



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 น. – 17:00 น. 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

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

ตอบโจทย์ครบ ทุกมุมการตลาด



หัวใจภายในหลักสูตร



พลิกโฉมการตลาดด้วย AI

เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานด้วย AI ใช้เครื่องมือดิจิทัลและ AI มาช่วยประหยัดเวลา เพิ่มยอดขาย ลดค่าใช้จ่ายและวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าให้แม่นยำขึ้น



ชนะคู่แข่งด้วยกลยุทธ์เจาะตลาดและมัดใจลูกค้า

การตลาดที่แข็งแกร่งเริ่มต้นจากความเข้าใจในหลักพื้นฐานและพฤติกรรมของผู้บริโภค หัวใจนี้จะช่วยให้คุณเรียนรู้ว่าแก่นของการตลาดและเรียนรู้ว่าผู้บริโภคคิดอย่างไร



วิเคราะห์สินค้าและสร้างสินค้าที่ถูกค้ำองหา ช่วงที่ 1

พัฒนาผลิตภัณฑ์จากความต้องการที่แท้จริง (Pain Points) เพื่อสร้าง Value ที่ลูกค้าพร้อมจ่ายและยากจะเลียนแบบ



วิเคราะห์สินค้าและสร้างสินค้าที่ถูกค้ำองหา ช่วงที่ 2

พัฒนาผลิตภัณฑ์จากความต้องการที่แท้จริง (Pain Points) เพื่อสร้าง Value ที่ลูกค้าพร้อมจ่ายและยากจะเลียนแบบ



ศิลปะแห่งการสื่อสารเพื่อเพิ่มยอดขายและการตลาดออนไลน์ 1

เรียนรู้วิธีใช้โซเชียลมีเดียเพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ชัดเจน ตั้งแต่การเลือกแพลตฟอร์มที่เหมาะสม การวางแผนกลยุทธ์ ไปจนถึงการวัดผลและการปรับปรุง เพื่อให้ทุกการลงทุนด้านโฆษณาสร้างผลตอบแทนสูงสุด



ศิลปะแห่งการสื่อสารเพื่อเพิ่มยอดขายและการตลาดออนไลน์ 2

รู้จักรากลยุทธ์ออนไลน์ให้ทันผลและคุ้มค่า เรียนรู้วิธีเลือกใช้อีเมล (Facebook, Google ฯลฯ) อย่างเข้าใจ



บริหารช่องทางขายเพื่อการเติบโตแบบก้าวกระโดด

บริหารช่องทางออฟไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น หน้าร้าน อีเวนต์ และบูธขาย เพื่อเพิ่มยอดขายและเสริมภาพลักษณ์ พร้อมเชื่อมต่อกับช่องทางออนไลน์ได้อย่างลงตัว



กลยุทธ์การตั้งราคา เปลี่ยนคุณค่าให้เป็นกำไรสูงสุด

ราคาที่ตั้งมีผลต่อความรู้สึกของลูกค้า และกำไรของกิจการ หัวใจนี้จะพาคุณเข้าใจหลักการตั้งราคาอย่างเป็นระบบ

ประเภทบัตรและรูปแบบการเรียน

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

RECORDED
เรียนย้อนหลังได้ถึง 60 วัน

- ✓ ทบทวนได้ทุกเวลา
- ✓ ทบทวนเพื่อวางแผนได้แม่นยำขึ้น
- ✓ ใช้สรุปเนื้อหาย้อนหลังแทนการจด
- ✓ ประเมินความเข้าใจได้ด้วยตนเอง
- ✓ คุ้มค่าในระยะยาวเหมือนได้ที่พักอาศัยอยู่ด้วยตัว

รับใบประกาศนียบัตร
จากวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้เรียน ON-SITE รับใบประกาศนียบัตรในสุดท้ายของการอบรม

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 ตาณะสุด - รองคณบดีฝ่ายการคลัง - อาจารย์ประจำกลุ่มสาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล
11 มิถุนายน 2569	09:00 - 12:00 น.	วิเคราะห์สินค้าและสร้างสินค้าที่ลูกค้ามองหา (Design Thinking for Business Growth: Right Product, Right Customer)	รศ. ดร. ชานชัย ผลกานุกิตติการ - 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 - 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 ตาณะสุด - 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 เจียรุฑตัม - รองคณบดี - อาจารย์ประจำกลุ่มสาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล - ผู้เขียนหนังสือขายดีอย่าง “เราตั้งราคากันอย่างไร ถึงได้กำไรสูงสุด”

หมายเหตุ: กำหนดการ วิทยากร และวันเวลาอาจมีการเปลี่ยนแปลงโดยจะแจ้งให้ทราบล่วงหน้า