

แผนการจัดการเรียนรู้

มุ่งเน้นสมรรถนะอาชีพ และบูรณาการคุณธรรม
จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์
และปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง
รหัส 30204-2001 วิชาธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์
หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง พุทธศักราช 2563

จัดทำโดย

นางศิรินันท์ เหลืองอภิรมย์

สาขาวิชา เทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล

วิทยาลัยเทคนิคนครราชสีมา

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ

ผลิตโดย

บริษัทซีเ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน)

แผนการสอน	หน่วยที่ 1
ชื่อวิชา ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์	สอนครั้งที่ 1
ชื่อหน่วย สื่อสังคมออนไลน์	ชั่วโมงรวม 72
ชื่อเรื่อง สื่อสังคมออนไลน์	จำนวนชั่วโมง 4

หัวข้อเรื่อง

1. สื่อสังคมออนไลน์
 - 1.1 ความหมายของสื่อออนไลน์
 - 1.2 ประเภทของสื่อออนไลน์
 - 1.3 ประโยชน์ของสื่อออนไลน์
 - 1.4 อุปกรณ์เครื่องมือทางสื่อออนไลน์
 - 1.5 บทบาทของสื่อออนไลน์
 - 1.6 สื่อออนไลน์กับการแสดงตัวตน

สาระสำคัญ

ความก้าวหน้าระบบอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีการสื่อสารและเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้เกิดนวัตกรรมทางสังคมคือเครือข่ายสังคมใหม่ที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายสังคมออนไลน์ (Social Network) โดยเครือข่าย สังคมออนไลน์เป็นพื้นที่สาธารณะ ที่ทุกคนจากทั่วโลก จะเข้าไปสื่อสารหรือเขียนเรื่องราว บทความ รูปภาพ วิดีโอ แล้วนำมาแบ่งปันให้กับผู้อื่น ๆ ที่อยู่ในเครือข่ายได้รับรู้โดยผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

สมรรถนะประจำหน่วย (การประยุกต์ใช้ ความรู้ ทักษะ คุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ)

1. รู้และเข้าใจความหมายของสื่อออนไลน์ ได้อย่างถูกต้อง
2. สามารถบอกสื่อออนไลน์ได้อย่างถูกต้อง
3. ทำแบบฝึกหัดและปฏิบัติได้ถูกต้อง และสำเร็จภายในเวลาที่กำหนดอย่างมีเหตุและผลตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

แผนการสอน	หน่วยที่ 1
ชื่อวิชา ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์	สอนครั้งที่ 1
ชื่อหน่วย สื่อสังคมออนไลน์	ชั่วโมงรวม 72
ชื่อเรื่อง สื่อสังคมออนไลน์	จำนวนชั่วโมง 4

จุดประสงค์การสอน

จุดประสงค์ทั่วไป

1. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการบอกความหมายของสื่อออนไลน์ได้
2. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการอธิบายประเภทของสื่อออนไลน์ได้
3. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการอธิบายประโยชน์ของสื่อออนไลน์ได้
4. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการอธิบายการนำอุปกรณ์เครื่องมือทางสื่อออนไลน์มาใช้ได้
5. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการอธิบายบทบาทของสื่อออนไลน์ได้
6. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการบอกสื่อออนไลน์กับการแสดงตัวตนได้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. บอกความหมายของสื่อออนไลน์ได้
2. อธิบายประเภทของสื่อออนไลน์ได้
3. อธิบายประโยชน์ของสื่อออนไลน์ได้
4. อธิบายนำอุปกรณ์เครื่องมือทางสื่อออนไลน์มาใช้ได้
5. อธิบายบทบาทของสื่อออนไลน์ได้
6. บอกสื่อออนไลน์กับการแสดงตัวตนได้

เนื้อหาสาระ

ทฤษฎี

1. ความหมายของสื่อออนไลน์

2. ประเภทของสื่อออนไลน์

1. Weblogs
2. Social Networking
3. Micro Blogging และ Micro Sharing
4. Online Video
5. Photo Sharing
6. Wikis
7. Virtual Worlds
8. Crowd Sourcing
9. Podcasting หรือ Podcast
10. Discuss / Review / Opinion

3. ประโยชน์ของสื่อออนไลน์

1. สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ในสิ่งที่สนใจร่วมกันได้
2. เป็นคลังข้อมูลความรู้ขนาดย่อม
3. ประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารกับคนอื่น สะดวกและรวดเร็ว
4. เป็นสื่อในการนำเสนอผลงานของตัวเอง
5. ใช้เป็นสื่อในการโฆษณา
6. ช่วยสร้างผลงานและรายได้ให้แก่ผู้ใช้งาน เกิดการจ้างงานแบบใหม่ ๆ ขึ้น

4. อุปกรณ์เครื่องมือทางสื่อออนไลน์

1. เซิร์ฟเวอร์ (Server)
2. ไคลเอนต์ (Client)
3. ฮับ (HUB) หรือ รีพีตเตอร์ (Repeater)
4. เน็ตเวิร์ก สวิตช์ (Switch)

- 5. เราต์เตอร์ (Router)
- 6. บริดจ์ (Bridge)
- 7. เกตเวย์ (Gateway)
- 5. บทบาทของสื่อออนไลน์
- 6. สื่อออนไลน์กับการแสดงตัวตน

ปฏิบัติ

1. ใบงานที่ 1 แสดงสื่อสังคมออนไลน์ 1 แพลตฟอร์ม

กิจกรรมการเรียนรู้การสอน	
ขั้นตอนการสอนหรือกิจกรรมของครู	ขั้นตอนการเรียนรู้หรือกิจกรรมของนักเรียน
1. ตรวจเช็ครายชื่อประจำวัน 2. ชักถามนักเรียน-นักศึกษาเป็นรายบุคคล 3. กล่าวนำก่อนเข้าเนื้อหา 4. อธิบายเนื้อหา 5. ชักถามนักเรียนเพิ่มเติม 6. สังเกตนักเรียนในระหว่างการสอน 7. ให้นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน 8. ให้นักเรียนไปศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม 9. วัดผลและประเมินผลภาคทฤษฎี 10. แบ่งนักเรียนออกเป็นกลุ่ม กลุ่มละ 3 คน ปฏิบัติตามใบงาน 11. วัดผลและประเมินภาคปฏิบัติ หมายเหตุ ใช้วิธีการจัดการเรียนการสอนโดยใช้สื่อเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น 1. Facebook Group 2. Google Classroom 3. Google Meet 4. Zoom 5. Line 6. Youtube	1. ตั้งใจฟังคำอธิบาย 2. จดบันทึกเพิ่มเติม 3. นักเรียนตอบคำถามเป็นรายบุคคล 4. นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน 5. สอบภาคทฤษฎี 6. เข้ากลุ่มตามที่ครูจัดแบ่ง แล้วปฏิบัติงานตามใบงานที่ได้รับมอบหมาย 7. ศึกษาค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ต

งานที่มอบหมายหรือกิจกรรม

ก่อนเรียน

1. ชี้แจงข้อตกลงในการเรียนวิชานี้ในระยะเวลาเรียน วิธีการให้คะแนน วิธีการตัดเกรด
2. ความประพฤติในห้องเรียน
3. การทำกิจกรรม การมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละคนในห้องเรียน

ขณะเรียน

1. ให้นักเรียนตั้งใจฟังคำอธิบาย
2. ให้นักเรียนจดบันทึกเพิ่มเติม
3. ให้นักเรียนตอบคำถามเป็นรายบุคคล
4. ให้นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน
5. นักเรียนสอบภาคทฤษฎี
6. นักเรียนเข้ากลุ่มตามที่ครูจัดแบ่ง แล้วปฏิบัติงานตามใบงานที่ได้รับมอบหมาย
7. ให้นักเรียนศึกษาค้นคว้าบนอินเทอร์เน็ต
8. สรุปผลการเรียนโดยการซักถามปัญหาที่เกิดขึ้น

หลังเรียน

1. ให้นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน
2. ให้นักเรียนกลับไปทบทวนความรู้ที่เกี่ยวกับบทเรียนที่เรียนไป
3. ให้นักเรียนค้นคว้าทำรายงาน
4. ให้นักเรียนกลับไปอ่านบทเรียนบทถัดไป
5. ให้นักเรียนสรุปผลการปฏิบัติงานตามใบงาน

ผลงาน/ชิ้นงาน/ความสำเร็จของผู้เรียน

.....

.....

.....

.....

.....

สื่อการเรียนการสอน

สื่อสิ่งพิมพ์

1. หนังสือธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของ อ.ศิรินันท์ เหลืองอภิมรณ
2. ใบงาน
3. แผ่นภาพ

สื่อโสตทัศน์

1. เครื่องคอมพิวเตอร์
2. สื่อ Powerpoint หรือแผ่นใส
3. สื่อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต
4. วิดีโอ
5. ทีวี่

แหล่งการเรียนรู้

ในสถานศึกษา

1. ห้องสมุด ได้แก่ หนังสือ ตำรา ที่เกี่ยวกับวิชางานธุรกิจดิจิทัล
2. ห้องปฏิบัติการ ได้แก่ ภูมิความรู้พลอดภัยเกี่ยวกับธุรกิจดิจิทัล คู่มือการใช้ธุรกิจดิจิทัล วัสดุโสตทัศนศึกษา ธุรกิจดิจิทัล
3. ครูผู้สอน
4. ค้นคว้าหาความรู้ทางอินเทอร์เน็ต

นอกสถานศึกษา

1. สถานประกอบการที่ทำธุรกรรมในอาชีพออนไลน์และกรณีศึกษา
2. หอสมุดมหาวิทยาลัย
3. บริษัทที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแพลตฟอร์มของอาชีพออนไลน์และกรณีศึกษา เพื่อพัฒนาองค์กรในยุคดิจิทัล

การบูรณาการ/ความสัมพันธ์กับวิชาอื่น

1. วิชาพื้นฐานธุรกิจดิจิทัล
2. วิชาอินเทอร์เน็ตเพื่อสรรพสิ่ง

การประเมินผล

ก่อนเรียน

1. ตรวจการแต่งกายของนักเรียน
2. มารยาทของนักเรียน
3. การมีสัมมาคารวะของนักเรียน
4. การถามตอบ

ขณะเรียน

1. สังเกตพฤติกรรมการเรียน
2. ถาม-ตอบ
3. สังเกตความสนใจและความกระตือรือร้นในการศึกษาค้นคว้าบนโลกออนไลน์

หลังเรียน

1. ทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน
2. สอบเก็บคะแนน
3. ผลการปฏิบัติงานตามใบงานบนสื่อออนไลน์

ผลงาน/ชิ้นงาน/ผลสำเร็จของผู้เรียน

.....

.....

.....

.....

.....

บันทึกหลังการสอน

ผลการใช้แผนการสอน

1. เนื้อหามีความสอดคล้องกับจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม
2. จำนวนที่กำหนดไว้ในหน่วยนี้ มีความเหมาะสมพอดี
3. กิจกรรมการสอนหรือวิธีการสอนในขั้นตอนการสอนกิจกรรมของนักเรียนมีความเหมาะสมพอดี
4. ใบงานมีการกำหนดขั้นตอนในการค้นคว้าหาข้อมูลบนเว็บไซต์อย่างถูกต้อง

ผลการเรียนของนักเรียน

1. นักเรียนส่วนใหญ่มีความตั้งใจเรียน ลังเกตจากการสอบถาม ถาม-ตอบ ได้ถูกต้องเป็นส่วนใหญ่
2. นักเรียนส่วนใหญ่ทำแบบฝึกหัดและปฏิบัติงานตามใบงานได้ถูกต้องมากขึ้น
3. นักเรียนส่วนใหญ่มีคะแนนสอบสูงขึ้น
4. นักเรียนเพลิดเพลินและได้ความรู้จากการเรียนการสอนผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตโดยใช้แพลตฟอร์มต่าง ๆ ตามถนัด

ผลการสอนของครู

1. ใช้โปรแกรมและแอปพลิเคชันเข้ามาช่วยทำให้การเรียนการสอนสามารถศึกษาค้นคว้าได้หลากหลายและเร็วขึ้นละเอียดขึ้น
2. มีความมั่นใจในการสอนมากขึ้น
3. สอนได้ตามเวลาที่กำหนดของแผนการสอน

แผนการสอน	หน่วยที่ 2
ชื่อวิชา ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์	สอนครั้งที่ 1
ชื่อหน่วย การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ	ชั่วโมงรวม 72
ชื่อเรื่อง การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ	จำนวนชั่วโมง 4

หัวข้อเรื่อง

1. การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ
 - 1.1 ทักษะการสื่อสารธุรกิจที่สำคัญ
 - 1.2 บทบาทการสนทนาทางธุรกิจ
 - 1.3 ช่องทางการสื่อสารทางธุรกิจออนไลน์
 - 1.4 เครื่องมือสื่อสารทางธุรกิจออนไลน์
 - 1.5 การสื่อสารธุรกิจออนไลน์ประเภทโฆษณา

สาระสำคัญ

ยุคของการสื่อสารที่ไร้พรมแดนเช่นนี้ เทคโนโลยีย่อมเข้ามามีบทบาทต่อการสื่อสาร และทำหน้าที่ได้รวดเร็วอย่างไร้ขีดจำกัด สื่อต่าง ๆ ถูกส่งผ่านจากคนหนึ่งสู่อีกคนหนึ่งโดยใช้เวลาจำกัด สื่อต่าง ๆ ถูกส่งผ่านจากคนหนึ่งสู่อีกคนหนึ่ง โดยใช้เวลาไม่ถึงเสี้ยววินาที จึงทำให้โลกธุรกิจ มีความจำเป็นที่จะเปลี่ยนวิธีการสื่อสารแบบดั้งเดิมสู่การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์แบบใหม่ในยุคดิจิทัล ที่สามารถทำให้องค์กรดำเนินธุรกิจไปได้อย่างบรรลุวัตถุประสงค์ของการสื่อสารด้านธุรกิจในยุคดิจิทัล

สมรรถนะประจำหน่วย (การประยุกต์ใช้ ความรู้ ทักษะ คุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ)

1. รู้และเข้าใจทฤษฎีหลักการทำงานของ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจได้อย่างถูกต้อง
2. สามารถทำการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจได้อย่างถูกต้อง
3. ทำแบบฝึกหัดและปฏิบัติได้ถูกต้อง และสำเร็จภายในเวลาที่กำหนดอย่างมีเหตุและผลตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

แผนการสอน	หน่วยที่ 2
ชื่อวิชา ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์	สอนครั้งที่ 1
ชื่อหน่วย การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ	ชั่วโมงรวม 72
ชื่อเรื่อง การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ	จำนวนชั่วโมง 4

จุดประสงค์การสอน

จุดประสงค์ทั่วไป

1. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในทักษะการสื่อสารธุรกิจที่สำคัญ
2. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในบทบาทการสนทนาทางธุรกิจ
3. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในช่องทางการสื่อสารทางธุรกิจออนไลน์
4. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในเครื่องมือสื่อสารทางธุรกิจออนไลน์
5. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการสื่อสารธุรกิจออนไลน์ประเภทโฆษณา

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. บอกทักษะการสื่อสารธุรกิจที่สำคัญได้อย่างถูกต้อง
2. บอกหลักการบทบาทการสนทนาทางธุรกิจได้อย่างถูกต้อง
3. บอกช่องทางการสื่อสารทางธุรกิจออนไลน์ได้อย่างถูกต้อง
4. อธิบายเครื่องมือสื่อสารทางธุรกิจออนไลน์ได้อย่างถูกต้องและปลอดภัย
5. บอกการสื่อสารธุรกิจออนไลน์ประเภทโฆษณาได้อย่างถูกต้องและปลอดภัย

เนื้อหาสาระ

ทฤษฎี

1. ทักษะการสื่อสารธุรกิจที่สำคัญ

- 1.1 มีการเตรียมประโยคสนทนา
- 1.2 ยิ้มและทักทายอย่างเป็นมิตร
- 1.3 ใช้คำที่เป็นมาตรฐานและแม่นยำ
- 1.4 เป็นผู้ฟังที่ดี
- 1.5 ให้ความเคารพลูกค้า
- 1.6 ให้คำแนะนำในเวลาที่เหมาะสม
- 1.7 พูดเข้าประเด็นหลัก
- 1.8 เชื่อมั่นในทัศนคติของตนเอง
- 1.9 ควบคุมอารมณ์ขณะคุยกับลูกค้า

2. บทบาทการสนทนาทางธุรกิจ

- 2.1 ผู้ส่งสารต้องมีจุดประสงค์ที่เด่นชัดในการสื่อสาร
- 2.2 ผู้สื่อสารต้องมีความรู้ความเข้าใจในสารที่ต้องการจะส่ง
- 2.3 ผู้สื่อสารต้องมีความพร้อมในการสื่อสาร
- 2.4 ผู้สื่อสารต้องรู้จักใช้วิธีการสื่อสารให้เหมาะสม
- 2.5 ผู้สื่อสารทางธุรกิจต้องมีการฝึกฝนทักษะอยู่เสมอ
- 2.6 ผู้สื่อสารต้องรู้จักเลือกกาลเทศะในการสื่อสารให้เหมาะสม

3. ช่องทางการสื่อสารทางธุรกิจออนไลน์

- 3.1 การสื่อสารส่วนบุคคล
- 3.2 การสื่อสารระหว่างบุคคล
- 3.3 การสื่อสารแบบเน้นการมีส่วนร่วม

4. เครื่องมือสื่อสารทางธุรกิจออนไลน์

4.1 Social Media

4.2 G Suite for Business

4.3 Google Analytics

4.4 Mail Chimp

5. การสื่อสารธุรกิจออนไลน์ประเภทโฆษณา

5.1 ลงโฆษณากับ Google Adwords

5.2 Banner

5.3 Social Network

5.4 Email Marketing

5.5 Electronic Direct Mail

5.6 Web Marketing (ทำเว็บไซต์เอง)

5.7 Video Marketing

5.8 Post ฟรี ลงประกาศฟรี

5.9 ทำ Affiliate Program

5.10 การทำ Search Engine Optimization (SEO)

5.11 SMS Marketing

ปฏิบัติ

1. ใบงานที่ 1 แสดงการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ 1 แพลตฟอร์ม

กิจกรรมการเรียนรู้การสอน	
ขั้นตอนการสอนหรือกิจกรรมของครู	ขั้นตอนการเรียนรู้หรือกิจกรรมของนักเรียน
1. ตรวจเช็ครายชื่อประจำวัน 2. ชักถามนักเรียน-นักศึกษาเป็นรายบุคคล 3. กล่าวนำก่อนเข้าเนื้อหา 4. อธิบายเนื้อหา 5. ชักถามนักเรียนเพิ่มเติม 6. สังเกตนักเรียนในระหว่างการสอน 7. ให้นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน 8. ให้นักเรียนไปศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม 9. วัดผลและประเมินผลภาคทฤษฎี 10. แบ่งนักเรียนออกเป็นกลุ่ม กลุ่มละ 3 คน ปฏิบัติตามใบงาน 11. วัดผลและประเมินภาคปฏิบัติ หมายเหตุ ใช้วิธีจัดการเรียนการสอนโดยใช้สื่อเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น 1. Facebook Group 2. Google Classroom 3. Google Meet 4. Zoom 5. Line 6. Youtube	1. ตั้งใจฟังคำอธิบาย 2. จัดบันทึกเพิ่มเติม 3. นักเรียนตอบคำถามเป็นรายบุคคล 4. นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน 5. สอบภาคทฤษฎี 6. เข้ากลุ่มตามที่ครูจัดแบ่ง แล้วปฏิบัติงานตามใบงานที่ได้รับมอบหมาย 7. ศึกษาค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ต

งานที่มอบหมายหรือกิจกรรม

ก่อนเรียน

1. ชี้แจงข้อตกลงในการเรียนวิชานี้ในเรื่องเวลาเรียน วิธีการให้คะแนน วิธีการตัดเกรด
2. ความประพฤตินในห้องเรียน
3. การทำกิจกรรม การมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละคนในห้องเรียน

ขณะเรียน

1. ให้นักเรียนตั้งใจฟังคำอธิบาย
2. ให้นักเรียนจดบันทึกเพิ่มเติม
3. ให้นักเรียนตอบคำถามเป็นรายบุคคล
4. ให้นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน
5. นักเรียนสอบภาคทฤษฎี
6. นักเรียนเข้ากลุ่มตามที่ครูจัดแบ่ง แล้วปฏิบัติงานตามใบงานที่ได้รับมอบหมาย
7. ให้นักเรียนศึกษาค้นคว้าบนอินเทอร์เน็ต
8. สรุปผลการเรียนโดยการซักถามปัญหาที่เกิดขึ้น

หลังเรียน

1. ให้นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน
2. ให้นักเรียนกลับไปทบทวนความรู้ที่เกี่ยวกับบทเรียนที่เรียนไป
3. ให้นักเรียนค้นคว้าทำรายงาน
4. ให้นักเรียนกลับไปอ่านบทเรียนบทถัดไป
5. ให้นักเรียนสรุปผลการปฏิบัติงานตามใบงาน

ผลงาน/ชิ้นงาน/ความสำเร็จของผู้เรียน

.....

.....

.....

.....

.....

สื่อการเรียนการสอน

สื่อสิ่งพิมพ์

1. หนังสือธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของ อ.ศิรินันท์ เหลืองอภิรมย์
2. ใบงาน
3. แผ่นภาพ

สื่อโสตทัศน

1. เครื่องคอมพิวเตอร์
2. สื่อ Powerpoint หรือแผ่นใส
3. สื่อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต
4. วิดีโอ
5. ทีวี

แหล่งการเรียนรู้

ในสถานศึกษา

1. ห้องสมุด ได้แก่ หนังสือ ตำรา ที่เกี่ยวกับวิชาการธุรกิจดิจิทัล
2. ห้องปฏิบัติการ ได้แก่ ภูมิความรู้ความปลอดภัยเกี่ยวกับธุรกิจดิจิทัล คู่มือการใช้ธุรกิจดิจิทัล
วิดีโอชุดฝึก ธุรกิจดิจิทัล
3. ครูผู้สอน
4. ค้นคว้าหาความรู้ทางอินเทอร์เน็ต

นอกสถานศึกษา

1. สถานประกอบการที่ทำธุรกรรมในอาชีพออนไลน์และกรณีศึกษา
2. หอสมุดมหาวิทยาลัย
3. บริษัทที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแพลตฟอร์มของอาชีพออนไลน์และกรณีศึกษา เพื่อ
พัฒนาองค์กรในยุคดิจิทัล

การบูรณาการ/ความสัมพันธ์กับวิชาอื่น

1. วิชาพื้นฐานธุรกิจดิจิทัล
2. วิชาอินเทอร์เน็ตเพื่อสรรพสิ่ง

การประเมินผล

ก่อนเรียน

1. ตรวจการแต่งกายของนักเรียน
2. มารยาทของนักเรียน
3. การมีสัมมาคารวะของนักเรียน
4. การถามตอบ

ขณะเรียน

1. สังเกตพฤติกรรมการเรียน
2. ถาม-ตอบ
3. สังเกตความสนใจและความกระตือรือร้นในการศึกษาค้นคว้าบนโลกออนไลน์

หลังเรียน

1. ทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน
2. สอบเก็บคะแนน
3. ผลการปฏิบัติงานตามใบงานบนสื่อออนไลน์

ผลงาน/ชิ้นงาน/ผลสำเร็จของผู้เรียน

.....

.....

.....

.....

.....

บันทึกหลังการสอน

ผลการใช้แผนการสอน

1. เนื้อหามีความสอดคล้องกับจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม
2. จำนวนที่กำหนดไว้ในหน่วยนี้ มีความเหมาะสมพอดี
3. กิจกรรมการสอนหรือวิธีการสอนในขั้นตอนการสอนกิจกรรมของนักเรียนมีความเหมาะสมพอดี
4. ใบงานมีการกำหนดขั้นตอนในการค้นคว้าหาข้อมูลบนเว็บไซต์อย่างถูกต้อง

ผลการเรียนของนักเรียน

1. นักเรียนส่วนใหญ่มีความตั้งใจเรียน สืบเนื่องจากการสอบถาม ถาม-ตอบ ได้ถูกต้อง เป็นส่วนใหญ่
2. นักเรียนส่วนใหญ่ทำแบบฝึกหัดและปฏิบัติงานตามใบงานได้ถูกต้องมากขึ้น
3. นักเรียนส่วนใหญ่มีคะแนนสอบสูงขึ้น
4. นักเรียนผลิตผลงานและได้ความรู้จากการเรียนการสอนผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตโดยใช้แพลตฟอร์มต่าง ๆ ตามถนัด

ผลการสอนของครู

1. ใช้โปรแกรมและแอปพลิเคชันเข้ามาช่วยทำให้การเรียนการสอนสามารถศึกษาค้นคว้าได้หลากหลายและเร็วขึ้นละเอียดขึ้น
2. มีความมั่นใจในการสอนมากขึ้น
3. สอนได้ตามเวลาที่กำหนดของแผนการสอน

แผนการสอน	หน่วยที่ 3
ชื่อวิชา ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์	สอนครั้งที่ 1
ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับ SEO ในงานธุรกิจยุคดิจิทัล	ชั่วโมงรวม 72
ชื่อเรื่อง ความรู้เกี่ยวกับ SEO ในงานธุรกิจยุคดิจิทัล	จำนวนชั่วโมง 12

หัวข้อเรื่อง

1. ความรู้เกี่ยวกับ SEO ในงานธุรกิจยุคดิจิทัล
 - 1.1 อธิบายความหมายของ SEO (Search Engine Optimization) ได้
 - 1.2 บอกลักษณะของคีย์เวิร์ดที่ใช้ในเว็บไซต์ธุรกิจได้
 - 1.3 เข้าใจวิธีการทำ SEO ได้
 - 1.4 นำเครื่องมือมา ช่วยทำ SEO ในชีวิตจริงได้
 - 1.5 เข้าใจ SEO กับการทำธุรกิจออนไลน์ได้
 - 1.6 อธิบาย SEO กับกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ได้
 - 1.7 บอกกลยุทธ์ในการทำ SEO ได้

สาระสำคัญ

ปัจจุบันใคร ๆ ก็อยากมีเว็บไซต์เป็นของตนเอง และคิดว่าจะทำอะไรให้มีคนเข้ามาเยี่ยมชม มีประสิทธิภาพในการดึงดูดผู้คนให้มั่นใจ มีวิธีการโปรโมตอย่างไร ให้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์มากขึ้น ดังนั้นควรมาทำความรู้จักกับการโปรโมตเว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพที่สุดวิธีหนึ่งบนโลกออนไลน์ ที่เรียกว่า SEO (Search Engine Optimization) ที่จะทำให้เว็บไซต์ขึ้นไปติดอันดับต้น ๆ Search Engine อย่าง Google หรือ Bing

สมรรถนะประจำหน่วย (การประยุกต์ใช้ ความรู้ ทักษะ คุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ)

1. รู้และเข้าใจทฤษฎีหลักการทำงานของความรู้เกี่ยวกับ SEO ในยุคดิจิทัลทางธุรกิจได้อย่างถูกต้อง
2. สามารถทำความรู้เกี่ยวกับ SEO ในยุคดิจิทัลได้อย่างถูกต้อง และสำเร็จภายในเวลาที่กำหนดอย่างมีเหตุและผลตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

แผนการสอน	หน่วยที่ 3
ชื่อวิชา ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์	สอนครั้งที่ 1
ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับ SEO ในงานธุรกิจยุคดิจิทัล	ชั่วโมงรวม 72
ชื่อเรื่อง ความรู้เกี่ยวกับ SEO ในงานธุรกิจยุคดิจิทัล	จำนวนชั่วโมง 12

จุดประสงค์การสอน

จุดประสงค์ทั่วไป

1. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการอธิบายความหมายของ SEO (Search Engine Optimization)
2. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการบอกลักษณะของคีย์เวิร์ดที่ใช้ในเว็บไซต์ธุรกิจ
3. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการเข้าใจวิธีการทำ SEO
4. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการนำเครื่องมือมาช่วยทำ SEO ในชีวิตจริง
5. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการเข้าใจ SEO กับการทำธุรกิจออนไลน์
6. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการอธิบาย SEO กับกลยุทธ์การตลาดออนไลน์
7. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการบอกกลยุทธ์ในการทำ SEO

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

ด้านความรู้

1. อธิบายความหมายของ SEO (Search Engine Optimization) ได้อย่างถูกต้อง
2. บอกลักษณะของคีย์เวิร์ดที่ใช้ในเว็บไซต์ธุรกิจได้อย่างถูกต้อง
3. เข้าใจวิธีการทำ SEO ได้อย่างถูกต้อง
4. นำเครื่องมือมาช่วยทำ SEO ในชีวิตจริงได้อย่างถูกต้อง
5. เข้าใจ SEO กับการทำธุรกิจออนไลน์ได้อย่างถูกต้อง
6. อธิบาย SEO กับกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ได้อย่างถูกต้อง
7. บอกกลยุทธ์ในการทำ SEO ได้อย่างถูกต้อง

เนื้อหาสาระ

ทฤษฎี

1. ความหมายของ SEO

Search Engine Optimize คือ การทำเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพ และรองรับการติดอันดับบน Google ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการออกแบบ และเนื้อหาบนเว็บไซต์ การทำเว็บไซต์ให้ติดอันดับบน Google จะทำให้เว็บไซต์มีคนเข้ามาชมมากขึ้น เป็นร้านค้าอันดับต้น ๆ ที่ลูกค้าเลือกซื้อ และทำให้ยอดขายของธุรกิจเพิ่มขึ้น

2. ลักษณะของคีย์เวิร์ดที่ใช้ในเว็บไซต์ธุรกิจ

1. Brand Keyword
2. Product Keyword
3. Short-tail Keyword
4. Long-tail Keyword
5. Geo-Targeting Keyword
6. Short-term fresh Keyword
7. Long-term Keyword / Evergreen Content
8. Seasonal Keyword
9. Positive Buyer Intent Keyword

3. วิธีการทำ SEO

การทำให้เว็บไซต์ขึ้นไปติดอันดับบน Google ด้วยการปรับแต่งเว็บไซต์

4. เครื่องมือช่วยทำ SEO

1. Lighthouse Extension
2. Web Developer Plugin
3. Google Analytics Debugger
4. Observe Point

5. SEO Minion
 6. SEOquake
 7. SimilarWeb
 8. MozBar
5. SEO กับการทำธุรกิจออนไลน์
1. เว็บไซต์
 2. การจัดการรวดเร็ว
 3. Content ที่โดนใจ
 4. Keyword
 5. Social media
6. SEO กับกลยุทธ์การตลาดออนไลน์
1. ทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักเว็บไซต์ของเรา
 2. ทำเนื้อหาและออกแบบเว็บไซต์ให้น่าสนใจ
 3. ให้ความรู้เกี่ยวกับประเภทสินค้าหรือบริการที่ขาย
 4. ขายสินค้า
 5. กระตุ้นให้ลูกค้าได้เขียนรีวิวสินค้าและบอกต่อ

ปฏิบัติ

1. ใบงานที่ 1 ความรู้เกี่ยวกับ SEO ในยุคดิจิทัล

กิจกรรมการเรียนการสอน	
ขั้นตอนการสอนหรือกิจกรรมของครู	ขั้นตอนการเรียนรู้หรือกิจกรรมของนักเรียน
1. ตรวจเช็ครายชื่อประจำวัน 2. ชักถามนักเรียน-นักศึกษาเป็นรายบุคคล 3. กล่าวนำก่อนเข้าเนื้อหา 4. อธิบายเนื้อหา 5. ชักถามนักเรียนเพิ่มเติม 6. สังเกตนักเรียนในระหว่างการสอน 7. ให้นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน 8. ให้นักเรียนไปศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม 9. วัดผลและประเมินผลภาคทฤษฎี 10. แบ่งนักเรียนออกเป็นกลุ่ม กลุ่มละ 3 คน ปฏิบัติตามใบงาน 11. วัดผลและประเมินภาคปฏิบัติ หมายเหตุ ใช้วิธีจัดการเรียนการสอนโดยใช้สื่อเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น 1. Facebook Group 2. Google Classroom 3. Google Meet 4. Zoom 5. Line 6. Youtube	1. ตั้งใจฟังคำอธิบาย 2. จดบันทึกเพิ่มเติม 3. นักเรียนตอบคำถามเป็นรายบุคคล 4. นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน 5. สอบภาคทฤษฎี 6. เข้ากลุ่มตามที่ครูจัดแบ่ง แล้วปฏิบัติงานตามใบงานที่ได้รับมอบหมาย 7. ศึกษาค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ต

งานที่มอบหมายหรือกิจกรรม

ก่อนเรียน

1. ชี้แจงข้อตกลงในการเรียนวิชานี้ในระยะเวลาเรียน วิธีการให้คะแนน วิธีการตัดเกรด
2. ความประพฤติในห้องเรียน
3. การทำกิจกรรม การมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละคนในห้องเรียน

ขณะเรียน

1. ให้นักเรียนตั้งใจฟังคำอธิบาย
2. ให้นักเรียนจดบันทึกเพิ่มเติม
3. ให้นักเรียนตอบคำถามเป็นรายบุคคล
4. ให้นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน
5. นักเรียนสอบภาคทฤษฎี
6. นักเรียนเข้ากลุ่มตามที่ครูจัดแบ่ง แล้วปฏิบัติงานตามใบงานที่ได้รับมอบหมาย
7. ให้นักเรียนศึกษาค้นคว้าบนอินเทอร์เน็ต
8. สรุปผลการเรียนโดยการซักถามปัญหาที่เกิดขึ้น

หลังเรียน

1. ให้นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน
2. ให้นักเรียนกลับไปทบทวนความรู้ที่เกี่ยวกับบทเรียนที่เรียนไป
3. ให้นักเรียนค้นคว้าทำรายงาน
4. ให้นักเรียนกลับไปอ่านบทเรียนบทถัดไป
5. ให้นักเรียนสรุปผลการปฏิบัติงานตามใบงาน

ผลงาน/ชิ้นงาน/ความสำเร็จของผู้เรียน

.....

.....

.....

.....

.....

สื่อการเรียนการสอน

สื่อสิ่งพิมพ์

1. หนังสือธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของ อ.ศิรินันท์ เหลืองอภิมรณ
2. ใบงาน
3. แผ่นภาพ

สื่อโสตทัศน์

1. เครื่องคอมพิวเตอร์
2. สื่อ Powerpoint หรือแผ่นใส
3. สื่อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต
4. วิดีโอ
5. ทีวี

แหล่งการเรียนรู้

ในสถานศึกษา

1. ห้องสมุด ได้แก่ หนังสือ ตำรา ที่เกี่ยวกับวิชางานธุรกิจดิจิทัล
2. ห้องปฏิบัติการ ได้แก่ ภูมิความรู้เกี่ยวกับธุรกิจดิจิทัล คู่มือการใช้ธุรกิจดิจิทัล
วิดีโอชุดฝึก ธุรกิจดิจิทัล
3. ครูผู้สอน
4. ค้นหาหาความรู้ทางอินเทอร์เน็ต

นอกสถานศึกษา

1. สถานประกอบการที่ทำธุรกรรมในอาชีพออนไลน์และการณศึกษา
2. หอสมุดมหาวิทยาลัย
3. บริษัทที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแพลตฟอร์มของอาชีพออนไลน์และการณศึกษา เพื่อ
พัฒนาองค์กรในยุคดิจิทัล

การบูรณาการ/ความสัมพันธ์กับวิชาอื่น

1. วิชาพื้นฐานธุรกิจดิจิทัล
2. วิชาอินเทอร์เน็ตเพื่อสรรพสิ่ง

การประเมินผล

ก่อนเรียน

1. ตรวจการแต่งกายของนักเรียน
2. มารยาทของนักเรียน
3. การมีสัมมาคารวะของนักเรียน
4. การถามตอบ

ขณะเรียน

1. สังเกตพฤติกรรมการเรียน
2. ถาม-ตอบ
3. สังเกตความสนใจและความกระตือรือร้นในการศึกษาค้นคว้าบนโลกออนไลน์

หลังเรียน

1. ทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน
2. สอบเก็บคะแนน
3. ผลการปฏิบัติงานตามใบงานบนสื่อออนไลน์

ผลงาน/ชิ้นงาน/ผลสำเร็จของผู้เรียน

.....

.....

.....

.....

.....

บันทึกหลังการสอน

ผลการใช้แผนการสอน

1. เนื้อหามีความสอดคล้องกับจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม
2. จำนวนที่กำหนดไว้ในหน่วยนี้ มีความเหมาะสมพอดี
3. กิจกรรมการสอนหรือวิธีการสอนในขั้นตอนการสอนกิจกรรมของนักเรียนมีความเหมาะสมพอดี
4. ใบงานมีการกำหนดขั้นตอนในการค้นคว้าหาข้อมูลบนเว็บไซต์อย่างถูกต้อง

ผลการเรียนของนักเรียน

1. นักเรียนส่วนใหญ่มีความตั้งใจเรียน สัมผัสจากการสอบถาม ถาม-ตอบ ได้ถูกต้อง เป็นส่วนใหญ่
2. นักเรียนส่วนใหญ่ทำแบบฝึกหัดและปฏิบัติงานตามใบงานได้ถูกต้องมากขึ้น
3. นักเรียนส่วนใหญ่มีคะแนนสอบสูงขึ้น
4. นักเรียนผลิตเพลงและได้ความรู้จากการเรียนการสอนผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตโดยใช้แพลตฟอร์มต่าง ๆ ตามถนัด

ผลการสอนของครู

1. ใช้โปรแกรมและแอปพลิเคชันเข้ามาช่วยทำให้การเรียนการสอนสามารถศึกษาค้นคว้าได้หลากหลายและเร็วขึ้นละเอียดขึ้น
2. มีความมั่นใจในการสอนมากขึ้น
3. สอนได้ตามเวลาที่กำหนดของแผนการสอน

แผนการสอน	หน่วยที่ 4
ชื่อวิชา ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์	สอนครั้งที่ 1
ชื่อหน่วย ระบบการชำระเงินออนไลน์	ชั่วโมงรวม 72
ชื่อเรื่อง ระบบการชำระเงินออนไลน์	จำนวนชั่วโมง 12

หัวข้อเรื่อง

1. ระบบการชำระเงินออนไลน์

- 1.1 ความหมายของการชำระเงินออนไลน์
- 1.2 ประเภทของการชำระเงินออนไลน์
- 1.3 ผู้ให้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-payment)
- 1.4 รายละเอียดของ E-payment
- 1.5 ประโยชน์ของการชำระเงินแบบ E-payment
- 1.6 ข้อดีและข้อเสียของการชำระเงินออนไลน์
- 1.7 ระบบการชำระเงิน payment
- 1.8 กฎหมายของ E-payment

สาระสำคัญ

ยุคของการสื่อสารที่ไร้พรมแดนเช่นนี้ เทคโนโลยีย่อมเข้ามามีบทบาทต่อการสื่อสาร และทำหน้าที่ได้รวดเร็วอย่างไร้ขีดจำกัด สื่อต่าง ๆ ถูกส่งผ่านจากคนหนึ่งสู่อีกคนหนึ่งโดยใช้เวลาจำกัด สื่อต่าง ๆ ถูกส่งผ่านจากคนหนึ่งสู่อีกคนหนึ่ง โดยใช้เวลาไม่ถึงเสี้ยววินาที จึงทำให้โลกธุรกิจ มีความจำเป็นที่จะเปลี่ยนวิธีการสื่อสารแบบดั้งเดิมสู่การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์แบบใหม่ในยุคดิจิทัล ที่สามารถทำให้องค์กรดำเนินธุรกิจไปได้อย่างบรรลุวัตถุประสงค์ของการสื่อสารด้านธุรกิจในยุคดิจิทัล

แผนการสอน	หน่วยที่ 4
ชื่อวิชา ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์	สอนครั้งที่ 1
ชื่อหน่วย ระบบการชำระเงินออนไลน์	ชั่วโมงรวม 72
ชื่อเรื่อง ระบบการชำระเงินออนไลน์	จำนวนชั่วโมง 12

จุดประสงค์การสอน

จุดประสงค์ทั่วไป

1. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในความหมายของการชำระเงินออนไลน์
2. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในประเภทของการชำระเงินออนไลน์
3. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในผู้ให้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-payment)
4. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในรายละเอียดของ E-payment
5. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในประโยชน์ของการชำระเงินแบบ E-payment
6. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในข้อดีและข้อเสียของการชำระเงินออนไลน์
7. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในระบบการชำระเงิน payment
8. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในกฎหมายของ E-payment

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

ด้านความรู้

1. อธิบายความหมายของการชำระเงินออนไลน์ได้
2. บอกประเภทของการชำระเงินออนไลน์ได้
3. อธิบายผู้ให้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-payment) ได้
4. บอกรายละเอียดของ E-payment ได้
5. อธิบายข้อดีและข้อเสียของการชำระเงินออนไลน์ได้
6. อธิบายระบบการชำระเงิน E-Payment ได้
7. บอกระบบการชำระเงิน E-payment ได้
8. อธิบายกฎหมายของ E-payment ได้

เนื้อหาสาระ

ทฤษฎี

1. ความหมายของการชำระเงินออนไลน์
2. บทบาทการสนทนาทางธุรกิจ
 - 2.1. ระบบการชำระเงินด้วยเงินสด
 - 2.2. ระบบการชำระเงินด้วยสื่อการชำระเงินประเภทอื่น ๆ ที่ไม่ใช่เงินสด
3. ผู้ให้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-payment)
 - 3.1 www.2c2p.com
 - 3.2 www.siampay.com
 - 3.3 www.webpakpay.com
4. รายละเอียดของ E-payment
 1. การเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์
 2. บริการเครือข่ายของบัตรเครดิต
 3. บริการเครือข่าย EDC Network
 4. บริการสวิตช์ในการชำระเงิน (Transaction Switching)
 5. บริการหักบัญชี (Clearing)
 6. บริการชำระดุล (Settlement)
 7. บริการรับชำระเงินแทน บริการที่คิดขึ้นมาเพื่อชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์แทนเจ้าหนี้
 8. บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์

5. ประโยชน์ของการชำระเงินแบบ E-payment

1. การสั่งชำระเงิน และการรับชำระเงินมีความสะดวกมากยิ่งขึ้น
2. เพิ่มประสิทธิภาพด้านการบริหารการเงิน
3. ลดความผิดพลาดในการกรอกข้อมูลการทำรายการ
4. การยืนยันการตัดบัญชีและการนำเงินเข้าบัญชี
5. เสริมสร้างความคล่องตัวในการทำงาน

6. ข้อดีและข้อเสียของการชำระเงินออนไลน์

ข้อดีของการชำระเงินออนไลน์

ข้อเสียของการชำระเงินออนไลน์

7. ระบบการชำระเงิน payment

1. Website Online Payment
2. Mobile Payment
3. Online Link Payment

8. กฎหมาย E-Payment

1. เงื่อนไข กฎหมาย E-Payment
2. กฎหมาย E-Payment มีผลบังคับใช้ตั้งแต่เมื่อไหร่
3. บัญชีการเงินที่เข้าข่ายต้องส่งให้กรมสรรพากร

ปฏิบัติ

1. ใบงานที่ 1 การจัดระบบการตลาดในสื่อสังคมออนไลน์

กิจกรรมการเรียนรู้การสอน	
ขั้นตอนการสอนหรือกิจกรรมของครู	ขั้นตอนการเรียนรู้หรือกิจกรรมของนักเรียน
1. ตรวจเช็ครายชื่อประจำวัน 2. ชักถามนักเรียน-นักศึกษาเป็นรายบุคคล 3. กล่าวนำก่อนเข้าเนื้อหา 4. อธิบายเนื้อหา 5. ชักถามนักเรียนเพิ่มเติม 6. สังเกตนักเรียนในระหว่างการสอน 7. ให้นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน 8. ให้นักเรียนไปศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม 9. วัดผลและประเมินผลภาคทฤษฎี 10. แบ่งนักเรียนออกเป็นกลุ่ม กลุ่มละ 3 คน ปฏิบัติตามใบงาน 11. วัดผลและประเมินภาคปฏิบัติ หมายเหตุ ใช้วิธีการจัดการเรียนการสอนโดยใช้สื่อเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น 1. Facebook Group 2. Google Classroom 3. Google Meet 4. Zoom 5. Line 6. Youtube	1. ตั้งใจฟังคำอธิบาย 2. จดบันทึกเพิ่มเติม 3. นักเรียนตอบคำถามเป็นรายบุคคล 4. นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน 5. สอบภาคทฤษฎี 6. เข้ากลุ่มตามที่ครูจัดแบ่ง แล้วปฏิบัติงานตามใบงานที่ได้รับมอบหมาย 7. ศึกษาค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ต

งานที่มอบหมายหรือกิจกรรม

ก่อนเรียน

1. ชี้แจงข้อตกลงในการเรียนวิชานี้ในเรื่องเวลาเรียน วิธีการให้คะแนน วิธีการตัดเกรด
2. ความประพฤตินในห้องเรียน
3. การทำกิจกรรม การมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละคนในห้องเรียน

ขณะเรียน

1. ให้นักเรียนตั้งใจฟังคำอธิบาย
2. ให้นักเรียนจดบันทึกเพิ่มเติม
3. ให้นักเรียนตอบคำถามเป็นรายบุคคล
4. ให้นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน
5. นักเรียนสอบภาคทฤษฎี
6. นักเรียนเข้ากลุ่มตามที่ครูจัดแบ่ง แล้วปฏิบัติงานตามใบงานที่ได้รับมอบหมาย
7. ให้นักเรียนศึกษาค้นคว้าบนอินเทอร์เน็ต
8. สรุปผลการเรียนโดยการซักถามปัญหาที่เกิดขึ้น

หลังเรียน

1. ให้นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน
2. ให้นักเรียนกลับไปทบทวนความรู้ที่เกี่ยวกับบทเรียนที่เรียนไป
3. ให้นักเรียนค้นคว้าทำรายงาน
4. ให้นักเรียนกลับไปอ่านบทเรียนบทถัดไป
5. ให้นักเรียนสรุปผลการปฏิบัติงานตามใบงาน

ผลงาน/ชิ้นงาน/ความสำเร็จของผู้เรียน

.....

.....

.....

.....

.....

สื่อการเรียนการสอน

สื่อสิ่งพิมพ์

1. หนังสือธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของ อ.ศิรินันท์ เหลืองอภิรมย์
2. ใบงาน
3. แผ่นภาพ

สื่อโสตทัศน

1. เครื่องคอมพิวเตอร์
2. สื่อ Powerpoint หรือแผ่นใส
3. สื่อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต
4. วิดีโอ
5. ทีวี

แหล่งการเรียนรู้

ในสถานศึกษา

1. ห้องสมุด ได้แก่ หนังสือ ตำรา ที่เกี่ยวกับวิชางานธุรกิจดิจิทัล
2. ห้องปฏิบัติการ ได้แก่ ภูมิความปลอดภัยเกี่ยวกับธุรกิจดิจิทัล คู่มือการใช้ธุรกิจดิจิทัล
วิดีโอชุดฝึก ธุรกิจดิจิทัล
3. ครูผู้สอน
4. ค้นคว้าหาความรู้ทางอินเทอร์เน็ต

นอกสถานศึกษา

1. สถานประกอบการที่ทำธุรกรรมในอาชีพออนไลน์และกรณีศึกษา
2. หอสมุดมหาวิทยาลัย
3. บริษัทที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแพลตฟอร์มของอาชีพออนไลน์และกรณีศึกษา เพื่อพัฒนาองค์กรในยุคดิจิทัล

การบูรณาการ/ความสัมพันธ์กับวิชาอื่น

1. วิชาพื้นฐานธุรกิจดิจิทัล
2. วิชาอินเทอร์เน็ตเพื่อสรรพสิ่ง

การประเมินผล

ก่อนเรียน

1. ตรวจการแต่งกายของนักเรียน
2. มารยาทของนักเรียน
3. การมีสัมมาคารวะของนักเรียน
4. การถามตอบ

ขณะเรียน

1. สังเกตพฤติกรรมการเรียน
2. ถาม-ตอบ
3. สังเกตความสนใจและความกระตือรือร้นในการศึกษาค้นคว้าบนโลกออนไลน์

หลังเรียน

1. ทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน
2. สอบเก็บคะแนน
3. ผลการปฏิบัติงานตามใบงานบนสื่อออนไลน์

ผลงาน/ชิ้นงาน/ผลสำเร็จของผู้เรียน

.....

.....

.....

.....

.....

บันทึกหลังการสอน

ผลการใช้แผนการสอน

1. เนื้อหามีความสอดคล้องกับจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม
2. จำนวนที่กำหนดไว้ในหน่วยนี้ มีความเหมาะสมพอดี
3. กิจกรรมการสอนหรือวิธีการสอนในขั้นตอนการสอนกิจกรรมของนักเรียนมีความเหมาะสมพอดี
4. ใบงานมีการกำหนดขั้นตอนในการค้นคว้าหาข้อมูลบนเว็บไซต์อย่างถูกต้อง

ผลการเรียนของนักเรียน

1. นักเรียนส่วนใหญ่มีความตั้งใจเรียน สืบจากการสอบถาม ถาม-ตอบ ได้ถูกต้อง เป็นส่วนใหญ่
2. นักเรียนส่วนใหญ่ทำแบบฝึกหัดและปฏิบัติงานตามใบงานได้ถูกต้องมากขึ้น
3. นักเรียนส่วนใหญ่มีคะแนนสอบสูงขึ้น
4. นักเรียนผลิตเพลงและได้ความรู้จากการเรียนการสอนผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตโดยใช้แพลตฟอร์มต่าง ๆ ตามถนัด

ผลการสอนของครู

1. ใช้โปรแกรมและแอปพลิเคชันเข้ามาช่วยทำให้การเรียนการสอนสามารถศึกษาค้นคว้าได้หลากหลายและเร็วขึ้นละเอียดขึ้น
2. มีความมั่นใจในการสอนมากขึ้น
3. สอนได้ตามเวลาที่กำหนดของแผนการสอน

แผนการสอน	หน่วยที่ 5
ชื่อวิชา ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์	สอนครั้งที่ 1
ชื่อหน่วย ระบบการตลาดกับธุรกิจออนไลน์	ชั่วโมงรวม 72
ชื่อเรื่อง ระบบการตลาดกับธุรกิจออนไลน์	จำนวนชั่วโมง 12

หัวข้อเรื่อง

1. ระบบการตลาดกับธุรกิจออนไลน์
 - 1.1 ความหมายของการตลาดออนไลน์
 - 1.2 วิธีทำการตลาดออนไลน์ให้ประสบความสำเร็จ
 - 1.3 ขั้นตอนการทำการตลาดออนไลน์
 - 1.4 เทคนิคการทำการตลาดบนเฟซบุ๊ก
 - 1.5 การเป็นนักการตลาดออนไลน์ให้ประสบความสำเร็จ
 - 1.6 กลยุทธ์พื้นฐานการตลาดออนไลน์ (Digital Marketing)
 - 1.7 หัวใจสำคัญของตลาดออนไลน์
 - 1.8 ช่องทางการทำการตลาดออนไลน์ (Digital Marketing)
 - 1.9 กรณีศึกษาการสร้างแบรนด์และการตลาดของแบรนด์ (Hermès)

สาระสำคัญ

ในสังคมที่โลกออนไลน์กำลังเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินเป็นชีวิตของคนรุ่นใหม่ เราคงปฏิเสธไม่ได้ว่า สื่อออนไลน์ได้เข้ามามีอิทธิพลต่อเราในทุกขณะตั้งแต่ตื่นเช้าจนกระทั่งเข้านอน อีกทั้งความรวดเร็วและความสะดวกสบายของโลกออนไลน์ ถูกนำมาใช้ประโยชน์กับกลุ่มคนทุกสาขาอาชีพ โดยเฉพาะการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) ที่กำลังเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลาย เพราะสามารถทำให้ผู้อื่นรู้จักเราหรือสินค้าของเราได้อย่างกว้างขวาง

แผนการสอน	หน่วยที่ 5
ชื่อวิชา ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์	สอนครั้งที่ 1
ชื่อหน่วย ระบบการตลาดกับธุรกิจออนไลน์	ชั่วโมงรวม 72
ชื่อเรื่อง ระบบการตลาดกับธุรกิจออนไลน์	จำนวนชั่วโมง 12

จุดประสงค์การสอน

จุดประสงค์ทั่วไป

1. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการบอกความหมายของการตลาดออนไลน์
2. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการบอกขั้นตอนการทำการตลาดออนไลน์
3. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการบอกเทคนิคการทำการตลาดบนเฟซบุ๊ก
4. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการอธิบายการเป็นนักการตลาดออนไลน์ให้ประสบความสำเร็จ
5. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการอธิบายหัวใจสำคัญของตลาดออนไลน์
6. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการบอกช่องทางการทำการตลาดออนไลน์ (Digital Marketing)
7. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการอธิบายวิธีทำการตลาดออนไลน์ให้ประสบความสำเร็จ
8. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการบอกกลยุทธ์พื้นฐานการตลาดออนไลน์ (Digital Marketing)
9. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการบอกกรณีศึกษาการสร้างแบรนด์และการตลาดของแบรนด์ (Hermès)

แผนการสอน	หน่วยที่ 5
ชื่อวิชา ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์	สอนครั้งที่ 1
ชื่อหน่วย ระบบการตลาดกับธุรกิจออนไลน์	ชั่วโมงรวม 72
ชื่อเรื่อง ระบบการตลาดกับธุรกิจออนไลน์	จำนวนชั่วโมง 12

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

ด้านความรู้

1. บอกความหมายของการตลาดออนไลน์ได้
2. บอกขั้นตอนการทำการตลาดออนไลน์ได้
3. บอกเทคนิคการทำการตลาดบนเฟซบุ๊กได้
4. อธิบายการเป็นนักการตลาดออนไลน์ให้ประสบความสำเร็จได้
5. อธิบายหัวใจสำคัญของตลาดออนไลน์ได้
6. บอกช่องทางการทำการตลาดออนไลน์ (Digital Marketing) ได้
7. อธิบายวิธีทำการตลาดออนไลน์ให้ประสบความสำเร็จได้
8. บอกกลยุทธ์พื้นฐานการตลาดออนไลน์ (Digital Marketing) ได้
9. บอกกรณีศึกษาการสร้างแบรนด์และการตลาดของแบรนด์ (Hermès) ได้

เนื้อหาสาระ

ทฤษฎี

1. ความหมายของการตลาดออนไลน์
2. บทบาทการสนทนาทางธุรกิจ
 1. ทำการตลาดผ่านสังคมออนไลน์หรือ Social Media Marketing (SMM)
 2. การทำ SEO หรือ Search Engine Optimization
 3. ใช้บริการ Google Adwords เป็นการโปรโมตร้านค้า
 4. ทำการตลาดโดยอาศัยตัวแทนโฆษณา
 5. โฆษณาตามกลุ่มเป้าหมาย
 6. การใช้ข้อความเป็นตัวโฆษณาเพื่อเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ หรือ Text-Link Ads
3. ขั้นตอนการทำการตลาดออนไลน์
 - ขั้นตอนที่ 1 Awareness สร้างการรับรู้
 - ขั้นตอนที่ 2 Discovery การค้นพบ
 - ขั้นตอนที่ 3 Consideration การพิจารณา
 - ขั้นตอนที่ 4 Conversion การเปลี่ยนเป็นลูกค้า
 - ขั้นตอนที่ 5 Customer Relationship การสานสัมพันธ์กับลูกค้า
 - ขั้นตอนที่ 6 Retention การรักษาฐานลูกค้าเดิม
4. เทคนิคการทำการตลาดบนเฟซบุ๊ก
 1. เพิ่มปุ่มแชร์บทความบนเว็บไซต์ไปยังเฟซบุ๊กให้เด่นชัด
 2. รู้จักกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริงของธุรกิจคุณ
 3. ใช้โฆษณาของเฟซบุ๊กเพื่อเร่งประสิทธิภาพ
 4. การมีส่วนร่วมกับแฟนเพจเฟซบุ๊กอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน
 5. ใช้ Content หลากหลายรูปแบบ
 6. การใช้ Email List ที่มีอยู่ในมือ

7. การตอบกลับข้อความอย่างรวดเร็ว
8. ทำวิดีโอด้วย Facebook Live
9. ให้ผู้ชมช่วยสร้าง Content และ Engagement ในการสร้าง Content
5. การเป็นนักการตลาดออนไลน์ให้ประสบความสำเร็จ
 1. รู้จักการผสมนั้นผสมนี้
 2. อดทน
 3. ไม่หยุดเรียนรู้
 4. ต้องน่าเชื่อถือ
 5. สามารถควบคุมทุกอย่างได้
 6. ดูแลลูกค้าในระยะยาว
 7. เป็นนักสื่อสารที่ดี
 8. ทำให้เกิดขึ้นจริง
 9. มีเทคนิคในการเล่าเรื่อง
 10. ต้องรู้จักใจเย็น ๆ
6. กลยุทธ์พื้นฐานการตลาดออนไลน์
 1. การใช้เว็บไซต์เป็นพื้นฐานในการทำการตลาดออนไลน์ (Web-Based Digital Marketing)
 2. การทำ Digital Marketing แบบบูรณาการ (Integrated Digital Marketing)
 3. การทำ Remarketing ตามพฤติกรรม (Behavioral Remarketing)
 4. การวิเคราะห์ข้อมูลและผลลัพธ์ (Data and Conversion Analytics)
(Digital Marketing)
 5. กลยุทธ์แบบ 4P
 6. กลยุทธ์แบบ 4C
 7. ทุกอย่างจะมุ่งเข้าสู่โซเชียลเน็ตเวิร์ก (Everything goto Social Network)

7. หัวใจสำคัญของตลาดออนไลน์

การทำ SEO คือความพยายามทำให้เว็บไซต์ของเราปรากฏตัวอยู่ในอันดับต้น ๆ ของหน้า Google Search ด้วยการใช้ Content ที่มีคุณภาพ

8. ช่องทางการทำการตลาดออนไลน์ (Digital Marketing)

1. Social Media Marketing
2. Google Marketing / SEM : Google Ads
3. Google Marketing : SEO
4. Video Marketing
5. Influencer Marketing

9. ตัวอย่างผลงานการตลาดออนไลน์

Hermès

กลยุทธ์การตลาดและการสร้างแบรนด์ของ Hermès

ปฏิบัติ

1. ใบงานที่ 1 การจัดระบบการตลาดในสื่อสังคมออนไลน์ 1 แพลตฟอร์ม

กิจกรรมการเรียนรู้การสอน	
ขั้นตอนการสอนหรือกิจกรรมของครู	ขั้นตอนการเรียนรู้หรือกิจกรรมของนักเรียน
1. ตรวจเช็ครายชื่อประจำวัน 2. ชักถามนักเรียน-นักศึกษาเป็นรายบุคคล 3. กล่าวนำก่อนเข้าเนื้อหา 4. อธิบายเนื้อหา 5. ชักถามนักเรียนเพิ่มเติม 6. สังเกตนักเรียนในระหว่างการสอน 7. ให้นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน 8. ให้นักเรียนไปศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม 9. วัดผลและประเมินผลภาคทฤษฎี 10. แบ่งนักเรียนออกเป็นกลุ่ม กลุ่มละ 3 คน ปฏิบัติตามใบงาน 11. วัดผลและประเมินภาคปฏิบัติ หมายเหตุ ใช้วิธีจัดการเรียนการสอนโดยใช้สื่อเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น 1. Facebook Group 2. Google Classroom 3. Google Meet 4. Zoom 5. Line 6. Youtube	1. ตั้งใจฟังคำอธิบาย 2. จัดบันทึกเพิ่มเติม 3. นักเรียนตอบคำถามเป็นรายบุคคล 4. นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน 5. สอบภาคทฤษฎี 6. เข้ากลุ่มตามที่ครูจัดแบ่ง แล้วปฏิบัติงานตามใบงานที่ได้รับมอบหมาย 7. ศึกษาค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ต

งานที่มอบหมายหรือกิจกรรม

ก่อนเรียน

1. ชี้แจงข้อตกลงในการเรียนวิชานี้ในระยะเวลาเรียน วิธีการให้คะแนน วิธีการตัดเกรด
2. ความประพฤตินในห้องเรียน
3. การทำกิจกรรม การมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละคนในห้องเรียน

ขณะเรียน

1. ให้นักเรียนตั้งใจฟังคำอธิบาย
2. ให้นักเรียนจดบันทึกเพิ่มเติม
3. ให้นักเรียนตอบคำถามเป็นรายบุคคล
4. ให้นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน
5. นักเรียนสอบภาคทฤษฎี
6. นักเรียนเข้ากลุ่มตามที่ครูจัดแบ่ง แล้วปฏิบัติงานตามใบงานที่ได้รับมอบหมาย
7. ให้นักเรียนศึกษาค้นคว้าบนอินเทอร์เน็ต
8. สรุปผลการเรียนโดยการซักถามปัญหาที่เกิดขึ้น

หลังเรียน

1. ให้นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน
2. ให้นักเรียนกลับไปทบทวนความรู้ที่เกี่ยวกับบทเรียนที่เรียนไป
3. ให้นักเรียนค้นคว้าทำรายงาน
4. ให้นักเรียนกลับไปอ่านบทเรียนบทถัดไป
5. ให้นักเรียนสรุปผลการปฏิบัติงานตามใบงาน

ผลงาน/ชิ้นงาน/ความสำเร็จของผู้เรียน

.....

.....

.....

.....

.....

สื่อการเรียนการสอน

สื่อสิ่งพิมพ์

1. หนังสือธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของ อ.ศิรินันท์ เหลืองอภิมรณ
2. ใบงาน
3. แผ่นภาพ

สื่อโสตทัศน์

1. เครื่องคอมพิวเตอร์
2. สื่อ Powerpoint หรือแผ่นใส
3. สื่อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต
4. วิดีโอ
5. ทวี

แหล่งการเรียนรู้

ในสถานศึกษา

1. ห้องสมุด ได้แก่ หนังสือ ตำรา ที่เกี่ยวกับวิชาการธุรกิจดิจิทัล
2. ห้องปฏิบัติการ ได้แก่ ภูมิความรู้เกี่ยวกับธุรกิจดิจิทัล คู่มือการใช้ธุรกิจดิจิทัล
วิดีโอชุดฝึก ธุรกิจดิจิทัล
3. ครูผู้สอน
4. ค้นหาหาความรู้ทางอินเทอร์เน็ต

นอกสถานศึกษา

1. สถานประกอบการที่ทำธุรกรรมในอาชีพออนไลน์และกรณีศึกษา
2. หอสมุดมหาวิทยาลัย
3. บริษัทที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแพลตฟอร์มของอาชีพออนไลน์และกรณีศึกษา เพื่อพัฒนาองค์กรในยุคดิจิทัล

การบูรณาการ/ความสัมพันธ์กับวิชาอื่น

1. วิชาพื้นฐานธุรกิจดิจิทัล
2. วิชาอินเทอร์เน็ตเพื่อสรรพสิ่ง

การประเมินผล

ก่อนเรียน

1. ตรวจการแต่งกายของนักเรียน
2. มารยาทของนักเรียน
3. การมีสัมมาคารวะของนักเรียน
4. การถามตอบ

ขณะเรียน

1. สังเกตพฤติกรรมการเรียน
2. ถาม-ตอบ
3. สังเกตความสนใจและความกระตือรือร้นในการศึกษาค้นคว้าบนโลกออนไลน์

หลังเรียน

1. ทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน
2. สอบเก็บคะแนน
3. ผลการปฏิบัติงานตามใบงานบนสื่อออนไลน์

ผลงาน/ชิ้นงาน/ผลสำเร็จของผู้เรียน

.....

.....

.....

.....

.....

บันทึกหลังการสอน

ผลการใช้แผนการสอน

1. เนื้อหามีความสอดคล้องกับจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม
2. จำนวนที่กำหนดไว้ในหน่วยนี้ มีความเหมาะสมพอดี
3. กิจกรรมการสอนหรือวิธีการสอนในขั้นตอนการสอนกิจกรรมของนักเรียนมีความเหมาะสมพอดี
4. ใบงานมีการกำหนดขั้นตอนในการค้นคว้าหาข้อมูลบนเว็บไซต์อย่างถูกต้อง

ผลการเรียนของนักเรียน

1. นักเรียนส่วนใหญ่มีความตั้งใจเรียน สัมผัสจากการสอบถาม ถาม-ตอบ ได้ถูกต้องเป็นส่วนใหญ่
2. นักเรียนส่วนใหญ่ทำแบบฝึกหัดและปฏิบัติงานตามใบงานได้ถูกต้องมากขึ้น
3. นักเรียนส่วนใหญ่มีคะแนนสอบสูงขึ้น
4. นักเรียนเพลิดเพลินและได้ความรู้จากการเรียนการสอนผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตโดยใช้แพลตฟอร์มต่าง ๆ ตามถนัด

ผลการสอนของครู

1. ใช้โปรแกรมและแอปพลิเคชันเข้ามาช่วยทำให้การเรียนการสอนสามารถศึกษาค้นคว้าได้หลากหลายและเร็วขึ้นละเอียดขึ้น
2. มีความมั่นใจในการสอนมากขึ้น
3. สอนได้ตามเวลาที่กำหนดของแผนการสอน

แผนการสอน	หน่วยที่ 6
ชื่อวิชา ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์	สอนครั้งที่ 1
ชื่อหน่วย การจัดการฐานข้อมูลลูกค้าออนไลน์	ชั่วโมงรวม 72
ชื่อเรื่อง การจัดการฐานข้อมูลลูกค้าออนไลน์	จำนวนชั่วโมง 12

หัวข้อเรื่อง

1. ระบบการตลาดกับธุรกิจออนไลน์
 - 1.1 ความหมายของฐานข้อมูลลูกค้า (Customer Database)
 - 1.2 ประโยชน์ของฐานข้อมูลลูกค้าออนไลน์
 - 1.3 กลยุทธ์ในการจัดเก็บข้อมูล
 - 1.4 หัวใจการจัดเก็บฐานข้อมูล
 - 1.5 กรรมวิธีหาข้อมูลลูกค้าออนไลน์
 - 1.6 ตัวอย่างโปรแกรมเก็บฐานข้อมูลของลูกค้า

สาระสำคัญ

การมีหลักฐานข้อมูลและบัญชีรายชื่อลูกค้าที่พอเพียงและทันเหตุการณ์เป็นสิ่งสำคัญสำหรับการทำการตลาดทางตรง เพราะกิจการจะไม่สามารถสื่อสารหรือเข้าใจถึงกลุ่มลูกค้าที่คาดหวังได้เลยหากปราศจากข้อมูลและบัญชีรายชื่อลูกค้า อีกทั้งความพยายามทั้งหมดก็เหมือนจะสูญเปล่าเพราะไม่สามารถส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าได้ ฐานข้อมูลลูกค้าจึงมีประโยชน์อย่างมากมาย

แผนการสอน	หน่วยที่ 6
ชื่อวิชา ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์	สอนครั้งที่ 1
ชื่อหน่วย การจัดการฐานข้อมูลลูกค้าออนไลน์	ชั่วโมงรวม 72
ชื่อเรื่อง การจัดการฐานข้อมูลลูกค้าออนไลน์	จำนวนชั่วโมง 12

จุดประสงค์การสอน

จุดประสงค์ทั่วไป

1. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการบอกความหมายของฐานข้อมูลลูกค้า (Customer Database)
2. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการอธิบายประโยชน์ของฐานข้อมูลลูกค้าออนไลน์
3. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการบอกกลยุทธ์ในการจัดเก็บข้อมูล
4. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการอธิบายหัวใจการจัดเก็บฐานข้อมูล
5. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการอธิบายกรรมวิธีหาข้อมูลลูกค้าออนไลน์
6. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการบอกตัวอย่างโปรแกรมเก็บฐานข้อมูลของลูกค้า

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

ด้านความรู้

1. บอกความหมายของฐานข้อมูลลูกค้า (Customer Database) ได้
2. อธิบายประโยชน์ของฐานข้อมูลลูกค้าออนไลน์ได้
3. บอกกลยุทธ์ในการจัดเก็บข้อมูลได้
4. อธิบายหัวใจการจัดเก็บฐานข้อมูลได้
5. อธิบายกรรมวิธีหาข้อมูลลูกค้าออนไลน์ได้
6. บอกตัวอย่างโปรแกรมเก็บฐานข้อมูลของลูกค้าได้

เนื้อหาสาระ

ทฤษฎี

1. ความหมายของฐานข้อมูลลูกค้า (Customer Database)
2. ประโยชน์ของฐานข้อมูลลูกค้าออนไลน์
 1. การระบุถึงลูกค้ากลุ่มที่ทำได้มาก
 2. สามารถช่วยทำให้ธุรกิจอื่น ๆ กับกลุ่มลูกค้าที่มีอยู่ได้
 3. สามารถระบุและคัดเลือกลูกค้าที่มุ่งหวังได้ชัดเจนมากขึ้น
 4. ช่วยกำหนดกลยุทธ์ที่จะเปลี่ยนลูกค้าที่มุ่งหวังให้เป็นลูกค้าของกิจการ
 5. กระตุ้นให้ลูกค้ามีกิจกรรม
 6. ใช้ช่วยในการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมได้
 7. ใช้ช่วยระบุโอกาสใหม่ ๆ ทางการตลาด
 8. พัฒนากลยุทธ์ที่จะดึงดูดลูกค้ากลุ่มนี้
 9. วัดประสิทธิภาพของโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด
 10. ลดการสูญเสียและเพิ่มผลผลิต
 11. ประเมินผลสำเร็จของช่องทางที่ใช้
 12. ลดต้นทุน และเพิ่มปริมาณการขาย
3. กลยุทธ์ในการจัดเก็บข้อมูลลูกค้าออนไลน์
 1. เปลี่ยนงาน Manual ให้เป็นงาน Automation
 2. กำหนดขอบเขตของข้อมูลที่น่าสนใจ
 3. พั่นแรงด้วยเครื่องมือ/คนนอก
 4. User-in-the-loop ให้ผู้ใช้มาช่วยรวบรวมข้อมูล
 5. สร้างเครื่องมือมาช่วย
 6. กักตักข้อมูล (Gated Content)

7. ชูดข้อมูลจากแหล่งข้อมูลสาธารณะ
 8. ข้อมูลจาก Third-party
 9. สร้างมิตรภาพกับหน่วยงานต่าง ๆ
 10. ยิ่งโฟกัสให้แคบ ยิ่งสร้างให้ใหญ่ได้
4. หัวใจการจัดเก็บฐานข้อมูล
1. Giving Free Content
 2. Giving Promotion (Coupon)
 3. Giving Free Gift Gift
5. กรรมวิธีหาข้อมูลลูกค้าออนไลน์
1. การให้ Free Download
 2. การให้ลูกค้าได้ทดลองใช้สินค้าได้ฟรี
 3. การลงทะเบียนเพื่อแลกรับส่วนลด
 4. การลงทะเบียนรับของแถม
 5. การให้เล่นเกมหรือทำแบบทดสอบ
 6. ให้คุณค่าที่ลูกค้าต้องการ
 7. อย่าเพิ่งขอข้อมูลมากเกินไปในครั้งแรก
 8. ทำให้การใช้งาน “ง่าย” กับลูกค้าที่สุด
 9. ออนไลน์ได้ แต่ขอให้สะดวกด้วย
 10. อย่าลืมลูกค้าที่ไม่สะดวกออนไลน์ด้วย
6. ตัวอย่างโปรแกรมเก็บฐานข้อมูลของลูกค้า

ปฏิบัติ

โปรแกรม Mycrm

1. ใบงานที่ 1 การจัดการฐานข้อมูลลูกค้าออนไลน์ 1 แพลตฟอร์ม

กิจกรรมการเรียนรู้การสอน	
ขั้นตอนการสอนหรือกิจกรรมของครู	ขั้นตอนการเรียนรู้หรือกิจกรรมของนักเรียน
1. ตรวจเช็ครายชื่อประจำวัน 2. ซักถามนักเรียน-นักศึกษาเป็นรายบุคคล 3. กล่าวนำก่อนเข้าเนื้อหา 4. อธิบายเนื้อหา 5. ซักถามนักเรียนเพิ่มเติม 6. สังเกตนักเรียนในระหว่างการสอน 7. ให้นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน 8. ให้นักเรียนไปศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม 9. วัดผลและประเมินผลภาคทฤษฎี 10. แบ่งนักเรียนออกเป็นกลุ่ม กลุ่มละ 3 คน ปฏิบัติตามใบงาน 11. วัดผลและประเมินภาคปฏิบัติ หมายเหตุ ใช้วิธีจัดการเรียนการสอนโดยใช้สื่อเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น 1. Facebook Group 2. Google Classroom 3. Google Meet 4. Zoom 5. Line 6. Youtube	1. ตั้งใจฟังคำอธิบาย 2. จัดบันทึกเพิ่มเติม 3. นักเรียนตอบคำถามเป็นรายบุคคล 4. นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน 5. สอบภาคทฤษฎี 6. เข้ากลุ่มตามที่ครูจัดแบ่ง แล้วปฏิบัติงานตามใบงานที่ได้รับมอบหมาย 7. ศึกษาค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ต

งานที่มอบหมายหรือกิจกรรม

ก่อนเรียน

1. ชี้แจงข้อตกลงในการเรียนวิชานี้ในเรื่องเวลาเรียน วิธีการให้คะแนน วิธีการตัดเกรด
2. ความประพฤตินในห้องเรียน
3. การทำกิจกรรม การมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละคนในห้องเรียน

ขณะเรียน

1. ให้นักเรียนตั้งใจฟังคำอธิบาย
2. ให้นักเรียนจดบันทึกเพิ่มเติม
3. ให้นักเรียนตอบคำถามเป็นรายบุคคล
4. ให้นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน
5. นักเรียนสอบภาคทฤษฎี
6. นักเรียนเข้ากลุ่มตามที่ครูจัดแบ่ง แล้วปฏิบัติงานตามใบงานที่ได้รับมอบหมาย
7. ให้นักเรียนศึกษาค้นคว้าบนอินเทอร์เน็ต
8. สรุปผลการเรียนโดยการซักถามปัญหาที่เกิดขึ้น

หลังเรียน

1. ให้นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน
2. ให้นักเรียนกลับไปทบทวนความรู้ที่เกี่ยวกับบทเรียนที่เรียนไป
3. ให้นักเรียนค้นคว้าทำรายงาน
4. ให้นักเรียนกลับไปอ่านบทเรียนบทถัดไป
5. ให้นักเรียนสรุปผลการปฏิบัติงานตามใบงาน

ผลงาน/ชิ้นงาน/ความสำเร็จของผู้เรียน

.....

.....

.....

.....

.....

สื่อการเรียนการสอน

สื่อสิ่งพิมพ์

1. หนังสือธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของ อ.ศิรินันท์ เหลืองอภิรมย์
2. ใบงาน
3. แผ่นภาพ

สื่อโสตทัศน์

1. เครื่องคอมพิวเตอร์
2. สื่อ Powerpoint หรือแผ่นใส
3. สื่อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต
4. วิดีโอ
5. ทีวี

แหล่งการเรียนรู้

ในสถานศึกษา

1. ห้องสมุด ได้แก่ หนังสือ ตำรา ที่เกี่ยวกับวิชาการธุรกิจดิจิทัล
2. ห้องปฏิบัติการ ได้แก่ กฎความปลอดภัยเกี่ยวกับธุรกิจดิจิทัล คู่มือการใช้ธุรกิจดิจิทัล
วิดีโอชุดฝึก ธุรกิจดิจิทัล
3. ครูผู้สอน
4. ค้นคว้าหาความรู้ทางอินเทอร์เน็ต

นอกสถานศึกษา

1. สถานประกอบการที่ทำธุรกรรมในอาชีพออนไลน์และกรณีศึกษา
2. หอสมุดมหาวิทยาลัย
3. บริษัทที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแพลตฟอร์มของอาชีพออนไลน์และกรณีศึกษา เพื่อ
พัฒนาองค์กรในยุคดิจิทัล

การบูรณาการ/ความสัมพันธ์กับวิชาอื่น

1. วิชาพื้นฐานธุรกิจดิจิทัล
2. วิชาอินเทอร์เน็ตเพื่อสรรพสิ่ง

การประเมินผล

ก่อนเรียน

1. ตรวจการแต่งกายของนักเรียน
2. มารยาทของนักเรียน
3. การมีสัมมาคารวะของนักเรียน
4. การถามตอบ

ขณะเรียน

1. สังเกตพฤติกรรมการเรียน
2. ถาม-ตอบ
3. สังเกตความสนใจและความกระตือรือร้นในการศึกษาค้นคว้าบนโลกออนไลน์

หลังเรียน

1. ทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน
2. สอบเก็บคะแนน
3. ผลการปฏิบัติงานตามใบงานบนสื่อออนไลน์

ผลงาน/ชิ้นงาน/ผลสำเร็จของผู้เรียน

.....

.....

.....

.....

.....

บันทึกหลังการสอน

ผลการใช้แผนการสอน

1. เนื้อหามีความสอดคล้องกับจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม
2. จำนวนที่กำหนดไว้ในหน่วยนี้ มีความเหมาะสมพอดี
3. กิจกรรมการสอนหรือวิธีการสอนในขั้นตอนการสอนกิจกรรมของนักเรียนมีความเหมาะสมพอดี
4. ใบงานมีการกำหนดขั้นตอนในการค้นคว้าหาข้อมูลบนเว็บไซต์อย่างถูกต้อง

ผลการเรียนของนักเรียน

1. นักเรียนส่วนใหญ่มีความตั้งใจเรียน สืบเนื่องจากการสอบถาม ถาม-ตอบ ได้ถูกต้อง เป็นส่วนใหญ่
2. นักเรียนส่วนใหญ่ทำแบบฝึกหัดและปฏิบัติงานตามใบงานได้ถูกต้องมากขึ้น
3. นักเรียนส่วนใหญ่มีคะแนนสอบสูงขึ้น
4. นักเรียนผลิตผลงานและได้ความรู้จากการเรียนการสอนผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตโดยใช้แพลตฟอร์มต่าง ๆ ตามถนัด

ผลการสอนของครู

1. ใช้โปรแกรมและแอปพลิเคชันเข้ามาช่วยทำให้การเรียนการสอนสามารถศึกษาค้นคว้าได้หลากหลายและเร็วขึ้นละเอียดขึ้น
2. มีความมั่นใจในการสอนมากขึ้น
3. สอนได้ตามเวลาที่กำหนดของแผนการสอน

แผนการสอน	หน่วยที่ 7
ชื่อวิชา ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์	สอนครั้งที่ 1
ชื่อหน่วย การใช้เครื่องมือดิจิทัลของกิจกรรมธุรกิจออนไลน์	ชั่วโมงรวม 72
ชื่อเรื่อง การใช้เครื่องมือดิจิทัลของกิจกรรมธุรกิจออนไลน์	จำนวนชั่วโมง 12

หัวข้อเรื่อง

1. การใช้เครื่องมือดิจิทัลของกิจกรรมธุรกิจออนไลน์
 1. ความหมายของเครื่องมือกิจกรรมออนไลน์
 2. เครื่องมือสำหรับเริ่มต้นการทำธุรกิจออนไลน์
 3. ขั้นตอนการจัดกิจกรรมออนไลน์
 4. แนวคิดการจัดกิจกรรมทางธุรกิจบนโลกออนไลน์
 5. เทคนิคการทำกิจกรรมออนไลน์บนเฟซบุ๊ก
 6. การจัดกิจกรรมบนเพจเฟซบุ๊ก

สาระสำคัญ

ทุกวันนี้ผู้ใหญ่ส่วนใหญ่มักเรียกเด็กและเยาวชนในยุคปัจจุบันว่า Digital Native ซึ่งหมายถึง กลุ่มคนที่เกิดและเติบโตในยุคดิจิทัลซึ่งจะเกี่ยวข้องกับสิ่งต่าง ๆ ที่เป็นดิจิทัลรูปแบบต่าง ๆ และช่องทางที่แสนจะง่ายดายในทุกที่ทุกเวลาที่ต้องการรวมถึงเข้ามาทำกิจกรรมออนไลน์ต่าง ๆ

สมรรถนะประจำหน่วย (การประยุกต์ใช้ ความรู้ ทักษะ คุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ)

1. รู้และเข้าใจทฤษฎีหลักการทำงานของเรื่องการใช้เครื่องมือดิจิทัลของกิจกรรมธุรกิจออนไลน์ได้อย่างถูกต้อง
2. สามารถทำเรื่องการใช้เครื่องมือดิจิทัลของกิจกรรมธุรกิจออนไลน์ได้ถูกต้อง และสำเร็จภายในเวลาที่กำหนดอย่างมีเหตุและผลตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

แผนการสอน	หน่วยที่ 7
ชื่อวิชา ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์	สอนครั้งที่ 1
ชื่อหน่วย การใช้เครื่องมือดิจิทัลของกิจกรรมธุรกิจออนไลน์	ชั่วโมงรวม 72
ชื่อเรื่อง การใช้เครื่องมือดิจิทัลของกิจกรรมธุรกิจออนไลน์	จำนวนชั่วโมง 12

จุดประสงค์การสอน

จุดประสงค์ทั่วไป

1. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการอธิบายความหมายของเครื่องมือกิจกรรมออนไลน์
2. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการบอกเครื่องมือสำหรับเริ่มต้นการทำธุรกิจออนไลน์
3. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการบอกขั้นตอนการจัดกิจกรรมออนไลน์
4. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการอธิบายแนวคิดการจัดกิจกรรมทางธุรกิจบนโลกออนไลน์
5. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการบอกเทคนิคการทำกิจกรรมออนไลน์บนเฟซบุ๊ก
6. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการอธิบายการจัดกิจกรรมบนเพจเฟซบุ๊ก

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

ด้านความรู้

1. อธิบายความหมายของเครื่องมือกิจกรรมออนไลน์ได้
2. บอกเครื่องมือสำหรับเริ่มต้นการทำธุรกิจออนไลน์ได้
3. บอกขั้นตอนการจัดกิจกรรมออนไลน์ได้
4. อธิบายแนวคิดการจัดกิจกรรมทางธุรกิจบนโลกออนไลน์ได้
5. บอกเทคนิคการทำกิจกรรมออนไลน์บนเฟซบุ๊กได้
6. อธิบายการจัดกิจกรรมบนเพจเฟซบุ๊กได้

เนื้อหาสาระ

ทฤษฎี

1. ความหมายของเครื่องมือกิจกรรมออนไลน์
2. เครื่องมือสำหรับเริ่มต้นการทำธุรกิจออนไลน์
 1. Website (เว็บไซต์)
 2. E-mail (อีเมล – จดหมายอิเล็กทรอนิกส์)
 3. Social Networking (โซเชียลเน็ตเวิร์ก – เครือข่ายสังคมออนไลน์)
 4. Application (แอปพลิเคชัน)
 5. ผู้รับบริการอื่น ๆ (Sub Contractor – Third Party)
 6. เครื่องมือสนับสนุน (Support)
3. ขั้นตอนการจัดกิจกรรมออนไลน์
 1. เคลียร์จุดประสงค์ของการจัดกิจกรรม
 2. เลือกของรางวัลที่เข้ากัน
 3. ดีไซน์ Mechanic กิจกรรม
 4. โปรโมตกิจกรรม
4. แนวคิดการจัดกิจกรรมทางธุรกิจบนโลกออนไลน์
 1. Photo Contests
 2. Video Contests
 3. Vote contests
 4. Caption Contests
 5. Fill the gap
 6. GIF Animation Capture
 7. Hashtag & Share

5. เทคนิคการทำกิจกรรมออนไลน์บนเฟซบุ๊ก

1. เพิ่มปุ่มแชร์บทความบนเว็บไซต์ไปยังเฟซบุ๊ก ให้เด่นชัด
2. รู้จักกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริงของธุรกิจ
3. ใช้โฆษณาของเฟซบุ๊กเพื่อเร่งประสิทธิภาพ
4. การมีส่วนร่วมกับแฟนเพจเฟซบุ๊ก
5. ใช้ Content หลากหลายรูปแบบ
6. การใช้ Email List ที่มีอยู่ในมือ
7. การตอบกลับข้อความอย่างรวดเร็ว
8. ทำวิดีโอด้วย Facebook Live
9. ให้ผู้ชมช่วยสร้าง Content และ Engagement
10. Video content
11. Promotional content
12. Album Content
13. Real-Time Content
14. Question & opinion content
15. Text quote content
16. Solvable & beneficial content

6. จัดกิจกรรมบนเพจเฟซบุ๊ก

1. จัดกิจกรรม Like หรือคอมเมนต์โพสต์
2. จัดกิจกรรมให้โพสต์ภาพ หรือวิดีโอ
3. ประกวดคิดแคปชั่นเด็ด ๆ
4. ค้นหาไอเดียใหม่ ๆ จากผู้บริโภค
5. ของรางวัลไม่ดึงดูดใจ
6. ประชาสัมพันธ์ไม่ดี

ปฏิบัติ

1. ใบงานที่ 1 การใช้เครื่องมือดิจิทัลของกิจกรรมธุรกิจดิจิทัล 1 แพลตฟอร์ม

กิจกรรมการเรียนรู้การสอน	
ขั้นตอนการสอนหรือกิจกรรมของครู	ขั้นตอนการเรียนรู้หรือกิจกรรมของนักเรียน
1. ตรวจเช็ครายชื่อประจำวัน 2. ชักถามนักเรียน-นักศึกษาเป็นรายบุคคล 3. กล่าวนำก่อนเข้าเนื้อหา 4. อธิบายเนื้อหา 5. ชักถามนักเรียนเพิ่มเติม 6. สังเกตนักเรียนในระหว่างการสอน 7. ให้นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน 8. ให้นักเรียนไปศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม 9. วัดผลและประเมินผลภาคทฤษฎี 10. แบ่งนักเรียนออกเป็นกลุ่ม กลุ่มละ 3 คน ปฏิบัติตามใบงาน 11. วัดผลและประเมินภาคปฏิบัติ หมายเหตุ ใช้วิธีจัดการเรียนการสอนโดยใช้สื่อเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น 1. Facebook Group 2. Google Classroom 3. Google Meet 4. Zoom 5. Line 6. Youtube	1. ตั้งใจฟังคำอธิบาย 2. จดบันทึกเพิ่มเติม 3. นักเรียนตอบคำถามเป็นรายบุคคล 4. นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน 5. สอบภาคทฤษฎี 6. เข้ากลุ่มตามที่ครูจัดแบ่ง แล้วปฏิบัติงานตามใบงานที่ได้รับมอบหมาย 7. ศึกษาค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ต

งานที่มอบหมายหรือกิจกรรม

ก่อนเรียน

1. ชี้แจงข้อตกลงในการเรียนวิชานี้ในระยะเวลาเรียน วิธีการให้คะแนน วิธีการตัดเกรด
2. ความประพฤติในห้องเรียน
3. การทำกิจกรรม การมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละคนในห้องเรียน

ขณะเรียน

1. ให้นักเรียนตั้งใจฟังคำอธิบาย
2. ให้นักเรียนจดบันทึกเพิ่มเติม
3. ให้นักเรียนตอบคำถามเป็นรายบุคคล
4. ให้นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน
5. นักเรียนสอบภาคทฤษฎี
6. นักเรียนเข้ากลุ่มตามที่ครูจัดแบ่ง แล้วปฏิบัติงานตามใบงานที่ได้รับมอบหมาย
7. ให้นักเรียนศึกษาค้นคว้าบนอินเทอร์เน็ต
8. สรุปผลการเรียนโดยการซักถามปัญหาที่เกิดขึ้น

หลังเรียน

1. ให้นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน
2. ให้นักเรียนกลับไปทบทวนความรู้ที่เกี่ยวกับบทเรียนที่เรียนไป
3. ให้นักเรียนค้นคว้าทำรายงาน
4. ให้นักเรียนกลับไปอ่านบทเรียนบทถัดไป
5. ให้นักเรียนสรุปผลการปฏิบัติงานตามใบงาน

ผลงาน/ชิ้นงาน/ความสำเร็จของผู้เรียน

.....

.....

.....

.....

.....

สื่อการเรียนการสอน

สื่อสิ่งพิมพ์

1. หนังสือธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของ อ.ศิรินันท์ เหลืองอภิรมย์
2. ใบงาน
3. แผ่นภาพ

สื่อโสตทัศน์

1. เครื่องคอมพิวเตอร์
2. สื่อ Powerpoint หรือแผ่นใส
3. สื่อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต
4. วีดีโอ
5. ทีวี

แหล่งการเรียนรู้

ในสถานศึกษา

1. ห้องสมุด ได้แก่ หนังสือ ตำรา ที่เกี่ยวกับวิชางานธุรกิจดิจิทัล
2. ห้องปฏิบัติการ ได้แก่ ภูมิความรู้พลอดภัยเกี่ยวกับธุรกิจดิจิทัล คู่มือการใช้ธุรกิจดิจิทัล
วิธีโอชุดฝึก ธุรกิจดิจิทัล
3. ครูผู้สอน
4. ค้นคว้าหาความรู้ทางอินเทอร์เน็ต

นอกสถานศึกษา

1. สถานประกอบการที่ทำธุรกรรมในอาชีพออนไลน์และกรณีศึกษา
2. หอสมุดมหาวิทยาลัย
3. บริษัทที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแพลตฟอร์มของอาชีพออนไลน์และกรณีศึกษา เพื่อ
พัฒนาองค์กรในยุคดิจิทัล

การบูรณาการ/ความสัมพันธ์กับวิชาอื่น

1. วิชาพื้นฐานธุรกิจดิจิทัล
2. วิชาอินเทอร์เน็ตเพื่อสรรพสิ่ง

การประเมินผล

ก่อนเรียน

1. ตรวจการแต่งกายของนักเรียน
2. มารยาทของนักเรียน
3. การมีสัมมาคารวะของนักเรียน
4. การถามตอบ

ขณะเรียน

1. สังเกตพฤติกรรมการเรียน
2. ถาม-ตอบ
3. สังเกตความสนใจและความกระตือรือร้นในการศึกษาค้นคว้าบนโลกออนไลน์

หลังเรียน

1. ทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน
2. สอบเก็บคะแนน
3. ผลการปฏิบัติงานตามใบงานบนสื่อออนไลน์

ผลงาน/ชิ้นงาน/ผลสำเร็จของผู้เรียน

.....

.....

.....

.....

.....

บันทึกหลังการสอน

ผลการใช้แผนการสอน

1. เนื้อหามีความสอดคล้องกับจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม
2. จำนวนที่กำหนดไว้ในหน่วยนี้ มีความเหมาะสมพอดี
3. กิจกรรมการสอนหรือวิธีการสอนในขั้นตอนการสอนกิจกรรมของนักเรียนมีความเหมาะสมพอดี
4. ใบงานมีการกำหนดขั้นตอนในการค้นคว้าหาข้อมูลบนเว็บไซต์อย่างถูกต้อง

ผลการเรียนของนักเรียน

1. นักเรียนส่วนใหญ่มีความตั้งใจเรียน ลังเกตจากการสอบถาม ถาม-ตอบ ได้ถูกต้องเป็นส่วนใหญ่
2. นักเรียนส่วนใหญ่ทำแบบฝึกหัดและปฏิบัติงานตามใบงานได้ถูกต้องมากขึ้น
3. นักเรียนส่วนใหญ่มีคะแนนสอบสูงขึ้น
4. นักเรียนผลิตเพลงและได้ความรู้จากการเรียนการสอนผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตโดยใช้แพลตฟอร์มต่าง ๆ ตามถนัด

ผลการสอนของครู

1. ใช้โปรแกรมและแอปพลิเคชันเข้ามาช่วยทำให้การเรียนการสอนสามารถศึกษาค้นคว้าได้หลากหลายและเร็วขึ้นละเอียดขึ้น
2. มีความมั่นใจในการสอนมากขึ้น
3. สอนได้ตามเวลาที่กำหนดของแผนการสอน

แผนการสอน	หน่วยที่ 8
ชื่อวิชา ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์	สอนครั้งที่ 1
ชื่อหน่วย การจัดการและกระบวนการทำธุรกิจออนไลน์	ชั่วโมงรวม 72
ชื่อเรื่อง การจัดการและกระบวนการทำธุรกิจออนไลน์	จำนวนชั่วโมง 4

หัวข้อเรื่อง

1. การจัดการและกระบวนการทำธุรกิจออนไลน์
 1. ความหมายของการจัดการธุรกิจออนไลน์
 2. หลักการจัดการธุรกิจออนไลน์
 3. วิธีการบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์
 4. กระบวนการทำธุรกิจออนไลน์
 5. ขั้นตอนเริ่มต้นธุรกิจบนโลกออนไลน์
 6. การเตรียมตัวก่อนเปิดร้านออนไลน์
 7. ตัวอย่างแอปพลิเคชันที่ช่วยบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์

สาระสำคัญ

ในปัจจุบันเป็นยุคที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทมากขึ้น มนุษย์จึงมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่พัฒนาทำให้เกิดความสะดวกสบายต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์และองค์กรต่าง ๆ จึงต้องเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงโดยคิดค้นวิธีพัฒนางานองค์กรด้วยวิธีการใหม่ นำเทคโนโลยีเข้ามาทำงานแทนที่มนุษย์ จะต้องคิดสร้างสรรค์นำความก้าวหน้าเข้ามาเป็นส่วนช่วยในการพัฒนางานองค์กรให้เข้ากับยุคดิจิทัล

สมรรถนะประจำหน่วย (การประยุกต์ใช้ ความรู้ ทักษะ คุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ)

1. รู้และเข้าใจทฤษฎีหลักการทำงานของเรื่องการวางแผนสำหรับกิจกรรมธุรกิจออนไลน์ได้อย่างถูกต้อง
2. สามารถทำเรื่องการวางแผนสำหรับกิจกรรมธุรกิจออนไลน์ และสำเร็จภายในเวลาที่กำหนดอย่างมีเหตุและผลตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

แผนการสอน	หน่วยที่ 8
ชื่อวิชา ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์	สอนครั้งที่ 1
ชื่อหน่วย การจัดการและกระบวนการทำธุรกิจออนไลน์	ชั่วโมงรวม 72
ชื่อเรื่อง การจัดการและกระบวนการทำธุรกิจออนไลน์	จำนวนชั่วโมง 4

จุดประสงค์การสอน

จุดประสงค์ทั่วไป

1. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในความหมายของการจัดการธุรกิจ
2. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการทำธุรกิจออนไลน์
3. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในขั้นตอนเริ่มต้นธุรกิจบนโลกออนไลน์
4. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการทำธุรกิจบนโลกออนไลน์
5. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในวิธีการบริหารจัดการ
6. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการเตรียมตัวก่อนเปิดร้านออนไลน์
7. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในตัวอย่างแอปพลิเคชันที่ช่วยบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

ด้านความรู้

1. บอกความหมายของการจัดการธุรกิจได้
2. อธิบายกระบวนการทำธุรกิจออนไลน์ได้
3. บอกขั้นตอนเริ่มต้นธุรกิจบนโลกออนไลน์ได้
4. อธิบายกระบวนการทำธุรกิจบนโลกออนไลน์ได้
5. อธิบายวิธีการบริหารจัดการได้
6. อธิบายการเตรียมตัวก่อนเปิดร้านออนไลน์ได้
7. บอกตัวอย่างแอปพลิเคชันที่ช่วยบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ได้

เนื้อหาสาระ

ทฤษฎี

ความหมายของการจัดการธุรกิจออนไลน์

1. การจัดการ หมายถึง การทำให้กลุ่มบุคคลในองค์กรเข้ามาทำงานร่วมกันเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกันขององค์กร การจัดการประกอบด้วยการวางแผน การจัดการองค์กร การสรรหาบุคลากร การส่งภาพการควบคุมหรือความพยายามที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน การจัดการทรัพยากรประกอบด้วยการใช้งานและการจัดการทรัพยากรบุคคล ทรัพยากรทางการเงิน
2. การจัดการธุรกิจสมัยใหม่ หมายถึง การจัดการที่เป็นระบบ ทันสมัยโปร่งใสและเทียบเคียงกับมาตรฐานอยู่ตลอดเวลา
3. การจัดการธุรกิจออนไลน์ หมายถึงระบบการขายสินค้าและบริการบนเว็บไซต์ที่ลงทุนทำเองหรือขายแบบเว็บฟรี เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์

วิธีการบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์

1. วางแผนธุรกิจให้เฉียบคม
2. เลือกใช้ระบบร้านค้าออนไลน์ที่น่าเชื่อถือ
3. สร้างร้านค้าให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น
4. เตรียมความพร้อมด้านสินค้าและบริการ
5. จัดการรายการสั่งซื้ออย่างมืออาชีพ
6. ทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง

กระบวนการทำธุรกิจออนไลน์

1. ก่อตั้งธุรกิจ
2. สร้างร้านขายของออนไลน์

ขั้นตอนเริ่มต้นธุรกิจบนโลกออนไลน์

1. ค้นหาความต้องการ และเติมให้เต็ม
2. เขียนโปรโมตสินค้าให้น่าสนใจ
3. คิดคอนเซปต์ และเริ่มออกแบบเว็บไซต์
4. ใช้ Search Engine เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
5. ใช้สาระความรู้เพื่อดึงดูดผู้บริโภคเข้าเว็บไซต์
6. ใช้พลังของ E-Mail Marketing เปลี่ยนผู้ชม ให้เป็นผู้ซื้อ
7. กระตุ้นยอดขายด้วยการเชียร์สินค้า

การเตรียมตัวก่อนเปิดร้านออนไลน์

1. จุดยืนของร้าน
2. ช่องทางขายสินค้า
3. ความอดทนและมุ่งมั่น

ตัวอย่างแอปพลิเคชันที่ช่วยบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์

1. Wunderlist รองรับ: iOS / Android
2. Disprice รองรับ: iOS
3. Snapseed รองรับ: iOS / Android
4. Mobile Banking App รองรับ: iOS / Android
5. Page365 รองรับ: iOS (Android - Coming Soon)
6. ThaiBackOffice
7. Shipnity
8. Loyverse POS
9. Storehub

กิจกรรมการเรียนรู้การสอน	
ขั้นตอนการสอนหรือกิจกรรมของครู	ขั้นตอนการเรียนรู้หรือกิจกรรมของนักเรียน
1. ตรวจเช็ครายชื่อประจำวัน 2. ชักถามนักเรียน-นักศึกษาเป็นรายบุคคล 3. กล่าวนำก่อนเข้าเนื้อหา 4. อธิบายเนื้อหา 5. ชักถามนักเรียนเพิ่มเติม 6. สังเกตนักเรียนในระหว่างการสอน 7. ให้นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน 8. ให้นักเรียนไปศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม 9. วัดผลและประเมินผลภาคทฤษฎี 10. แบ่งนักเรียนออกเป็นกลุ่ม กลุ่มละ 3 คน ปฏิบัติตามใบงาน 11. วัดผลและประเมินภาคปฏิบัติ หมายเหตุ ใช้วิธีจัดการเรียนการสอนโดยใช้สื่อเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น 1. Facebook Group 2. Google Classroom 3. Google Meet 4. Zoom 5. Line 6. Youtube	1. ตั้งใจฟังคำอธิบาย 2. จัดบันทึกเพิ่มเติม 3. นักเรียนตอบคำถามเป็นรายบุคคล 4. นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน 5. สอบภาคทฤษฎี 6. เข้ากลุ่มตามที่ครูจัดแบ่ง แล้วปฏิบัติตามใบงานที่ได้รับมอบหมาย 7. ศึกษาค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ต

งานที่มอบหมายหรือกิจกรรม

ก่อนเรียน

1. ชี้แจงข้อตกลงในการเรียนวิชานี้ในเรื่องเวลาเรียน วิธีการให้คะแนน วิธีการตัดเกรด
2. ความประพฤติในห้องเรียน
3. การทำกิจกรรม การมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละคนในห้องเรียน

ขณะเรียน

1. ให้นักเรียนตั้งใจฟังคำอธิบาย
2. ให้นักเรียนจดบันทึกเพิ่มเติม
3. ให้นักเรียนตอบคำถามเป็นรายบุคคล
4. ให้นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน
5. นักเรียนสอบภาคทฤษฎี
6. นักเรียนเข้ากลุ่มตามที่ครูจัดแบ่ง แล้วปฏิบัติงานตามใบงานที่ได้รับมอบหมาย
7. ให้นักเรียนศึกษาค้นคว้าบนอินเทอร์เน็ต
8. สรุปผลการเรียนโดยการซักถามปัญหาที่เกิดขึ้น

หลังเรียน

1. ให้นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน
2. ให้นักเรียนกลับไปทบทวนความรู้ที่เกี่ยวกับบทเรียนที่เรียนไป
3. ให้นักเรียนค้นคว้าทำรายงาน
4. ให้นักเรียนกลับไปอ่านบทเรียนบทถัดไป
5. ให้นักเรียนสรุปผลการปฏิบัติงานตามใบงาน

ผลงาน/ชิ้นงาน/ความสำเร็จของผู้เรียน

.....

.....

.....

.....

.....

สื่อการเรียนการสอน

สื่อสิ่งพิมพ์

1. หนังสือธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของ อ.ศิรินันท์ เหลืองอภิรมย์
2. ใบงาน
3. แผ่นภาพ

สื่อโสตทัศน

1. เครื่องคอมพิวเตอร์
2. สื่อ Powerpoint หรือแผ่นใส
3. สื่อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต
4. วิดีโอ
5. ทวี

แหล่งการเรียนรู้

ในสถานศึกษา

1. ห้องสมุด ได้แก่ หนังสือ ตำรา ที่เกี่ยวกับวิชาการธุรกิจดิจิทัล
2. ห้องปฏิบัติการ ได้แก่ กฎความปลอดภัยเกี่ยวกับธุรกิจดิจิทัล คู่มือการใช้ธุรกิจดิจิทัล
วิดีโอชุดฝึก ธุรกิจดิจิทัล
3. ครูผู้สอน
4. ค้นคว้าหาความรู้ทางอินเทอร์เน็ต

นอกสถานศึกษา

1. สถานประกอบการที่ทำธุรกรรมในอาชีพออนไลน์และกรณีศึกษา
2. หอสมุดมหาวิทยาลัย
3. บริษัทที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแพลตฟอร์มของอาชีพออนไลน์และกรณีศึกษา เพื่อ
พัฒนาองค์กรในยุคดิจิทัล

การบูรณาการ/ความสัมพันธ์กับวิชาอื่น

1. วิชาพื้นฐานธุรกิจดิจิทัล
2. วิชาอินเทอร์เน็ตเพื่อสรรพสิ่ง

การประเมินผล

ก่อนเรียน

1. ตรวจการแต่งกายของนักเรียน
2. มารยาทของนักเรียน
3. การมีสัมมาคารวะของนักเรียน
4. การถามตอบ

ขณะเรียน

1. สังเกตพฤติกรรมการเรียน
2. ถาม-ตอบ
3. สังเกตความสนใจและความกระตือรือร้นในการศึกษาค้นคว้าบนโลกออนไลน์

หลังเรียน

1. ทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน
2. สอบเก็บคะแนน
3. ผลการปฏิบัติงานตามใบงานบนสื่อออนไลน์

ผลงาน/ชิ้นงาน/ผลสำเร็จของผู้เรียน

.....

.....

.....

.....

.....

บันทึกหลังการสอน

ผลการใช้แผนการสอน

1. เนื้อหามีความสอดคล้องกับจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม
2. จำนวนที่กำหนดไว้ในหน่วยนี้ มีความเหมาะสมพอดี
3. กิจกรรมการสอนหรือวิธีการสอนในขั้นตอนการสอนกิจกรรมของนักเรียนมีความเหมาะสมพอดี
4. ใบงานมีการกำหนดขั้นตอนในการค้นคว้าหาข้อมูลบนเว็บไซต์อย่างถูกต้อง

ผลการเรียนของนักเรียน

1. นักเรียนส่วนใหญ่มีความตั้งใจเรียน สืบจากการสอบถาม ถาม-ตอบ ได้ถูกต้อง เป็นส่วนใหญ่
2. นักเรียนส่วนใหญ่ทำแบบฝึกหัดและปฏิบัติงานตามใบงานได้ถูกต้องมากขึ้น
3. นักเรียนส่วนใหญ่มีคะแนนสอบสูงขึ้น
4. นักเรียนผลิตผลงานและได้ความรู้จากการเรียนการสอนผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตโดยใช้แพลตฟอร์มต่าง ๆ ตามถนัด

ผลการสอนของครู

1. ใช้โปรแกรมและแอปพลิเคชันเข้ามาช่วยทำให้การเรียนการสอนสามารถศึกษาค้นคว้าได้หลากหลายและเร็วขึ้นละเอียดขึ้น
2. มีความมั่นใจในการสอนมากขึ้น
3. สอนได้ตามเวลาที่กำหนดของแผนการสอน

แผนการสอน	หน่วยที่ 9
ชื่อวิชา ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์	สอนครั้งที่ 1
ชื่อหน่วย ธุรกิจดิจิทัลในอนาคต	ชั่วโมงรวม 72
ชื่อเรื่อง ธุรกิจดิจิทัลในอนาคต	จำนวนชั่วโมง 4

หัวข้อเรื่อง

1. ธุรกิจดิจิทัลในอนาคต

1. แนวโน้มที่จะเกิดการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล
2. แนวโน้มของรูปแบบธุรกิจในอนาคต
3. แนวโน้มในอนาคตที่นำมาซึ่งความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี
4. การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในอนาคต
5. วิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงธุรกิจไทยและอุตสาหกรรมโลกในอีก 10 ปีข้างหน้า
6. สรุปความเป็นไปได้ของโมเดลธุรกิจในอนาคต

สาระสำคัญ

ในอนาคตจะมีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีใหม่อย่างรวดเร็วแล้วระดับการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น คนจะใช้ข้อมูลในอัตราที่เร็วจะทำให้มิติใหม่ทางการธุรกิจและอุตสาหกรรม ดังนั้นแนวโน้มที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล เป็นสิ่งที่จะเกิดผลกระทบกับประชากรทั่วโลก

สมรรถนะประจำหน่วย (การประยุกต์ใช้ ความรู้ ทักษะ คุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ)

1. รู้และเข้าใจทฤษฎีหลักการทำงานของเรื่องธุรกิจดิจิทัลในอนาคตได้อย่างถูกต้อง
2. สามารถทำเรื่องธุรกิจดิจิทัลในอนาคต และสำเร็จภายในเวลาที่กำหนดอย่างมีเหตุและผลตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

แผนการสอน	หน่วยที่ 9
ชื่อวิชา ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์	สอนครั้งที่ 1
ชื่อหน่วย ธุรกิจดิจิทัลในอนาคต	ชั่วโมงรวม 72
ชื่อเรื่อง ธุรกิจดิจิทัลในอนาคต	จำนวนชั่วโมง 4

จุดประสงค์การสอน

จุดประสงค์ทั่วไป

1. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการอธิบายธุรกิจดิจิทัลในอนาคต
2. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการบอกลักษณะประเภทของธุรกิจดิจิทัลในอนาคต
3. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจดิจิทัลในอนาคต
4. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในการอธิบายการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในอนาคต
5. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจ สามารถวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงธุรกิจไทยและอุตสาหกรรมโลกในอีก 10 ปีข้างหน้า
6. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจ สามารถสรุปความเป็นไปได้ของโมเดลธุรกิจในอนาคต

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

ด้านความรู้

1. บอกแนวโน้มที่จะเกิดการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัลได้
2. บอกแนวโน้มของรูปแบบธุรกิจในอนาคตได้
3. บอกแนวโน้มในอนาคตที่นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีได้
4. อธิบายการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในอนาคตได้
5. สามารถวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงธุรกิจไทยและอุตสาหกรรมโลกในอีก 10 ปีข้างหน้าได้
6. สามารถสรุปความเป็นไปได้ของโมเดลธุรกิจในอนาคตได้

เนื้อหาสาระ

ทฤษฎี

1. แนวโน้มที่จะเกิดการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล
 - 1 คือ AI
 - 2 คือ Internet of Things
 - 3 คือ Blockchain
2. แนวโน้มของรูปแบบธุรกิจในอนาคต

การคาดการณ์อนาคต (Foresight)
3. แนวโน้มในอนาคตที่นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี
 1. Service Economy
 2. Platform
 4. Responsibility
 5. Virtual Word
 6. Mobility and Connectivity
4. การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในอนาคต
 1. โลกของเรากำลังแก่! เพราะ 1.4 พันล้านคนจะเป็นผู้สูงอายุ
 2. โลกไร้พรมแดนเหมือนเดิม เพิ่มเติมคืออำนาจทางเศรษฐกิจใหม่ที่โตแบบก้าวกระโดด
 3. โลกที่ขาดแคลนทรัพยากร
 4. โลกของการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค 4.0
 5. โลกที่หมุนบนแกนของความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคม

5. วิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงธุรกิจไทยและอุตสาหกรรมโลกในอีก 10 ปีข้างหน้า

1. Internet of Things หรือ IoT
2. การชาร์จแบบไร้สายที่ไร้ขีดจำกัด
3. การทำงานอัตโนมัติและบทบาทมนุษย์ที่น้อยลง
4. ยุคของ AI
5. Smart home
6. AR และ VR จะมีบทบาทมากขึ้น
7. การพิมพ์แบบสามมิติ (3D Printing)
8. รถยนต์ระบบขับเคลื่อนตนเอง
9. ไบโอมेटริกซ์กับความปลอดภัยที่เพิ่มขึ้นและสะดวกขึ้น
10. โดรนที่ทรงประสิทธิภาพ
11. การสื่อสารที่เชื่อมต่อกันได้อย่างง่ายดาย
12. สำนักงานอิเล็กทรอนิกส์ (E-Office)
13. ห้องสมุดเสมือนจริง (Virtual Library)

กิจกรรมการเรียนการสอน	
ขั้นตอนการสอนหรือกิจกรรมของครู	ขั้นตอนการเรียนรู้หรือกิจกรรมของนักเรียน
1. ตรวจเช็ครายชื่อประจำวัน 2. ชักถามนักเรียน-นักศึกษาเป็นรายบุคคล 3. กล่าวนำก่อนเข้าเนื้อหา 4. อธิบายเนื้อหา 5. ชักถามนักเรียนเพิ่มเติม 6. สังเกตนักเรียนในระหว่างการสอน 7. ให้นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน 8. ให้นักเรียนไปศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม 9. วัดผลและประเมินผลภาคทฤษฎี 10. แบ่งนักเรียนออกเป็นกลุ่ม กลุ่มละ 3 คน ปฏิบัติตามใบงาน 11. วัดผลและประเมินภาคปฏิบัติ หมายเหตุ ใช้วิธีจัดการเรียนการสอนโดยใช้สื่อเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น 1. Facebook Group 2. Google Classroom 3. Google Meet 4. Zoom 5. Line 6. Youtube	1. ตั้งใจฟังคำอธิบาย 2. จัดบันทึกเพิ่มเติม 3. นักเรียนตอบคำถามเป็นรายบุคคล 4. นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน 5. สอบภาคทฤษฎี 6. เข้ากลุ่มตามที่ครูจัดแบ่ง แล้วปฏิบัติงานตามใบงานที่ได้รับมอบหมาย 7. ศึกษาค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ต

งานที่มอบหมายหรือกิจกรรม

ก่อนเรียน

1. ชี้แจงข้อตกลงในการเรียนวิชานี้ในระยะเวลาเรียน วิธีการให้คะแนน วิธีการตัดเกรด
2. ความประพฤตินในห้องเรียน
3. การทำกิจกรรม การมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละคนในห้องเรียน

ขณะเรียน

1. ให้นักเรียนตั้งใจฟังคำอธิบาย
2. ให้นักเรียนจดบันทึกเพิ่มเติม
3. ให้นักเรียนตอบคำถามเป็นรายบุคคล
4. ให้นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน
5. นักเรียนสอบภาคทฤษฎี
6. นักเรียนเข้ากลุ่มตามที่ครูจัดแบ่ง แล้วปฏิบัติงานตามใบงานที่ได้รับมอบหมาย
7. ให้นักเรียนศึกษาค้นคว้าบนอินเทอร์เน็ต
8. สรุปผลการเรียนโดยการซักถามปัญหาที่เกิดขึ้น

หลังเรียน

1. ให้นักเรียนทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน
2. ให้นักเรียนกลับไปทบทวนความรู้ที่เกี่ยวกับบทเรียนที่เรียนไป
3. ให้นักเรียนค้นคว้าทำรายงาน
4. ให้นักเรียนกลับไปอ่านบทเรียนบทถัดไป
5. ให้นักเรียนสรุปผลการปฏิบัติงานตามใบงาน

ผลงาน/ชิ้นงาน/ความสำเร็จของผู้เรียน

.....

.....

.....

.....

.....

สื่อการเรียนการสอน

สื่อสิ่งพิมพ์

1. หนังสือธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของ อ.ศิรินันท์ เหลืองอภิรมย์
2. ใบงาน
3. แผ่นภาพ

สื่อโสตทัศน์

1. เครื่องคอมพิวเตอร์
2. สื่อ Powerpoint หรือแผ่นใส
3. สื่อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต
4. วิดีโอ
5. ทีวี

แหล่งการเรียนรู้

ในสถานศึกษา

1. ห้องสมุด ได้แก่ หนังสือ ตำรา ที่เกี่ยวกับวิชางานธุรกิจดิจิทัล
2. ห้องปฏิบัติการ ได้แก่ กฎความปลอดภัยเกี่ยวกับธุรกิจดิจิทัล คู่มือการใช้ธุรกิจดิจิทัล วิดีโอชุดฝึก ธุรกิจดิจิทัล
3. ครูผู้สอน
4. ค้นคว้าหาความรู้ทางอินเทอร์เน็ต

นอกสถานศึกษา

1. สถานประกอบการที่ทำธุรกรรมในอาชีพออนไลน์และกรณีศึกษา
2. หอสมุดมหาวิทยาลัย
3. บริษัทที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแพลตฟอร์มของอาชีพออนไลน์และกรณีศึกษา เพื่อพัฒนาองค์กรในยุคดิจิทัล

การบูรณาการ/ความสัมพันธ์กับวิชาอื่น

1. วิชาพื้นฐานธุรกิจดิจิทัล
2. วิชาอินเทอร์เน็ตเพื่อสรรพสิ่ง

การประเมินผล

ก่อนเรียน

1. ตรวจการแต่งกายของนักเรียน
2. มารยาทของนักเรียน
3. การมีสัมมาคารวะของนักเรียน
4. การถามตอบ

ขณะเรียน

1. สังเกตพฤติกรรมการเรียน
2. ถาม-ตอบ
3. สังเกตความสนใจและความกระตือรือร้นในการศึกษาค้นคว้าบนโลกออนไลน์

หลังเรียน

1. ทำแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน
2. สอบเก็บคะแนน
3. ผลการปฏิบัติงานตามใบงานบนสื่อออนไลน์

ผลงาน/ชิ้นงาน/ผลสำเร็จของผู้เรียน

.....

.....

.....

.....

.....

บันทึกหลังการสอน

ผลการใช้แผนการสอน

1. เนื้อหามีความสอดคล้องกับจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม
2. จำนวนที่กำหนดไว้ในหน่วยนี้ มีความเหมาะสมพอดี
3. กิจกรรมการสอนหรือวิธีการสอนในขั้นตอนการสอนกิจกรรมของนักเรียนมีความเหมาะสมพอดี
4. ใบงานมีการกำหนดขั้นตอนในการค้นคว้าหาข้อมูลบนเว็บไซต์อย่างถูกต้อง

ผลการเรียนของนักเรียน

1. นักเรียนส่วนใหญ่มีความตั้งใจเรียน ลังเกตจากการสอบถาม ถาม-ตอบ ได้ถูกต้องเป็นส่วนใหญ่
2. นักเรียนส่วนใหญ่ทำแบบฝึกหัดและปฏิบัติงานตามใบงานได้ถูกต้องมากขึ้น
3. นักเรียนส่วนใหญ่มีคะแนนสอบสูงขึ้น
4. นักเรียนเพลิดเพลินและได้ความรู้จากการเรียนการสอนผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตโดยใช้แพลตฟอร์มต่าง ๆ ตามถนัด

ผลการสอนของครู

1. ใช้โปรแกรมและแอปพลิเคชันเข้ามาช่วยทำให้การเรียนการสอนสามารถศึกษาค้นคว้าได้หลากหลายและเร็วขึ้นละเอียดขึ้น
2. มีความมั่นใจในการสอนมากขึ้น
3. สอนได้ตามเวลาที่กำหนดของแผนการสอน

บันทึกหลังการสอน

ข้อสรุปหลังการสอน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหาที่พบ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

แนวทางแก้ปัญหา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(ครูผู้สอน)

เฉลยแบบฝึกหัด

ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์

แบบประเมินผลการเรียนรู้ บทที่ 1

จุดประสงค์ เพื่อประเมินความรู้พื้นฐานของผู้เรียน เรื่อง สื่อสังคมออนไลน์

คำแนะนำ 1. อ่านคำถามต่อไปนี้และทำเครื่องหมายกากบาท (X) ข้อที่ถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียวลงในกระดาษคำตอบ (คะแนนเต็ม 10 คะแนน)

2. เวลาสำหรับการทำประเมิน 15 นาที

คำสั่ง จงทำเครื่องหมายกากบาท (X) ในข้อที่นักเรียนเห็นว่าถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว

1. สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง

ก. สื่อดิจิทัลที่ทำงานอยู่บนพื้นฐานของเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต

ข. สื่อส่วนบุคคลบนอินเทอร์เน็ต

ค. เครือข่ายสังคมออนไลน์

ง. ถูกทุกข้อ

2. หน้าที่เป็นจุดเชื่อมต่อของเครือข่าย เรียกว่า

ก. NETWORKS SWITCH

ข. ROUTER

ค. GATE WAY

ง. ถูกทั้ง ข. และ ค.

3. Crowd Sourcing หมายถึงอะไร

ก. การรวมตัวของกลุ่มคนที่ต้องการบรรลุเป้าหมายเดียวกัน

ข. การรวมตัวของกลุ่มคนที่กิจกรรมบนออนไลน์

ค. การรวมตัวของกลุ่มชนในการโพสต์ข้อความร่วมกัน

ง. การรวมตัวของกลุ่มชนในการสร้างสรรค์ผลงานบนออนไลน์

4. เซิร์ฟเวอร์ (Server) คือ

ก. อุปกรณ์ที่ใช้เชื่อมต่อกลุ่มของคอมพิวเตอร์

ข. เครื่องคอมพิวเตอร์หลักในเครือข่ายคือ เครื่องแม่ข่าย

ค. ส่งข้อมูลที่ได้รับมาจากพอร์ตหนึ่งไปยังพอร์ตเฉพาะที่เป็น

ปลายทางเท่านั้น

ง. อุปกรณ์ที่ทำหน้าที่เชื่อมต่อเครือข่ายอย่างหนึ่ง

5. ข้อใด “ไม่ใช่” ประโยชน์ของ Social Networks เครือข่ายสังคมออนไลน์

- ก. สามารถแลกเปลี่ยนความรู้ในสิ่งที่สนใจร่วมกันได้
- ข. ประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น
- ค. **ทำให้ใช้เวลากับโทรศัพท์มากเกินไป**
- ง. สะดวกรวดเร็วในการใช้งาน

6. ฮับ หรือ รีพิตเตอร์ เป็นอุปกรณ์ที่ใช้ประโยชน์อะไร

- ก. การมีเครื่องผู้ให้บริการและเครื่องผู้ให้บริการในการสื่อสาร
- ข. **คืออุปกรณ์ใช้เชื่อมต่อกลุ่มของคอมพิวเตอร์ มีหน้าที่ส่งเฟรมที่ได้รับจากพอร์ตใดพอร์ตหนึ่ง**

- ค. อุปกรณ์ทำหน้าที่เชื่อมต่อเครือข่ายอย่างใดอย่างหนึ่ง
- ง. คือจุดต่อเชื่อมของเครือข่ายทำหน้าที่เป็นทางเข้าสู่ระบบ

7. ข้อใด “ไม่ใช่” อุปกรณ์เครื่องมือสื่อออนไลน์

- ก. เซิร์ฟเวอร์
- ข. ฮับ
- ค. ไคลเอนต์
- ง. **ถูกทุกข้อ**

8. Meritocracy เป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตแบบใด

- ก. เป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตแบบมีแรงจูงใจ
- ข. เป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสร้างสังคมชุมชนเสมือน
- ค. เป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่สามารถสร้างสรรค์ผลงานตัวเองได้
- ง. **เป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีความเท่าเทียมกัน**

9. ประเภทสื่อสังคมออนไลน์มีกี่ประเภท

- ก. 7 ประเภท
- ข. **8 ประเภท**
- ค. 9 ประเภท
- ง. 10 ประเภท

10. ข้อใด “ไม่ใช่” บทบาทของสื่อออนไลน์

- ก. The Fifth Estate
- ข. Meritocracy
- ค. Open Source
- ง. **User Media**

ตอนที่ 2 จงอธิบายคำตอบมาให้ถูกต้องสมบูรณ์

1. ความหมายของสื่อออนไลน์ หมายถึง

สื่อดิจิทัลที่ทำงานอยู่บนพื้นฐานของเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต ที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคม ที่มีผู้สื่อสารจัดทำขึ้น โดยที่ผู้เขียนจัดทำขึ้นเอง แล้วนำมาแบ่งปันเนื้อหา ข้อมูล ข่าวสาร ประสิทธิภาพ และพูดคุยให้ผู้ใช้ในโลกออนไลน์ กับคนที่อยู่ในสังคมเดียวกันได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ รวมถึงการใช้ประโยชน์ร่วมกัน

2. Virtual Worlds (โลกเสมือน) มีอะไรบ้าง

1. Share Space ผู้ใช้หลายคนสามารถเข้าไปยังสถานที่ต่างๆ ได้ในเวลาเดียวกัน
2. Graphical User Interface โลกเสมือนจะใช้ภาพในการนำเสนอ โดยอาจจะเป็นภาพ 2 มิติหรือ 3 มิติก็ได้
3. Immediacy มีการตอบสนองเกิดขึ้นทันที
4. Interactivity ผู้ใช้สามารถสร้าง พัฒนาและเปลี่ยนแปลง ข้อมูลที่ต้องการในโลกเสมือนได้เอง
5. Persistence สถานที่หรือข้อมูลต่าง ๆ ในโลกเสมือน จะยังคงมีอยู่ต่อไป ถึงแม้ว่าผู้ใช้จะไม่ได้ log in เข้าสู่ระบบ
6. Socialization/Community ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มของผู้ใช้เป็นสังคมย่อย ๆ เช่น ทีม คลับ เพื่อนบ้าน เป็นต้น

3. ยกตัวอย่างประเภทของสื่อออนไลน์มา 3 ตัวอย่าง

1. Weblogs
2. Social Networking
3. Micro Blogging และ Micro Sharing

4. Crowd sourcing แบ่งได้กี่ประเภท อะไรบ้าง

แบ่งออกเป็น 4 ประเภท

1. Contest
2. Collaborative Communities
3. Complementors
4. Labor Market

5. ประเภทของธุรกิจดิจิทัล แบ่งเป็นกี่ประเภท อะไรบ้าง

มี 4 ประเภท ได้แก่

1. ธุรกิจแบบพื้นฐาน
2. ธุรกิจแบบระดับกลาง
3. ธุรกิจระดับสูง
4. ธุรกิจระบบขั้นสูงมาก

6. ประโยชน์ของ Social networks มีอะไรบ้าง พร้อมอธิบาย

1. สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ในสิ่งที่สนใจร่วมกันได้
2. เป็นคลังข้อมูลความรู้ขนาดย่อมเพราะเราสามารถเสนอและแสดงความคิดเห็นแลกเปลี่ยนความรู้หรือตั้งคำถามในเรื่องต่าง ๆ เพื่อให้บุคคลอื่นที่สนใจหรือมีคำตอบได้ช่วยกันตอบ
3. ประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารกับคนอื่น สะดวกและรวดเร็ว
4. เป็นสื่อในการนำเสนอผลงานของตัวเอง เช่น งานเขียน รูปภาพ วิดีโอต่าง ๆ เพื่อให้ผู้อื่นได้เข้ามารับชมและแสดงความคิดเห็น
5. ใช้เป็นสื่อในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือบริการลูกค้าสำหรับบริษัทและองค์กรต่าง ๆ ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้า

7. เซิร์ฟเวอร์ (Server) คืออะไร

เซิร์ฟเวอร์ (Server) หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า เครื่องแม่ข่าย เป็นเครื่องคอมพิวเตอร์หลักในเครือข่าย ที่ทำหน้าที่จัดเก็บและให้บริการไฟล์ข้อมูลและทรัพยากรอื่น ๆ กับคอมพิวเตอร์เครื่องอื่น ๆ ในเครือข่าย โดยปกติคอมพิวเตอร์ที่นำมาใช้เป็นเซิร์ฟเวอร์มักจะเป็นเครื่องที่มีสมรรถนะสูง และมีฮาร์ดดิสก์ความจำสูงกว่าคอมพิวเตอร์เครื่องอื่น ๆ ในเครือข่าย

8. ไคลเอนต์ (Client) คืออะไร

การที่มีเครื่องผู้ให้บริการ (Server) และเครื่องผู้ใช้บริการ (Client) เชื่อมต่อกันอยู่ และเครื่องผู้ใช้บริการได้มีการติดต่อร้องขอบริการจากเครื่องผู้ให้บริการ เครื่องผู้ให้บริการก็จะจัดการตามที่เครื่องผู้ขอใช้บริการร้องขอ แล้วส่งข้อมูลกลับไปให้เครือข่ายแบบไคลเอนต์/เซิร์ฟเวอร์ เหมาะกับระบบเครือข่ายที่ต้องการเชื่อมต่อกับเครื่องลูกข่ายจำนวนมาก โดยการรองรับจำนวนเครื่องลูกข่าย (Client) อาจเป็นหลักสิบหลักร้อย หรือหลักพัน เพราะฉะนั้นเครื่องที่จะนำมาทำหน้าที่ให้บริการจะต้องเป็นเครื่องที่มีประสิทธิภาพสูง เนื่องจากถูกออกแบบมาเพื่อทนทานต่อความผิดพลาด (Fault Tolerance) และต้องคอยให้บริการทรัพยากรให้กับเครื่องลูกข่ายตลอดเวลา โดยเครื่องที่จะนำมาทำเป็นเซิร์ฟเวอร์อาจเป็นคอมพิวเตอร์แบบเมนเฟรม มินิคอมพิวเตอร์ หรือไมโครคอมพิวเตอร์ก็ได้

9. เราเตอร์ (Router) คืออะไร

อุปกรณ์ที่ทำหน้าที่เชื่อมต่อระบบเครือข่ายอย่างหนึ่ง ซึ่งถ้าแปลความหมายคำว่า Router ก็คือ ถนน นั่นเอง ดังนั้น การเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์ด้วย Router ทำให้เราสามารถเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์ได้มากกว่าหนึ่งเครื่องในเวลาเดียวกัน ซึ่ง Router นั้นจะมีซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการควบคุมการทำงานเรียกว่า Internetwork Operating System (IOS) และตัว Router จะมีช่องที่ใช้เสียบต่อสายสัญญาณเรียกว่า Port LAN ซึ่งโดยทั่วไปมักมี 4 Ports หรือมากกว่า ใน Router 1 ตัว

10. คราวด์ซอร์ซซิง (Crowdsourcing) หมายถึงและประกอบด้วยอะไรบ้าง การรวมตัวของกลุ่มคน หรือ มวลชน ที่ต้องการบรรลุเป้าหมายเดียวกัน ประกอบด้วย 7 ประเด็นหลัก ๆ ที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ประกอบด้วย

1. User Generated Content ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตสามารถสร้างสรรค์ “สาร” ด้วยตนเองเพื่อแบ่งปันผู้อื่น
2. The Fifth Estate ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นผู้ควบคุมความคิดเห็น สาธารณะผ่านอินเทอร์เน็ตหรือสื่อออนไลน์
3. Prosumer ผู้บริโภคมีบทบาทในการสร้างผลิตภัณฑ์ เพื่อสนองความต้องการของตนเองมากขึ้น ผ่านการแสดงความคิดเห็นบนสื่อออนไลน์
4. Meritocracy สังคมที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีความเท่าเทียมกัน โดยวัดกันที่ความสามารถและคุณภาพ
5. Open Source ผู้พัฒนาซอฟต์แวร์ สามารถพัฒนาต่อเติมโปรแกรม ปฏิบัติการร่วมกันได้ในระบบเปิด
6. Collaborative ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมีแรงจูงใจสร้างสรรค์สิ่งที่เป็น ประโยชน์
7. Sitesharing ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตสร้างสังคมชุมชนเสมือน เพื่อแบ่งปัน ข้อมูลกันอย่างเสรี

๙๙๙๙๙

แบบประเมินผลการเรียนรู้ บทที่ 2

จุดประสงค์ เพื่อประเมินความรู้พื้นฐานของผู้เรียน เรื่อง การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ

คำแนะนำ 1. อ่านคำถามต่อไปนี้และทำเครื่องหมายกากบาท (X) ข้อที่ถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียวลงในกระดาษคำตอบ (คะแนนเต็ม 10 คะแนน)

2. เวลาสำหรับการทำประเมิน 15 นาที

คำสั่ง จงทำเครื่องหมายกากบาท (X) ในข้อที่นักเรียนเห็นว่าถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว

1. บทบาทการสนทนาทางธุรกิจที่จะก่อให้เกิดผลสำเร็จคือ

- ก. ผู้สื่อสารต้องมีจุดประสงค์เด่นชัด
- ข. ผู้สื่อสารต้องมีความพร้อมในการสื่อสาร
- ค. ผู้สื่อสารต้องมีการฝึกฝนทักษะอยู่เสมอ

ง. ถูกทุกข้อ

2. Electronic Direct Mail หรืออีกอย่างหนึ่งว่าอะไร

ก. Electronic mail

ข. E-newsletter

ค. E-new normal

ง. Electronic letter

3. รูปแบบการจ่ายเงินแบบ PPC(Pay Per Click) คือ

ก. การจ่ายเงินทุกครั้งที่ลงโฆษณา

ข. การจ่ายเงินทุกครั้งที่มีการคลิกเข้าไปดูโฆษณา

ค. การจ่ายเงินทุกครั้งเมื่อต้องการเข้าเว็บ

ง. การจ่ายเงินทุกครั้งที่มีการโพสต์

4. เครื่องมือสื่อสารทางธุรกิจออนไลน์คือข้อใด

ก. Social Media

ข. Google Analytics

ค. Mail Chimp

ง. ถูกทุกข้อ

5. ช่องทางการสื่อสารทางธุรกิจที่ได้รับความนิยมคือข้อใด

- ก. การสื่อสารส่วนบุคคล
- ข. การสื่อสารระหว่างบุคคล
- ค. การสื่อสารแบบเน้นมีส่วนร่วม

ง. ถูกทุกข้อ

6. ข้อใด“ไม่ใช่”ช่องทางการสื่อสารบนตลาดออนไลน์

- ก. การสื่อสารส่วนบุคคล
- ข. การสื่อสารระหว่างบุคคล
- ค. การสื่อสารแบบเน้นการมีส่วนร่วม

ง. การสื่อสาร 2 ทาง

7. การบริการของ Google Adwords อยู่ในรูปแบบใด

ก. Pay Pay Click

ข. Pay Per Click

ค. Per Pay Click

ง. Google Click

8. คนส่วนใหญ่เชื่อว่า Email Marketing เป็นอะไร

ก. Virus

ข. Email

ค. Spam Email

ง. Business Mail

9. จุดมุ่งหมายของการใช้ยูทูปในการโฆษณา คือ

ก. ปิดประกาศฟรี

ข. ใส่แบนเนอร์โฆษณาได้

ค. ได้รับค่าคอมมิชชั่น

ง. สร้างอีเมลจ ภาพลักษณ์ สินค้า

10. โพสต์ประกาศลงสินค้าฟรีที่โด่งดังที่สุดในประเทศไทยคือ

ก. Kaidee

ข. Lazada

ค. Amazon

ง. Ebay

ตอนที่ 2 จงอธิบายคำตอบมาให้ถูกต้องสมบูรณ์

1. สิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงเพื่อให้การสนทนาทางธุรกิจประสบผลสำเร็จ มีอะไรบ้าง

1. การเตรียมประโยคสนทนา
2. ยิ้มและทักทายอย่างเป็นมิตร
3. ใช้คำที่เป็นมาตรฐานและแม่นยำ
4. เป็นผู้ฟังที่ดี
5. ให้ความเคารพลูกค้า
6. ให้คำแนะนำในเวลาที่เหมาะสม
7. พูดเข้าประเด็นหลัก
8. เชื่อมั่นในทัศนคติของตนเอง
9. ควบคุมอารมณ์ขณะคุยกับลูกค้า

2. การสื่อสารขั้นพื้นฐานเพื่อให้การสื่อสารบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ คือ

1. ผู้ส่งสารต้องมีจุดประสงค์ที่เด่นชัดในการสื่อสาร
2. ผู้สื่อสารต้องมีความรู้ความเข้าใจในสารที่ต้องการจะส่ง
3. ผู้สื่อสารต้องมีความพร้อมในการสื่อสาร
4. ผู้สื่อสารต้องรู้จักใช้วิธีการสื่อสารให้เหมาะสม
5. ผู้สื่อสารทางธุรกิจต้องมีการฝึกฝนทักษะอยู่เสมอ
6. ผู้สื่อสารต้องรู้จักเลือกกาลเทศะในการสื่อสารให้เหมาะสม

3. จุดประสงค์ของการสื่อสารทางธุรกิจ แยกออกได้กี่อย่าง มีอะไรบ้าง
แยกออกได้ 3 อย่าง ได้แก่

1. เพื่อแจ้งข่าวสาร
2. เพื่อโน้มน้าวจิตใจ
3. เพื่อประชาสัมพันธ์

4. ช่องทางการสื่อสารที่สามารถสอดคล้องกับธุรกิจ มีกี่ช่องทาง อะไรบ้าง

มี 3 ช่องทาง ได้แก่

1. การสื่อสารส่วนบุคคล
2. การสื่อสารระหว่างบุคคล
3. การสื่อสารแบบเน้นการมีส่วนร่วม

5. การใช้โซเชียลมีเดีย ประกอบด้วยอะไรบ้าง

ไม่ว่าจะเป็น Line, Instagram, Facebook, Youtube ช่องทางเหล่านี้เป็นช่องทางการสื่อสารที่คนส่วนใหญ่ใช้ และดีต่อการเผยแพร่คอนเทนต์ที่หลากหลาย ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ซึ่งควรเลือกช่องทางไม่เกิน 2 ช่องทาง และหลังจากนั้นจึงค่อย ๆ ขยายไปช่องทางอื่น ๆ บางครั้งการพยายามใช้ Social Media หมดทุกตัวก็ไม่ได้เปรียบเสมอไป เพราะ Social Media บางตัวอาจไม่สามารถตอบสนองได้ครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้าได้ ดังนั้น บางครั้งการใช้เพียงเว็บไซต์อย่างเดียวก็อาจเพียงพอแล้ว แต่ควรต้องออกแบบให้ใช้งานง่าย หาข้อมูลสะดวก และอัปเดตข้อมูลเป็นประจำสม่ำเสมอ นอกจากเป็นการลงทุนที่ไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับสื่อด้านอื่น ยังสามารถเข้าถึงกลุ่มคนได้ง่ายและตลอดเวลาอีกด้วย แต่การใช้ Social Network ก็มีทั้งผลดีและผลเสีย ขึ้นอยู่กับการใช้งาน ผู้ประกอบการจึงควรใช้ Social Network อย่างมีหลักการ เพื่อว่าการใช้ Social Network จะส่งผลดีให้บริษัทหรือธุรกิจมากกว่าจะเป็นการลดทอนภาพลักษณ์ อย่างไรก็ตาม บางครั้งผู้ใช้งานหรือผู้ประกอบการออนไลน์ อาจมองว่าการอัปเดตข้อมูลข่าวสารบน Social Network เป็นประจำ จะช่วยดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ ให้เข้ามาเป็นแฟนพันธุ์แท้ แต่การอัปเดตข้อมูลมากเกินไปก็ไม่ได้ส่งผลดีเสมอไป

6. การใช้เครื่องมือสื่อสาร มีอะไรบ้าง

1. Social Media
2. G-Suite for Business
3. Google Analytics
4. Mail Chimp

7. ลงโฆษณากับ Google Adwords คืออะไร

บริการของ Google Adwords อยู่ในรูปแบบของ PPC (Pay Per Click) หรือการจ่ายเงินเมื่อมีการคลิกเข้าไปดูโฆษณาเท่านั้น ถ้าไม่มีคนคลิกโฆษณาก็ไม่เสียเงิน ทำให้ผู้ที่คลิกเข้าไป ต้องสนใจสินค้าหรือบริการจริง ๆ ถึงจะอ่านข้อความโฆษณา แล้วคลิกเข้าไปเยี่ยมชมเว็บไซต์เป็นขั้นตอนต่อไป โฆษณาจะขึ้นแสดงอยู่ทางด้านบนของผลการค้นหา หรือที่เรียกว่า Sponser Link (Link ของผู้สนับสนุน) ในปัจจุบัน Google Adwords สามารถ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าแต่ละจังหวัดได้แล้ว สามารถกำหนดการแสดงผลของโฆษณาให้อยู่ที่ กรุงเทพฯ หรือ เชียงใหม่ได้ อีกทั้งยังสามารถกำหนดเวลาการแสดงผลได้ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างดีมากในยุคปัจจุบัน

8. การทำ Search Engine Optimization (SEO) คืออะไร

SEO คือ การทำให้เว็บแสดงผลเป็นอันดับต้น ๆ (หน้าแรก) ในการแสดงผลในการค้นหาใน google โดย ถ้าสร้าง Key word ที่ดี เช่น รับติดตั้งกล่องวงจรปิด เมื่อคีย์คำว่ารับติดตั้งกล่องวงจรปิด ในช่องแสดงผลการค้นหา จะพบทันที ข้อดีคือประหยัด แสดงผลได้ยาวนาน ข้อเสียคือเสียเวลา เพราะต้องวิเคราะห์คีย์ ใช้เวลาในการทำอันดับ มีขั้นตอนหลายอย่างในการทำ SEO จะต้องเจอเว็บไซต์ของเราใน 10 ลำดับแรกของการค้นหา จะถือว่าการทำ SEO ประสบผลสำเร็จ

9. Email Marketing คืออะไร มีอะไรบ้าง

คนส่วนใหญ่มีความเชื่อผิด ๆ ว่า Email Marketing เป็น Spam Email แต่จริง ๆ แล้ว Email Marketing ไม่เกี่ยวกับ Spam Email อาจจะส่งข่าวสารให้ลูกค้าที่เคยซื้อสินค้า หรือสมาชิกในเว็บไซต์ ซึ่งเป็นการสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าระยะยาวให้ลูกค้าไม่ลืม และที่สำคัญ Email เป็นช่องทางง่าย ๆ สะดวกสบายและไม่ใช้งบประมาณใด ๆ ด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

Email เป็นช่องทางง่ายและได้ผล ที่ใช้งบประมาณน้อย จนคนส่วนใหญ่ มักจะไม่สนใจ ดังนั้นต้องมาให้ความสนใจช่องทาง Email ด้วยเพราะสามารถส่งข่าวประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ใช่ลูกค้า เพื่อให้ประชาสัมพันธ์ให้คนรู้จักเว็บไซต์ และที่สำคัญใช้ Email เป็นช่องทางในการติดต่อกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เมื่อมีสินค้าใหม่ ๆ หรือโปรโมชั่นหรืออะไรที่อยากจะบอกลูกค้าก็สามารถทำได้เลยทันที

10. SMS Marketing คืออะไร จงอธิบาย

บริการทำการตลาดด้วย SMS โดยสามารถส่ง SMS Online จากระบบผ่านเว็บไซต์ ไปยังโทรศัพท์มือถือ ได้อย่างง่ายดาย และรวดเร็ว ทันใจ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทันที โดยจะมั่นใจได้ว่า SMS ส่งถึงผู้รับ 100% ช่วยให้ธุรกิจที่ทำอยู่ ก้าวหน้าอย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจุบันมีระบบการส่ง SMS ผ่านเว็บไซต์ โดยการส่ง SMS เป็นเครื่องมือสื่อสารที่จะช่วยเพิ่มการสื่อสารด้วย ความสะดวกรวดเร็ว อีกทั้งยัง ประหยัดเงิน และเวลา ในการติดต่อสื่อสารด้วย

แบบประเมินผลการเรียนรู้ บทที่ 3

จุดประสงค์ เพื่อประเมินความรู้พื้นฐานของผู้เรียน เรื่อง หลักการเพิ่มประสิทธิภาพ และการบริหารคุณภาพเพื่อพัฒนาองค์กรในยุคดิจิทัล

คำแนะนำ 1. อ่านคำถามต่อไปนี้และทำเครื่องหมายกากบาท (X) ข้อที่ถูกต้องที่สุด เพียงข้อเดียวลงในกระดาษคำตอบ (คะแนนเต็ม 10 คะแนน)

2. เวลาสำหรับการทำประเมิน 15 นาที

คำสั่ง จงทำเครื่องหมายกากบาท (X) ในข้อที่นักเรียนเห็นว่าถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว

1. SEO ย่อมาจากอะไร

ก. Search E-Banking Optimize

ข. Search Engine Online

ค. Search Engine Optimization

ง. Search E-Book Online

2. ความหมายของ Search Engine Optimize หมายถึงอะไร

ก. การทำเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพ และรองรับการติดอันดับบนกูเกิล

ข. การแชร์เว็บไซต์

ค. การสร้างเว็บไซต์

ง. การประยุกต์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารบนสื่อออนไลน์

3. ข้อใดไม่ใช่ลักษณะของคีย์เวิร์ดที่ใช้ในเว็บไซต์ธุรกิจ

ก. Brand Keyword

ข. Lighthouse Extension

ค. Long-tail Keyword

ง. Evergreen Content

4. ข้อใดไม่ใช่เครื่องมือช่วยทำ SEO

ก. Web Developer Plugin

ข. SEO Minion

ค. SEO quake

ง. Online-Banking

5. SEO กับการทำธุรกิจออนไลน์ ต้องประกอบด้วยข้อใดบ้าง

- ก. เว็บไซต์ต้องมี
- ข. การจัดการต้องรวดเร็ว
- ค. Keyword

ง. ถูกทุกข้อ

6. ข้อใดกล่าวได้ถูกต้องกับความหมายของ “SEASONAL KEYWORD”

- ก. ข้อความแรกต้องเลือกให้เหมาะสมที่สุด
- ข. คีย์เวิร์ดที่ใช้เฉพาะเวลาใดเวลาหนึ่งหรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง
- ค. การทำเว็บไซต์ให้มีคุณภาพ

ง. เป็นคำค้นหาที่คนมีความต้องการสูงมากในช่วงเวลาสั้น ๆ

7. keyword คือ

- ก. ข้อความแรกต้องเลือกให้เหมาะสมที่สุด
- ข. คำที่คนอยากรู้คำตอบหรือความต้องการของคนคนนั้น**
- ค. เป็นคำค้นหาที่คนมีความต้องการสูงมากในช่วงเวลาสั้น ๆ
- ง. คีย์เวิร์ดที่ใช้เฉพาะเวลาใดเวลาหนึ่งหรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง

8. Observe Point มีประโยชน์อย่างไร

- ก. จะช่วยให้ตรวจสอบ Tag ในแต่ละเพจได้
- ข. เครื่องมือนี้มีประโยชน์สำหรับการวิเคราะห์ SEO**
- ค. เอาไว้ใช้ในการดู Page Speed
- ง. การทำแผนผังเว็บไซต์

9. short-term fresh keyword คือ

- ก. การทำเว็บไซต์ให้มีคุณภาพ
- ข. ข้อความแรกต้องเลือกให้เหมาะสมที่สุด
- ค. เป็นคำค้นหาที่คนมีความต้องการสูงมากในช่วงเวลาสั้นๆ
- ง. คีย์เวิร์ดที่ใช้เฉพาะเวลาใดเวลาหนึ่งหรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง**

10. Long-tail keyword คือ

- ก. เป็นคำค้นหาที่คนมีความต้องการสูงมากในช่วงเวลาสั้น ๆ
- ข. การทำเว็บไซต์ให้มีคุณภาพ
- ค. เป็นการนำคำค้นหลาย ๆ คำมาประกอบหรือรวมเข้าด้วยกัน**
- ง. เป็นการเน้นข้อความใหม่สดที่ต้องการ ณ ช่วงเวลาหนึ่งเกิดในระยะเวลา

สั้นๆ

ตอนที่ 2 จงอธิบายคำตอบมาให้ถูกต้องสมบูรณ์

1. จงบอก ความหมายของ SEO (Search Engine Optimization)

Search Engine Optimize หรือที่เรียกสั้น ๆ ว่า SEO คือ การทำเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพ และรองรับการติดอันดับต้น ๆ บน Google ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการออกแบบ และเนื้อหาบนเว็บไซต์ การทำเว็บไซต์ให้ติดอันดับบน Google จะทำให้เว็บไซต์มีคนเข้ามาชมมากขึ้น เป็นร้านค้าอันดับต้น ๆ ที่ลูกค้าเลือกซื้อ และทำให้ยอดขายของธุรกิจเพิ่มขึ้น

เป็นการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ชนิดหนึ่งซึ่งก็คือ เป็นหลักการหรือเทคนิคต่าง ๆ ในการปรับปรุงเว็บไซต์เพื่อที่จะทำให้ เว็บไซต์ ติดอันดับต้น ๆ ในส่วนของผลลัพธ์ของการค้นหา

2. จงยกตัวอย่าง ลักษณะของคีย์เวิร์ดที่ใช้ในเว็บไซต์ธุรกิจ มา 3 อย่าง

1. Brand Keyword
2. Product Keyword
3. Short-tail Keyword

3. Observe Point คืออะไร

เครื่องมือตัวนี้มีประโยชน์สำหรับการวิเคราะห์ (Analytics) เพราะ Observe Point จะตรวจสอบ tag ในหน้าเพจนั้น ๆ พร้อมรายละเอียดแบบครบถ้วน ว่ามีข้อผิดพลาดเกิดขึ้นใน tag ไหน หรือ ทำงานไม่ตรงเป้าหมายอย่างไร แล้วจึงไปปรับแก้ทันที ซึ่งถือว่าสะดวกเป็นอย่างมาก

4. SEO Minion คืออะไร

เครื่องมือตัวนี้เป็นหนึ่งในเครื่องมือที่คนทำ SEO หลายคนนิยมใช้กัน เพราะ SEO Minion ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน และมีข้อมูลให้ครบถ้วน ไม่ว่าจะเป็นการเช็คลิงก์, On-page, SERP Preview และอื่น ๆ ถือเป็นข้อมูลที่ครบถ้วนและสามารถนำมาวิเคราะห์ต่อได้เอง

5. SEO quake คืออะไร

เครื่องมือที่มีผู้นิยมใช้มากที่สุดเป็นอันดับต้น ๆ ของคนทำ SEO จุดเด่นของ SEO quake มีหลายส่วน เช่น การแสดง Ranking เว็บไซต์จากฐานข้อมูลสำคัญ เช่น Alexa, Google, Bing เป็นต้น การวิเคราะห์ความหนาแน่นของ Keyword On-page เพื่อนำไปปรับการทำ SEO On-page รวมไปถึงการเช็ค Backlink และ Internal link ถือว่าเป็นเครื่องมือที่ครบสมบูรณ์สำหรับการทำ SEO อย่างมาก

6. วิธีทำให้คนรู้จักเว็บไซต์มากขึ้น ต้องทำอย่างไร

เว็บไซต์เปรียบเหมือนบ้านที่ให้ลูกค้าได้เข้ามา และยังสร้างความน่าเชื่อถือได้ดีอีกด้วย การสร้างเว็บไซต์จึงจำเป็นต้องใส่ใจในการสร้างขึ้นมา ในปัจจุบันการมีหน้าเว็บไซต์เป็นของตัวเองไม่ใช่เรื่องยาก การสร้างเว็บไซต์สำเร็จรูป เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่สามารถออกแบบเว็บไซต์ให้ตรงตามความต้องการ และยังใส่ใจเรื่องคุณภาพของเว็บ ตลอดจนข้อมูลที่ต้องการส่งต่อถึงลูกค้า เพราะฉะนั้นถ้ามี ธุรกิจออนไลน์ การมีเว็บไซต์เป็นของตัวเองจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะเริ่ม การทำ SEO และเรื่องการส่งเสริมภาพลักษณ์ธุรกิจได้เป็นอย่างดี

7. การวางกลยุทธ์เกี่ยวกับการทำ SEO มีอะไรบ้าง

1. เป้าหมายคือใคร
2. ลูกค้าใช้มือถือมากกว่าคอมพิวเตอร์
3. การเลือกใช้ Keyword
4. มีเว็บไซต์ที่ดี มีคุณภาพ
5. Backlink เป็นสิ่งสำคัญ
6. โซเชียลมีเดียเข้ามามีบทบาท
7. รู้จักตรวจสอบประสิทธิภาพของ SEO

8. กลยุทธ์หลัก ๆ ในการทำ SEO ต้องทำอย่างไรบ้าง บอกมาให้ครบ

1. ทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักเว็บไซต์ก่อน
2. ทำเนื้อหาและออกแบบเว็บไซต์ให้น่าสนใจ
3. ให้ความรู้เกี่ยวกับประเภทสินค้าหรือบริการที่ขาย
4. ขยายของ
5. กระตุ้นให้ลูกค้าได้เขียนรีวิวสินค้าและบอกต่อ

9. การติดตามความเปลี่ยนแปลงด้าน SEO ของเว็บไซต์ ต้องทำอย่างไร

ขั้นตอนทำ SEO ขั้นตอนสุดท้าย คือ การติดตามความเปลี่ยนแปลงด้าน SEO ของเว็บไซต์ ว่ามีคนเข้าชมดีขึ้นหรือแย่ลงกว่าเดิมหรือไม่ ซึ่งตัวชี้วัดมีอยู่ 2 อย่างคือ Organic Traffic กับอันดับของคีย์เวิร์ด ที่เราใช้ในเนื้อหาที่เราสร้าง

10. การสร้างแบคลิงก์จากเว็บไซต์อื่น ต้องทำอย่างไร

การทำแบคลิงก์ที่ได้ผลและง่ายที่สุด คือการทำแบคลิงก์ จากโซเชียลมีเดีย คือให้เราทำคอนเทนต์บนเว็บ แล้วเอาคอนเทนต์ไปแชร์ยังช่องทางต่าง ๆ บนโซเชียลมีเดียตามนี้

1. Facebook ส่วนตัว, แฟนเพจ และ Facebook Group
2. อย่าลืมวาง URL เว็บเราเข้าไปที่ส่วนของ About บน Facebook
3. YouTube ทุกคลิป ต้องวางลิงค์กลับมาหาเว็บของเราเสมอ
4. เอาคอนเทนต์ไปโพสต์ที่ Line
5. สร้างคอนเทนต์บน Google My business Twitter หรือ Social media อื่น ๆ ที่อนุญาตให้แปะลิงค์ได้ เราก็ตามไปแปะลิงค์ให้หมด

#####

แบบประเมินผลการเรียนรู้ บทที่ 4

จุดประสงค์ เพื่อประเมินความรู้พื้นฐานของผู้เรียน เรื่อง ระบบการชำระเงินออนไลน์

คำแนะนำ 1. อ่านคำถามต่อไปนี้และทำเครื่องหมายกากบาท (X) ข้อที่ถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียวลงในกระดาษคำตอบ (คะแนนเต็ม 10 คะแนน)

2. เวลาสำหรับการทำประเมิน 15 นาที

คำสั่ง จงทำเครื่องหมายกากบาท (X) ในข้อที่นักเรียนเห็นว่าถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว

1. ข้อใด “ไม่ใช่” องค์ประกอบของระบบการชำระเงิน

ก. องค์กรและบุคคล

ข. เทคโนโลยีสมัยใหม่

ค. กระบวนการดำเนินการภายใต้กฎหมาย

ง. สื่อการชำระเงินประเภทต่าง ๆ

2. ระบบการชำระเงินแบ่งได้กี่ประเภท

ก. 2 ประเภท

ข. 3 ประเภท

ค. 4 ประเภท

ง. 5 ประเภท

3. ข้อดีของการมีบัญชี PayPal ยกเว้นข้อใด

ก. สะดวกรวดเร็ว

ข. สามารถโอนเงินเข้าบัญชีธนาคารได้โดยตรง

ค. มีความปลอดภัยสูง

ง. ค่าธรรมเนียมค่อนข้างสูง

4. ข้อใดคือระบบการชำระเงิน Payment

ก. Website Online Payment

ข. Mobile Payment

ค. Online Link Payment

ง. ถูกทุกข้อ

5. ข้อใด “ไม่ใช่” ข้อเสียของการชำระเงินออนไลน์
 - ก. ทำให้ใช้จ่ายฟุ่มเฟือย
 - ข. การรักษาความปลอดภัยไม่เพียงพอ
 - ค. ประเทศไทยยังไม่เป็นที่นิยม**
 - ง. มีขั้นตอนการรับสมัครยุ่งยากในตอนแรก
6. Micro Payment คือรูปแบบการชำระเงินโดยวงเงินที่ใช้ชำระเท่าใด
 - ก. 5-100 บาท**
 - ข. 0-1000 บาท
 - ค. 100-200 บาท
 - ง. 50-100 บาท
7. กฎหมายของ E-Payment บังคับใช้ตั้งแต่เมื่อไหร่
 - ก. 20 มีนาคม 2562
 - ข. 21 มีนาคม 2562**
 - ค. 20 สิงหาคม 2562
 - ง. 21 สิงหาคม 2562
8. ข้อใด “ไม่ใช่” การบริการของ E-payment
 - ก. บริการหักบัญชี
 - ข. บริการชำระเงิน
 - ค. บริการเครือข่าย
 - ง. บริการการเงิน**
9. ผู้ให้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-payment) ยกเว้นข้อใด
 - ก. www.2c2p.com
 - ข. www.siampay.com
 - ค. www.technic.com**
 - ง. www.webpakpay.com
10. บัญชีทางการเงินที่ต้องส่งให้สรรพากรพิจารณามีกี่ประเภท
 - ก. 2 ประเภท**
 - ข. 4 ประเภท
 - ค. 6 ประเภท
 - ง. 8 ประเภท

ตอนที่ 2 จงอธิบายคำตอบให้ถูกต้องสมบูรณ์

1. ระบบการชำระเงิน หมายถึงอะไร

ระบบการชำระเงิน หมายถึง กระบวนการส่งมอบเงินเพื่อชำระเงินอันเป็นผลมาจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ระหว่างผู้จ่ายเงินและผู้รับเงิน ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งบุคคล หรือ องค์กร นอกจากนั้นยังรวมถึงองค์กรที่เป็นตัวกลางแทนผู้จ่ายเงินและผู้รับเงิน เช่น ธนาคารพาณิชย์ เป็นต้น

2. องค์ประกอบที่สำคัญของระบบการชำระเงิน คืออะไร

1) องค์กรและบุคคล หมายถึง ผู้จ่ายเงิน ผู้รับเงิน และองค์กรที่เป็นตัวกลางในการชำระเงิน เช่น ธนาคารพาณิชย์ สถาบันการเงิน เป็นต้น

2) กระบวนการดำเนินการภายใต้กฎหมาย ระเบียบ ข้อตกลง กฎเกณฑ์ ธรรมเนียมปฏิบัติ ที่กำหนดบทบาท หน้าที่ และความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและบุคคลต่าง ๆ รวมถึงกลไกการชำระเงินที่เกี่ยวข้อง

3) สื่อการชำระเงินประเภทต่าง ๆ เช่น เงินสด ตราสารการเงิน บัตรพลาสติก การโอนเงินทางบัญชี ตลอดจนจนถึงการชำระเงินด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์

3. ระบบการชำระเงินแบ่งได้เป็นกี่ประเภท อะไรบ้าง

ระบบการชำระเงินแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. ระบบการชำระเงินด้วยเงินสด
2. ระบบการชำระเงินด้วยสื่อการชำระเงินประเภทอื่น ๆ ที่ไม่ใช่เงินสด

4. ประเภทของการชำระเงินออนไลน์มีอะไรบ้าง

1. Internet Banking
2. E-banking
3. Payment gateway
4. Micro Payment
5. Contactless Payment
6. PayPal

5. ข้อดีของการมีบัญชี PayPal คือ

1. สะดวก รวดเร็ว
2. มีความปลอดภัยสูง
3. สามารถโอนเงินเข้าบัญชีธนาคารได้โดยตรง
4. ผู้ขายสามารถเรียกสินค้าคืนจากผู้ซื้อได้ในกรณีที่ผู้ซื้อไม่ชำระเงินค่าสินค้า
5. ผู้ซื้อสามารถเรียกเงินคืนได้กรณีที่ไม่ได้รับสินค้าจากผู้ขาย

6. ข้อเสียของการมีบัญชี PayPal คือ

1. ค่าธรรมเนียมค่อนข้างสูง
2. หากมีเงินในบัตรเครดิตไม่เพียงพออาจโดน Limited Access (การจำกัดการใช้งาน) ยุ่งยากในการแก้ไข
3. สำหรับองค์กร จะเป็นปัญหาในเรื่องของการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายต่าง ๆ
4. ในประเทศไทยเองยังไม่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย

7. ระบบการชำระ Website Online Payment คืออะไร

ระบบชำระเงิน สำหรับการขายสินค้าทาง E-Commerce สำหรับทุกประเภทธุรกิจที่ต้องการขายสินค้าทางออนไลน์ ที่รองรับบริการทั้ง การชำระด้วยบัตรเครดิต แบบเต็มจำนวน ผ่อนชำระรายเดือน และชำระด้วยบัตรเครดิตเท่ากันทุกเดือน หรือชำระด้วยบัตรเดบิต หรือช่องทาง internet banking หรือชำระด้วย China payment wallet สำหรับลูกค้าชาวจีนที่มี Alipay, Wechat Pay และ China Union Pay โดยทำการเชื่อมต่อระบบกับพันธมิตรผู้ให้บริการ Payment Gateway Provider ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจเป็นผู้ให้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์จากคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นผู้กำกับดูแล

8. จงอธิบายความหมายของระบบการชำระ Mobile Payment คืออะไร

บริการชำระเงินบน Mobile application Payment ระบบ in-app (คือการซื้อสินค้าเพื่อเพิ่มความสามารถพิเศษหรือสิทธิพิเศษมากกว่าเดิมในรูปแบบจ่ายเงินจริง) ง่ายและสะดวกต่อการใช้งาน สำหรับ M-Commerce (คือ การดำเนินกิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมต่าง ๆ โดยผ่าน Smart Phone) เช่น Mobile Marketplace, การจองตั๋ว ท่องเที่ยวด้วยบัตรเครดิต และระบบ China Payment Alipay, Wechat Pay, China Union Pay

9. ความหมายของระบบการชำระ Online Link Payment คืออะไร

ระบบ การส่ง Link Payment เป็นเครื่องมือที่ง่ายและสะดวกในการใช้งานซึ่งช่วยให้สามารถสร้างลิงก์และส่งอีเมล หรือส่งผ่านช่องทาง Social Network เช่น ไลน์ และ เฟซบุ๊ก ที่กำหนดเองได้ ซึ่งจะส่งตรงไปยังลูกค้า สามารถชำระเงินได้อย่างง่ายดายและปลอดภัยเมื่อตรวจสอบอีเมลในคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์สมาร์ตโฟนของตน ซึ่งจะอำนวยความสะดวกและเป็นประโยชน์สำหรับธุรกิจหลากหลายประเภท เช่น ร้านค้าที่ไม่มีเว็บไซต์ หรือ มีเว็บไซต์แต่ไม่มีระบบตะกร้าสินค้าแผนกบัญชีจัดส่งใบแจ้งหนี้อิเล็กทรอนิกส์ในนามลูกค้า การสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ โรงแรมยืนยันการจองของลูกค้า การบริการจัดส่งสินค้าตรงให้กับเจ้าของบ้าน หรือการเสนอขายสินค้าประเภทบริการทั่วไป Link Payment เป็นเครื่องมือง่ายๆ และมีประโยชน์เพื่อให้ลูกค้าชำระเงินด้วยบัตรเครดิตและบัตรเดบิต หรือระบบชำระเงิน China Payment Alipay, Wechat Pay, China Union Pay

10. กฎหมาย E-Payment คืออะไร

กฎหมาย E-Payment หรือพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 48) พ.ศ. 2562 เกิดขึ้นเพื่อรองรับระบบภาษี และเอกสารธุรกรรมทางการอิเล็กทรอนิกส์ ตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาคูโครงสร้างพื้นฐานการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับประชาชนในการนำส่งเงินภาษี การยื่นรายการ หรือเอกสารที่เกี่ยวข้องกับภาษีอากร

๙๙๙๙๙

แบบประเมินผลการเรียนรู้ บทที่ 5

จุดประสงค์ เพื่อประเมินความรู้พื้นฐานของผู้เรียน เรื่อง ระบบการตลาดกับธุรกิจออนไลน์

คำแนะนำ 1. อ่านคำถามต่อไปนี้และทำเครื่องหมายกากบาท (X) ข้อที่ถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียวลงในกระดาษคำตอบ (คะแนนเต็ม 10 คะแนน)
2. เวลาสำหรับการทำประเมิน 15 นาที

คำสั่ง จงทำเครื่องหมายกากบาท (X) ในข้อที่นักเรียนเห็นว่าถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว

1. ข้อใดให้ความหมายได้ถูกต้องสมบูรณ์ที่สุด ของคำว่า “การตลาดออนไลน์”
 - ก. หมายถึงการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าแต่ละราย
 - ข. การขยายช่องทางอินเทอร์เน็ต
 - ค. การโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต
 - ง. ถูกทุกข้อ**
2. ข้อใด “ไม่ใช่” วิธีการตลาดออนไลน์ให้ประสบความสำเร็จ
 - ก. การทำ SEO
 - ข. การใช้บริการ Google Adwords
 - ค. โฆษณาตามกลุ่มเป้าหมาย
 - ง. การขยายช่องทางอินเทอร์เน็ต**
3. การใช้ข้อความเป็นตัวโฆษณาเพื่อเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์คือข้อใด
 - ก. Text on Internet
 - ข. Text-Link ADS**
 - ค. Text-Link Application
 - ง. Text-Link web
4. ขั้นตอนการสานสัมพันธ์กับลูกค้าคือข้อใด
 - ก. Awareness
 - ข. Discovery
 - ค. Consideration
 - ง. Customer Relationship**

5. ขั้นตอนที่ 5 ในการทำการตลาดออนไลน์ คือ

- ก. Awareness
- ข. Discovery
- ค. Consideration

ง. Customer Relationship

6. เทคนิคการทำการตลาดบนเฟซบุ๊ก ที่เน้นผู้ชมช่วยสร้างคือ

- ก. ใช้คอนเทนต์หลากหลายรูปแบบ
- ข. การใช้ E-mail list ที่มีอยู่ในมือ
- ค. การทำวิดีโอด้วยเฟซบุ๊กไลฟ์

ง. การร่วมสร้างคอนเทนต์ และ เอนเกจเมนต์ (Engagement)

7. หัวใจของนักการตลาดออนไลน์ที่จะประสบความสำเร็จคือ ข้อใด

- ก. อดทน
- ข. ต้องน่าเชื่อถือ
- ค. สามารถควบคุมทุกอย่างได้

ง. ถูกทุกข้อ

8. ข้อใดเป็นคุณสมบัติของนักการตลาดที่ดี?

- ก. อดทน
- ข. ต้องน่าเชื่อถือ
- ค. สามารถควบคุมทุกอย่างได้

ง. ถูกทุกข้อ

9. ช่องทางการทำ “การตลาดออนไลน์” ที่เกี่ยวข้องกับคนที่มีชื่อเสียง

- ก. Social media Marketing
- ข. Google Marketing
- ค. Video Marketing

ง. Influencer Marketing

10. การทำการตลาดผ่านช่องทางกูเกิล เรียกว่าอย่างไร

ก. SEM

- ข. SEO
- ค. Google Ads
- ง. Google Search

ตอนที่ 2 จงอธิบายคำตอบให้ถูกต้องสมบูรณ์

1. การตลาดออนไลน์ คืออะไร

การทำตลาดโดยผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งวิธีนี้เป็นการทำการตลาดที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ในเวลาอันรวดเร็ว โดยสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ทั่วโลกหรือแบบเฉพาะเจาะจงแล้วแต่ความต้องการของลูกค้า การตลาดออนไลน์ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย ทั้งในเรื่องของพนักงานขาย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา และอื่น ๆ อีกมากมาย เพราะการตลาดออนไลน์เป็นบริการตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้ปริมาณการซื้อขายเพิ่มขึ้นตลอดเวลา

2. ขั้นตอนการทำการตลาดออนไลน์มีอะไรบ้าง

1. การประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ
2. สร้างความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการ
3. การสร้างยอดขาย

3. เทคนิคการทำตลาดออนไลน์บนเฟซบุ๊กประกอบด้วยอะไรบ้าง

1. เพิ่มปุ่มแชร์บทความบนเว็บไซต์ไปยังเฟซบุ๊กให้เด่นชัด
2. รู้จักกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริงของธุรกิจ
3. ใช้โฆษณาของเฟซบุ๊กเพื่อเร่งประสิทธิภาพ
4. การมีส่วนร่วมกับแฟนเพจเฟซบุ๊กอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน
5. ใช้คอนเทนต์หลากหลายรูปแบบ
6. การใช้ Email List ที่มีอยู่ในมือ
7. การตอบกลับข้อความอย่างรวดเร็ว
8. ทำวิดีโอด้วยเฟซบุ๊กไลฟ์
9. ให้ผู้ชมช่วยสร้างคอนเทนต์ และ เอนเกจเมนต์

4. องค์ประกอบสำคัญของการทำการตลาดออนไลน์ ประกอบด้วยอะไรบ้าง

1. การเลือกโดเมน Domain Name (ชื่อของเว็บไซต์) ที่เหมาะสม
2. การใช้ Keywords ที่ตรงกับลูกค้าและสินค้า
3. การวางแผนงานต่าง ๆ เพื่อให้เป็นไปตามขั้นตอน
4. การทำ Search Engine Optimization (SEO) ที่ดี

5. จงอธิบายการใช้คอนเทนต์หลายรูปแบบมีอะไร

- 1) Status–การอัปเดตสถานะทั่วไป ในลักษณะของตัวหนังสือ โดยคิดเป็น 1% ของแบรนด์ระดับโลกที่ใช้การโพสต์ในลักษณะนี้
- 2) Link Post–คิดเป็น 35% ของประเภทการโพสต์ที่แบรนด์มักทำกัน โดยเฉพาะในกลุ่มเพจประเภทข่าว นิยมแชร์ Link Post เป็นอันดับต้น ๆ เพราะต้องการ Traffic เข้าเว็บไซต์เพื่อนำยอดคนเข้าเว็บไปหาสปอนเซอร์ต่อไป
- 3) Photo–การโพสต์แบบรูปภาพ เป็นวิธีที่แบรนด์สินค้าต่าง ๆ ชอบใช้เป็นอันดับต้น ๆ เพราะเข้าถึงคนง่าย สะดุดสายตา ก่อให้เกิดการแชร์ได้ดี สัดส่วนการโพสต์แบบนี้สูงถึงประมาณ 50%
- 4) Video–การโพสต์แบบวิดีโอ มักได้รับการเข้าถึงที่ดิบบนเฟซบุ๊ก ณ ปัจจุบัน และมีแบรนด์ใหญ่ ๆ ระดับโลกเลือกใช้การโพสต์ในลักษณะนี้ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 6 วิดีโอต่อสัปดาห์

6. การตลาดออนไลน์ สิ่งแรกที่ต้องคำนึงถึงก็คือ

เว็บไซต์คือหน้าบ้านหลัก ส่วนเฟซบุ๊ก หรือ โซเชียลมีเดียอื่น ๆ เปรียบเสมือนบ้านเช่า ดังนั้นตัวการทำการตลาดบนเฟซบุ๊ก จะต้องมียูทิลิตี้เป็นอันดับแรกก่อน จากนั้นให้เริ่มต้นทำคอนเทนต์ ไม่ว่าจะเป็น บทความ รูปภาพ วิดีโอ ลงบนเว็บไซต์แล้ว ให้ทำการติดตั้งปุ่มแชร์ไปยังโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ให้เห็นได้ง่าย เช่น บริเวณด้านบนและด้านล่างสุดของคอนเทนต์ แต่ต้องไม่ลืมว่า คอนเทนต์ ต้องเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมาย และมันจะทำให้กลุ่มเป้าหมาย เริ่มแชร์ เริ่มบอกต่อกันบนโลกโซเชียลนั่นเอง

7. กลยุทธ์พื้นฐานการตลาดออนไลน์ มีอะไรบ้าง

1. การใช้เว็บไซต์เป็นพื้นฐานในการทำการตลาดออนไลน์ (Web-Based Digital Marketing)
2. การทำ Digital Marketing ในแบบบูรณาการ (Integrated Digital Marketing)
3. การทำ Remarketing ตามพฤติกรรม (Behavioral Remarketing)
4. การวิเคราะห์ข้อมูลและผลลัพธ์ (Data and Conversion Analytics)
5. กลยุทธ์แบบ 4P

6. กลยุทธ์แบบ 4C

7. ทุกอย่างจะมุ่งเข้าสู่โซเชียลเน็ตเวิร์ก (Everything goto Social Network)

8. กลยุทธ์แบบ 4C หมายถึงอะไร ประกอบด้วยอะไรบ้าง

การนำอินเทอร์เน็ตมาเป็นเครื่องมือสำคัญ เพื่อส่งเสริมให้การตลาดแข็งแกร่งยิ่งขึ้น นอกจากนั้นยังสามารถนำไปใช้ควบคู่กับกลยุทธ์การตลาดแบบ 4P ได้ กลยุทธ์แบบ 4C ประกอบด้วย

1. Consumer Strategy กลยุทธ์ที่เน้นความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก เพื่อผลักดันให้ผลิตภัณฑ์ของเราเข้าถึงใจผู้บริโภคมากที่สุด
2. Cost Strategy คือกลยุทธ์ที่ทำให้ต้นทุนสินค้ามีราคาต่ำที่สุด เพื่อที่จะกำหนดราคาขายไม่ให้แพงจนเกินไป ซึ่งกลยุทธ์นี้จะทำให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขันเรื่องราคากับคู่แข่ง
3. Convenience Strategy เรื่องช่องทางการจำหน่ายก็เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่สำคัญเช่นกัน คือจะต้องทำอย่างไรให้ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกมากที่สุด โดยการนำอินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยในเรื่องนี้
4. Communications Strategy ข้อนี้ถือเป็นเรื่องสำคัญ นั่นก็คือการสื่อสารกับลูกค้าจะต้องสะดวก ง่าย รวดเร็ว และสามารถสร้างการรับรู้ให้แก่ลูกค้าได้อย่างตรงจุด ซึ่งกลยุทธ์ข้อนี้ก็จะรวมถึงการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย เป็นต้น

9. Influencer หมายถึง

คนที่มีคนติดตามมาก ๆ เช่น เฟซบุ๊กที่มีคนชอบ (like) มาก ๆ หรือ Twitter

10. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion Strategy) หมายถึง

การทำโปรโมชั่นจะช่วยดึงดูดให้ลูกค้าอยากซื้อสินค้าของเรามากขึ้น อีกทั้งวิธีการนี้ยังช่วยให้สินค้าเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากยิ่งขึ้นจากการบอกปากต่อปาก

แบบประเมินผลการเรียนรู้ บทที่ 6

จุดประสงค์ เพื่อประเมินความรู้พื้นฐานของผู้เรียน เรื่อง การจัดการฐานข้อมูลลูกค้าออนไลน์

คำแนะนำ 1. อ่านคำถามต่อไปนี้และทำเครื่องหมายกากบาท (X) ข้อที่ถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียวลงในกระดาษคำตอบ (คะแนนเต็ม 10 คะแนน)

2. เวลาสำหรับการทำประเมิน 15 นาที

คำสั่ง จงทำเครื่องหมายกากบาท (X) ในข้อที่นักเรียนเห็นว่าถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว

1. ความหมายของฐานข้อมูลลูกค้าคือข้อใด

ก. หมายถึงการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าแต่ละราย

ข. การระบุลูกค้ากลุ่มที่ทำกำไรได้มาก

ค. การกระตุ้นให้ลูกค้ามีกิจกรรม

ง. การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าและสร้างผลกำไรที่ต่อเนื่อง

2. ขั้นตอนการเก็บข้อมูลเข้าฐานข้อมูลมีกี่ขั้นตอน

ก. 5 ขั้นตอน

ข. 6 ขั้นตอน

ค. 7 ขั้นตอน

ง. 8 ขั้นตอน

3. CRM ย่อมาจากคำว่าอะไร

ก. Computer Resolution Main

ข. Customer Relationship Management

ค. Computer Restart Memory

ง. Complex Resolution Main

4. CRM คือ

ก. การระบุกลุ่มสินค้าที่มีความต้องการ

ข. ประเมินผลสำเร็จช่องทางที่ใช้

ค. กระตุ้นให้ลูกค้ามีกิจกรรมร่วม

ง. การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยใช้เทคโนโลยีและบุคลากรให้เกิดความพึงพอใจนำไปสู่ความจงรักภักดีต่อสินค้า

5. โปรแกรมที่ใช้เก็บฐานข้อมูลลูกค้าคือข้อใด

ก. Steam

ข. Mycrm

ค. Garena

ง. Camfrog

6. Customer Database คือข้อใด

ก. กักตักข้อมูล

ข. สร้างเครื่องมือช่วย

ค. ฐานข้อมูลลูกค้า

ง. แต้มต่อของความสัมพันธ์

7. ข้อใด “ไม่ใช่” กรรมวิธีหาข้อมูลลูกค้า

ก. การให้ดาวนโหลดฟรี

ข. การให้ลูกค้าทดลองใช้สินค้าฟรี

ค. การลงทะเบียนรับของแถม

ง. การส่งจดหมายขอบคุณไปให้ลูกค้า

8. Gated Content คือข้อใด

ก. กักตักข้อมูล

ข. สร้างเครื่องมือช่วย

ค. ฐานข้อมูลลูกค้า

ง. แต้มต่อของความสัมพันธ์

9. IBM Watson คือ

ก. การรวบรวมข้อมูลที่มีขั้นตอนมากมาย

ข. คือตัวอย่างของธุรกิจขนาดเล็กที่ผันตัวเองให้เป็นแหล่งข้อมูลด้านสุขภาพที่ใหญ่ที่สุดในโลก

ค. การใช้เอไอแชทบอตในการช่วยตอบคำถามลูกค้า

ง. ชุดข้อมูลที่ถูกเขียนขึ้นโดยบริษัท IBM

10. หัวใจการจัดเก็บฐานข้อมูล คือข้อใด

ก. Giving Free Content

ข. Giving Promotion (Coupon)

ค. Giving Free Gift Gift

ง. ถูกทุกข้อ

ตอนที่ 2 จงอธิบายคำตอบให้ถูกต้องสมบูรณ์

1. ฐานข้อมูลลูกค้า (Customer Database) หมายถึงอะไร จงอธิบาย

การจัดเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าแต่ละรายหรือลูกค้าที่มุ่งหวังรายละเอียดให้เป็นปัจจุบัน เข้าถึงได้ สามารถที่จะเป็นลูกค้ารายใหม่ มีคุณสมบัติที่จะเป็นลูกค้าในอนาคตต่อไป

2. คอตเลอร์ได้ให้ความหมายของ “ฐานข้อมูลลูกค้า” ว่าอย่างไร อธิบายพอสังเขป

การจัดเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าแต่ละราย หรือลูกค้าที่มุ่งหวังอย่างละเอียดให้เป็นปัจจุบัน เข้าถึงได้ สามารถที่จะเป็นลูกค้ารายใหม่ได้ มีคุณสมบัติที่จะเป็นลูกค้าในอนาคตมากที่สุด ซึ่งสามารถขายผลิตภัณฑ์และบริการได้ หรือสามารถบำรุงรักษาและสร้างความสัมพันธ์ในฐานะเป็นลูกค้าได้ หรือสามารถบำรุงรักษาและสร้างความสัมพันธ์ในฐานะเป็นลูกค้าได้และให้ความหมายของ “การตลาดโดยใช้ฐานข้อมูล” หรือ “database marketing” ไว้ว่า หมายถึง กระบวนการสร้างสรรค์ การบำรุงรักษา และการนำฐานข้อมูลของลูกค้า และฐานข้อมูลอื่น ๆ เช่น ผลิตภัณฑ์ ผู้จัดการจำหน่ายสินค้า หรือปัจจัยการผลิต มาใช้ประโยชน์โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการติดต่อ และเพื่อให้เกิดรายการซื้อขายกัน

3. ประโยชน์ของฐานข้อมูลลูกค้า มีอะไรบ้าง

1. การระบุถึงลูกค้ากลุ่มที่ทำกำไรได้มาก
2. สามารถช่วยทำให้ธุรกิจอื่น ๆ ติดต่อกับกลุ่มลูกค้าที่มีอยู่ได้
3. สามารถระบุและคัดเลือกลูกค้าที่มุ่งหวังได้ชัดเจนมากขึ้น
4. ช่วยกำหนดกลยุทธ์ที่จะเปลี่ยนลูกค้าที่มุ่งหวังให้เป็นลูกค้าของกิจการ
5. กระตุ้นให้ลูกค้ามีกิจกรรม

4. เทคนิคการหาลูกค้ามีอะไรบ้างยกตัวอย่างมา 5 ข้อ

1. การให้รางวัลเงินสดฟรี
2. การให้ลูกค้าได้ทดลองใช้สินค้าได้ฟรี
3. การลงทะเบียนเพื่อแลกรับส่วนลด
4. การลงทะเบียนรับของแถม
5. การให้เล่นเกมหรือทำแบบทดสอบ

5. ความสำคัญของฐานข้อมูลลูกค้า คืออะไร

แท้จริงแล้วความเข้าใจของใครหลายคนที่มีต่อโลกดิจิทัลนั้นอาจเป็นเพียงความรู้แค่เปลือก โดยมีการทำความเข้าใจและเน้นความสำคัญไปที่จำนวนของผู้ติดตาม จำนวนไลค์ จำนวนเอนเกจเมนต์ แต่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับส่วนอื่นประกอบกันอีก ซึ่งผลลัพธ์ของสิ่งที่เรามองข้ามนั้นมีค่ามากกว่ายอดไลค์ที่เราต้องการ นั่นคือข้อมูลของลูกค้าหรือที่เรียกว่า ดาต้าเบส (Database)

6. Retargeting คืออะไร

การที่มีการทำโฆษณาเกี่ยวกับสินค้าแล้วนั้น สิ่งที่ต้องทำบ่อย ๆ คือการทำให้โฆษณาได้ผ่านหน้ากลุ่มลูกค้าหรือผู้บริโภคให้มากที่สุด เพราะในครั้งแรกที่เห็นโฆษณาก็อาจยังตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าไม่ได้ แต่การที่ได้เห็นในครั้งที่ 2 และ 3 ต่อไปเรื่อย ๆ ก็อาจทำให้เกิดการนำไปเป็นตัวเลือกในการตัดสินใจซื้อครั้งต่อ ๆ ไปได้เช่นกัน ดังนั้นการที่เรามีแลนดิงเพจ (Landing Page) หรือช่องทางที่รับข้อมูลของลูกค้า ซึ่งศัพท์ทางเทคนิคจะเรียกว่า opt-in และทำให้เราสามารถทำโฆษณาแบบการเลือกกลุ่มเป้าหมายชัดเจน (Targeting) ได้ในฝั่งกูเกิล ส่วนเฟซบุ๊กนั้นจะเป็นการฝัง Google Analytic cookies และ Pixel จากเฟซบุ๊กลงไปที่บ้านของแลนดิงเพจ (หน้าแรกหลังจากที่คนคลิกโฆษณาเข้ามาหา) สำหรับคนที่เข้ามาลงทะเบียน แต่ยังไม่ได้อัดสินใจซื้อสินค้าของเรา

7. Giving Promotion (Coupon) คืออะไร

การจัดโปรโมชั่นหรือแจกคูปองลด แลก แจก แถม อย่าทำให้เสียเปล่า ควรจะได้ข้อมูลลูกค้ากลุ่มเป้าหมายกลับมาด้วย วิธีการคือ ทุกครั้งที่มีการจัดโปรโมชั่นลด แลก แจก แถม ต้องมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับลูกค้าด้วย โดยให้คนที่อยากได้คูปองโปรโมชั่น กรอกชื่อ อีเมล ก่อนที่จะได้รับ หรือ กรอกแบบสอบถามก่อนก็ได้ ทั้งนี้ทั้งนั้นอาจจะติดตั้งที่หน้าเว็บไซต์แบบ STEP ที่ 1 หรือถ้าจัดโปรโมชั่นในแฟนเพจเฟซบุ๊ก อาจจะขอข้อมูลจากทางอินบ็อกซ์กับลูกค้าก็ได้เช่นกัน

8. ข้อมูลจากแหล่งอื่นที่มีใช้คู่ค้า (Third-party) คืออะไร

การหาข้อมูลจากแหล่งอื่นที่ไม่ใช่บริษัทคู่ค้า วิธีนี้ก็จะคล้าย ๆ กับวิธีที่ 7 แตกต่างกันที่จะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการทำลิขสิทธิ์ (License) เพื่อเข้าถึงข้อมูลที่มีคุณภาพที่บริษัท Third-party นั้นเก็บรวบรวมไว้ แต่จะได้ข้อมูลที่ตรงตามความต้องการและนำไปวิเคราะห์ เพื่อพัฒนาระบบของเราเองได้ เช่น การขอข้อมูลผู้ใช้จากเฟซบุ๊ก หรือ กูเกิล นั้นเอง

9. จงอธิบายการจัดทำประวัติ และรายละเอียดของลูกค้า มาพอเข้าใจ

ยิ่งรู้จักลูกค้าของตนมากเท่าไร ก็จะทำให้มีโอกาสในการติดต่อธุรกิจกับลูกค้ามากขึ้นเท่านั้น แต่ยังมีความเข้าใจผิด ๆ อยู่ว่า การจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า นั้น เป็นเรื่องยุ่งยาก ซับซ้อน ต้องมีเทคโนโลยีขั้นสูงมาช่วยเก็บข้อมูล และต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงเกินความจำเป็น แต่ที่จริงแล้วหากไม่จำเป็นต้องใช้ข้อมูลของลูกค้ามากนักในการเอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจ การใช้สมุดบันทึกพฤติกรรมและรายละเอียดส่วนตัวของลูกค้าก็ถือว่าเพียงพอแล้ว

10. วิธีเปลี่ยนงาน Manual ให้เป็นงาน Automation มีวิธีการอย่างไร

หนึ่งในข้อมูลที่สร้างโอกาสมหาศาลให้แก่ธุรกิจมากที่สุด นั่นก็คือ ข้อมูลจากลูกค้า ดังนั้น หน้าที่ของการเก็บรวบรวมข้อมูลจึงไม่จำเป็นต้องเป็นหน้าที่ของคนเสมอไป แต่สามารถนำเทคโนโลยีมาช่วยงานได้ เรียกเทคโนโลยีที่ช่วยในการทำงานอัตโนมัติว่า ‘Automation’ Use Case : Zendesk (Zendesk คือ ซอฟต์แวร์ ที่เป็นระบบที่ช่วยดูแลลูกค้าสำหรับธุรกิจออนไลน์ทุกประเภทที่ทำงานบนคลาวด์ที่จะเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับธุรกิจและเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า)

๕๕๕๕๕

แบบประเมินผลการเรียนรู้ บทที่ 7

จุดประสงค์ เพื่อประเมินความรู้พื้นฐานของผู้เรียน เรื่อง การใช้เครื่องมือดิจิทัลของกิจกรรมธุรกิจออนไลน์

คำแนะนำ 1. อ่านคำถามต่อไปนี้และทำเครื่องหมายกากบาท (X) ข้อที่ถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียวลงในกระดาษคำตอบ (คะแนนเต็ม 10 คะแนน)

2. เวลาสำหรับการทำประเมิน 15 นาที

คำสั่ง จงทำเครื่องหมายกากบาท (X) ในข้อที่นักเรียนเห็นว่าถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว

1. ความหมายของเครื่องมือกิจกรรมออนไลน์คือ ?

- ก. การนำการสื่อสารและการตลาดมารวมกัน
- ข. การแนะนำสินค้า
- ค. การสร้างสินค้ารูปแบบใหม่

ง. การนำเครื่องมือแบบใหม่ เช่น คอมพิวเตอร์, สมาร์ทโฟน, แท็บเล็ต มา

ขายออนไลน์

2. ประเภทเครื่องมือทำกิจกรรมออนไลน์มีอะไรบ้าง

- ก. ไลน์, เฟซบุ๊ก, เมสเซนเจอร์, เฟซไทม์

ข. เว็บไซต์, อีเมล, โซเชียลเน็ตเวิร์ก, แอปพลิเคชัน, ผู้รับบริการอื่น ๆ,

เครื่องมือสนับสนุน

- ค. โซเชียล, สื่อ, อินเทอร์เน็ตแบ่งกึ่ง

ง. อี-มาร์เก็ตเพลส

3. เครื่องมือไหนได้รับความนิยมที่สุดในการทำกิจกรรมออนไลน์ ในปัจจุบัน

- ก. เว็บไซต์

ข. อีเมล

ค. โซเชียลเน็ตเวิร์ก

ง. แอปพลิเคชัน

4. แอปพลิเคชันอะไรในตอนนี้ผู้ใช้สนใจมากที่สุดในการใช้เป็นเครื่องมือการทำกิจกรรมออนไลน์

- ก. ทวิตเตอร์

ข. อินสตาแกรม

ค. เฟซบุ๊ก

ง. ยูทูบ

5. B2B ย่อมาจากคำว่าอะไร

ก. Business to Business

ข. Business to banana

ค. Business to Balenciaga

ง. Business to Booking

6. ดีไซน์ Mechanic กิจกรรม มีลักษณะอย่างไร

ก. การส่งรูป ถ่ายวิดีโอ

ข. ออกแบบหน้าเว็บ

ค. การออกแบบกิจกรรมออนไลน์

ง. การออกแบบเฟสบุ๊ก

7. แนวคิดการจัดกิจกรรมออนไลน์ คือข้อใด

ก. Photo Contests

ข. OPZ TV

ค. Skizz TV

ง. God Seed Saad

8. ข้อใดคือ ตัวอย่างเทคนิคการทำกิจกรรมออนไลน์ เฟซบุ๊ก

ก. เล่นเกม

ข. การพั่น

ค. การเพิ่มปุ่มบทความบนเว็บไซต์ไปยังเฟซบุ๊ก

ง. ดูปลิแล้วได้รับเงิน

9. ข้อใดคือ ตัวอย่างการจัดกิจกรรมบนเฟซบุ๊ก

ก. จัดกิจกรรมไลฟ์หรือแสดงความคิดเห็น

ข. เปิดการพั่นออนไลน์

ค. แสดงความคิดเห็นเสียดสีผู้อื่น

ง. การจัด Dark Web

10. ขั้นตอนการจัดกิจกรรมออนไลน์ มีกี่ขั้นตอน

ก. 1 ขั้นตอน

ข. 2 ขั้นตอน

ค. 3 ขั้นตอน

ง. 4 ขั้นตอน

ตอนที่ 2 จงอธิบายคำตอบให้ถูกต้องสมบูรณ์

1. จงบอกความหมายของเครื่องมือกิจกรรมออนไลน์

การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางและสื่ออิเล็กทรอนิกส์มาผสมผสาน เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีของกลุ่มเป้าหมาย

2. เครื่องมือการจัดกิจกรรมออนไลน์ ประกอบด้วยอะไร

1. คอมพิวเตอร์

อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถทำงานคำนวณผลและเปรียบเทียบค่าตามชุดคำสั่งด้วยความเร็วสูงอย่างต่อเนื่องและอัตโนมัติ

2. สมาร์ทโฟน (Smartphone)

โทรศัพท์มือถือที่นอกเหนือจากใช้โทรออก-รับสายแล้วยังมีแอปพลิเคชันให้ใช้งานมากมาย สามารถรองรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่าน 3G, Wi-Fi และสามารถใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์กและแอปพลิเคชันสนทนาได้

3. แท็บเล็ต (Tablet)

อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่มีหน้าจอระบบสัมผัสขนาดใหญ่กว่าโทรศัพท์มือถือ

3. แอปพลิเคชัน หมายถึง

เป็นสิ่งที่ทุกวันนี้เชื่อว่าหลายคนรู้จักดีอยู่แล้ว แอปพลิเคชัน หรือที่เรียกสั้น ๆ กันว่า แอป (App) ก็เปรียบเสมือนโปรแกรมหนึ่ง ที่มีรูปแบบหลากหลาย สำหรับการทำงาน สำหรับการใช้ชีวิตประจำวัน ความบันเทิง เรื่องจำเพาะด้าน และเกม ซึ่งบางทีโดยเทคนิคก็แค่เป็นเว็บไซต์ที่มาทำงานด้วยตัวเองไม่ได้ผ่านโปรแกรมเปิดเว็บไซต์ (Browser) ก็ได้ ด้วยความหลากหลายอย่างที่ทราบกันดี แอปจึงค่อนข้างมีประโยชน์ในเชิงกว้างและเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของคนทั่วไป

4. ขั้นตอนการจัดกิจกรรมออนไลน์มีอะไรบ้าง

1. เคลียร์จุดประสงค์ของการจัดกิจกรรม

2. เลือกของรางวัลที่เข้ากัน

3. ดีไซน์ รูปแบบกิจกรรม (ดีไซน์ Mechanic กิจกรรม)

4. โปรโมตกิจกรรม

5. การโปรโมตกิจกรรมควรทำอย่างไร

- 1) โปรโมตผ่านหน้าเว็บไซต์แสดงขึ้นหลังจากที่มีการคลิก (Landing page) กติกาต่าง ๆ บนหน้าโซเชียลมีเดียแต่ละ Channel และควรแจ้่งรายละเอียดในเว็บด้วย เพื่อเป็นการดึงดูดผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ (Draw Traffic) และเข้าแพลตฟอร์มการวิเคราะห์ Analytics ก็จะสามารถรู้ได้ด้วยว่าลูกค้าเข้ามาจากไหน แล้วไปที่ไหนเพิ่มอีก
- 2) หรือประกาศเกี่ยวกับกิจกรรมผ่านอีเมลอีกช่องทางก็ได้
- 3) โซเชียลมีเดีย : ใช้วิธีแปะลิงก์เว็บไซต์ ให้คนเข้าไปอ่านเพิ่มในเว็บไซต์

6. การจัดกิจกรรม Photo Contest คือ

แข่งขันส่งรูปเข้าประกวด ให้ผู้ร่วมสนุกสนานกับการส่งรูปเข้ามาประกวด แข่งขันกับคนอื่นบนโลกโซเชียล ถ้าเป็นแบรนด์ก็จะมีโจทย์ให้ เช่น ถ่ายรูปคู่โลโก้ของแบรนด์เป็นต้น

7. อธิบายกิจกรรม Fill the gap มาพอเข้าใจ

เติมคำในช่องว่าง เป็นการเล่นที่เอาเกมมาประยุกต์ มีทั้งระดับง่ายไปจนยาก

ข้อดี : ถ้าคำถามง่าย คนจะเข้ามามีส่วนร่วมเยอะ เพราะการที่คนเล่น เห็นคำถามและตอบได้ จะรู้สึกสนุกกับการร่วมกิจกรรม

เทคนิค : การใช้คำถามยาก ก็จะเกิดการแชร์ออกไปเพื่อท้าทายคนอื่น ๆ ให้มาช่วยกันตอบต่อไป

8. การจัดกิจกรรมบนเพจ Facebook มีอะไรบ้าง

1. จัดกิจกรรม Like หรือคอมเมนต์ที่โพส
2. จัดกิจกรรมให้โพสรูปภาพ หรือวิดีโอ
3. ประกวดคิดแคปชั่นเด็ด ๆ
4. ค้นหาไอเดียใหม่ ๆ จากผู้บริโภค
5. ของรางวัลไม่ดึงดูดใจ
6. ประชาสัมพันธ์ไม่ดี

9. Text quote content หมายถึง

ปัจจุบันเริ่มเห็นรูปที่มีแต่ข้อความ หรือ อาจจะเป็นภาพพื้นหลังแล้วมีคำคมแปะกันเป็นจำนวนมาก ข้อดีของคอนเทนต์ประเภทนี้คือเข้าใจง่าย ถ้าข้อความถูกใจก็กดแชร์ได้ง่าย

10. Solvable & beneficial content หมายถึง

ข้อมูลในคอนเทนต์ประเภทนี้ จะต้องช่วยแก้ปัญหาหรือให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับผู้คน เช่น วิธีแก้อาการผอมร่วง วิธีทำให้หน้าชุ่มชื้น วิธีการเลือกรองเท้าผ้าใบ เป็นต้น

๕๕๕๕๕

แบบประเมินผลการเรียนรู้ บทที่ 8

จุดประสงค์ เพื่อประเมินความรู้พื้นฐานของผู้เรียน เรื่อง การจัดการและกระบวนการทำธุรกิจออนไลน์

คำแนะนำ 1. อ่านคำถามต่อไปนี้และทำเครื่องหมายกากบาท (X) ข้อที่ถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียวลงในกระดาษคำตอบ (คะแนนเต็ม 10 คะแนน)

2. เวลาสำหรับการทำประเมิน 15 นาที

คำสั่ง จงทำเครื่องหมายกากบาท (X) ในข้อที่นักเรียนเห็นว่าถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว

1. ข้อใด “ไม่ใช่” ความหมายของการจัดการ

- ก. การจัดการที่เป็นระบบทันสมัยโปร่งใส และเทียบเคียงกับมาตรฐาน
- ข. การทำให้กลุ่มบุคคลในองค์กรเข้ามาทำงานร่วมกับเพื่อบรรลุ

วัตถุประสงค์

ค. ระบบการขายสินค้าและบริการบนเว็บไซต์

ง. ระบบการรักษาความปลอดภัยบนโลกออนไลน์

2. หลักการจัดการธุรกิจออนไลน์ข้อใดที่จะทำให้ประสบความสำเร็จ

- ก. รู้จักบริหารความคิด
- ข. เปิดรับข้อมูลใหม่
- ค. ต้องมีใจเมตตา อดทนต่อความกดดัน

ง. ถูกทุกข้อ

3. “การที่มีบุคคลน่าเชื่อถือ มีลักษณะเป็นผู้นำ” อยู่ในหัวข้อใด

ก. การบริหารความคิดในธุรกิจออนไลน์

ข. การทำธุรกิจออนไลน์ให้น่าเชื่อถือ

ค. การทำธุรกิจออนไลน์บนความเสี่ยง

ง. ความเป็นมืออาชีพ

4. ข้อใด “ไม่ใช่” แอปพลิเคชันที่ช่วยบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์

ก. Thai Back Office

ข. Shipnity

ค. Shopee

ง. Page 365

5. เว็บไซต์ใดที่ใช้ทำระบบบัญชีออนไลน์

ก. **Flowaccount.com**

ข. Flowermoney.com

ค. Flowerbye.com

ง. Flowermath.com

6. เว็บไซต์ที่เป็นแหล่งรวมร้านค้าและ ตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศคือ

ก. **www.Salesmatchup.com**

ข. www.lazada.com

ค. www.Shopee.com

ง. www.Saidee.com

7. กระบวนการทำธุรกิจออนไลน์ ขั้นตอนแรกคือ

ก. **ก่อตั้งธุรกิจ**

ข. จัดทะเบียนธุรกิจ

ค. จัดทะเบียนชื่อโดเมน

ง. ให้บริการเช่าพื้นที่เว็บไซต์

8. การสร้างเว็บไซต์ที่สวยงาม ต้องมีจุดดึงดูดอย่างไร

ก. ออกแบบเว็บไซต์ให้เข้ากับสินค้า

ข. พิจารณาส่งรายงานสะสมผลงาน

ค. ลูกค้าไม่ควรคลิกเกิน 2 ครั้ง

ง. **ถูกทุกข้อ**

9. “Service Business” หมายถึง

ก. **ธุรกิจการบริการ**

ข. ธุรกิจการท่องเที่ยว

ค. ธุรกิจการบิน

ง. ธุรกิจการโรงแรม

10. ข้อใด “ไม่ใช่” การเขียนโปรโมตสินค้า

ก. เขียน Headline ให้น่าสนใจ

ข. อธิบายถึงประโยชน์ของสินค้า

ค. **บอกถึงสินค้าที่มีลักษณะคล้ายเรา**

ง. มีการประกันสินค้า

ตอนที่ 2 จงอธิบายคำตอบให้ถูกต้องสมบูรณ์

1. จงให้ความหมายของการจัดการธุรกิจออนไลน์

ระบบการขายสินค้าและบริการบนเว็บไซต์ที่ลงทุนทำเว็บไซต์เองหรือขายสินค้าบนเว็บไซต์ฟรีต่าง ๆ เช่น Facebook, Line หรือการนำสินค้าไปโพสต์ไว้กับเว็บไซต์ที่ให้บริการลงโฆษณาฟรีก็ได้ เช่น Kaidee

2. จงบอกถึงหลักการจัดการธุรกิจออนไลน์มาพอเข้าใจ

การทำธุรกิจออนไลน์ จะต้องมีความเชื่อมั่นในตัวเองซึ่งบุคคลที่จะสามารถทำได้ต้องมีความมุ่งมั่นตั้งใจจริงกล้าลงมือทำ เพราะหากไม่มั่นใจและยอมแพ้แต่แรกจะทำให้เกิดการบั่นทอนจิตใจ ควรสร้างทัศนคติในการทำธุรกิจออนไลน์ด้านบวก ซึ่งถือเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ไม่ว่าจะทำอะไรก็ตามที่ต้องการทำให้ประสบความสำเร็จจะต้องมีทัศนคติที่ดีกับสิ่งที่ทำ เพราะหากมีทัศนคติในทางลบตั้งแต่ต้น ไม่ว่าจะทำธุรกิจอะไร อาจจะต้องประสบกับความล้มเหลวอย่างแน่นอน

3. หลักการคิดเกี่ยวกับการทำธุรกิจออนไลน์มีกี่ข้ออะไรบ้าง

1. การบริหารความคิดในธุรกิจออนไลน์
2. การทำธุรกิจออนไลน์ให้มีลักษณะที่น่าเชื่อถือ
3. เป็นมืออาชีพและรู้จักทำงานอย่างมีแผนงาน

4. จงอธิบายวิธีการบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์มาอย่างละเอียด

1. วางแผนธุรกิจให้เนียบคม
2. เลือกใช้ระบบร้านค้าออนไลน์ที่น่าเชื่อถือ
3. สร้างร้านค้าให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น
4. เตรียมความพร้อมด้านสินค้าและบริการ
5. จัดการรายการสั่งซื้ออย่างมืออาชีพ
6. ทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง

5. “www.Salesmatchump.com” มีประโยชน์อย่างไร

เป็นเว็บไซต์สำหรับระบบการขายสินค้าแบบตัวแทนขายโดยตรง กล่าวคือ หากเป็นเจ้าของกิจการที่ต้องการหาตัวแทนขายก็สามารถมาลงทะเบียนฟรีได้ ส่วนผู้ที่กำลังหาธุรกิจทำ หาสินค้าดี ๆ ไปจำหน่าย ก็สามารถเข้ามาเลือกสรรธุรกิจที่สนใจได้ในเว็บนี้ได้เช่นกัน

6. กระบวนการทำธุรกิจออนไลน์มีขั้นตอนอย่างไร

1. ก่อตั้งธุรกิจ
2. สร้างร้านขายของออนไลน์

7. หลักการสร้างร้านขายของออนไลน์ คือ

1. สร้างเว็บไซต์ที่สวยงามและสะดวกสบาย
2. ใช้โปรแกรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.
3. ตั้งบัญชีค้าขาย

8. ขั้นตอนแรกในการเริ่มต้นธุรกิจออนไลน์ควรทำอย่างไร

1. ค้นหาความต้องการ และเติมให้เต็ม

คนส่วนใหญ่ในช่วงเริ่มต้นทำธุรกิจ มักจะคิดถึงผลิตภัณฑ์ก่อนเป็นอันดับแรก และมองหาดตลาดเป็นอันดับที่สอง เพื่อเพิ่มโอกาสของความสำเร็จ ในความเป็นจริง อันดับแรกควรมองที่ตลาดเสียก่อน ว่าขณะนี้ตลาดต้องการอะไร กลุ่มเป้าหมายมีความชอบแบบไหน ต้องอาศัยสื่ออินเทอร์เน็ตให้เป็นประโยชน์ โดยค้นหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ก็จะช่วยให้ทราบความต้องการของตลาดได้ง่ายขึ้นโดย

1. หาข้อมูลจากเว็บบอร์ดต่าง ๆ เพื่อดูว่าขณะนี้ผู้บริโภคกำลังต้องการอะไร และการตอบสนองต่อปัญหานั้นๆ พร้อมวิธีการแก้ไขอื่น ๆ

2. ค้นหา 키워ด์สำคัญที่ผู้คนส่วนใหญ่กำลังให้ความสนใจ

3. ตรวจสอบคู่แข่งที่ทำตลาดมานาน มีศักยภาพสูง ให้ลองเข้าไปยังเว็บไซต์ของพวกเขา และดูว่ามีข้อดี ข้อเสียอย่างไร และนำข้อมูลเหล่านั้นมาพัฒนาเว็บไซต์ และสินค้าของตัวเอง

9. การออกแบบเว็บไซต์มีเทคนิคอย่างไร

1. เขียน Headline หรือพาดหัวเรื่องให้น่าสนใจ
2. อธิบายถึงประโยชน์ของสินค้า
3. สร้างความน่าเชื่อถือในการตอบคำถามลูกค้า
4. ต้องมีรีวิวของผู้เคยใช้สินค้ามาแล้ว
5. แบ่งส่วนสำหรับการพูดคุยกับผู้ใช้งาน เกี่ยวกับสินค้าและวิธีการใช้สินค้า
6. มีข้อเสนอ หรือส่วนลดต่าง ๆ ให้ลูกค้า
7. มีการรับประกันสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนด
8. ใส่ข้อมูลต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าติดต่อเข้ามา
9. การเสนอขายสินค้า

10. การเตรียมตัวเปิดร้านค้าออนไลน์มีขั้นตอนอย่างไร

1. จุดยืนของร้าน
2. ช่องทางขายสินค้า
3. ความอดทนและมุ่งมั่น

แบบประเมินผลการเรียนรู้ บทที่ 9

จุดประสงค์ เพื่อประเมินความรู้พื้นฐานของผู้เรียน เรื่อง ธุรกิจดิจิทัลในอนาคต
คำแนะนำ 1. อ่านคำถามต่อไปนี้และทำเครื่องหมายกากบาท (X) ข้อที่ถูกต้องที่สุด
 เพียงข้อเดียวลงในกระดาษคำตอบ (คะแนนเต็ม 10 คะแนน)

2. เวลาสำหรับการทำประเมิน 15 นาที

คำสั่ง จงทำเครื่องหมายกากบาท (X) ในข้อที่นักเรียนเห็นว่าถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว

1. ข้อใด คือแนวโน้มที่จะเกิดการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล
 - ก. AI จะเข้าเก็บพฤติกรรมของผู้ใช้และนำข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูล
 - ข. Internet of things การเชื่อมโยงข้อมูลจากอุปกรณ์ทุกอย่างรวมกันด้วย IOT
 - ค. Blockchain ระบบโครงข่ายในการเก็บข้อมูลแบบปลอดภัย
 - ง. ถูกทุกข้อ
2. “Neo – Ecological Business” หมายถึงข้อใด
 - ก. สินค้าและบริการที่นำเสนอภาพลักษณ์ของการใส่ใจสิ่งแวดล้อม
 - ข. การทำธุรกิจที่ปลอดภัย
 - ค. ธุรกิจที่เน้นความปลอดภัยต่อผู้บริโภค
 - ง. การทำธุรกิจด้านการเกษตรที่เป็นรูปแบบ Smart Farm
3. แนวคิดอุตสาหกรรม 4.0 สรุปได้ข้อใด
 - ก. การเพิ่มประสิทธิภาพ การควบคุมต้นทุน
 - ข. การผลิตของธุรกิจมีความยืดหยุ่น ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ
 - ค. การผลิตที่ตอบสนองผู้บริโภค
 - ง. ถูกทุกข้อ
4. แพลตฟอร์มที่เชื่อมผู้ประกอบการโรงแรมขนาดเล็กเข้าด้วยกันชื่อว่าอะไร
 - ก. Lazada
 - ข. Airbnb
 - ค. Kwanjai
 - ง. Shopee

5. ปัจจัยของการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ส่งผลถึงความเป็นอยู่ของมนุษย์โดยตรง

ก. แก้ปัญหาสนองความต้องการและเพิ่มความสามารถของมนุษย์

ข. ความก้าวหน้าของวิทยาศาสตร์ต่าง ๆ โดยเฉพาะวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์

ค. เศรษฐกิจและฐานะทางการเงิน

ง. สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ

6. “Brics” หมายถึงอะไร

ก. กลุ่มประเทศเอเชีย

ข. กลุ่มประเทศอุตสาหกรรม

ค. กลุ่มประเทศที่รวมตัวกันพัฒนาทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว

ง. กลุ่มประเทศผลิตน้ำมัน

7. “Brics” ประกอบด้วยประเทศอะไรบ้าง

ก. Brazil

ข. Russia

ค. Chiana

ง. ถูกทุกข้อ

8. ประเทศที่เป็นขั้วอำนาจเศรษฐกิจใหม่ คือ

ก. South Africa

ข. China

ค. Thailand

ง. India

9. สื่อสตรีมมิง มีความหมายที่ถูกต้องที่สุดคือข้อใด

ก. สื่อที่ใช้อินเทอร์เน็ต

ข. สื่อที่ใช้แอปพลิเคชัน

ค. การเล่นไฟล์มัลติมีเดียประเภทวิดีโอ

ง. สื่อสารผ่านดาวเทียม

10. ข้อใด “ไม่ใช่” แนวโน้มในการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี

ก. Service Economy

ข. Platform

ค. Media

ง. Robot

ตอนที่ 2 จงอธิบายคำตอบมาให้ถูกต้องสมบูรณ์

1. จงอธิบายรูปแบบธุรกิจในอนาคตที่ผู้ประกอบการต้องพิจารณา 3 หัวข้อ

แนวโน้มที่ 1 จากสภาพภูมิอากาศ มลภาวะ ภาวะเบียดโลก ปัญหาสิ่งแวดล้อม เกิดแนวโน้ม Neo-Ecological Business สินค้าและบริการที่นำเสนอภาพลักษณ์ของการใส่ใจสิ่งแวดล้อม จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคในวงกว้าง

แนวโน้มที่ 2 จากกระแสสังคม ความยุติธรรม ธรรมชาติ ความโปร่งใส เกิดแนวโน้ม Ethical Business Operation องค์กรที่ยึดมั่นในความสุจริต โปร่งใส และมีจริยธรรมในการทำธุรกิจ จะได้รับการสนับสนุนและการปกป้องจากภาคประชาสังคม

แนวโน้มที่ 3 จากเทคโนโลยีการสื่อสาร อินเทอร์เน็ตทุกสรรพสิ่ง (Internet of Thing) เทคโนโลยีการประมวลผล ทรัพยากรขาดแคลน เกิดแนวโน้ม Everything-As-A-Service การปรับรูปแบบธุรกิจจาก “ผลิตสินค้าเพื่อขาย” มาเป็น “การให้บริการ” สามารถตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ได้เป็นอย่างดี

2. แนวโน้มที่ 5 ของรูปแบบธุรกิจดิจิทัลในอนาคตได้กล่าวถึง

แนวโน้มที่ 5 จากเครือข่ายดิจิทัล การขนส่งไร้พรมแดน การใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่า เกิดแนวโน้ม Micro Supply Chain กิจการขนาดใหญ่ลดการพึ่งพาผู้ส่งมอบหลักไม่กี่ราย สร้างโอกาสให้กับธุรกิจขนาดเล็กทั่วทุกมุมโลก โครงข่ายการสื่อสารและการคมนาคมที่มีประสิทธิภาพ

3. แนวโน้มที่พูดถึง “Responsibility” ได้อย่างไร

ความรับผิดชอบของผู้ประกอบการ มีแนวโน้มที่ทั้งข้อกฎหมาย และแรงกดดันจากสื่อสังคมออนไลน์ จะเรียกร้องให้ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ มีความรับผิดชอบต่อธุรกิจที่มากขึ้น ทั้งทางด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมระหว่าง การก่อสร้าง ความรับผิดชอบต่อลูกค้าในกรณีคุณภาพการก่อสร้าง ความโปร่งใสทางธุรกิจ โดยเทคโนโลยีจะช่วยให้การกำกับดูแลของภาครัฐทำได้สะดวกขึ้น อุปกรณ์โทรศัพท์มือถือที่ติดตัวลูกค้าสามารถบันทึกข้อมูลภาพเสียงคุณภาพสูง รวมทั้งอุปกรณ์เสริมต่าง ๆ ที่ใช้ในการตรวจสอบอาคาร จะมีราคาต่ำลง สามารถส่งผ่านข้อมูลไปวิเคราะห์ด้วย AI ได้เร็ว ทำให้ลูกค้าสามารถตรวจสอบคุณภาพของอสังหาริมทรัพย์ได้ง่ายขึ้นโดยไม่จำเป็นต้องมีความรู้ทางด้านวิศวกรรม อีกทั้ง

ตลาดอสังหาริมทรัพย์ของไทยในอนาคตน่าจะมีสัดส่วนลูกค้าต่างชาติเพิ่มมากขึ้น ก็ยังเป็นแรงกดดันที่ภาครัฐต้องยกระดับมาตรฐานในการคุ้มครองผู้บริโภคให้ใกล้เคียงกับมาตรฐานสากล

4. ปัจจัยในหัวข้อของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี มี 5 ปัจจัยคือ

1. โลกของเรากำลังแก่ เพราะ 1.4 พันล้านคนจะเป็นผู้สูงอายุ
2. โลกไร้พรมแดนเหมือนเดิม เพิ่มเติมคืออำนาจทางเศรษฐกิจใหม่ที่โตแบบก้าวกระโดด
3. โลกที่ขาดแคลนทรัพยากร
4. โลกของการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค 4.0
5. โลกที่หมุนบนแกนของความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคม

5. ปัจจัยในหัวข้อ “โลกไร้พรมแดนเหมือนเดิม” ได้วิเคราะห์โอกาสในการทำธุรกิจไทยได้ว่าอย่างไร

กระแสโลกาภิวัตน์ยังคงมีอิทธิพลต่อการเติบโตของเศรษฐกิจโลกในอีก 10 ปีข้างหน้า ภาคการส่งออกจะสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงกว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ หรือจีดีพีกลุ่มเศรษฐกิจบริกส์ (BRICS หมายถึง กลุ่มประเทศที่รวมตัวกันที่มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วประกอบด้วยบราซิล, รัสเซีย, อินเดีย, จีน, แอฟริกาใต้) จะมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจขึ้นกว่า 2 เท่า โดยมีมูลค่าทางจีดีพีเป็น 38% ของจีดีพีโลก ขณะที่ประชากรอินเดียจะแซงหน้าจีน ชนชั้นกลางจะเป็นผู้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และพาอินเดียก้าวขึ้นมาเป็นประเทศมหาอำนาจในเวทีเศรษฐกิจโลก

โอกาสที่น่าสนใจของธุรกิจไทย:

- วิเคราะห์สถานการณ์และประยุกต์ใช้กับแผนการลงทุนทำธุรกิจ เพื่อจัดการกับความเสี่ยง และพัฒนาศักยภาพการแข่งขันทางธุรกิจให้ทัดเทียมกับตลาดของกลุ่มเศรษฐกิจบริกส์ (BRICS)

- จับตาตลาดและกลุ่มผู้บริโภคที่จะกลายเป็นอำนาจทางเศรษฐกิจใหม่ เช่น อินเดีย

6. กลุ่มเศรษฐกิจ “Brics” ประกอบด้วยประเทศใดบ้าง

1. บราซิล
2. รัสเซีย
3. อินเดีย
4. จีน
5. แอฟริกาใต้

7. สื่อสตรีมมิ่ง (Streaming) คืออะไร

การเล่นไฟล์มัลติมีเดีย ประเภทวิดีโอ หรือเสียงผ่านอินเทอร์เน็ต การบริการระบบคลาวด์และแอปพลิเคชัน

8. “Deepfake AI” หมายถึงอย่างไร

ในอดีต เวลาที่ได้ยินเรื่องการตัดต่อภาพดาราดังไปทำเรื่องเสียหาย มักนึกถึงคนที่มีฝีมือชั้นเทพด้านโปรแกรมโฟโตชอป แต่เมื่อถึงยุค AI มีสิ่งที่เรียกว่า

Deepfake AI ที่ขอเพียงมีข้อมูลใบหน้า-อิริยาบถต่าง ๆ มากพอ มันก็สามารถคัดลอกอัตลักษณ์ของคน คนนั้นมาสร้างเป็นภาพเคลื่อนไหวได้อย่างไม่ผิดเพี้ยน ซึ่งที่ผ่านมา Deepfake AI ประสบความสำเร็จอย่างมากในวงการบันเทิง เช่น การสร้างหนังโป๊เปลือย เป็นต้น

แต่สำหรับวงการที่มีผลกระทบมาก เช่น แวดวงการเงิน การเมือง ศาสนา ฯลฯ Deepfake AI กลายเป็นปัญหาทันที เพราะหากมีการนำภาพบุคคลสำคัญ เช่น ผู้นำประเทศมหาอำนาจไปสร้างใหม่ด้วย Deepfake AI และกล่าวคำพูดที่ไม่เหมาะสม ก็อาจนำไปสู่สถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองได้

9. “Internet of Things ” หรือ IoT หมายถึงอย่างไรจงอธิบาย

เป็นเครือข่ายที่จะเชื่อมต่ออุปกรณ์เครื่องใช้และยานพาหนะให้สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้อย่างครบวงจรมากขึ้น ซึ่งในตลาดอุตสาหกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่ต้องการความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีมีการแข่งขันกันสูงมากในตลาดของ IoT

10. จงอธิบายคำว่า “AI” มาพอเข้าใจ

AI (Artificial Intelligence) หรือปัญญาประดิษฐ์ คือสิ่งที่เรารู้จักกันมาพอสมควร และอยู่เบื้องหลังกระบวนการใช้งาน Facebook, Youtube, Google หรือสิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ เป็นต้น โดย Amazon, Apple, Facebook, Google, IBM และ Microsoft กำลังลงทุนในการวิจัยและพัฒนา AI เพื่อปรับปรุงประสบการณ์ของผู้บริโภค
