



MICRO MBA IN MARKETING

# SMART

Strategy, Marketing, Action, Revenue, and Transformation

## หลักสูตรบริหารการตลาดระยะสั้น 4 สัปดาห์ ครบจบเรื่องการตลาด กลยุทธ์ และสื่อโฆษณา ยกระดับธุรกิจอย่างชาญฉลาดใน 4 สัปดาห์

วันที่ 1, 8, 15, 22 ตุลาคม 2569 (วันพฤหัสบดี) 09:00 น. – 17:00 น. Hybrid Experiences: ON-SITE 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**  
เรียนรู้วิธีใช้โฆษณาดิจิทัลเพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ชัดเจน ตั้งแต่การเลือกแพลตฟอร์มที่เหมาะสม การวางแผนกลยุทธ์ทั้งช่องทางและเนื้อหา เพื่อให้คุณเข้าใจกลไกของโลกดิจิทัล พร้อมตัวอย่างด้านจิตวิทยาการขาย
- ศิลปะแห่งการสื่อสารเพื่อเพิ่มยอดขายและการตลาดออนไลน์ 2**  
เรียนรู้วิธีใช้โฆษณาดิจิทัลเพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ชัดเจน 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
1 ตุลาคม 2569	08:30 - 09:00 น.	ลงทะเบียน	ทีมงานโครงการ
	09:00 - 12:00 น.	<b>พลิกโฉมการตลาดด้วย AI</b> (AI Marketing Blueprint)	<b>คุณ ณัชพัฒน์ โรจนธัญญะนันท์</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>AI Expert &amp; Certified Trainer</li> <li>ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญด้านการเพิ่มประสิทธิภาพงานธุรกิจและการตลาดด้วย Generative AI</li> </ul>
	13:00 - 17:00 น.	<b>ชนะคู่แข่งด้วยกลยุทธ์เจาะตลาดและมัดใจลูกค้า</b> (Winning the Market: Marketing strategy & Understanding customer)	<b>พศ. ดร. กันดาภา ตานะสุด</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>รองคณบดีฝ่ายการคลัง</li> <li>อาจารย์ประจำกลุ่มสาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล</li> </ul>
8 ตุลาคม 2569	09:00 - 12:00 น.	<b>วิเคราะห์สินค้าและสร้างสินค้าที่ลูกค้ามองหา</b> (Design Thinking for Business Growth: Right Product, Right Customer )	<b>รศ. ดร. ชานูชัย ผลานุภักดีถาวร</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>รองคณบดีฝ่ายสื่อสารองค์กรและสารสนเทศ</li> <li>อาจารย์ประจำกลุ่มสาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล</li> <li>ที่ปรึกษาองค์กรชั้นนำ</li> </ul>
	13:00 - 17:00 น.		
15 ตุลาคม 2569	09:00 - 12:00 น.	<b>ศิลปะแห่งการสื่อสารเพื่อเพิ่มยอดขาย และการตลาดออนไลน์</b> (Digital Marketing & The Art of Selling Communication)	<b>คุณ ชัยवाल เดชาโรจนภักดิ์</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>อดีต Chief Marketing Officer (CMO) บริษัทมหาชนชั้นนำของไทย</li> <li>อาจารย์พิเศษสอนระดับปริญญาตรีและปริญญาโท ในมหาวิทยาลัยชั้นนำของประเทศไทย</li> <li>ที่ปรึกษาด้านการตลาดให้องค์กรชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศ</li> </ul>
	13:00 - 17:00 น.		
22 ตุลาคม 2569	09:00 - 12:00 น.	<b>บริหารช่องทางการขายเพื่อการเติบโตแบบก้าวกระโดด</b> (Managing Channel Strategy for Growth)	<b>พศ. ดร. กันดาภา ตานะสุด</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>รองคณบดีฝ่ายการคลัง</li> <li>อาจารย์ประจำกลุ่มสาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล</li> </ul>
	13:00 - 17:00 น.	<b>กลยุทธ์การตั้งราคา เปลี่ยนคุณค่าให้เป็นการกำไรสูงสุด</b> (Pricing Strategy: How to Set Prices to Maximize Profit and Value)	<b>รศ. ดร. ยິงยศ เจริญรุทมิ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>รองคณบดี</li> <li>อาจารย์ประจำกลุ่มสาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล</li> <li>ผู้เขียนหนังสือขายดีอย่าง “เจตาคำถามอย่างไร ถึงได้กำไรสูงสุด”</li> </ul>

หมายเหตุ: กำหนดการ วิทยากร และวันเวลาอาจมีการเปลี่ยนแปลงจะแจ้งให้ทราบล่วงหน้า