

โครงการสัปดาห์ห้องสมุด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙
สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา

๑. ชื่อโครงการ การตลาดยุค AI: ก้าวสู่มืออาชีพแห่งการตลาดดิจิทัล (AI Marketing: stepping into the Professional Digital Marketing)

๒. ลักษณะโครงการ โครงการใหม่ โครงการต่อเนื่อง
 โครงการตามแผนยุทธศาสตร์ โครงการหอสมุด โครงการของฝ่าย

๓. ผู้รับผิดชอบโครงการ

- นางสาวสุชาภา โชติวีระวุฒิกุล นักวิชาการคอมพิวเตอร์ สำนักหอสมุด
- นางสาวอมรรัตน์ มากบดี หัวหน้าฝ่ายบริการวิชาการ สำนักคอมพิวเตอร์
- นางสาวพนิดา มากสมบัติ นักวิชาการศึกษา สำนักคอมพิวเตอร์

๔. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙

- Platform ๒ การพัฒนาความรู้ผ่านการวิจัยและการสร้างนวัตกรรมเพื่อสร้างโอกาสใหม่และความพร้อมของประเทศในอนาคต
- Program ๒.๔ พัฒนา Entrepreneurial university ที่ส่งเสริมการพัฒนาผู้ประกอบการฐานนวัตกรรม

๕. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์

๕.๑ ยุทธศาสตร์สำนักหอสมุด (ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙)

- ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศ และนิเวศการเรียนรู้เพื่อสนับสนุนการพัฒนา งานวิจัยและนวัตกรรม
- กลยุทธ์ที่ ๒.๑ ส่งเสริมและพัฒนาเทคโนโลยี/นวัตกรรม เพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ
- ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การบริการวิชาการ เพื่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน
- กลยุทธ์ที่ ๓.๓ สร้างภาคีเครือข่ายความร่วมมือและบริการวิชาการ

๕.๒ ยุทธศาสตร์สำนักคอมพิวเตอร์ (ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙)

- ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการศึกษาแนวใหม่ งานบริการวิชาการ และการส่งเสริมทักษะเทคโนโลยีสารสนเทศ

๖. สอดคล้องกับ (SDGs)

- SDG๔ สร้างหลักประกันว่าทุกคนมีการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างครอบคลุมและเท่าเทียม และสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต

- SDG๘ ส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุม และยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่ และมีผลิตภาพ และการมีงานที่มีคุณค่าสำหรับทุกคน

๗. การบูรณาการงานโครงการ/กิจกรรม กับ

- ๗.๑ การบริการสารสนเทศ
- ๗.๒ การวิจัย (ระบุโครงการวิจัย).....
- ๗.๓ การบริการวิชาการ (ระบุ โครงการบริการวิชาการ).....
- ๗.๔ ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม (ระบุ โครงการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม).....
- ๗.๕ อื่น ๆ.....

๘. โครงการหรือกิจกรรมจัดอยู่ในมิติใด

- ๘.๑ มิติสังคม (People)
- ๘.๒ มิติเศรษฐกิจ (Prosperity)
- ๘.๓ มิติสิ่งแวดล้อม (Planet)
- ๘.๔ มิติสันติภาพและสถาบัน (Peace)
- ๘.๕ มิติหุ้นส่วนการพัฒนา (Partnership)

๙. โครงการหรือกิจกรรมจัดอยู่ในหัวข้อด้านใด

- ๙.๑ Research (งานวิจัย)
- ๙.๒ Teaching (งานการศึกษา)
- ๙.๓ Stewardship (การดำเนินงานตามนโยบาย)
- ๙.๔ Outreach (งานบริการวิชาการ)

๑๐. หลักการและเหตุผล

ในยุคที่การตลาดดิจิทัลมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันสูง ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในฐานะเครื่องมือหลักที่ช่วยยกระดับกระบวนการทำงานด้านการตลาดจากรูปแบบดั้งเดิมไปสู่การตลาดดิจิทัลระดับมืออาชีพ ไม่ว่าจะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกของผู้บริโภค การวางแผนกลยุทธ์ การสร้างสรรค์คอนเทนต์ หรือการเพิ่มประสิทธิภาพของแคมเปญการตลาดให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างตรงจุดและทันท่วงที อย่างไรก็ตาม บุคลากรด้านการตลาดจำนวนมากยังขาดความรู้ ความเข้าใจ และทักษะในการประยุกต์ใช้ AI อย่างเป็นระบบ ส่งผลให้ไม่สามารถนำศักยภาพของเทคโนโลยีดังกล่าวมาใช้ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ การพัฒนาทักษะด้าน AI Marketing จึงไม่ใช่เพียงการเรียนรู้การใช้เครื่องมือเท่านั้น แต่เป็นการ ยกกระตือมุดมมองและวิธีคิดของนักการตลาดให้ก้าวสู่ความเป็นมืออาชีพ สามารถใช้ AI เป็นผู้ช่วยเชิงกลยุทธ์ในการทำงานและการตัดสินใจทางการตลาด

โครงการ “การตลาดยุค AI: ก้าวสู่มืออาชีพแห่งการตลาดดิจิทัล AI Marketing: stepping into the Professional Digital Marketing” จึงถูกออกแบบขึ้นเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ ความเข้าใจ และทักษะเชิงปฏิบัติให้แก่ผู้เข้ารับการอบรมอย่างครบวงจร ผู้เข้ารับการอบรมจะได้เรียนรู้ตั้งแต่แนวคิด บทบาท และแนวโน้มของ AI ในงานการตลาดดิจิทัล ควบคู่กับการฝึกปฏิบัติจริงในการใช้เครื่องมือ AI ที่ได้รับความนิยมและใช้งานจริงในระดับมืออาชีพ เช่น Gemini, Copy.ai, Canva, CapCut และ HeyGen เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ลดระยะเวลาในการทำงาน และยกระดับคุณภาพของผลงานทางการตลาด การอบรมในหลักสูตรนี้จะช่วยให้ผู้เข้ารับการอบรมสามารถสร้างสรรค์คอนเทนต์ทางการตลาดได้อย่างหลากหลาย ทั้งข้อความ ภาพ และวิดีโอ โดยมี AI เป็นเครื่องมือสนับสนุนในการคิด วิเคราะห์ และออกแบบผลงานให้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสามารถนำ AI ไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างมีเหตุผลและมีข้อมูลรองรับ ส่งผลให้การตัดสินใจทางการตลาดมีความแม่นยำและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

นอกจากนี้ ผู้เข้ารับการอบรมยังสามารถนำความรู้และทักษะที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ได้จริงในการทำงาน ทั้งในระดับบุคคล องค์กร หรือธุรกิจส่วนตัว ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในสายงานการตลาดดิจิทัล และเป็นการเตรียมความพร้อมในการก้าวสู่บทบาทของนักการตลาดดิจิทัลมืออาชีพในยุค AI อย่างมั่นใจและยั่งยืน โดยโครงการนี้ได้รับการดำเนินงานภายใต้ความร่วมมือระหว่าง สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) ร่วมกับ สำนักคอมพิวเตอร์และสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านดิจิทัลให้สอดคล้องกับทิศทางการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลของประเทศ

๑๑. วัตถุประสงค์

๑๑.๑ เพื่อให้ผู้เข้าอบรมมีความรู้และความเข้าใจ เกี่ยวกับบทบาทและเครื่องมือ AI ต่างๆ ที่สำคัญในงานการตลาดดิจิทัลยุคใหม่

๑๑.๒ เพื่อให้ผู้เรียนมีทักษะในการใช้เครื่องมือ AI ในการวางแผนกลยุทธ์ สร้างคอนเทนต์ และวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างมืออาชีพ

๑๑.๓ เพื่อยกระดับกระบวนการทำงาน (Workflow Optimization) โดยการนำ AI มาช่วยลดเวลาการทำงานที่ซ้ำซ้อน และเพิ่มความคิดสร้างสรรค์ในงานการตลาด

๑๑.๔ เพื่อเตรียมความพร้อมให้องค์กรและบุคลากรปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีใหม่ๆ และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

๑๒. กลุ่มเป้าหมาย/ ผู้ที่ได้รับประโยชน์

มีนิสิต นักศึกษา บุคลากรในหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ประชาชนทั่วไปและผู้ประกอบการ จำนวน ๖๐ คน

๑๓. สถานที่ดำเนินงาน

ห้อง Cyber Zone I สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา

๑๔. กำหนดการจัดโครงการ

วันที่ ๒๑ เดือน กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๙ เวลา ๐๘.๓๐ - ๑๖.๐๐ น.

๑๕. ลักษณะของโครงการ/การดำเนินงาน

บรรยายและฝึกปฏิบัติ

๑๖. วิทยากรและผู้ช่วยวิทยากร

๑๖.๑ วิทยากรจากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) ๑ คน

๑๖.๒ วิทยากรผู้ช่วยจากสำนักคอมพิวเตอร์และสำนักหอสมุด จำนวน ๔ คน

๑๗. แผนการดำเนินงาน (PDCA)

กิจกรรมและแผนการเบิกจ่าย งบประมาณ	ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙											
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
	๖๘	๖๘	๖๘	๖๙	๖๙	๖๙	๖๙	๖๙	๖๙	๖๙	๖๙	๖๙
วางแผนงาน (Plan) ๑. กำหนดวัตถุประสงค์และ เป้าหมายการอบรม ๒. ประสานงานวิทยากร กำหนด สถานที่สำหรับจัดอบรม ๓. ขออนุมัติโครงการ									✓			
ดำเนินการ (Do) ๑. ประชาสัมพันธ์โครงการ ๒. จัดอบรมตามแผน									✓		✓	
สรุปและประเมินผล (Check) ๑. สังเกตการณ์ การมีส่วนร่วม และความสามารถในการปฏิบัติ ของผู้เข้าอบรม ๒. ประเมินผลการเรียนรู้										✓		
ปรับปรุงตามผลการประเมิน(Act) ๑. จัดทำรายงานผลการอบรมและ ข้อเสนอแนะ ๒. นำผลการตรวจสอบมาใช้ในการ การปรับปรุงและพัฒนาการจัด อบรมครั้งต่อไปให้ดียิ่งขึ้น										✓		✓

๑๘. ตัวชี้วัด

๑๘.๑ เชิงปริมาณ : มีผู้เข้าอบรมไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ ของกลุ่มเป้าหมาย

๑๘.๒ เชิงคุณภาพ : ผู้เข้ารับการอบรมมีความพึงพอใจในกระบวนการจัดอบรมไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๕

๑๙. เป้าหมายเชิงผลผลิต (Output)

มีนิสิต นักศึกษา บุคลากรในหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ประชาชนทั่วไป และผู้ประกอบการ เข้าอบรมไม่น้อยกว่า ๔๘ คน เข้าร่วมการอบรมและกิจกรรมฝึกปฏิบัติในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล AI

๒๐. เป้าหมายเชิงผลลัพธ์ (Outcome)

องค์กรและบุคลากรปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีใหม่ ๆ และสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

๒๑. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๒๑.๑ ผู้เข้าอบรมมีความรู้และความเข้าใจ เกี่ยวกับบทบาทและเครื่องมือ AI ต่างๆ ที่สำคัญในงานการตลาดดิจิทัลยุคใหม่

๒๑.๒ ผู้เข้าอบรมมีทักษะในการใช้เครื่องมือ AI ในการวางแผนกลยุทธ์ สร้างคอนเทนต์ และวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างมืออาชีพ

๒๑.๓ ยกระดับกระบวนการทำงาน (Workflow Optimization) โดยการนำ AI มาช่วยลดเวลาการทำงานที่ซ้ำซ้อน และเพิ่มความคิดสร้างสรรค์ในงานการตลาด

กำหนดการอบรม

การตลาดยุค AI: ก้าวสู่มีอาชีพแห่งการตลาดดิจิทัล (AI Marketing: stepping into the Professional Digital Marketing)

มหาวิทยาลัยบูรพา ร่วมกับ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.)

จัดโดยสำนักหอสมุด และสำนักคอมพิวเตอร์ ร่วมกับกองบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล

วันที่ ๒๑ กรกฎาคม ๒๕๖๕ เวลา ๐๘.๓๐-๑๖.๐๐ น.

เวลา	รายละเอียด
๐๘.๓๐-๐๙.๐๐ น.	ลงทะเบียน
๐๙.๐๐-๐๙.๑๐ น.	นายhemรศมี วชิรหัตถพงษ์ ผู้อำนวยการสำนักหอสมุด กล่าวเปิดการอบรม
๐๙.๑๐-๐๙.๒๐ น.	ทำแบบทดสอบก่อนการอบรม (PRE-TEST)
๐๙.๒๐-๑๐.๓๐ น.	- รู้จักเทรนด์ AI เครื่องมือการตลาดดิจิทัลยุคใหม่
๑๐.๓๐-๑๐.๔๕ น.	พักรับประทานอาหารว่าง
๑๐.๔๕-๑๒.๐๐ น.	- AI ในการวิเคราะห์ข้อมูล แม่นยำ โดนเป้าหมาย ด้วย Google Analytics - การใช้ AI ปั่นคอนเทนต์ สร้างประสิทธิภาพสูงสุด
๑๒.๐๐-๑๓.๐๐ น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
๑๓.๐๐-๑๔.๓๐ น.	กลยุทธ์ AI ขับเคลื่อนแคมเปญ ความสำเร็จ
๑๔.๓๐-๑๔.๔๕ น.	พักรับประทานอาหารว่าง
๑๔.๔๕-๑๕.๔๕ น.	การประเมินผลประกอบการ ศิลธรรมและจริยธรรมในการวางกลยุทธ์โดย AI
๑๕.๔๕-๑๖.๐๐ น.	ถาม-ตอบ และทำแบบทดสอบหลังการอบรม (POST-TEST) ปิดการอบรม

หมายเหตุ กำหนดการอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม