา (ผู้ร่วมสัมมนาจะไม่ได้รับค่าลงทะเบียนคืนแต่คงสิทธิ์ที่จะได้รับกระเป๋าและเอกสารประกอบการสัมมนา)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้เข้าร่วมอบรมมีความเข้าใจเรื่องการเปลี่ยนแปลงของสังคมสู่ยุค SDG17, BCG และ ESG
2. ผู้เข้าร่วมอบรมเรียนรู้เปิดมุมมองในการสร้างสรรค์ไอเดียกลยุทธ์ทางธุรกิจ การตลาด การสื่อสารที่มีเป้าประสงค์เพื่อความยั่งยืน รูปแบบที่ทันสมัยและสามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ การตลาด การสื่อสารที่มีเป้าประสงค์เพื่อความยั่งยืนได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. ผู้เข้าร่วมอบรม สามารถออกแบบกลยุทธ์ การตลาด การสื่อสารที่มีเป้าประสงค์เพื่อความยั่งยืน ในรูปแบบโมเดลการตลาดที่สร้างความยั่งยืนได้จริงที่สามารถนำไปต่อยอดและนำไปใช้ได้จริงกับธุรกิจของตนเอง
4. ผู้เข้าร่วมอบรมได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนแนวคิด และประสบการณ์กับวิทยากรและผู้เข้าอบรมเพื่อสร้างเครือข่ายผู้นำด้านการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคดิจิทัลเพื่อให้เกิดสังคมแห่งการแบ่งปันความรู้และประสบการณ์
5. เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์และการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้บริหารองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคดิจิทัล

เลขานุการการจัดงาน และบริหารการจัดงานโดย

บริษัท แอ็บโซลูท์ อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด 159/21 อาคารเสริมมิตรทาวเวอร์ ซอย 21 ถนนสุขุมวิท 21 (อโศก) แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ 097-004-3993 โทรสาร 0-2661-7757

หลักสูตรกลยุทธ์การตลาดและการสื่อสารอย่างมีเป้าประสงค์เพื่อสร้างความยั่งยืน

Purposeful Marketing & Branding for Sustainability Impact

วันที่ 24 มกราคม 2566	
Day 1	รายละเอียดการอบรม
09.00-10.25 น.	<p>หัวข้อที่ 1: The 1st C: Change Drivers (to be the change, or to be changed)</p> <p>ทำความเข้าใจเทรนด์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ทิศทางการวางกลยุทธ์ของแบรนด์ ไม่ว่าจะเป็น Marketing Mix, New Channel และ Disruptive Technology ที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดธุรกิจใหม่ๆ ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การบริโภค การใช้ชีวิตของผู้คน และมีผลกระทบต่ออยู่ทุกหนทุกแห่งในปัจจุบัน</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ VUGA ▪ BCG ▪ Disruptive Technology ▪ New Generations <p>กิจกรรม 1: การประเมินระดับของการตระหนักและความพร้อมในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงขององค์กร โดย ณิชชฎา ตั้งวรพนธ์วิธาน: Business & Brand Advisor, Experience Matters Co., Ltd.</p>
10.25-10.40	พักเบรก
10.40-12.00 น.	<p>หัวข้อที่ 2: The 2nd C: Consumer-centric Era</p> <p>ทำความเข้าใจเทรนด์ผู้บริโภคในระดับโลก ระดับภูมิภาคและประเทศไทย เพื่อเห็นโอกาสและอุปสรรคทางการตลาด การเข้าถึงและเข้าใจผู้บริโภคในมิติต่างๆ</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Global consumer trends ▪ Shared purpose vs. Brand share ▪ กรณีศึกษาแบรนด์ที่ Outside-in vs. Inside-out <p>กิจกรรม 2: วิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป (Brand SWOT Analysis)</p> <p>โดย ดร. ตั้งใจฉวีล อนันตชัย: President of Management Board, INTAGE Thailand Co., Ltd.</p>
12.00-13.00 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.00 - 14.30 น.	<p>หัวข้อที่ 3: The 3rd C Cutting-edge Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ เข้าใจการตลาดยุคใหม่จาก 4P สู่ 4E ▪ เข้าใจความสำคัญและความแตกต่างของ 'จุดยืน' และ 'จุดขาย'
14.30 - 14.45 น.	พักเบรก
14.45 - 16.00 น.	<p>หัวข้อที่ 3: The 3rd C Cutting-edge Marketing (ต่อ)</p> <p>กิจกรรม 3:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ทบทวน STP และการเข้าใจลูกค้าโดยใช้ Empathy Map 2. ทบทวน Value Proposition Canvas

	<p>โดย ดร. ดั่งใจฉวีล อนันตชัย: President of Management Board, INTAGE Thailand Co.,Ltd. ณิชษฐา ตั้งรพจนวิธาน: Business & Brand Advisor, eXperience Matters Co.,Ltd.</p>
สรุปวันที่ 1	
วันที่ 25 มกราคม 2566	
Day 2	รายละเอียดการอบรม
09.00 – 12.00 น.	<p>หัวข้อที่ 4: The 4th C Conscious Communication</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ เข้าใจ Customer Journey เพื่อเข้าถึงลูกค้าในเวลาที่เขาต้องการ ให้ถูกที่ ถูกเวลา ▪ Responsible IMC ▪ BCG in communication ▪ Sustainable content strategy ▪ Digital media <p>โดย ณิชษฐา ตั้งรพจนวิธาน: Business & Brand Advisor, Experience Matters Co., Ltd.</p>
10.30 – 10.45 น.	พักเบรก
12.00 - 13.00 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.00 - 14.30 น.	<p>หัวข้อที่ 5: The 5th C: Creative Roadmap Workshop</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ การวาง roadmap ในการทำการตลาดและการสื่อสารแบบยั่งยืน ▪ ขัดเกลาไอเดียธุรกิจดิจิทัลผ่านกระบวนการ Design Thinking ทั้ง 5 ขั้นตอนได้แก่Empathize (ทำความเข้าใจ), Define (กำหนดปัญหา), Ideate (หาทางเลือก), Prototype (สร้างต้นแบบ), Test (ทดสอบต้นแบบ) <p>กิจกรรม 4: นำเสนอแนวคิดการทำการตลาดและการสื่อสารแบบยั่งยืน โดยจัดความสำคัญตาม impact (Creative Roadmap via Design Thinking Process)</p> <p>โดย ดร. ดั่งใจฉวีล อนันตชัย: President of Management Board, INTAGE Thailand Co., Ltd. และ ณิชษฐา ตั้งรพจนวิธาน: Business & Brand Advisor, Experience Matters Co., Ltd.</p>
14.30 – 14.45 น.	พักเบรก
14.45 - 16.00 น.	<p>หัวข้อที่ 5: The 5th C: Creative Roadmap Workshop</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ การวาง roadmap ในการทำการตลาดและการสื่อสารแบบยั่งยืน ▪ ขัดเกลาไอเดียธุรกิจดิจิทัลผ่านกระบวนการ Design Thinking ทั้ง 5 ขั้นตอนได้แก่Empathize (ทำความเข้าใจ), Define (กำหนดปัญหา), Ideate (หาทางเลือก), Prototype (สร้างต้นแบบ), Test (ทดสอบต้นแบบ) <p>กิจกรรม 4: นำเสนอแนวคิดการทำการตลาดและการสื่อสารแบบยั่งยืน โดยจัดความสำคัญตาม impact (Creative Roadmap via Design Thinking Process)</p> <p>โดย ดร. ดั่งใจฉวีล อนันตชัย: President of Management Board, INTAGE Thailand Co., Ltd. และ ณิชษฐา ตั้งรพจนวิธาน: Business & Brand Advisor, Experience Matters Co., Ltd.</p>
สรุปวันที่ 2	

***หมายเหตุ: กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม ***

- ดร. ตั้งใจถวิล อนันตชัย: President of Management Board, INTAGE Thailand Co.,Ltd. คร่ำหวอดอยู่ในวงการวิจัย และ ที่ปรึกษาทางวิจัยการตลาด มานานกว่า 20 ปี และยังเป็น Panel Trainer และ Speaker on Annual Consumer Trend to Annual Marketing Day ประจำปีของ สมาคมการตลาดมาตลอดกว่า 10 ปี
- ขนิษฐา ตั้งวรพจน์วิธาน: Business & Brand Advisor, eXperience Matters Co.,Ltd. มี ประสบการณ์การทำงานและการสร้างแบรนด์มากกว่า 20 ปีด้วยการทำงานในด้าน Strategic Planning ให้กับบริษัท เอเจนซีโฆษณาระดับโลก อาทิ Dentsu Young & Rubicam Thailand, Ogilvy Advertising & McCann Worldgroup
- ทั้ง 2 ท่าน รวมทั้งยังเป็น Speaker & Trainer ให้กับนิสิต นักศึกษา SMEs และ นักธุรกิจ นักการตลาดทั่วประเทศมากกว่า 10 ปี โดยเฉพาะการสอนการตลาด การสร้างแบรนด์ที่เน้นความเชื่อมั่น ความศรัทธาในแนวคิดของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
