



หลักสูตร ภาษาอังกฤษเพื่อการเป็นผู้ประกอบการและธุรกิจออนไลน์

——English for Online Entrepreneurship and Business——

(ภายใต้ “โครงการพัฒนาทักษะกำลังคนของประเทศ(Reskill/Upskill/Newskill)
เพื่อการมีงานทำและเตรียมความพร้อมรองรับการทำงานในอนาคต
หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)
หลักสูตรประกาศนียบัตร (Non-Degree)”)

หลักสูตรประกาศนียบัตร

เรื่อง

“ภาษาอังกฤษเพื่อการเป็นผู้ประกอบการและธุรกิจออนไลน์”

(ภายใต้ “โครงการพัฒนาทักษะกำลังคนของประเทศ(Reskill/Upskill/Newskill)

เพื่อการมีงานทำและเตรียมความพร้อมรองรับการทำงานในอนาคต

หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

หลักสูตรประกาศนียบัตร (Non-Degree)”)

จัดทำโดย

สำนักวิเทศสัมพันธ์และเครือข่ายอาเซียน

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

2563

คำชี้แจง

หลักสูตรฝึกอบรมเรื่อง “ภาษาอังกฤษเพื่อการเป็นผู้ประกอบการและธุรกิจออนไลน์” จัดทำขึ้นเพื่ออบรมทักษะอาชีพให้ผู้ว่างงานและผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ที่ได้รับผลกระทบให้มีความพร้อมสร้างงานสร้างรายได้ด้วยตนเอง ยกย่องมาตรฐานการทำงานให้กับผู้ปฏิบัติงานในกลุ่ม SME และเพิ่มเติมทักษะการทำงานสมัยใหม่ให้กับนักศึกษาที่กำลังสำเร็จการศึกษา หรือสำเร็จการศึกษาแล้ว เพื่อให้ความพร้อมเข้าสู่ตำแหน่งใหม่ที่เป็นความต้องการ หรือสร้างด้วยตนเอง หลักสูตรนี้อยู่ภายใต้โครงการพัฒนาทักษะกำลังคนของประเทศ (Reskill/Upskill/Newskill) เพื่อการมีงานทำและเตรียมความพร้อมรองรับการทำงานในอนาคต หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) หลักสูตรประกาศนียบัตร (Non-Degree)

หลักสูตรภาษาอังกฤษเพื่อการเป็นผู้ประกอบการและธุรกิจออนไลน์มุ่งเน้นให้ผู้เข้ารับการอบรมมีทักษะการสื่อสาร (Communication Skills) เกิดการคิดอย่างมีวิจารณญาณ (Critical Thinking Skills) ประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และมีความรู้เท่าทันสื่อใหม่ ๆ (New Media Literacy) ซึ่งจะให้ผู้เข้ารับการอบรมสามารถนำความรู้ ทักษะต่าง ๆ ตลอดจนเทคนิคด้านภาษา และเนื้อหาไปปรับประยุกต์ใช้เข้ากับธุรกิจของตนเองหรือนำความรู้ไปก่อร่างสร้างธุรกิจของตนเองในอนาคต

สำนักวิเทศสัมพันธ์และเครือข่ายอาเซียน
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

**โครงการพัฒนาทักษะกำลังคนของประเทศ (Reskill/Upskill/Newskill)
เพื่อการทำงานและเตรียมความพร้อมรองรับการทำงานในอนาคต
หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)
หลักสูตรประกาศนียบัตร (Non-Degree)**

ชื่อหลักสูตร ภาษาอังกฤษเพื่อการเป็นผู้ประกอบการและธุรกิจออนไลน์

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
คณะ/ภาควิชา สำนักวิเทศสัมพันธ์และเครือข่ายอาเซียน

1. ชื่อหลักสูตร

ภาษาไทย: ภาษาอังกฤษเพื่อการเป็นผู้ประกอบการและธุรกิจออนไลน์
ภาษาอังกฤษ: English for Online Entrepreneurship and Business

2. กลุ่มหลักสูตร

- ☐ Smart Innovative Entrepreneur
- ☐ Smart Farming
- ☐ Care Giver
- ☐ Smart Tourism
- ☐ Data Science
- ☒ Creative content
- ☐ Food for the future
- ☐ Robotic / AI
- ☐ อื่นๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการของประเทศ โปรดระบุ

3. ทักษะเป้าหมายของหลักสูตร

หลักสูตรภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจออนไลน์ได้กำหนดทักษะเป้าหมาย (Key Critical Skills) ไว้

4 ทักษะคือ

- 1) ทักษะการสื่อสาร (Communication Skills) โดยเน้นประสิทธิภาพของการสื่อสารระหว่างสินค้า ลูกค้า และผู้ประกอบการ โดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อกลางในการพัฒนาการอบรม
- 2) ทักษะการคิดวิเคราะห์ (Analytical Thinking Skills) โดยมีการสอนการสำรวจความต้องการของกลุ่มลูกค้า การวิเคราะห์เนื้อหาที่ตนเองสร้าง การเลือกใช้คำ การใช้แนวคิดทางภาษาอังกฤษเพื่อพัฒนาธุรกิจ
- 3) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) การใช้เทคนิคการดึงดูด การสื่อสารระหว่างธุรกิจออนไลน์สมัยใหม่ การสร้างสรรค์สื่อและการนำเสนออย่างสร้างสรรค์ และ

4) ความรู้เท่าทันสื่อใหม่ ๆ (New Media Literacy) การเรียนรู้พื้นที่ออนไลน์ ภาษาอังกฤษที่อยู่ในสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ และความรู้เท่าทันความเข้าใจในระบบความปลอดภัยของแต่ละพื้นที่ออนไลน์ โดยเป้าหมายของหลักสูตรทั้ง 4 ทักษะนี้ จะนำไปผนวกเข้ากับการอบรมในหลักสูตรเพื่อพัฒนากลุ่มเป้าหมายที่คาดว่าจะมาอบรมให้มีความพร้อมในการขยายตลาดธุรกิจของตนเองไปยังกลุ่มลูกค้าต่างประเทศ และการเริ่มอบรมสำหรับนักธุรกิจรุ่นใหม่

4. เหตุผลและความจำเป็น

ธุรกิจออนไลน์ในช่วงระยะเวลา 7 ปีที่ผ่านมาได้เติบโตขึ้นเรื่อย ๆ โดยพบว่า ในปี 2557 มีมูลค่าสูงถึง 69,444 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 มูลค่า 83,520 ล้านบาท ในปี 2558 โดยคาดว่าจะในปี 2559 มูลค่าตลาดจะเพิ่มร้อยละ 23 และเพิ่มขึ้นมีมูลค่าประมาณ 200,000 ล้านบาทในปี 2563 ซึ่งถือว่าเป็นอัตราการเติบโตของมูลค่าตลาดซึ่งเป็นการสะท้อนให้เห็นว่าแนวโน้มการขยายตัวทางการค้าของธุรกิจขายปลีกทางอินเทอร์เน็ตจะมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องไปในทิศทางเดียวกับ E-commerce ธุรกิจออนไลน์ในปัจจุบันเน้นการขายปลีกทางอินเทอร์เน็ต ผู้ซื้อจะตัดสินใจซื้อ โดยพิจารณาจากโฆษณาและข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต โดยปกติจะผ่านกระบวนการที่จัดไว้เป็นการเฉพาะในเว็บไซต์และผลิตภัณฑ์ที่สั่งซื้อจะดาวน์โหลดผ่านทางอินเทอร์เน็ตหรืออาจทำการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าก็ได้ รวมถึงการขายปลีกโดยการประมูลขายปลีกสินค้าทางอินเทอร์เน็ต ได้แก่ การขายสินค้าประเภทอาหาร เครื่องดื่มและผลิตภัณฑ์ยาสูบ สิ่งทอ เสื้อผ้า รองเท้าและเครื่องหนัง สินค้าทางเภสัชภัณฑ์และ ทางกายภาพ เครื่องหอมและเครื่องสำอาง คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคม เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ สินค้าวัฒนธรรมและพักผ่อนหย่อนใจ สินค้าทางเภสัชภัณฑ์และทางการแพทย์ เครื่องหอมและเครื่องสำอาง เป็นต้น (กองข้อมูลธุรกิจ, 2559)

ทิศทางธุรกิจออนไลน์ถือว่าเป็นแนวโน้มเติบโตโดยเฉพาะในปี 2559 ซึ่งเริ่มเห็นสัญญาณของการเติบโตทั้งในแง่ของมูลค่าและจำนวนการจัดตั้งธุรกิจ โดยคาดว่าจะมูลค่าตลาด E-commerce จะมีมูลค่าประมาณ 230,000-240,000 ล้านบาท ซึ่งเติบโตประมาณร้อยละ 15-20 ซึ่งถือว่าเป็นยุคทองของธุรกิจออนไลน์โดยเฉพาะการทำธุรกิจการค้าบนมือถือ ซึ่งได้รับความสนใจมากยิ่งขึ้นในหลายปีที่ผ่านมา ตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสื่อสารและผู้คนเริ่มมีช่องทางการเข้าถึงสินค้าและบริการบน Internet ได้มากขึ้น จึงทำให้เจ้าของธุรกิจรุ่นใหม่จำนวนมากมีหน้าร้านเฉพาะออนไลน์เท่านั้น เมื่อพิจารณาสัดส่วนของประชากรไทยที่ใช้เครื่องมือสื่อสารมีสัดส่วนอยู่ในระดับสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะ Mobile Phone ซึ่งมีจำนวนผู้ใช้ถึง 48.10 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 77 รองลงมาได้แก่ Computer จำนวนผู้ใช้ถึง 23.80 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 38 และ Internet จำนวนผู้ใช้ถึง 21.70 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 35 ตามลำดับ ซึ่งสัดส่วนการใช้อุปกรณ์สื่อสารในระดับสูงจะส่งเสริมให้ธุรกิจขายปลีกทางอินเทอร์เน็ตเติบโตต่อไป (กองข้อมูลธุรกิจ, 2559)

ยิ่งไปกว่านั้น จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัสจนนำมาสู่โรคโควิด 19 (COVID-19) ทำให้ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกที่มีหน้าร้านได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าว เพราะจะต้องปิดกิจการชั่วคราวเพื่อหยุดการกระจายของเชื้อโรค ผลของเหตุการณ์ในครั้งนี้ทำให้ธุรกิจออนไลน์ยิ่งเป็นที่นิยมของพ่อค้านักธุรกิจในการขยายขยายธุรกิจของตนเองมาสู่ธุรกิจออนไลน์มากขึ้น และมีหน่วยงาน องค์กร หรือกลุ่มคนต่าง ๆ เริ่มหันออกมาเปิดพื้นที่ในการขายของออนไลน์มากขึ้น

เช่น เพจธรรมศาสตร์และการฝากร้าน เพจจุฬามาเก็ตเพลส เพจเปิดท้ายบ้านสมเด็จ เป็นต้น โดยจะเห็นได้ว่า ธุรกิจออนไลน์ในปัจจุบันไม่ได้จำกัดและเกิดขึ้นอยู่บนเว็บไซต์ของกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่เท่านั้น แต่ยังเกิดขึ้นในพื้นที่สาธารณะอื่น ๆ อีกด้วย เช่น Facebook, Instagram และ Twitter อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในเรื่องการขายธุรกิจออนไลน์ อาจจะเป็นเรื่องง่ายที่ใคร ๆ สามารถเริ่มมีธุรกิจเป็นของตัวเองได้ แต่ก็พบว่า มีธุรกิจเดียวกันหรือคล้ายคลึงกันอยู่มากมายทีเดียว ดังนั้นการมีกลยุทธ์การขายและการขยายตลาดของธุรกิจจึงเป็นสิ่งที่ต้องได้รับการพัฒนาเพื่อสร้างโอกาสให้กับธุรกิจมากขึ้น

การมีกลยุทธ์การขายและการขยายตลาดของธุรกิจออนไลน์ในที่นี้คือ การเรียนรู้และการนำเอาความรู้ทางภาษาอังกฤษไปประยุกต์ใช้ในงานธุรกิจของตนเอง หลักสูตรภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจออนไลน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา เป็นหลักสูตรแรกและหลักสูตรเดียวในปัจจุบันที่จะช่วยวางกลยุทธ์การขายโดยใช้องค์ความรู้ทางด้านภาษาอังกฤษระดับปฏิบัติเพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและเพิ่มโอกาสการขยายตลาดของธุรกิจออนไลน์ไปยังกลุ่มลูกค้าชาวต่างประเทศอีกด้วย หลักสูตรภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจออนไลน์นี้ไม่เพียงแต่การนำความรู้ทางด้านภาษาอังกฤษมาจัดการอบรมเพื่อธุรกิจออนไลน์ แต่หลักสูตรยังมีการสอนการเลือกใช้คำภาษาอังกฤษที่เหมาะสมกับแต่ละธุรกิจในการสร้างความโดดเด่นให้กับสินค้าและบริการ สอนการสร้างประโยคและเนื้อหาภาษาอังกฤษอย่างง่ายแต่มีประสิทธิภาพเพื่อการสื่อสารทางการตลาด สอนการนำเสนอสินค้าและบริการเป็นภาษาอังกฤษที่ตรงประเด็นเน้นกลุ่มลูกค้าเฉพาะ การโต้ตอบกับกลุ่มลูกค้าเป็นภาษาอังกฤษ เป็นต้น

5. วัตถุประสงค์

5.1 เพื่ออบรมทักษะอาชีพให้ผู้ว่างงานและผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ที่ได้รับผลกระทบให้มีความพร้อมสร้างงานสร้างรายได้ด้วยตนเอง

5.2 เพื่อยกระดับมาตรฐานการทำงานให้กับผู้ปฏิบัติงานในกลุ่ม SME

5.3 เพื่อเพิ่มเติมทักษะการทำงานสมัยใหม่ให้กับนักศึกษาที่กำลังสำเร็จการศึกษา หรือสำเร็จการศึกษาแล้ว เพื่อให้ความพร้อมเข้าสู่ตำแหน่งใหม่ที่เป็นความต้องการ หรือสร้างด้วยตนเอง

6. ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง (Expected Learning Outcomes)

6.1 ด้านความรู้

- 1) สามารถบอกความสำคัญของการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อพัฒนาธุรกิจของตนเอง
- 2) สามารถอธิบายแนวคิดรวบยอดทางภาษาที่จะนำไปใช้ในธุรกิจของตนเอง
- 3) สามารถพัฒนาเนื้อหาภาษาอังกฤษสำหรับธุรกิจออนไลน์ของตนเอง
- 4) สามารถวิเคราะห์เนื้อหาภาษาอังกฤษของตนเอง
- 5) สามารถออกแบบเนื้อหาให้มีความน่าสนใจโดยมีกรอบหลักคิดในการออกแบบ
- 6) สามารถประเมินเนื้อหาและภาษาอังกฤษที่ใช้ในการผลิตสื่อสำหรับธุรกิจออนไลน์

6.2 ด้านทัศนคติ

- 1) สามารถอธิบายให้ข้อมูลลูกค้าเป็นภาษาอังกฤษ
- 2) สามารถตอบข้อซักถามหรือโต้ตอบทางธุรกิจด้วยภาษาที่เป็นทางการ
- 3) สามารถแบ่งปันเทคนิคและ/หรือความรู้ทางภาษาเพื่อการผลิตสื่อแก่นักธุรกิจออนไลน์ผู้อื่น
- 4) สามารถจัดระบบความสำคัญของการนำเสนอสื่อโดยคำนึงถึงกลุ่มลูกค้า
- 5) สามารถจูงใจลูกค้าด้วยอิทธิพลของภาษาและการนำเสนอของสื่อ

6.3 ด้านทักษะ

- 1) สามารถเลือกใช้คำหรือภาษาเพื่อการสื่อสารและการชักจูงได้อย่างถูกต้อง กระชับ และตรงประเด็น
- 2) สามารถแสดงความสัมพันธ์ระหว่างภาษา สื่อ และการพิจารณาเลือกใช้เทคโนโลยีพื้นฐานสำหรับธุรกิจออนไลน์
- 3) สามารถสร้างเนื้อหาสำหรับสื่อธุรกิจออนไลน์จากเค้าโครงสื่อออนไลน์ของธุรกิจอื่นที่มีอยู่
- 4) สามารถจัดการข้อผิดพลาดทางภาษาที่เกิดขึ้นในเนื้อหาของสื่อที่ผลิตได้อย่างรวดเร็ว
- 5) สามารถแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าที่อาจเกิดจากการสื่อสารระหว่างตนเองและลูกค้า
- 6) สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอหรือการผลิตสื่อธุรกิจออนไลน์
- 7) สามารถริเริ่มเนื้อหาใหม่ ๆ เพื่อการโฆษณาสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือบริการของตนเอง

7. กลุ่มเป้าหมาย

7.1 กลุ่มเป้าหมาย

- 1) ผู้ที่กำลังจะเริ่มทำธุรกิจออนไลน์
- 2) ผู้ประกอบการที่ขาดทักษะภาษาอังกฤษ
- 3) ผู้ประกอบอาชีพอิสระที่ได้รับผลกระทบ
- 4) ผู้ที่ดำเนินการธุรกิจอยู่แล้วและต้องการขยายตลาดธุรกิจไปยังกลุ่มลูกค้าต่างชาติ
- 5) ผู้ประกอบการที่ต้องการพัฒนาทักษะที่มีอยู่และเสริมทักษะใหม่

7.2 คุณสมบัติของผู้เข้ารับการอบรม

- 1) เป็นนักศึกษาปัจจุบันที่กำลังจะสำเร็จการศึกษา ศิษย์เก่า และผู้สนใจทั่วไป
- 2) กำลังดำเนินธุรกิจและต้องการขยายตลาดธุรกิจไปยังกลุ่มลูกค้าต่างชาติ
- 3) มีความต้องการพัฒนาภาษาอังกฤษเพื่อการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์
- 4) มีพื้นฐานภาษาอังกฤษในระดับปฏิบัติการ

8. จำนวนผู้เข้าอบรมต่อรุ่น

จำนวนการรับผู้เข้าอบรมต่อรุ่น 30 คน

9. อาชีพเป้าหมาย

- 9.1 นักธุรกิจออนไลน์
- 9.2 ที่ปรึกษาด้านภาษาอังกฤษของธุรกิจ

10. ความร่วมมือกับสถาบันอื่น

หลักสูตรภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจออนไลน์เป็นหลักสูตรประกาศนียบัตร (Non-Degree) เฉพาะของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาที่จัดการเรียนการสอนโดยตรง

11. สถานที่จัดการเรียนการสอน

จัดการเรียนการสอนที่มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา อาคาร 11 ชั้น 4

12. รูปแบบการจัดการศึกษา

12.1 แบบชั้นเรียน

12.2 แบบออนไลน์

12.3 แบบ Workshop

13. จุดเด่นของหลักสูตร

13.1 หลักสูตรนี้ไม่ได้เจาะจงการใช้งานพื้นที่สังคมออนไลน์ใดเป็นการเฉพาะ หากแต่เมื่อผ่านการอบรมจากหลักสูตร ผู้เข้ารับการอบรมจะสามารถนำความรู้ไปปรับใช้กับทุกพื้นที่ออนไลน์ได้

13.2 ยังไม่มีหน่วยงานใดผลิตหลักสูตรนี้ ที่เน้นการนำภาษาและความรู้ทางภาษาอังกฤษไปปรับใช้เข้ากับธุรกิจออนไลน์

13.3 ผู้เข้ารับการอบรมจะได้รับการฝึกอบรมโดยอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถเฉพาะด้านด้วยค่าอบรมเพียง 150 บาทต่อชั่วโมง

13.4 หลักสูตรนี้ครอบคลุมถึงความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับความรู้ในการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการทำธุรกิจออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพ

13.5 ผู้เข้ารับการอบรมจะได้รับประกาศนียบัตรผ่านการอบรมหลักสูตรเมื่อเสร็จสิ้นการอบรม

14. การดำเนินการหลักสูตร

14.1 วัน – เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน

วันอังคารและวันพฤหัสบดี เวลา 15.00 – 18.00 น.

วันเสาร์และวันอาทิตย์ เวลา 13.00 – 16.00 น.

14.2 ระยะเวลา

ระยะเวลาในการจัดการเรียนการสอนทั้งสิ้น 30 ชั่วโมง

15. โครงสร้างและเนื้อหาของหลักสูตร

15.1 คำอธิบายหลักสูตร (ภาษาไทย)

การทักทายและการทักทายด้วยระบบปัญญาประดิษฐ์ออนไลน์ เทคนิคการโน้มน้าวใจ พื้นฐาน การเลือกใช้ภาษาและสื่อสำหรับการขายสินค้าและบริการ การเขียนเพื่อการโน้มน้าวใจ การสร้างเนื้อหาและการนำเสนอที่โน้มน้าวใจ ภาษาที่ใช้เกี่ยวกับการชำระเงินออนไลน์ การสร้างการตลาดออนไลน์ มารยาทและกลยุทธ์การสนทนาทางออนไลน์

15.2 คำอธิบายหลักสูตร (ภาษาอังกฤษ)

Greetings and online AI greetings; basic persuasive techniques; choosing effective language and media for products and services; writing for persuasion; creating persuasive content and presentation (Pitch); language for online payment; online marketing; online conversation etiquettes and strategies

15.3 โครงสร้างหลักสูตรจำนวน 30 ชั่วโมง ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ภาษาอังกฤษสำหรับธุรกิจออนไลน์ จำนวน 12 ชั่วโมง
(English for Online Business)

หัวข้อ 1.1 การทักทายพื้นฐาน

Basic Greetings

การทักทาย การขอบคุณ และการกล่าวคำอำลาในการสนทนาออนไลน์ การนำเข้าสู่วิธีสนทนาสำหรับธุรกิจออนไลน์

Greetings, thanking, goodbye in online conversation; leading conversation issues to online business

1.2 การเขียนบรรยายสินค้าเพื่อดึงดูดความสนใจ

Writing Appealing Product Description

การคัดสรรคำ ข้อความที่เหมาะสมในการสื่อสารธุรกิจออนไลน์เพื่อดึงดูดความสนใจ เช่น น้ำเสียง การเล่นคำ ความยาวประโยค ภาษาในการบรรยายสินค้า

Choosing appealing and appropriate word choice and content for online business communication, such as tone, puns, sentence length, language for product description

1.3 สถานการณ์การสื่อสารต่าง ๆ

Communication Scenarios

การติดตาม ความคาดหวัง การพัฒนา และการโต้ตอบคำถามคำตอบที่ถูกลืมบ่อย ๆ การแจ้งการส่งสินค้า ความล่าช้าในการส่งสินค้า สินค้าขาดแคลน ปัญหาการชำระเงิน การรับคำวิจารณ์จากลูกค้า การสื่อสารการบริการหลังการขาย

Follow up; anticipating, developing and addressing frequently asked questions and answers; shipping notice; shipping delay; product deficiency; payment concern; soliciting reviews; after-sales service communication

ส่วนที่ 2 เนื้อหาสำหรับผู้ประกอบการและธุรกิจออนไลน์ จำนวน 18 ชั่วโมง (Contents for Entrepreneurs and Online Business)

หัวข้อ 2.1 ข้อควรรู้สำหรับธุรกิจออนไลน์

Online Business Must-Knows

ความรู้ในเรื่องการใช้พื้นที่ดิจิทัลในการทำธุรกิจออนไลน์ ตัวเลือกการแสดงผลต่าง ๆ ของแต่ละพื้นที่ดิจิทัล เช่น วิดีโอ ภาพ ปุ่มชอบ ปุ่มแบ่งปัน เป็นต้น การออกแบบและศิลปะการโน้มน้าวจากการใช้สื่อ เช่น สี การวางองค์ประกอบ การจัดเรียงข้อมูล การเลื่อนและการกดข้อมูล ความรู้พื้นฐานเรื่องการใช้ระบบปัญญาประดิษฐ์ ความปลอดภัยระบบฐานข้อมูล ช่องทางการสื่อสาร ช่องทางการชำระเงิน

Knowledge of a digital platform for online business; media options on the platform, such as video, visual, like buttons, shares, etc.; design and visual rhetoric as persuasion, such as color, layout, arrangement of information, scroll and clicks, built in AI capabilities; database security; channels of communication; payment options

2.2 หลักการโน้มน้าว

Modes of Persuasion

ทฤษฎีหลักความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ หลักการสร้างความรู้สึกร่วมกัน และหลักเหตุผล หลักค่าความนิยม เทคนิคการใช้ภาษาและสื่อในการโน้มน้าว

Theories of ethos, pathos and logos; goodwill as key principle; language and media techniques for persuasion

2.3 การบูรณาการภาษาและสื่อเพื่อกลยุทธ์ทางการตลาด

Integration of Language and Media as Marketing Tactics

ความเชื่อมโยงระหว่างเนื้อหาภาษาและสื่อที่หลากหลาย การเลือกสื่อเชิงมนทัศน์ เช่น แบบอักษร การวางองค์ประกอบ และสี สัญลักษณ์อารมณ์ กลยุทธ์ในการเล่าเรื่องเกี่ยวกับสินค้า การแนะนำคุณภาพและเอกลักษณ์ของสินค้า

Connections among language, content and visual or multimedia; Visual rhetoric, such as typeface, layout, and color; emoticons; brand story strategies; describing product quality and uniqueness

2.4 การชำระเงิน

Payment

ใบเสนอราคา ใบแจ้งหนี้ ช่องทางการชำระเงิน การออกใบเสร็จ ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของเว็บไซต์

Quotation; invoice; payment options; receipt; website security and privacy

15.4 ตารางโครงสร้างหลักสูตรและระยะเวลาการฝึกอบรม

ระยะเวลา/ จำนวนชั่วโมง	หัวข้อ	จำนวนชั่วโมง (ทฤษฎี/ปฏิบัติ)
ระยะที่ 1 15 นาที	0. ตัวอย่างหลักสูตรภาษาอังกฤษเพื่อการเป็นผู้ประกอบการและธุรกิจออนไลน์ - Basic persuasive techniques	15 นาที (ออนไลน์)
ระยะที่ 2 30 ชั่วโมง	1. การทักทายพื้นฐาน	1 ชม. / 2 ชม.
	2. การเขียนบรรยายสินค้าเพื่อดึงดูดความสนใจ	3 ชม. / 3 ชม.
	3. ข้อควรรู้สำหรับธุรกิจออนไลน์	1 ชม. / 2 ชม.
	4. หลักการโน้มน้าว	3 ชม. / 3 ชม.
	5. การบูรณาการภาษาและสื่อเพื่อกลยุทธ์ทางการตลาด	3 ชม. / 3 ชม.
	6. การชำระเงิน	1 ชม. / 2 ชม.
	7. สถานการณ์การสื่อสารต่าง ๆ	- / 3 ชม.
	รวม 7 หัวข้อ	30 ชั่วโมง (15 ชม.ทฤษฎี 15 ชม.ปฏิบัติ)

16. วิทยากร

- 16.1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชานนท์ อัครธรรม
วิทยากรพิเศษ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- 16.2) นายธน์ช
อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
- 16.3) นางสาวเพ็ญธิดา เสรีสุทธิกุลชัย
อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
- 16.4) นางสาวไศภณภา สุนทรวร
อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
- 16.5) นายเฉลิมทรัพย์ กรณย์จักรวุฒิ
อาจารย์คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

17. ค่าลงทะเบียนฝึกอบรม

อัตราค่าลงทะเบียนสำหรับหลักสูตรภาษาอังกฤษเพื่อการเป็นผู้ประกอบการและธุรกิจออนไลน์แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มนักศึกษาปัจจุบัน	ศิษย์เก่า	ผู้สนใจทั่วไป
3,500 บาท	4,000 บาท	4,500 บาท

ทั้งนี้ มหาวิทยาลัยขอสงวนสิทธิ์ในการเปิดหลักสูตรเมื่อมีผู้เข้ารับการอบรมไม่น้อยกว่า 20 คน

18. งบประมาณ

18.1 งบประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินการตลอดหลักสูตร

1) จำนวนผู้เข้ารับการอบรม 30 คน

2) งบประมาณค่าดำเนินการ 4,500 บาท ต่อคน รวม 135,000 บาท

รายละเอียดงบประมาณ

รายรับ

- ค่าลงทะเบียนจากผู้เข้าอบรม คนละ 4,500 บาท

รายจ่าย

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
ค่าตอบแทน	
ค่าตอบแทนวิทยากรภายนอก 10 คน x 1,200 บาท x 3 ชั่วโมง	36,000
ค่าตอบแทนผู้ปฏิบัติงานนอกเวลาราชการ 5 คน x 400 บาท x 10 วัน	20,000
ค่าตอบแทนคณะกรรมการ	20,000
ค่าใช้จ่าย	
ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม 35 บาท x 10 วัน x 30 คน	10,500
ค่าวัสดุ	
ค่าจัดทำเอกสารประกอบการอบรม 30 เล่ม x 125 บาท	3,750
ค่าจ้างทำป้ายประชาสัมพันธ์ 4 อัน x 3,600 บาท	14,400
วัสดุโครงการ	16,850
10% เข้ามหาวิทยาลัย	13,500
รวมงบประมาณ	135,000

หมายเหตุ ถัวเฉลี่ยทุกรายการ

18.2 แหล่งงบประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินการตลอดหลักสูตร

2) เก็บจากผู้สมัครเข้ารับการอบรม จำนวน 4,500 บาท

19. การประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้

19.1 ทักษะการสื่อสาร (Communication Skills)

1) สถานการณ์จำลองการสื่อสารภาษาพูดระหว่างสินค้า ลูกค้า และผู้ประกอบการ

2) สถานการณ์จำลองการสื่อสารภาษาเขียนระหว่างสินค้า ลูกค้า และผู้ประกอบการ

19.2 ทักษะการคิดวิเคราะห์ (Analytical Thinking Skills)

1) การวิเคราะห์ SWOT ของสินค้า

2) โครงร่างเนื้อหาทางภาษา

19.3 ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)

- 1) โครงร่างการเขียนกรอบแสดงเรื่องราวที่สมบูรณ์ (Storyboard)
- 2) ผลสำเร็จของสื่อหนึ่งประเภท

19.4 ความรู้เท่าทันสื่อใหม่ ๆ (New Media Literacy)

- 1) แบบทดสอบก่อนเข้าร่วมหลักสูตรและหลังเข้าร่วมหลักสูตร
- 2) เอกสารหรือการนำเสนอบนพื้นที่ออนไลน์ที่แตกต่างกัน
- 3) การสัมภาษณ์

20. ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ติดต่อประสานงานหลักสูตร

- | | | |
|-----------------|----------------|-----------------------------------|
| 1) ชื่อ-นามสกุล | นายเฉลิมทรัพย์ | กรัณย์จักรวดี |
| เบอร์โทรศัพท์ | 085-222-8861 | e-mail: chalerm-sup.ka@bsru.ac.th |
| 2) ชื่อ-นามสกุล | นางสาวอชิฐาน | ศรีลานุช |
| เบอร์โทรศัพท์ | 087-261-4226 | e-mail: athitharn.sr@bsru.ac.th |

ภาคผนวก

ประวัติวิทยากร

ชื่อ-นามสกุล	นายชานนท์ อัครธรรม
ตำแหน่งทางวิชาการ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์
สังกัด	สาขาวิชาภาษาอังกฤษ-อเมริกันศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2557	Doctor of Philosophy in Composition and Rhetoric, Department of English, Miami University
พ.ศ. 2553	Doctor of Philosophy in Digital Media and Composition Institute, Department of English, The Ohio State University
พ.ศ. 2551	Master of Arts in Rhetoric and the Teaching of Writing, Department of English, University of Colorado Denver
พ.ศ. 2549	Graduate Certificate in Teaching English to Speakers of Other Languages (TESOL), Department of English, University of Colorado Denver
พ.ศ. 2546	Bachelor of Arts in English Literature, Department of English, University of Colorado Denver, <i>Summa Cum Laude</i> , 2003

สาขาที่เชี่ยวชาญ	Comparative rhetoric, Thai rhetorical studies, multimodality, writing in digital contexts, cross-cultural qualitative research
------------------	--

ประสบการณ์การสอน

- 1) Social Media in British and American Culture
- 2) Advanced Reading and Writing
- 3) Public Speaking
- 4) Academic Writing
- 5) Facebook Controversies, Addiction and Persuasion
- 6) Academic Reading

ประวัติวิทยากร

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวเพ็ญจิตา เสรีสุทธิกุลชัย
ตำแหน่งทางวิชาการ	อาจารย์
สังกัด	สาขาวิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ (นานาชาติ) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2548	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทางวัฒนธรรม (นานาชาติ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
พ.ศ. 2545	อักษรศาสตรบัณฑิต (ภาษาฝรั่งเศส) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
สาขาที่เชี่ยวชาญ	ภาษาอังกฤษธุรกิจ ภาษาฝรั่งเศสสำหรับอาชีพ การจัดการทางวัฒนธรรม การจัดการพิพิธภัณฑ์

ประสบการณ์การสอน

- 1) วิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ
- 2) วิชาภาษาอังกฤษธุรกิจสำหรับอาชีพ
- 3) วิชาภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการ
- 4) วิชาภาษาอังกฤษเพื่อการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์การ
- 5) วิชาการอ่านภาษาอังกฤษเชิงวิชาการ
- 6) วิชาภาษาอังกฤษสำหรับธุรกิจนำเที่ยว
- 7) วิชาภาษาอังกฤษสำหรับบุคลากรทางการโรงแรม
- 8) วิชาภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน
- 9) วิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร
- 10) วิชาภาษาอังกฤษสำหรับวิชาชีพคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
- 11) วิชาภาษาอังกฤษเพื่องานวิทยุและโทรทัศน์
- 12) วิชาการจัดการสมัยใหม่และภาวะผู้นำ
- 13) วิชามรดกทางวัฒนธรรมของประเทศไทย
- 14) วิชาภาษาฝรั่งเศสสำหรับธุรกิจท่องเที่ยว
- 15) วิชาภาษาฝรั่งเศสสำหรับอุตสาหกรรมบริการ

ชื่อ-นามสกุล นางสาว โศภิตา สุนทรวร
 ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์
 สังกัด สาขาวิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ
 มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2555 International Business Management
 Mahidol University International College
 พ.ศ. 2557 Business Modelling and Development
 Mahidol University International College

สาขาที่เชี่ยวชาญ ภาษาอังกฤษสำหรับบุคคลทั่วไป ภาษาอังกฤษสำหรับธุรกิจ และ การ
 บริหารธุรกิจ

ผลงานทางวิชาการ

หนังสือ

ร่วมเขียนหนังสือ การจัดการสมัยใหม่และภาวะผู้นำ

บทความวิจัย

Sundaravara, S. (2020). Factors Influencing Job Satisfaction and Retention Among
 Generation Y Employees in Public, Private, and State Enterprise Sectors in
 Finance Industry.

ประสบการณ์การสอน

- 1) Business English
- 2) Business English for Career
- 3) Business English for International Business
- 4) Organizations and Modern Management
- 5) International Business Management
- 6) Life Skills
- 7) English for CEFR

ประวัติวิทยากร

ชื่อ-นามสกุล	นายธนัช กรศุภกิจ
ตำแหน่งทางวิชาการ	อาจารย์
สังกัด	สาขาวิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ (นานาชาติ) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2555	M.B.A. Marketing Management and International Business (หลักสูตร นานาชาติ),
พ.ศ. 2549	B.B.A. Marketing, วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล
สาขาที่เชี่ยวชาญ	ภาษาอังกฤษสำหรับบุคคลทั่วไป ภาษาอังกฤษสำหรับธุรกิจ การเขียนอีเมล ธุรกิจและ การบริหารธุรกิจ

ผลงานวิชาการ

ตำรา

ธนัช กรศุภกิจ และ เพ็ญจิตา เสรีสุทธิกุลชัย. (2559). **ภาษาอังกฤษธุรกิจเพื่อการสื่อสาร**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. (หน้า 1 – 50).

งานวิจัย

Thanat, K. (2558). Factor Affecting Woman Tourist in Buying Ready-Made Clothes in Bangkok: Case study of buying clothes at Platinum Fashion Mall in Bangkok, Thailand. **The Third National Symposium of Bangkok Thonburi University** “Symposium on Interdisciplinary Research for Development toward the International World: BTU: SIRDIIW”, 271-286.

ประสบการณ์การสอน

1. Principles of Marketing (International Program)
2. International Marketing (International Program)
3. English Listening and Speaking 1 (Thai Program)
4. English for Reading and Comprehension (Thai Program)
5. English for Career (Thai Program)
6. Marketing Research (International Program at Thammasat University)
7. Global Marketing (International Program)
8. English for Entrepreneur (Thai Program)
9. Business English (International Program)
10. Comprehensive Business Communication (Thai Program)

ประวัติวิทยากร

ชื่อ-นามสกุล	นายเฉลิมทรัพย์ กรณ์ย์จักรวุฒิ
ตำแหน่งทางวิชาการ	อาจารย์
สังกัด	สาขาวิชาภาษาอังกฤษ (ค.บ.) คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2557	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การสอนภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศ) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
พ.ศ. 2554	ประกาศนียบัตรบัณฑิตวิชาชีพครู มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
พ.ศ. 2550	ศิลปศาสตรบัณฑิต (ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสากล) (เกียรตินิยม) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

สาขาที่เชี่ยวชาญ	ไวยากรณ์ สถิติเพื่อการวิจัย นวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อการสอน และการเรียนการสอนโดยใช้กลยุทธ์เพื่อการสอบ
------------------	--

ผลงานทางวิชาการ

บทความวิจัย

- Karanjakwut, C. (2018). An Investigation of Linguistic and Localised Features of Thai in English Writing on Facebook Closed Group. *Advances in Language and Literary Studies*, 9(6), 1-8. (ERIC Database)
- Karanjakwut, C. (2018, January 26-27). Implementing Teaching Intercultural Communication in Class as Crucial Part of Learning in the 21st Century. In N. Sarobol & D. Khampusaen (Eds.), *Digital Literacy in English Language Learning and Teaching*. Presented at The 38th Thailand TESOL International Conference Proceedings 2018, The Empress, Chiang Mai, Thailand. (pp. 60-77). Thailand: Thailand TESOL. (Proceedings)
- Karanjakwut, C. (2017). The P3C2R+GIRD Paradigm of Creating a Reading Comprehension Lesson for EFL Students: From Conceptual Model to Model Lesson. *Journal of Education and Practice*, 8(32), 147-155. (ERIC Database)
- Karanjakwut, C. (2017, May 2-4). The Satisfaction of Teaching the Structures of Verb Tenses with a Teaching Toolkit. In A. Kasim, N. A. Hamid & S. M. Rashid, *Growing with Media*. Presented at Proceedings of International Conference on Media Studies 2017 (ICMS 2017), Universiti Utara Malaysia, Sintok Malaysia. (pp. 787-793). (Proceedings)