

Course Outline 2025

DI-MDA: Embedding Marketing with Digital & AI Technology *New*

ระยะเวลา : 2 วัน

เวลา 09.00-16.00 น.

รุ่น 1 วันที่ 28-29 พฤษภาคม 2568

รุ่น 2 วันที่ 6-7 พฤศจิกายน 2568

วิทยากร : **คุณสุรศักดิ์ เหลืองอุษากุล**

- Chief of Digital Marketing and Technology: Marketing Association of Thailand
- Co-Founder , Director of Planning & Idea บริษัท แบรินด์เบเกอร์ จำกัด

Rationale :

การตลาดและการขายมีการเปลี่ยนยุคตามกาลเวลาตลอดมา และยังการเติบโตทางด้านเทคโนโลยีเติบโตอย่างก้าวกระโดด ทำให้ความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาความรู้ต่าง ๆ มาอย่างรวดเร็วมาก จากในอดีตข้อมูลความรู้จากต่างประเทศกว่าจะมาถึงไทยก็ใช้เวลาประมาณ 10 วัน และสื่อต่าง ๆ ก็ยังไม่มีการพัฒนา จนกระทั่งความเติบโตทางด้านเทคโนโลยีทางด้านปัญญาประดิษฐ์ต่าง ๆ ได้พัฒนาขึ้นมาเร็ว ความรู้ที่ทุกมุมโลกสามารถเรียนรู้ได้ในลัดมือเดียว ประกอบกับสื่อทุกรูปแบบก็ได้พัฒนาออกในหลายรูปแบบผ่านช่องทางต่าง ๆ ซึ่งทำให้คนได้พัฒนาการเรียนรู้ได้มากขึ้น ทำให้การพฤติกรรมการเรียนรู้การใช้งานต่าง ๆ ตลอดจนถึงการเรียนรู้การใช้งานด้านผลิตภัณฑ์และบริการก็เกิดความซับซ้อนมากขึ้น

การตลาดในอดีตจะใช้การสื่อสารแบบเจอตัว หรือสื่อสารผ่านหน้าจอตาร์ทัน หรือ ผ่านวิทยุ ไปยังกลุ่มผู้บริโภค แต่ก็ได้กลุ่มเป้าหมายในระดับหนึ่งเท่านั้น ซึ่งการเติบโตของเทคโนโลยีดังกล่าวทำให้การตลาดเปลี่ยนวิธีการตลาดไปอย่างพลิกฝ่ามือ สามารถทำการตลาดผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ได้หลากหลายมากขึ้น ต้นทุนการตลาดลดลง ผู้ประกอบการสามารถทำการขายเองโดยไม่ต้องผ่านคนกลางหรือตัวแทนจำหน่าย

ดังนั้น การตลาดยุคที่เรียกว่า เทคโนโลยีสารสนเทศและปัญญาประดิษฐ์ จะมีบทบาทสำคัญต่อการทำการตลาดและการขาย อันเป็นบริบทที่สำคัญที่องค์กรต้องมีการเรียนรู้พื้นฐานและต่อยอดเพื่อการอยู่รอดในยุคปัญญาประดิษฐ์นี้

Outcome :

- Deep Understanding: เข้าใจกลไกของ Digital Marketing, Data Analytics และ AI ในบริบทการตลาดสมัยใหม่
- Creativity Unlocked: ได้แนวทางการคิดกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล โดยผสมผสาน AI กับความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค
- Enhanced Efficiency: เพิ่มประสิทธิภาพในการวางแผนและดำเนินการทางการตลาด ด้วยเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลและ AI
- Real-Life Application: นำความรู้ไปประยุกต์ใช้กับสถานการณ์จริงในองค์กร เพื่อแก้ปัญหาและสร้างโอกาสทางธุรกิจ
- Integration with Every Situation: มีทักษะในการบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลและ AI เข้ากับทุกสถานการณ์ทางการตลาด ไม่ว่าจะเป็นการวางแผน การดำเนินงาน หรือการวัดผล

Pain-Point :

- ปัญหาในการปรับตัวที่ไม่ทันกับเทคโนโลยีดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้ขาดความรู้ในการใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตัดสินใจทางการตลาด และไม่สามารถใช้ประโยชน์จาก AI ในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำการตลาด
- ขาดความเข้าใจในพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล ซึ่งส่งผลต่อยอดขายและการเข้าถึงลูกค้าลดลงเนื่องจากกลยุทธ์การตลาดแบบเดิมไม่ได้ผล
- ขาดทักษะในการวิเคราะห์และเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับธุรกิจ ทำให้เผชิญสถานะความสามารถทางการแข่งขันที่ถดถอย ไม่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและ AI อย่างมีประสิทธิภาพ
- ต้นทุนการตลาดสูงเกินไปเมื่อเทียบกับผลลัพธ์ที่ได้

คอร์สนี้เหมาะกับใคร :

- นักการตลาดที่ต้องการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัล
- ผู้ประกอบการและเจ้าของธุรกิจ SMEs
- ผู้ที่สนใจเริ่มต้นอาชีพด้าน Digital Marketing
- นักวิเคราะห์ข้อมูลที่ต้องการเข้าใจการประยุกต์ใช้ในการตลาด
- บุคคลทั่วไปที่สนใจเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี AI เข้ากับ Digital Marketing

Learning Method:

- 60% Lecture
- 40% Workshop

Objective :

- เพื่อให้เข้าใจความหมายและหลักการในการทำ Digital Marketing
- เพื่อให้แนวทางในการใช้ Data Analytic ในการวางแผนและปรับปรุงกลยุทธ์ Digital Marketing
- เพื่อให้ผู้เข้าอบรมเรียนรู้แนวทางการนำปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาใช้ในการทำ Marketing
- เพื่อให้สามารถวิเคราะห์และประเมินเครื่องมือด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและ AI ที่เหมาะสมสำหรับการทำ Digital Marketing ในองค์กร
- เพื่อให้เข้าใจกระบวนการของการทำตลาดออนไลน์ ในมุมมอง SEO และ SEM

Course Outline :

วันแรก

Essentials of Digital Marketing and Data Analytics

- ภาพรวมของ Digital Marketing ในยุค AI
 - กรอบความคิดในมุมมอง Growth Mindset กับการทำ Digital Marketing
 - แนวโน้มและการเปลี่ยนแปลงของ Digital Marketing
 - ผลกระทบของ AI ต่อการตลาดดิจิทัล
- กลยุทธ์ Digital Marketing ที่มีประสิทธิภาพ
 - Data Driven ในยุค Digital Marketing
 - Customer Journey & Customer Experience ที่สำคัญในยุค Digital Marketing เพื่อเพิ่มฐานลูกค้าได้อย่างไร
 - การวางแผน Digital Campaign: การกำหนดวัตถุประสงค์ของแคมเปญ, แนวทางการใช้ข้อมูลเชิงลึกจาก Data Analytics เพื่อเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค, การสร้างเนื้อหาด้วย AI-Storytelling-Visual Content และการวางแผนดำเนินการอื่นๆ
- Digital Marketing Tools & Techniques
 - Social Media Marketing และ Social Listening: กลยุทธ์การสร้างเนื้อหาสำหรับแต่ละแพลตฟอร์ม และการใช้เครื่องมือ Social Listening เพื่อติดตามและวิเคราะห์ sentiment
 - ตัวอย่างการใช้ Digital Marketing Tools

วันที่สอง

AI in Marketing และ Generative AI Marketing Strategy

- AI และการประยุกต์ใช้ในการตลาด
 - ประเภทและเครื่องมือ AI ที่ใช้ในการตลาด
 - กรณีศึกษาการใช้ AI ในแคมเปญการตลาด
- Generative AI Marketing Strategy Canvas
- Workshop: สร้าง Generative AI Marketing Strategy Canvas
- การวัดผลและการปรับปรุงแคมเปญ AI-driven
 - KPIs สำหรับแคมเปญ AI
 - การปรับปรุงประสิทธิภาพด้วย Machine Learning

ค่าธรรมเนียม

ค่าธรรมเนียม	
ท่านละ (ก่อน VAT 7%)	8,500
ท่านละ (รวม VAT 7%)	9,095

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

ฝ่ายพัฒนาศักยภาพ สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ

โทรศัพท์ 02-619-5500 ต่อ 452-456

E-mail : training@ftpi.or.th