



ที่ อว ๐๖๕๕/๑๗๒๘

ถึง หัวหน้าหน่วยงานในสังกัดมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

พร้อมหนังสือนี้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ได้จัดส่งสำเนาหนังสือมาเพื่อ
ประชาสัมพันธ์ให้ทราบโดยทั่วกัน ดังนี้

๑. หนังสือสมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย ที่ สดท. ๖๐๑๒/๒๕๖๖ ลงวันที่ ๑๔ พฤศจิกายน ๒๕๖๕
เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรภาวะผู้นำระดับบริหารศกยภาพสูง (Hybrid Learning)
จำนวน ๑ ฉบับ

๒. หนังสือสมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย ที่ สดท. ๖๐๑๔/๒๕๖๖ ลงวันที่ ๑๔ พฤศจิกายน ๒๕๖๕
เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรกลยุทธ์พิชิตใจลูกค้าให้รักและภักดีในแบรนด์ (Hybrid
Learning) จำนวน ๑ ฉบับ

๓. หนังสือสถาบันคลังสมองของชาติ ที่ สคช๐๕.๖๖๓๑/๒๕๖๕ ลงวันที่ ๑๔ พฤศจิกายน
๒๕๖๕ เรื่อง ขอประชาสัมพันธ์หลักสูตร “กลยุทธ์การศึกษาตลอดชีวิตแนวใหม่ของอุดมศึกษา” รุ่น ๑
จำนวน ๑ ฉบับ

ทั้งนี้ สามารถดาวน์โหลดรายละเอียดหนังสือได้ที่ <http://personnel.rmutsv.ac.th/>
(ข่าวประชาสัมพันธ์)



กองบริหารงานบุคคล สำนักงานอธิการบดี
โทร ๐ ๗๔๓๑ ๗๑๒๖

1/๓๑.

สคท.๖014/2566

วันที่ 14 พฤศจิกายน 2565

เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรกลยุทธ์พิชิตใจลูกค้าให้รักและภักดีในแบรนด์ (Hybrid Learning)
 เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
 สิ่งที่แนบมาด้วย 1.รายละเอียดหลักสูตรและกำหนดการ 2.แบบลงทะเบียน

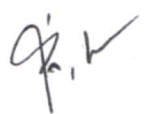
ด้วยกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (MDES) และสมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย เป็นเจ้าภาพร่วมในงาน Rethink Academy 2023 ได้กำหนดจัดอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรกลยุทธ์พิชิตใจลูกค้าให้รักและภักดีในแบรนด์ (Building Customer Loyalty to Customer Advocacy Course) วันที่ 22 – 23 กุมภาพันธ์ 2566 ณ โรงแรมเมอร์เคียว กรุงเทพมหานคร สุขุมวิท 24 (BTS สถานีพร้อมพงษ์ ทางออก 4) หรืออบรมออนไลน์ผ่าน Zoom Meeting

การทำแบรนด์ การทำตลาดก็หยุดนิ่งไม่ได้ หากอยากเป็น “แบรนด์” ในใจลูกค้าตลอดเวลา ไม่ว่าจะยุค New Normal หรือ Never Normal กลยุทธ์การสร้าง Brand Loyalty มัดใจผู้บริโภคไม่ให้เปลี่ยนใจยังสำคัญมากอยู่เสมอ ยิ่งในยุคที่ข้อมูลข่าวสารจำนวนมากวิ่งเข้าหาผู้บริโภคในแต่ละวันผ่านสื่อออนไลน์ที่มีผู้ใช้งานกว่า 80% ของประชากรไทย ก็ควรกระจายข่าวสารให้ครบทุก Platform (Omnichannel) และปรับรูปแบบให้เหมาะกับ Platform นั้น ๆ ด้วย เช่น หากเป็นบนป้ายโฆษณา ทั้งข้อความและภาพต้องกระชับ เข้าใจได้ทันทีที่เห็น ส่วนถ่าบน Social Media ควรใช้คำ และภาพที่เรียกความสนใจและกระตุ้นนั่นเอง

ด้วยวัตถุประสงค์และรูปแบบการจัดงานดังกล่าว ทางสมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย (DUGA) จึงขอเรียนเชิญท่านและบุคลากรในหน่วยงานภายใต้สังกัด เข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการ (workshop) ในรูปแบบการเรียนรู้ Hybrid Learning ซึ่งจะประกอบด้วย การเรียนแบบออฟไลน์ (เดินทางมายังสถานที่จัดงาน) และการเรียนแบบออนไลน์ (Zoom Meeting) ตามวันเวลาและสถานที่ดังกล่าว โดยผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ สามารถเบิกจ่ายค่าลงทะเบียนจากต้นสังกัด ได้ตามระเบียบกระทรวงมหาดไทย ว่าด้วยค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมและการเข้ารับการฝึกอบรมของเจ้าหน้าที่ท้องถิ่น พ.ศ.2557 ข้อ 28 (2) สำหรับหน่วยงานราชการสามารถเบิกค่าใช้จ่ายในการอบรมสัมมนาจากต้นสังกัดตามระเบียบกระทรวงการคลัง ว่าด้วยค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม การจัดงาน และการประชุมระหว่างประเทศ พ.ศ. 2549 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ทั้งนี้กรุณาส่งแบบลงทะเบียนการเข้าร่วมอบรมหลักสูตรตามสิ่งที่ส่งมาด้วย2 สามารถสอบถามรายละเอียดได้ที่ คุณพิมพ์ภัสรา กนิษฐสุต โทร.097-004-3993 อีเมล pimphatsara@absolutealliances.com หรือลงทะเบียนออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ www.rethinkacademyth.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและขอขอบคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

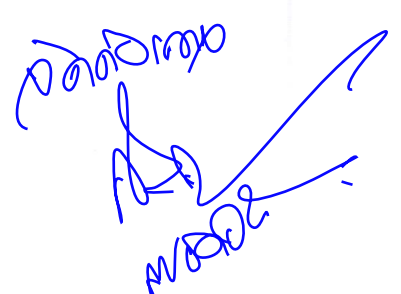
ขอแสดงความนับถืออย่างสูง



(นางสาวกัญญา แสงหาญ)


เลขาธิการสมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย

ธีรณ วัฒนพงศ์
 เพื่อโปรดทราบ : ๘๐๖
 ทมท. ประจักษ์พันธ์
 ๖๙.๙.๖๕



เรียน ผอ.กบค.

- 1 เพื่อโปรดทราบ
- 2 เห็นควรเสนอ อธิการบดี เพื่อโปรดทราบ และมอบงานอัตรากำลังฯ ประชาสัมพันธ์ต่อไป



2 ธ.ค. 65

Building Customer Loyalty to Customer Advocacy Course

หลักสูตรกลยุทธ์พิชิตใจลูกค้าให้รักและภักดีในแบรนด์

ที่มาและความสำคัญ

เพราะทุกวันนี้ ทั้งองค์กรภาครัฐ และภาคเอกชน ปฏิเสธไม่ได้เลยว่าธุรกิจทุกรูปแบบเข้าสู่ยุค ที่สถานการณ์ไม่เป็นใจ ผ่านความลำบาก ดันรนในช่วงวิกฤติ โควิด-19 และยังไม่รู้ว่าต้องใช้ระยะเวลาอีกนานแค่ไหนกว่าจะกลับสู่ภาวะปกติจริงๆ แต่การทำแบรนด์ การทำตลาดก็หยุดนิ่งไม่ได้ หากอยากเป็น “แบรนด์” ในใจลูกค้าตลอดเวลา ไม่ว่าจะยุค New Normal หรือ Never Normal กลยุทธ์การสร้าง Brand Loyalty มัดใจผู้บริโภคไม่ให้เปลี่ยนใจยังสำคัญมากอยู่เสมอ ยิ่งในยุคที่ข้อมูลข่าวสารจำนวนมากวิ่งเข้าหาผู้บริโภคในแต่ละวันผ่านสื่อออนไลน์ที่มีผู้ใช้มากกว่า 80% ของประชากรไทย จนเกิดภาวะ content shock หรือ ข้อมูลโอเวอร์โหลด คือความสนใจผู้คนมีจำกัด แต่ข้อมูลมีมหาศาล ทำให้ลูกค้าพร้อมเปลี่ยนใจไปหาแบรนด์ใหม่ได้ตลอดเวลาหากได้ข้อเสนอที่ดีที่โดนกว่า ปัจจุบันจึงมักมีคำถามว่า **ความภักดี (Loyalty)** ต่อแบรนด์มีจริงหรือไม่ และจะสร้างได้อย่างไร จากข้อมูลของกูรูทางการตลาดมักให้นิยามความหมายของคำว่า **ความภักดี** ไว้ 3 ประการคือ 1. ซื่อซ้าไม่เปลี่ยน 2. เชื่อมั่น เชื่อใจ แบรนด์ต้องบอกความจริงเสมอ 3. คุณภาพสินค้าและบริการต้องดี และจะอย่างไรลูกค้าจึงจะรู้สึกแบบนี้กับแบรนด์ของเราตลอดไป

ยิ่งถ้ามองเข้ามาที่ Customer Segmentation หรือการเช็กมัดใจลูกค้าในปัจจุบันแล้ว จะพบว่า มันไล่เลียงออกมาในรูปแบบพีระมิด ไล่ตั้งแต่กลุ่มที่เรียกว่า “น่าจะเป็นลูกค้า” จนไปถึงเป็น “ลูกค้าใหม่” ขยับไปสู่กลุ่มที่เรียกว่า “ลูกค้าที่มีคุณค่า” จนถึงบนสุดของพีระมิดที่ทุกธุรกิจ ทุกแบรนด์ในปัจจุบัน ถวิลหา และต้องการเป็นที่สุด คือ กลุ่มที่มีชื่อเรียกว่า “ลูกค้าประเภท แบรนด์แฟน” และการที่แบรนด์จะรักชราฐานลูกค้า และแบรนด์สามารถเดินทางไปสู่การได้ลูกค้าที่เป็น “แบรนด์แฟน” นั้น จะต้องมีการสร้างความรัก “brand love” สร้างความผูกพัน “engagement” ที่จะผูกใจพวกเขาให้อยู่กับแบรนด์ของเราอย่างมั่นคง และยั่งยืน กลยุทธ์การสร้างแบรนด์แฟนจึงเป็นการตลาดที่ทุกแบรนด์ถวิลหา พร้อมลงทุนทุกรูปแบบเพื่อให้เปลี่ยนลูกค้าให้เป็นแบรนด์แฟนให้ได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้บริหารระดับสูง และระดับปฏิบัติการของหน่วยงานได้ศึกษา เข้าใจ และสามารถวาดภาพลูกค้าได้อย่างชัดเจน ลึกซึ้ง แบบเข้าไปในหัวใจลูกค้า ทำให้สามารถสร้างฐานพีระมิดจาก “น่าจะเป็นลูกค้า” จนเป็น “ลูกค้าใหม่” ไปสู่ “ลูกค้าที่มีคุณค่า” และ “แบรนด์แฟน” ในที่สุด
2. เพื่อพัฒนาทักษะด้านการสร้างกลยุทธ์การตลาดผ่านการออกแบบ การสร้างโปรแกรม หรือกิจกรรมสนับสนุนต่างๆที่จะทำให้เกิด customer loyalty to customer advocacy จากความภักดีสู่การเป็นกระบอกเสียงให้แบรนด์... เพื่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพการตลาด ที่ตอบใจลูกค้าแบบโดนใจที่สุด
3. เพื่อสร้างเสริมความรู้ และติดอาวุธการตลาดแบบใหม่ที่เน้นการสร้างความรักในแบรนด์ ความประทับใจ และความรู้ใจลูกค้า จากแบรนด์ ผ่านประสบการณ์ในการเข้าถึง และใช้สินค้า และบริการในทุก ๆ touch points ของแบรนด์ของเรา
4. เพื่อเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างองค์กร วิทยุทัศน์และประสบการณ์ระหว่างผู้บริหารระดับสูง และระดับปฏิบัติการ ที่เข้ารับการศึกษาร่วมกัน

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้บริหารองค์กรระดับสูงและ ระดับปฏิบัติการ ทั้งในภาครัฐ ภาคเอกชน รัฐวิสาหกิจ ในทุกกลุ่มอุตสาหกรรมที่ต้องการสร้างกลยุทธ์ทางธุรกิจ การตลาด การสื่อสารที่มีเป้าประสงค์เพื่อกลยุทธ์สร้างลูกค้าสู่แบรนด์แผน จากความภักดีสู่การเป็นกระบอกเสียงให้แบรนด์ ไม่ว่าจะ เป็น ด้านการท่องเที่ยว ด้านการศึกษา ด้านสาธารณสุข ด้านสินค้าอุปโภคบริโภค ด้านพลังงาน และกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น ๆ

ระยะเวลาและสถานที่ในการอบรม

วันที่ 22 - 23 กุมภาพันธ์ 2566 ณ โรงแรมเมอร์เคียว กรุงเทพ สุขุมวิท 24 (BTS สถานีพร้อมพงษ์ ทางออก 4)

งบประมาณค่าใช้จ่าย

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

ค่าลงทะเบียนสำหรับผู้เข้ารับการอบรมแบบ Offline คนละ 17,013 บาท ถ้าหากลงทะเบียนก่อนวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2566 ท่านจะได้รับโปรโมชั่นพิเศษ ลงทะเบียน 2 ท่านขึ้นไป ราคาท่านละ 14,873 บาท (ค่าใช้จ่ายดังกล่าวรวมภาษีมูลค่าเพิ่มเรียบร้อยแล้ว) เพื่อจ่ายเป็นค่าใช้จ่ายในการอบรม เช่น เอกสารในการอบรม ค่าอาหารกลางวัน อาหารว่าง ค่าตอบแทนวิทยากร (ไม่รวมค่าที่พัก อาหารเช้า อาหารเย็น และค่าเดินทาง)

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

ค่าลงทะเบียนสำหรับผู้เข้ารับการอบรมแบบ Online คนละ 14,873 บาท ถ้าหากลงทะเบียนก่อนวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2566 ท่านจะได้รับโปรโมชั่นพิเศษ ลงทะเบียน 2 ท่านขึ้นไป ราคาท่านละ 12,733 บาท (ค่าใช้จ่ายดังกล่าวรวมภาษีมูลค่าเพิ่มเรียบร้อยแล้ว) เพื่อจ่ายเป็นค่าใช้จ่ายในการอบรม เช่น เอกสารในการอบรม ค่าตอบแทนวิทยากร

สำหรับหน่วยงานข้าราชการโดยผู้เข้ารับการอบรมสามารถเบิกค่าใช้จ่ายในการศึกษาอบรมตามระเบียบกระทรวงมหาดไทยว่าด้วย ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมและการเข้ารับการฝึกอบรมของเจ้าหน้าที่ท้องถิ่น พ.ศ. ๒๕๕๗ ข้อ ๒๘ (๑) และข้าราชการสามารถเบิกค่าลงทะเบียนตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมการจัดงานและการประชุมระหว่างประเทศ พ.ศ.๒๕๕๔ และที่แก้ไขเพิ่มเติม

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

วิธีชำระค่าลงทะเบียน

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

วิธีการรับใบเสร็จรับเงิน

ใบเสร็จ ทางสถาบันฯ สามารถจัดส่งทางไปรษณีย์หรือรับใบเสร็จหน้างาน (กรณีลงทะเบียนเรียนในรูปแบบออฟไลน์) และกรุณานำใบหักภาษี ณ ที่จ่าย (ถ้ามี) มายื่น ณ จุดลงทะเบียน เหตุผล: สามารถชำระค่าลงทะเบียนก่อนวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2566 และการยกเลิกการลงทะเบียนจะสมบูรณ์ต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรเท่านั้น และทำการยกเลิกก่อน 7 วันทำการก่อนวันสัมมนา (ผู้ร่วมสัมมนาจะไม่ได้รับค่าลงทะเบียนคืนแต่คงสิทธิ์ที่จะได้รับกระเป๋าและเอกสารประกอบการสัมมนา)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้เข้าร่วมอบรมมีความเข้าใจเรื่องการปรับเปลี่ยนของลูกค้ายุค 5.0 ERA
2. ผู้เข้าร่วมอบรมเรียนรู้เปิดมุมมองในการสร้างสรรค์ไอเดียกลยุทธ์ทางธุรกิจ การตลาด ในส่วนของการเข้าถึงหัวใจลูกค้า เพื่อให้ไม่เพียงแค่ว่าเป็นลูกค้าที่จะอยู่กับแบรนด์เราตลอดไป แต่ยังเป็นลูกค้าที่ช่วยเป็นกระบอกเสียงให้กับแบรนด์ของเรา และผู้เข้าร่วมอบรมจะสามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ การตลาด ได้อย่างมีประสิทธิภาพเพิ่ม 100 ผ่านการทำกิจกรรม workshop แบบได้ลองทำจริง
3. ผู้เข้าร่วมอบรม สามารถออกแบบกลยุทธ์ การตลาด ที่มีลูกค้าเป็นศูนย์กลาง customer-centric marketing strategy และนำข้อมูลลูกค้ามาใช้เป็นหลักในการวางแผนการตลาด data-driven marketing strategy แบบที่สามารถนำไปต่อยอดและนำไปใช้ได้จริงกับธุรกิจของตนเอง
4. ผู้เข้าร่วมอบรมได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนแนวคิด และประสบการณ์กับวิทยากรและผู้เข้าอบรมเพื่อสร้างเครือข่ายผู้นำด้านการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคดิจิทัลเพื่อให้เกิดสังคมแห่งการแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ หรือ collaboration network group
5. เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์และการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้บริหารองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคแบรนด์แฟน หรือ Brand Advocacy

เลขานุการการจัดงาน และบริหารการจัดงานโดย

บริษัท แอ็บโซลูท์ อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด 159/21 อาคารเสริมมิตรทาวเวอร์

ชอย 21 ถนนสุขุมวิท 21 (อโศก) แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ 0-2661-7750 โทรสาร 0-2661-775

Building Customer Loyalty to Customer Advocacy Course

หลักสูตรกลยุทธ์พิชิตใจลูกค้าให้รักและภักดีในแบรนด์

วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2566	
Day 1	รายละเอียดการอบรม
09.00-10.30 น.	<p>หัวข้อที่ 1: The 1st Customer Job: Customer Segmentation as ONE</p> <p>เข้าใจลูกค้าในยุคดิจิทัล 5.0 ERA เข้าใจแบบเข้าไปถึงหัวใจ แบบเป็นคนหนึ่งคน ไม่ใช่แมส คอนซูเมอร์อีกต่อไป เข้าใจทั้งในด้าน Demographics กายศาสตร์, Psychographics จิตใจ จิตวิญญาณ, Behavior พฤติกรรม, Geographic จุดตำแหน่งที่อยู่ และ Past Purchase History Pattern และแบบแผนการซื้อ การซื้อที่ผ่านมา ผ่านเครื่องมือ Segmentation Tool และ Empathy Map</p> <p>กิจกรรม 1: ฝึกทักษะการเข้าถึงหัวใจลูกค้าผ่าน Empathy Map Tool</p> <p>โดย คุณชนิษฐา ตั้งวรพจน์วิธาน: Business & Brand Advisor, eXperience Matters Co.,Ltd.</p>
10.30-10.45 น.	พักเบรก
10.45-12.00 น.	<p>หัวข้อที่ 2: The 2nd Customer Job: CLV & RFM Models</p> <p>เรียนรู้ทักษะ แนวทาง และตัวอย่างจริงของการทำกลยุทธ์สร้างลูกค้าที่จะอยู่กับแบรนด์เราให้ยาวนานที่สุด ผ่าน 2 เครื่องมือการตลาดที่ใช้กันมานานนับสิบๆปี</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Customer Lifetime Value Model ▪ RFM (Recency/ Frequency/ Monetary) Model ▪ กรณีศึกษาแบรนด์ที่ใช้ CLV & RFM models <p>กิจกรรม 2: ฝึกการทำ CLV & RFM Models ผ่านธุรกิจจริง</p> <p>โดย สุภาวดี ตันตียนานท์: CEO and Founder, eXperience Matters Co.,Ltd.</p>
12.00-13.00 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.00-14.15 น.	<p>หัวข้อที่ 3: The 3rd Customer Job: Customer Insight & Customer Journey to Build Loyal Customer Advocacy</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ เข้าใจวิธีการหา Insight ของลูกค้า อ่านให้ขาด ไม่พลาดเลือก Insight ผิดๆ <p>กิจกรรม 3: ฝึกทักษะการหา Insight ของลูกค้าผ่านการศึกษาจากเคสจริงในธุรกิจ</p> <p>โดย ชนิษฐา ตั้งวรพจน์วิธาน: Business & Brand Advisor, eXperience Matters Co.,Ltd.</p>
14.15-14.30 น.	พักเบรก
14.30-16.00 น.	<p>หัวข้อที่ 3: The 3rd Customer Job Customer Insight & Customer Journey to Build Loyal Customer Advocacy</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ เข้าใจเส้นเดินของลูกค้ามาหาแบรนด์เรา และการสร้างให้ touchpoints ต่างๆราบรื่น ไร้อุปสรรค จนลูกค้าสามารถเดินทางมาถึงแบรนด์เรา จนเป็นแบรนด์แฟนได้ <p>กิจกรรม 3: ฝึกทำ customer journey map ของลูกค้าจริงๆของธุรกิจตนเอง</p> <p>โดย ชนิษฐา ตั้งวรพจน์วิธาน: Business & Brand Advisor, eXperience Matters Co.,Ltd. และ คุณสุภาวดี ตันตียนานท์: CEO and Founder, eXperience Matters Co.,Ltd.</p>
สรุปวันที่ 1	

วันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2566	
Day 2	รายละเอียดการอบรม
09.00-12.00 น.	<p>หัวข้อที่ 4: The 4th Customer Job: Customer Loyalty Design via Data-driven Analytics</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ เข้าใจการทำ customer data analytics จากข้อมูลที่มีอยู่ ▪ เข้าใจ มีทักษะ และสามารถออกแบบ Customer Loyalty Program ผ่านการวิเคราะห์สังเคราะห์ ค่าตัวของลูกค้า เพื่อให้ออกแบบได้โดนใจลูกค้าที่สุด <p>กิจกรรม 4: ฝึกทักษะการเข้าใจ Real Customer Loyalty Program ของลูกค้าผ่านการศึกษาจากเคสจริงในธุรกิจ</p> <p>โดย คุณสุภาวดี ตันตียนนท์: CEO and Founder, eXperience Matters Co.,Ltd.</p>
10.30-10.45 น.	พักเบรก
12.00-13.00 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.00-14.15 น.	<p>หัวข้อที่ 4: The 4th Customer Job: Customer Loyalty Design via Data-driven Analytics (ต่อ)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ เข้าใจ มีทักษะ และสามารถออกแบบ Customer Loyalty Program ผ่านการวิเคราะห์สังเคราะห์ ค่าตัวของลูกค้า เพื่อให้ออกแบบได้โดนใจลูกค้าที่สุด (ต่อ) <p>กิจกรรม 4: ฝึกออกแบบ customer loyalty program ของลูกค้าจริงๆ ของธุรกิจตนเอง</p> <p>โดย คุณสุภาวดี ตันตียนนท์: CEO and Founder, eXperience Matters Co.,Ltd. และ คุณชนิษฐา ตั้งวรพจน์วิธาน: Business & Brand Advisor, eXperience Matters Co.,Ltd.</p>
14.15-14.30 น.	พักเบรก
14.30-16.00 น.	<p>หัวข้อที่ 5: The 5th Customer Job: Future Trends & Tools for Customer Loyalty to Customer Advocacy</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ การตลาดยุคใหม่ Blue-horn Marketing (New Pyramid of Marketing to Advocacy) ▪ เทรนด์ของลูกค้า ผู้บริโภคในยุค 5.0 ERA : The Mutant Customers ▪ ลูกค้าต้องการอะไรจากธุรกิจ หรือ แบรินด์ ที่จะทำให้พวกเขา รัก และภักดีกับแบรนด์อย่างที่สุด <p>กิจกรรม 5: ประเมินธุรกิจของตนเองว่าไปตรงกับเทรนด์ไหนบ้าง และเทรนด์ไหนที่เรายากปรับมาใช้</p> <p>โดย คุณชนิษฐา ตั้งวรพจน์วิธาน: Business & Brand Advisor, eXperience Matters Co.,Ltd.</p>
สรุปวันที่ 2	

*** หมายเหตุ: กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม ***

- ชนิษฐา ตั้งวรพจน์วิธาน: Business & Brand Advisor, eXperience Matters Co.,Ltd. มีประสบการณ์การทำงานและการสร้างแบรนด์มากกว่า 20 ปีด้วยการทำงานในด้าน Strategic Planning ให้กับบริษัท เอเจนซีโฆษณาระดับโลก อาทิ Dentsu Young & Rubicam Thailand, Ogilvy Advertising & McCann Worldgroup
- สุภาวดี ตันตียนนท์
- ทั้ง 2 คน รวมทั้งยังเป็น Speaker & Trainer ให้กับนิสิต นักศึกษา SMEs และ นักธุรกิจ นักการตลาดทั่วประเทศมากกว่า 10 ปี โดยเฉพาะการสอนการตลาด การสร้างแบรนด์ที่เน้นความเชื่อมั่น ความศรัทธาในแนวคิดของบริษัทฯ เศรษฐกิจพอเพียง

126



สทท.ว012/2566

วันที่ 14 พฤศจิกายน 2565

เรื่อง ขอรียนเชิญเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรภาวะผู้นำระดับบริหารศีกยภาพสูง (On-Site)
เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
สิ่งที่แนบมาด้วย 1.รายละเอียดหลักสูตรและกำหนดการ 2.แบบลงทะเบียน

ด้วยกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (MDES) และสมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย เป็นเจ้าภาพร่วมในงาน Rethink Academy 2023 ได้กำหนดจัดอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรภาวะผู้นำระดับบริหารศีกยภาพสูง (Executive Leadership Course) วันที่ 7 – 8 กุมภาพันธ์ 2566 ณ โรงแรมเมอร์เคียว กรุงเทพฯ สุขุมวิท 24 (BTS สถานีพร้อมพงษ์ ทางออก 4)

ภาวะผู้นำเป็นเรื่องที่สำคัญยิ่งในยุคปัจจุบันซึ่งธุรกิจต้องเผชิญหน้ากับความเปลี่ยนแปลงมากมายเช่นเดียวกับความท้าทายใหม่ที่เข้ามา ผู้นำที่ดีย่อมสามารถนำองค์กรผ่านวิกฤตต่าง ๆ ไปได้ แต่ทั้งนี้การเป็นผู้นำนั้นไม่ใช่เกิดขึ้นจากความสามารถในการทำงานเพียงอย่างเดียว ต้องรู้จักองค์ประกอบสำคัญของการเป็นผู้นำ และพัฒนาศีกยภาพสำคัญที่ผู้นำต้องมีเพื่อให้ตัวเองมีความพร้อมที่จะสามารถนำองค์กรไปถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ หลักสูตรนี้จึงมุ่งเน้นที่จะพัฒนาความรู้การทำงานของการเป็นผู้นำที่มีศีกยภาพสูงขึ้น สำหรับการนำทีมอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ทีมงานและองค์กร ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายได้

ด้วยวัตถุประสงค์และรูปแบบการจัดงานดังกล่าว ทางสมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย (DUGA) จึงขอรียนเชิญท่านและบุคลากรในหน่วยงานภายใต้สังกัด เข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการ (workshop) ในรูปแบบการเรียน Hybrid Learning ซึ่งจะประกอบด้วย การเรียนแบบออฟไลน์ (เดินทางมายังสถานที่จัดงาน) และการเรียนแบบออนไลน์ (Zoom Meeting) ตามวันเวลาและสถานที่ดังกล่าว โดยผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ สามารถเบิกจ่ายค่าลงทะเบียนจากต้นสังกัด ได้ตามระเบียบกระทรวงมหาดไทย ว่าด้วยค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมและการเข้ารับการฝึกอบรมของเจ้าหน้าที่ท้องถิ่น พ.ศ.2557 ข้อ 28 (2) สำหรับหน่วยงานราชการ สามารถเบิกค่าใช้จ่ายในการอบรมสัมมนาจากต้นสังกัดตามระเบียบกระทรวงการคลัง ว่าด้วยค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม การจัดงาน และการประชุมระหว่างประเทศ พ.ศ. 2549 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ทั้งนี้กรุณาส่งแบบลงทะเบียนการเข้าร่วมอบรมหลักสูตรตามสิ่งที่ส่งมาด้วย 2 สามารถสอบถามรายละเอียดได้ที่ คุณพิมพ์ภัทรา กนิษฐสุต โทร.097-004-3993 อีเมล pimphatsara@absolutealliances.com หรือลงทะเบียนออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ www.rethinkacademyth.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและขอขอบคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถืออย่างสูง

(นางสาวกัลยา แสงหาบุญ)

เลขธิการสมาคมผู้ใช้ดิจิทัลไทย

เรียน ผอ.กบค.

- 1 เพื่อโปรดทราบ
- 2 เห็นควรเสนอ อธิการบดี เพื่อโปรดทราบ และมอบงานอัตรากำลังฯ ประชาสัมพันธ์ต่อไป

30 พ.ย. 65
ชยันต์ อดิพนธ์
กษัตริย์บรมราชชนนี ๖๐๐ มท.
นบ: ศาสตราจารย์

Executive Leadership Course

หลักสูตรภาวะผู้นำระดับบริหารศักยภาพสูง

หลักการและเหตุผล

การมีภาวะผู้นำเป็นเรื่องที่สำคัญยิ่งในยุคปัจจุบันซึ่งธุรกิจต้องเผชิญหน้ากับความเปลี่ยนแปลงมากมายเช่นเดียวกับความท้าทายใหม่ที่เข้ามา ผู้นำที่ดีย่อมสามารถนำองค์กรผ่านวิกฤตต่าง ๆ ไปได้ แต่ทั้งนี้การเป็นผู้นำนั้นไม่ใช่เกิดขึ้นจากความสามารถในการทำงานเพียงอย่างเดียว แต่การเป็นผู้นำต้องมารวมพร้อมกับทักษะอื่น ๆ ที่จะสามารถนำพาคนอื่น ๆ ไปด้วยกันได้ เช่นการคิดวิเคราะห์ ตัดสินใจ หรือสร้างการคิดร่วมกันระหว่างคนในองค์กรให้ไปในทิศทางเดียวกัน

ด้วยเหตุนี้ ผู้ที่รับบทบาทเป็นผู้นำขององค์กรนั้นต้องรู้จักองค์ประกอบสำคัญของการเป็นผู้นำ และพัฒนาศักยภาพสำคัญที่ผู้นำต้องมีเพื่อให้ตัวเองมีความพร้อมที่จะสามารถนำองค์กรไปถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ หลักสูตรนี้จึงมุ่งเน้นที่จะพัฒนาความรู้การทำงานของการเป็นผู้นำที่มีศักยภาพสูงขึ้นไปสำหรับการนำทีมอย่างมีประสิทธิภาพ โดยผสมผสานทฤษฎีและการปฏิบัติงานตามการใช้งานเข้าด้วยกัน รวมทั้งการวิเคราะห์กรอบงาน เครื่องมือ และข้อมูลเชิงลึกต่างๆ เพื่อให้ทีมงานและองค์กร ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเป็นผู้นำขององค์กรในยุคปัจจุบัน
2. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมพัฒนาศักยภาพสำคัญที่จำเป็นสำหรับการเป็นผู้นำองค์กร
3. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมมีเครื่องมือสำคัญเพื่อช่วยทำงานในบทบาทของการเป็นผู้นำ เช่นเครื่องมือการคิด เครื่องมือการตัดสินใจ กรอบความคิดในการบริหารบุคลากรต่าง ๆ

กลุ่มเป้าหมาย

- ผู้บริหารขององค์กรที่ต้องเพิ่มศักยภาพในการเป็นผู้นำให้กับตัวเอง
- ผู้บริหารในองค์กรที่กำลังขยายหรือกำลังเปลี่ยนผ่านทางธุรกิจ
- ผู้บริหารในองค์กรที่กำลังประสบปัญหาและต้องการพ่วงองค์กรให้ผ่านวิกฤตไปให้ได้
- ผู้บริหารที่เริ่มมีบุคลากรใหม่เข้ามาในทีมตัวเองมากขึ้น
- ผู้ที่เริ่มต้นรับบทบาทเป็นผู้บริหารหรือผู้จัดการ ทั้งกับองค์กรที่ทำงานอยู่แล้วหรือเปลี่ยนไปสู่องค์กรใหม่

ระยะเวลาและสถานที่ในการอบรม

วันที่ 7 – 8 กุมภาพันธ์ 2566 โรงแรมเมอร์เคียว แบงค็อก สุขุมวิท 24 (BTS สถานีพร้อมพงษ์ ทางออก 4)

รูปแบบการอบรม

จัดแบบ On-Site เป็นการบรรยายและ workshop เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้ลงมือทำจากกรณีศึกษาต่าง ๆ แล้วจึงมีการแลกเปลี่ยน ให้คำปรึกษา แนะนำจากผู้สอนเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการพัฒนาทั้งทักษะการคิดแล้วสามารถนำไปใช้ได้จริง

งบประมาณค่าใช้จ่าย

อัตราค่าลงทะเบียน On-Site (เดินทางอบรมสถานที่จัดงาน)

รายละเอียด (สำหรับลงทะเบียน 1 ท่าน)	ยอดก่อน Vat.	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	ยอดรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม	ภาษีหัก ณ ที่จ่าย	ยอดหลังหักภาษี ณ ที่จ่าย	
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	24,900	1743.00	26643.00	249.00	26,394.00	1%
บริษัทเอกชนหรือบุคคลทั่วไป	24,900	1743.00	26643.00	747.00	25,896.00	3%
รายละเอียด (สำหรับลงทะเบียน 2 ท่านขึ้นไป)	ยอดก่อน Vat.	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	ยอดรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม	ภาษีหัก ณ ที่จ่าย	ยอดสุทธิ	
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	22,900	1603.00	24503.00	229.00	24,274.00	1%
บริษัทเอกชนหรือบุคคลทั่วไป	22,900	1603.00	24503.00	687.00	23,816.00	3%

ค่าลงทะเบียนสำหรับผู้เข้ารับการอบรมแบบ On-Site ท่านละ 26,643 บาท ถ้าหากลงทะเบียนก่อนวันที่ 26 มกราคม 2566 ท่านจะได้รับโปรโมชั่นพิเศษ ลงทะเบียน 2 ท่านขึ้นไป เหลือเพียงท่านละ 24,503 บาท (ค่าใช้จ่ายดังกล่าวรวมภาษีมูลค่าเพิ่มเรียบร้อยแล้ว) เพื่อจ่ายเป็นค่าใช้จ่ายในการอบรม เช่น เอกสารในการอบรม ค่าอาหารกลางวัน อาหารว่าง ค่าตอบแทนวิทยากร (ไม่รวมค่าที่พัก อาหารเช้า อาหารเย็น และค่าเดินทาง)

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

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

วิธีการลงทะเบียน และชำระค่าลงทะเบียน

กรอกรายละเอียดตามแบบฟอร์มการลงทะเบียนหรือลงทะเบียนออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ได้ที่ www.rethinkacademyth.com และสามารถแนบเอกสารการชำระเงิน (Pay in slip) ส่งกลับมาที่ 02-661-7757 (แฟกซ์อัตโนมัติ) หรือ อีเมล Pimphatsara@absolutealliances.com

ชำระค่าลงทะเบียนโดยโอนเงินค่าลงทะเบียนล่วงหน้าก่อนวันประชุมสัมมนาฯ เข้าชื่อบัญชี บริษัท แอ็บโซลูทท์ อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด

- ธนาคารกรุงไทย บัญชีออมทรัพย์ สาขาการทางพิเศษแห่งประเทศไทย เลขที่บัญชี 085-0-12124-8
- ธนาคารกรุงเทพ บัญชีออมทรัพย์ สาขานนอโคกมนตรี เลขที่บัญชี 925-0-07304-7
- ธนาคารกรุงศรีไทย บัญชีออมทรัพย์ สาขาสุขุมวิท 33 (บางกะปิ) เลขที่บัญชี 003-2-42408-4

วิธีการรับใบเสร็จรับเงิน

ใบเสร็จ ทางสถาบันฯ สามารถจัดส่งทางไปรษณีย์หรือรับใบเสร็จหน้างาน (กรณีเดินทางอบรมสถานที่จัดงาน) และกรุณานำใบหักภาษี ณ ที่จ่าย (ถ้ามี) มายื่น ณ จุดลงทะเบียน หมายเหตุ: สามารถชำระค่าลงทะเบียนก่อนวันที่ 31 มกราคม 2566 และการยกเลิกการลงทะเบียนจะสมบูรณ์ต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรเท่านั้น และทำการยกเลิกก่อน 7 วันทำการ ก่อนวันสัมมนา (ผู้ร่วมสัมมนาจะไม่ได้รับค่าลงทะเบียนคืนแต่คงสิทธิ์ที่จะได้รับกระเป่าและเอกสารประกอบการสัมมนา)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้และสำรวจเห็นจุดแข็งจุดอ่อนของตัวเองในการเป็นผู้นำองค์กร
2. กรอบความคิดและเครื่องมือเพื่อช่วยพัฒนาศักยภาพของผู้เข้าอบรมกับการเป็นผู้นำ

เลขานุการการจัดงาน และบริหารการจัดงานโดย

บริษัท แอ็บโซลูทท์ อีลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด 159/21 อาคารเสริมมิตรทาวเวอร์

ซอย 21 ถนนสุขุมวิท 21 (อโศก) แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ 097-004-3993 โทรสาร 0-2661-7757 (แฟกซ์อัตโนมัติ)

Executive Leadership Course

หลักสูตรภาวะผู้นำระดับบริหารศักยภาพสูง

วันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2566	
Day 1	หัวข้อการอบรม
09.00 – 10.30 น.	<p>หัวข้อที่ 1: ความเป็นผู้นำ (Leadership)</p> <p>ผู้นำ คืออะไร</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ความแตกต่างระหว่างผู้นำและหัวหน้า ● ผู้นำสามารถสร้างผลกระทบต่อประสิทธิภาพขององค์กรได้อย่างไร ● ประเภทของผู้นำที่มักพบเห็นได้ในปัจจุบัน ● ประเภทของผู้นำที่มักพบเห็นได้ในปัจจุบัน ● องค์ประกอบสำคัญของผู้นำที่ดี <p>Workshop 01: การวิเคราะห์ภาวะผู้นำแบบต่าง ๆ</p> <p>วิทยากร โดย</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ คุณณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง ■ คุณจิรวัดน์ ศรีธระชียานนท์
10.30 – 10.45 น.	พักเบรก
10.45 – 12.00 น.	<p>หัวข้อที่ 2: การรับบทบาทเป็นผู้นำ (Being a leader)</p> <p>การสำรวจความเป็นผู้นำ พื้นฐานสำคัญที่ผู้นำต้องมี</p> <ul style="list-style-type: none"> ● พลัง (Power) ● ความสามารถ (Competency) ● ความสัมพันธ์ (Relationship) <p>Workshop 02: การวิเคราะห์ภาวะผู้นำของตัวเอง</p> <p>ช่วง Q&A (เปิดโอกาสให้ผู้เข้าอบรมสอบถามเพิ่มเติม)</p> <p>วิทยากร โดย</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ คุณณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง ■ คุณจิรวัดน์ ศรีธระชียานนท์
12.00 – 13.00 น.	รับประทานอาหารกลางวัน
13.00 – 14.30 น.	<p>ทวนเนื้อหาในช่วงเช้า</p> <p>หัวข้อที่ 3: การออกแบบเส้นทางขององค์กร</p> <p>บทบาทและความรับผิดชอบของผู้นำในการวางแผนองค์กร</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ● กำหนดแนวทางทางกลยุทธ์ของทีม ● สิ่งที่ต้องพิจารณา <ul style="list-style-type: none"> ➢ วิสัยทัศน์ (Visions) ➢ ภารกิจ (Missions) <p>Workshop 03: การระบุ Mission & Vision ขององค์กร</p> <p>วิทยากร โดย</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ คุณณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง ▪ คุณจิรวัดน์ ศรีธระชียานนท์
14.30 – 14.45 น.	พักเบรก
14.45 – 15.50 น.	<p>หัวข้อที่ 3: การออกแบบเส้นทางขององค์กร (ต่อ)</p> <p>บทบาทและความรับผิดชอบของผู้นำในการวางแผนองค์กร</p> <ul style="list-style-type: none"> ● สิ่งที่ต้องพิจารณา (ต่อ) ● สิ่งที่ต้องทำ (Action) ● กำหนดโครงสร้างของทีม <p>Workshop 04: การพัฒนา Action Plan ขององค์กร และการวางโครงสร้างทีมให้เหมาะสมกับ Action Plan</p> <p>ช่วง Q&A (เปิดโอกาสให้ผู้เข้าอบรมสอบถามเพิ่มเติม) และสรุปเนื้อหา</p> <p>วิทยากร โดย</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ คุณณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง ▪ คุณจิรวัดน์ ศรีธระชียานนท์
บทสรุป Day 1	
วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2566	
Day 2	หัวข้อการอบรม
09.00 – 10.30 น.	<p>ทวนเนื้อหาในวันแรก</p> <p>หัวข้อที่ 4: การบริหารจัดการบุคคล</p> <p>งานของผู้นำ: ค้นหา, เตรียมการ และการสนับสนุนของทีม</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ค้นหางานหลักและความสามารถที่จำเป็นของทีม ● ค้นหาคุณประโยชน์หลักที่จำเป็นของสมาชิกในทีม ● การนำทีมที่มีความหลากหลายช่วงอายุ (Multi - Generation) ให้เกิดประสิทธิภาพ <p>Workshop 05: การระบุความต้องการด้านบุคลากรให้สอดคล้องกับแผนดำเนินงานขององค์กร</p> <p>วิทยากร โดย</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ คุณณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง ▪ คุณจิรวัดน์ ศรีระชะชียนนท์
10.30 – 10.45 น.	พักเบรก
10.45 – 12.00 น.	<p>หัวข้อที่ 4: การบริหารจัดการบุคคล (ต่อ)</p> <p>งานของผู้นำ: ค้นหา, เตรียมการ และการสนับสนุนของทีม</p> <ul style="list-style-type: none"> ● การนำทีมให้เกิดประสิทธิภาพภายใต้วัฒนธรรมองค์กร ● วิธีการสร้างและรักษาความผูกพันกับพนักงานในองค์กร ● การให้คำแนะนำหรือฝึกอบรมบุคลากร <p>Workshop 06: การพัฒนาวัฒนธรรมองค์กร</p> <p>ช่วง Q&A (เปิดโอกาสให้ผู้เข้าอบรมสอบถามเพิ่มเติม)</p> <p>วิทยากร โดย</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ คุณณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง ▪ คุณจิรวัดน์ ศรีระชะชียนนท์
12.00 – 13.00 น.	รับประทานอาหารกลางวัน
13.00 – 14.30 น.	<p>ทวนเนื้อหาในช่วงเช้า</p> <p>หัวข้อที่ 5: ทักษะการคิดสำหรับผู้นำ</p> <p>ทักษะการคิดสำคัญที่จำเป็นในการรับบทบาทเป็นผู้นำ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ความคิดที่มีคุณภาพเป็นอย่างไร, วิธีการหลีกเลี่ยงในการตัดสินใจที่ผิด ● ทักษะความคิดที่จำเป็น ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> ▪ กระบวนการคิดเชิงกลยุทธ์ (Strategic thinking) ▪ กระบวนการคิดแก้ปัญหา (Problem solving) <p>การคิดวิเคราะห์หาปัญหาที่แท้จริงและทำการแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>Workshop 07: ทักษะการคิดต่าง ๆ ที่จำเป็น (Essential Thinking Skills) ของการเป็นผู้นำ</p> <p>วิทยากร โดย</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ คุณณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง ▪ คุณจิรวัดน์ ศรีระชะชียนนท์
14.30 – 14.45 น.	พักเบรก
14.45 – 15.50 น.	<p>หัวข้อที่ 5: ทักษะการคิดสำหรับผู้นำ (ต่อ)</p> <p>ทักษะความคิดที่จำเป็น ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> ● กระบวนการคิดแก้วิกฤต (Critical thinking) <p>การคิดเชิงวิเคราะห์เพื่อให้เห็นความเชื่อมโยงของข้อมูลต่าง ๆ</p>

	<p>และนำไปสู่การเข้าใจสถานการณ์ที่แท้จริง</p> <ul style="list-style-type: none"> ● กระบวนการคิดอย่างเป็นระบบ (Systematic thinking) การคิดเป็นระบบเพื่อให้เกิดความกระจ่างในกระบวนการวิเคราะห์ พิจารณาเรื่องต่าง ๆ ● กระบวนการคิดอย่างสร้างสรรค์ (Creative thinking) พื้นฐานการคิดสร้างสรรค์เพื่อพาความคิดออกไปนอกกรอบ <p>Workshop 08: ทักษะการคิดต่าง ๆ ที่จำเป็น (Essential Thinking Skills) ของการเป็นผู้นำ วิทยากร โดย</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ คุณณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง ■ คุณจิรวัดน์ ศรีธระชียานนท์
บทสรุป Day 2	

วิทยากร

คุณณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง

- ผ่านประสบการณ์การเป็นผู้บริหารด้านการตลาดดิจิทัลในบริษัทมหาชน และดิจิทัลเอเจนซี
- เจ้าของบล็อกการตลาดอันดับต้นๆของประเทศไทย ที่มีคนติดตามมากกว่า 40,000 คน และมีประสบการณ์บรรยายมา
มากกว่า 10 ปี
- Certificate Trainer – de Bono Thinking system

ประสบการณ์การทำงาน

- Vice President, Head of Online Marketing – dtac
- Associate Director, Head of Social Media – Edge
- Digital Project Manager, RS PCL

Business Certificates

- Disney's Business Excellence - Disney Institute
- Disruptive Strategy – HBX|Harvard Business School
- Digital Strategies for Business – Columbia Business School Executive Education
- Innovation of Products and Services: MIT's Approach to Design Thinking
- Mastering Business Models, Strategyzer
- Mastering Value Proposition, Strategyzer
- Telenor Strategy Execution Online Programme – INSEAD

คุณจิรวัดน์ ศรีธระชียานนท์

- ประสบการณ์มากกว่า 20 ปีในสายงาน Project Management, Business Development, F&B, Marketing
Management และ General Management
- อดีตผู้บริหารระดับสูงในหลายบริษัท



ที่ สคช05.ว631/2565

14 พฤศจิกายน 2565

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
เลขที่: 4360
วันที่: 29 พ.ย. 2565
เวลา: 10.07 น.

เรื่อง ขอบประชาสัมพันธ์หลักสูตร “กลยุทธ์การศึกษาตลอดชีวิตแนวใหม่ของอุดมศึกษา” รุ่น 1 กบค./3186
เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย 30/11/2565
สิ่งที่ส่งมาด้วย โครงการฯ และกำหนดการหลักสูตรฯ 14.33 น.

ด้วย สถาบันคลังสมองของชาติ มูลนิธิส่งเสริมทบวงมหาวิทยาลัย เป็นหน่วยงานพัฒนาธรรมาภิบาลและการบริหารจัดการอุดมศึกษาตามแนวทางที่กำหนดไว้ในแผนอุดมศึกษาระยะยาว 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) สถาบันฯ ได้ดำเนินการจัดหลักสูตรฯ เพื่อการพัฒนาอุดมศึกษาสำหรับกรรมการสภามหาวิทยาลัย เพื่อพัฒนาคณะสำหรับกรรมการประจำคณะ และกิจกรรมต่างๆ เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาธรรมาภิบาลและการบริหารจัดการอุดมศึกษาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2553 เป็นต้นมา นั้น

ในการนี้ สถาบันฯ ได้กำหนดจัด หลักสูตร “กลยุทธ์การศึกษาตลอดชีวิตแนวใหม่ของอุดมศึกษา” รุ่น 1 ในวันที่ 16-17 มกราคม 2566 ณ โรงแรมปทุมวัน ปริ๊นเซส กรุงเทพฯ ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจในหลักการและแนวคิดในการศึกษาตลอดชีวิต (Life Long Education) ที่ส่งผลต่อการยกระดับขีดความสามารถของบัณฑิต และเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนมหาวิทยาลัยสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน เพื่อแลกเปลี่ยนและเรียนรู้นโยบาย เป้าหมาย กลยุทธ์ของการศึกษาตลอดชีวิตในบริบทมหาวิทยาลัยไทยอย่างเป็นระบบและมีส่วนร่วม และเพื่อส่งเสริมความร่วมมือทางด้านวิชาการและด้านบริหารจัดการระหว่างผู้บริหารมหาวิทยาลัยไทย โดยรับสมัครผู้เข้าร่วมอบรมหลักสูตรฯ จำนวน 30 ท่าน ค่าลงทะเบียน 16,500 บาท/ท่าน (ไม่รวมที่พัก)

สถาบันฯ ใคร่ขอประชาสัมพันธ์เรียนเชิญท่าน และ/หรือ ผู้แทน เพื่อเข้าร่วมหลักสูตรฯ ในวันที่ และเวลาดังกล่าว ทั้งนี้สามารถ ลงทะเบียนออนไลน์ภายในวันที่ 5 มกราคม 2566 ได้ที่ www.knit.or.th

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาเข้าร่วมหลักสูตรดังกล่าว จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

เรียน ผอ.กบค.

- 1 เพื่อโปรดทราบ
- 2 เห็นควรเสนอ อธิการบดี เพื่อโปรดทราบ และมอบงานอัตรากำลังฯ ประชาสัมพันธ์ต่อไป

(รศ.ดร.พีรเดช ทองอำไพ)
ผู้อำนวยการ
สถาบันคลังสมองของชาติ

30 พ.ย. 65

กษณ ออ์พมดี
ผอ.โหมกทรม และ มอช มท.
มร. อาสังพันธ์

(No.38)

โทรศัพท์ 02-126-7632-34 ต่อ (101 คุณฉันทลักษณ์), (108 คุณจริยา)

Email : Carjhan1411@gmail.com, jariya@knit.or.th

กลุ่มเป้าหมาย :

อธิการบดี รองอธิการบดี ผู้ช่วยอธิการบดี คณบดี รองคณบดี ผู้อำนวยการสำนัก รองผู้อำนวยการ ผู้ช่วยคณบดีและกรรมการที่รับผิดชอบด้านวางแผนและยุทธศาสตร์ ของคณะและมหาวิทยาลัย

เนื้อหาหลักสูตร :

- ♥ รู้ปัจจัยความเปลี่ยนแปลงที่นำไปสู่บทบาทของสถาบันอุดมศึกษาในการจัดการศึกษาตลอดชีวิต
- ♥ กำหนดโอกาสในการจัดการศึกษาตลอดชีวิตที่สอดคล้องกับบริบทของกฎเกณฑ์อุดมศึกษาที่มีการปรับเปลี่ยนใหม่
- ♥ เรียนรู้ประสบการณ์ในการจัดการศึกษาตลอดชีวิตที่ประสบความสำเร็จ
- ♥ ได้เห็นตัวอย่างเทคโนโลยีสนับสนุนการจัดการศึกษาตลอดชีวิต ผ่านคลังหน่วยกิต
- ♥ รู้แนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การจัดการศึกษาตลอดชีวิตในระดับอุดมศึกษาโดยใช้กลไกการเทียบโอนประสบการณ์และคลังหน่วยกิต

หัวข้อ :

1. ปัจจัยความเปลี่ยนแปลงในวงการอุดมศึกษาที่นำไปสู่การจัดการศึกษาตลอดชีวิต
2. บริบทใหม่ของกฎระเบียบอุดมศึกษาที่เปิดโอกาสในการจัดการศึกษาตลอดชีวิต
3. ประสบการณ์การจัดการศึกษาตลอดชีวิตในระดับอุดมศึกษา
4. เทคโนโลยีสนับสนุนการจัดการศึกษาตลอดชีวิต ผ่านคลังหน่วยกิต
5. ฝึกปฏิบัติการกำหนดกลยุทธ์การจัดการศึกษาตลอดชีวิต

วิทยากร :

- รศ.ดร.วีระศักดิ์ คุรุชัย รองอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร และอนุกรรมการกำหนดหลักเกณฑ์และแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการจัดการศึกษาตลอดชีวิต คณะกรรมการมาตรฐานอุดมศึกษา
- รศ.ดร.บวร ปภัสราทร ประธานกรรมการกำหนดหลักเกณฑ์และแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการจัดการศึกษาตลอดชีวิต คณะกรรมการมาตรฐานอุดมศึกษา
- รศ.ดร. อุษณีย์ คำประกอบ รองอธิการบดี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และและอนุกรรมการกำหนดหลักเกณฑ์และแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการจัดการศึกษาตลอดชีวิต คณะกรรมการมาตรฐานอุดมศึกษา
- รศ.ดร.อนุชัย ธีระเรืองไชยศรี ผู้อำนวยการ Thai MOOC

ระยะเวลาดำเนินการ : การอบรมในหลักสูตรนี้ ใช้เวลาทั้งสิ้น 2 วัน รวมการอบรมเชิงปฏิบัติการ และ เข้าร่วมการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของระยะการฝึกอบรมตลอดหลักสูตรจะได้รับประกาศนียบัตร

ค่าลงทะเบียน : 16,500 บาท/ไม่รวมค่าที่พัก (หากประสงค์ที่พักรูมาติดต่อโรงแรมปทุมวันปรีนเซส 02-216-3700)



กำหนดการ

หลักสูตร “กลยุทธ์การศึกษาตลอดชีวิตแนวใหม่ของอุดมศึกษา” รุ่นที่ 1
ในวันที่ 16-17 มกราคม 2566 ณ โรงแรมปทุมวัน ปริ๊นเซส กรุงเทพฯ

วันที่	เวลา	ประเด็นการเรียนรู้
16 มกราคม 66 (วันจันทร์)	08.30-10.30	“ปัจจัยความเปลี่ยนแปลงในวงการอุดมศึกษาที่นำไปสู่การจัดการศึกษาตลอดชีวิต” โดย รศ.ดร.วีระศักดิ์ คุรุรักษ์ รองอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร และอนุกรรมการกำหนดหลักเกณฑ์และแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการจัดการศึกษาตลอดชีวิต คณะกรรมการมาตรฐานอุดมศึกษา
	10.30-12.30	“บริบทใหม่ของกฎระเบียบอุดมศึกษาที่เปิดโอกาสในการจัดการศึกษาตลอดชีวิต” โดย รศ.ดร.บวร ปภัสราทร ประธานอนุกรรมการกำหนดหลักเกณฑ์และแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการจัดการศึกษาตลอดชีวิต คณะกรรมการมาตรฐานอุดมศึกษา
	13.30-16.30	“ประสบการณ์การจัดการศึกษาตลอดชีวิตในระดับอุดมศึกษา” โดย รศ.ดร. อุษณีย์ คำประกอบ รองอธิการบดี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และและอนุกรรมการกำหนดหลักเกณฑ์และแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการจัดการศึกษาตลอดชีวิต คณะกรรมการมาตรฐานอุดมศึกษา
17 มกราคม 66 (วันอังคาร)	09.00- 11.00	“เทคโนโลยีสนับสนุนการจัดการศึกษาตลอดชีวิต ผ่านกลไกคลังหน่วยกิต” โดย รศ.ดร.อนุชัย วีระเรืองไชยศรี ผู้อำนวยการ Thai MOOC
	12.30 - 16:00	“ฝึกปฏิบัติการกำหนดกลยุทธ์การจัดการศึกษาตลอดชีวิต” โดย รศ.ดร.วีระศักดิ์ คุรุรักษ์ และ รศ.ดร.บวร ปภัสราทร

