



MICRO MBA IN MARKETING

SMART

Strategy, Marketing, Action, Revenue, and Transformation

หลักสูตรบริหารการตลาดระยะสั้น 4 สัปดาห์ ครบจบเรื่องการตลาด กลยุทธ์ และสื่อโฆษณา ยกระดับธุรกิจอย่างชาญฉลาดใน 4 สัปดาห์

วันที่ 4, 11, 18, 25 มิถุนายน 2569 (วันพฤหัสบดี) 09:00 u. – 17:00 u. Hybrid Experiences: ONSITE และ VIRTUAL

หลักสูตร SMART

หลักสูตร SMART: STRATEGY, MARKETING, ACTION, REVENUE, and TRANSFORMATION

คือ หลักสูตรเข้มข้น 4 สัปดาห์ ที่พัฒนาโดยบริษัท แพน โฟ จำกัด ร่วมกับวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล (MUIC) เพื่อพาคุณเจาะลึกศาสตร์ของการสร้างรายได้ด้วย “การวางแผนการตลาด” และ “การวางกลยุทธ์” อย่างเป็นระบบ

โดยไม่ว่าจะมีพื้นฐานด้านการตลาด กลยุทธ์ และโฆษณาหรือไม่ ก็สามารถเข้าใจและนำไปใช้ได้จริง ด้วยโครงสร้างเนื้อหาที่เรียบเรียงอย่างเป็นขั้นตอน พร้อม เทมเพลต (Template) หรือ เครื่องมือสำเร็จรูป ที่จะช่วยให้คุณวางแผน วิเคราะห์ และลงมือทำได้อย่างเป็นรูปธรรม พร้อมรับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญจากหลากหลายธุรกิจ เพื่อให้คุณวางแผนและลงมือทำการตลาดได้อย่างมั่นใจ

ตอบโจทย์ครบ ทุกมุมการตลาด



หัวข้อภายในหลักสูตร

- พลิกโฉมการตลาดด้วย AI**
หัวข้อนี้จะพาคุณไปสำรวจบทบาทของ AI ในมิติต่างๆ ตั้งแต่การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึก ไปจนถึงการวางแผนกลยุทธ์ที่แม่นยำ พลิกโฉมการตลาดแบบเดิมสู่การทำ Transformation ที่วัดผลได้จริง
- ชนะคู่แข่งด้วยกลยุทธ์เจาะตลาดและมัดใจลูกค้า**
หัวข้อนี้จะพาคุณเจาะลึกวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าที่เปลี่ยนไปในยุค Data-Driven เพื่อสร้างกลยุทธ์ที่คู่แข่งตามไม่ทัน
- วิเคราะห์สินค้าและสร้างสินค้าที่ถูกค้ำองหา ช่วงที่ 1**
เจาะลึกกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากความต้องการที่แท้จริง วิเคราะห์จุดแข็ง-จุดอ่อนสินค้าในมือ ค้นหาจุดขายที่เพิ่มมูลค่า และจุดช่องว่างที่คู่แข่งเข้าไม่ถึง
- วิเคราะห์สินค้าและสร้างสินค้าที่ถูกค้ำองหา ช่วงที่ 2**
เจาะลึกกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากความต้องการที่แท้จริง วิเคราะห์จุดแข็ง-จุดอ่อนสินค้าในมือ ค้นหาจุดขายที่เพิ่มมูลค่า และจุดช่องว่างที่คู่แข่งเข้าไม่ถึง
- ศิลปะแห่งการสื่อสารเพื่อเพิ่มยอดขายและการตลาดออนไลน์ 1**
เรียนรู้วิธีใช้โซเชียลมีเดียเพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ชัดเจน ตั้งแต่การเลือกแพลตฟอร์มที่เหมาะสม การวางแผนกลยุทธ์ทั้งช่องทางและเนื้อหา เพื่อให้คุณเข้าใจกลไกของโลกดิจิทัล พร้อมตัวอย่างด้านจิตวิทยาการขาย
- ศิลปะแห่งการสื่อสารเพื่อเพิ่มยอดขายและการตลาดออนไลน์ 2**
เรียนรู้วิธีใช้โซเชียลมีเดียเพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ชัดเจน ตั้งแต่การเลือกแพลตฟอร์มที่เหมาะสม การวางแผนกลยุทธ์ทั้งช่องทางและเนื้อหา เพื่อให้คุณเข้าใจกลไกของโลกดิจิทัล พร้อมตัวอย่างด้านจิตวิทยาการขาย
- บริหารช่องทางขายเพื่อการเติบโตแบบก้าวกระโดด**
การมีสินค้าที่ดีอาจไม่เพียงพอ หากปราศจาก “กลยุทธ์ช่องทางจำหน่าย” (Channel Strategy) ที่ชาญฉลาด หัวข้อนี้จะพาคุณวางกลยุทธ์ในการเลือกช่องทางขายที่เปลี่ยนทุกโอกาสให้กลายเป็นยอดขายที่ยั่งยืน
- กลยุทธ์การตั้งราคา เปลี่ยนคุณค่าให้เป็นกำไรสูงสุด**
ก้าวข้ามการตั้งราคาแบบ “ตามใจ” หรือ “ตามคู่แข่ง” สู่การวางโครงสร้าง Strategic Pricing ที่สะท้อนคุณค่าที่แท้จริง (Value-Based Pricing) เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างความพึงพอใจของลูกค้าและกำไรที่ยั่งยืน

ประเภทบัตรและรูปแบบการเรียน

รายละเอียด	ON-SITE เรียนสด ณ สถานที่จัดอบรม	VIRTUAL เรียนสดออนไลน์ผ่าน ZOOM
รูปแบบการเรียน	เรียนสดที่โรงแรม	เรียนสดออนไลน์ผ่าน Zoom
อาหาร-เครื่องดื่ม	✓	—
เอกสารประกอบการเรียนตลอดหลักสูตร	✓	✓
เข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มกับวิทยากรและผู้เรียน	✓	✓
ไลน์กลุ่มสำหรับผู้เรียน	✓	✓

RECORDED
เรียนย้อนหลังได้ถึง 60 วัน

- ✓ ทบทวนได้ทุกเวลา
- ✓ ทบทวนเพื่อวางแผนได้แม่นยำขึ้น
- ✓ ใช้สรุปเนื้อหาย้อนหลังแทนการจด
- ✓ ประหยัดความเข้าใจได้ด้วยตนเอง
- ✓ คู่ค้าในระยะยาวเหมือนได้ที่ปรึกษาอยู่ข้างตัว



รับใบประกาศนียบัตร
จากวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้เรียน ON-SITE รับใบประกาศนียบัตรสุดท้ายของการอบรม

ผู้เรียน VIRTUAL รับใบประกาศนียบัตรในรูปแบบไฟล์

หมายเหตุ: ผู้เรียนต้องเข้าร่วมอบรมมากกว่า 80% ของเวลาเรียนทั้งหมด

วันที่	เวลา	รายละเอียดการบรรยาย	วิทยากร
4 มิถุนายน 2569	08:30 - 09:00 น.	ลงทะเบียน	ทีมงานโครงการ
	09:00 - 12:00 น.	พลิกโฉมการตลาดด้วย AI (AI Marketing Blueprint)	วิทยากรรับเชิญพิเศษ
	13:00 - 17:00 น.	ชนะคู่แข่งด้วยกลยุทธ์เจาะตลาดและมัดใจลูกค้า (Winning the Market: Marketing strategy & Understanding customer)	ผศ. ดร. กันดาภา ตานะสุด <ul style="list-style-type: none"> รองคณบดีฝ่ายการคลัง อาจารย์ประจำกลุ่มสาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล
11 มิถุนายน 2569	09:00 - 12:00 น.	วิเคราะห์สินค้าและสร้างสินค้าที่ลูกค้ามองหา (Design Thinking for Business Growth: Right Product, Right Customer)	รศ. ดร. ชชาญชัย ผลกานุกิตติถาวร <ul style="list-style-type: none"> รองคณบดีฝ่ายสื่อสารองค์กรและสารสนเทศ อาจารย์ประจำกลุ่มสาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่ปรึกษาองค์กรชั้นนำ
	13:00 - 17:00 น.		
18 มิถุนายน 2569	09:00 - 12:00 น.	ศิลปะแห่งการสื่อสารเพื่อเพิ่มยอดขายและการตลาดออนไลน์ (Digital Marketing & The Art of Selling Communication)	คุณ ชัชวาล เดชาโรจนภักดิ์ <ul style="list-style-type: none"> อดีต Chief Marketing Officer (CMO) บริษัทมหาชนชั้นนำของไทย อาจารย์พิเศษสอนระดับปริญญาตรีและปริญญาโท ในมหาวิทยาลัยชั้นนำของประเทศ ที่ปรึกษาด้านการตลาดให้องค์กรชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศ
	13:00 - 17:00 น.		
25 มิถุนายน 2569	09:00 - 12:00 น.	บริหารช่องทางขายเพื่อการเติบโตแบบก้าวกระโดด (Managing Channel Strategy for Growth)	ผศ. ดร. กันดาภา ตานะสุด <ul style="list-style-type: none"> รองคณบดีฝ่ายการคลัง อาจารย์ประจำกลุ่มสาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล
	13:00 - 17:00 น.	กลยุทธ์การตั้งราคา เปลี่ยนคุณค่าให้เป็นกำไรสูงสุด (Pricing Strategy: How to Set Prices to Maximize Profit and Value)	รศ. ดร. ยິงยศ เจียรุฑทวี <ul style="list-style-type: none"> รองคณบดี อาจารย์ประจำกลุ่มสาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล ผู้เขียนหนังสือขายดีอย่าง “เราตั้งราคากันอย่างไร ถึงได้กำไรสูงสุด”

หมายเหตุ: กำหนดการ วิทยากร และวันเวลาอาจมีการเปลี่ยนแปลงโดยจะแจ้งให้ทราบล่วงหน้า