

หลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ
เรื่อง การผลิตสื่อออนไลน์ทางการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มยอดขาย
ด้วยมือถือในยุค New Normal



เสนอ
กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

จัดทำโดย
สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
2563

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

ชื่อหลักสูตร การผลิตสื่อออนไลน์ทางการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มยอดขายด้วยมือถือในยุค New Normal
ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
คณะ/ภาควิชา สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ

1. **ชื่อหลักสูตร** การผลิตสื่อออนไลน์ทางการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มยอดขายด้วยมือถือในยุค New Normal
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

หลักสูตรการสร้างสร้งสรรค์นวัตกรรมทางการท่องเที่ยวยุคดิจิทัล เป็นหลักสูตรที่จัดดำเนินการขึ้นเพื่อยกระดับมาตรฐานความรู้ทางการท่องเที่ยว และสามารถใช้อีโคโนมิกส์เพื่อการท่องเที่ยวในการสร้างตัวตนในโลกออนไลน์ ใ้เดียวแนวคิดการเขียนและสร้างสรรค์คอนเทนต์สำหรับธุรกิจท่องเที่ยว การออกแบบสื่อด้วยมือถือและสร้างสรรค์วีดิโอคอนเทนต์เพิ่มโอกาสสร้างยอดขายในธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาและส่งเสริมให้คนมีอาชีพ มีงานทำสามารถเข้าสู่ธุรกิจทางการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และส่งเสริมให้ภาคธุรกิจท่องเที่ยวมีทรัพยากรมนุษย์ทางด้านวิชาชีพทางการท่องเที่ยวอย่างมืออาชีพ ทั้งนี้ จากการคาดการณ์ในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยหลังวิกฤติ COVID 19 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก การที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวจึงมีความพิเศษและลักษณะเฉพาะเจาะจงมากขึ้น นักท่องเที่ยวจะพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ รอบด้าน หลักสูตรดังกล่าวจึงเป็นการส่งเสริมให้บัณฑิตจบใหม่ บุคลากรทางการท่องเที่ยวและบุคคลที่สนใจพัฒนาตนเองได้ตรงตามศักยภาพและเป็นอีกช่องทางที่ช่วยผู้ว่างงาน ผู้ถูกเลิกจ้างได้พัฒนาตนเอง เปลี่ยนวิกฤติให้เป็นโอกาส และเมื่อสถานการณ์คลี่คลายความรู้ที่ได้รับสามารถนำไปใช้พัฒนาองค์กรหรือพัฒนาช่องทางการทำธุรกิจส่วนตัวได้

4. เหตุผลและความจำเป็น

สถานการณ์โรคระบาดเริ่มเกิดขึ้นตั้งแต่ต้นปี 2020 หลายประเทศในเอเชียต้องเผชิญกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ซึ่งการแพร่ระบาดของเชื้อได้ขยายวงกว้างขึ้นทั่วโลกและมีจำนวนผู้ติดเชื้อพุ่งสูงขึ้นต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจของประเทศไทย ทั้งทางตรงและทางอ้อมเกิดปัญหาติดขัดทั้ง

ในเรื่องการใช้ชีวิตการทำงานและการดำเนินธุรกิจหลายธุรกิจประสบปัญหาโดยเฉพาะการท่องเที่ยว ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 12 ของ GDP รวมถึงธุรกิจภาคบริการ ผลกระทบจากโรคระบาดดังกล่าวได้ขยายวงกว้างไปยัง ภาคอุตสาหกรรม ทำให้ห่วงโซ่การผลิตและการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศขาดตอน การค้าระหว่างประเทศชะลอตัว และหยุดชะงัก ท้ายที่สุดผู้ประกอบการทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดเล็กขาดรายได้ สภาพคล่องไม่เพียงพอ มีความเสี่ยงถึงขั้นปิดกิจการ แรงงานเผชิญความเสี่ยงอาจถูกเลิกจ้างจำนวนมากตลอดจนประชาชนทั่วไปไม่สามารถประกอบอาชีพหรือหารายได้ได้ตามปกติทำให้ขาดรายได้ในการดำรงชีพ/การเลี้ยงดูตนเองและครอบครัว (กรมการจัดหางาน, 2563)

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก รัฐบาลของแต่ละประเทศพยายามสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวโลกหลังสถานการณ์โควิด (COVID-19) โดยเฉพาะในประเทศไทยมีแนวโน้มสถานการณ์ที่ดีขึ้นตามลำดับ ซึ่งองค์กร Global COVID-19 หรือ (GCI) จัดคะแนนดัชนีและอันดับให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่ฟื้นตัวจาก COVID-19 เป็นอันดับ 2 ของโลก จาก 184 ประเทศทั่วโลก โดย 20 อันดับแรกเป็นประเทศในเอเชีย 6 ประเทศ ซึ่งไทยได้คะแนนเป็นอันดับ 1 ของเอเชีย แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการควบคุมการแพร่ระบาดจนได้รับการยอมรับในระดับโลก ทำให้คนเชื่อมั่นอยากเดินทางมาประเทศไทย จุดขายเรื่องความปลอดภัย การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ จึงเป็นตัวชูประเด็นด้านการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั่วโลกเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศตนเพิ่มมากขึ้น การกิจด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นภารกิจที่ต้องเตรียมความพร้อมในการฟื้นฟูการท่องเที่ยวในด้านโครงสร้างพื้นฐานทั้งในแง่สถานที่ท่องเที่ยว สถานประกอบการ โรงแรมและภาคส่วนการบริการต่าง ๆ รวมถึงดิจิทัลแพลตฟอร์มที่จะช่วยสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวในยุค New Normal แล้ว การพัฒนาทักษะคนในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงเป็นอีกเรื่องที่สำคัญที่การท่องเที่ยวต้องหันมามองเป็นลำดับต้น ๆ ดังนั้น การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาของประเทศต่าง ๆ จึงได้มีการบูรณาการงานด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งหากประเทศใดมีแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศที่ชัดเจนบนพื้นฐานของเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง โครงสร้างพื้นฐานที่ดี ทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์ และบุคลากรภาคการท่องเที่ยวมีศักยภาพด้วยแล้ว จะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้ประเทศนั้น ๆ มีข้อได้เปรียบในการแข่งขันและสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวของตนให้เติบโตได้อย่างมั่นคง ซึ่งระบบการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของ Smart City ที่กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (MDE) ได้กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อให้ประเทศไทยสามารถสร้างสรรค์และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเต็มศักยภาพในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน นวัตกรรม ข้อมูล ทุนมนุษย์ และทรัพยากรอื่นใด เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน (ชลัมพ์ ศุภวาที, 2560) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ยังได้กล่าวถึงการใช้เทคโนโลยีระหว่างการท่องเที่ยวจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์หรือช่องทางออนไลน์เพื่อการสืบค้นข้อมูลและเพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทาง ภาครัฐและภาคเอกชนจึงต้องเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลที่จะเกิดขึ้น ทางกระทรวง การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม มีภารกิจหลักที่สำคัญในการพัฒนากำลังคนของประเทศ เล็งเห็นถึงปัญหาและผลกระทบดังกล่าวและเห็นความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องเป็นกลไกหลักของประเทศในการพัฒนาทักษะกำลังคนของประเทศ (Reskill/Upskill/Newskill) ด้วยสถานการณ์การระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ส่งผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ทั้งในเรื่องแรงงานในระบบและแรงงานอิสระ รวมทั้งมีแรงงานที่กำลังจะจบการศึกษาจะหางานได้ยากขึ้น เกิดการว่างงานหรือมีชั่วโมงการทำงานลดลง ได้รับความเดือนร้อนต้องหยุดทำงานและขาดรายได้

ด้วยเหตุนี้ ทางหลักสูตรเล็งเห็นถึงความจำเป็นและความสำคัญในการเตรียมความพร้อมในการรองรับการทำงานในอนาคตหลังวิกฤติการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จึงได้จัดโครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่องการสร้างสรรค์นวัตกรรมการท่องเที่ยวยุคดิจิทัล เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีแนวคิดในการปรับเปลี่ยนและปรับตัวในการให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

โดยนำโซเชียลมีเดียในโลกออนไลน์มาใช้เป็นเครื่องมือประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจและเป็นการปูพื้นฐานให้แก่บุคลากรการท่องเที่ยวก่อนยกระดับเพื่อเข้าสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ทั้งในประเทศและต่างประเทศสู่การเพิ่มยอดขายอย่างยั่งยืน อีกทั้งยังสร้างงานและเยียวยาเศรษฐกิจไทยหลังได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19

5. วัตถุประสงค์

5.1 เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ ความเข้าใจสถานการณ์ข่าวสาร ทิศทางของการท่องเที่ยว และเตรียมพร้อมในการปรับตัวในภาคธุรกิจท่องเที่ยว

5.2 เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมสามารถวิเคราะห์และบูรณาการความรู้ที่ได้จากการอบรมสร้างเป็นนวัตกรรมใหม่ ๆ ทางการท่องเที่ยวมาใช้กับอาชีพได้

5.3 เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้แนวคิด เรียนรู้ และจัดทำสื่อดิจิทัลทางการท่องเที่ยว โดยนำโซเชียลมีเดียในโลกออนไลน์มาใช้เป็นเครื่องมือประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

5.4 เพื่อให้เกิดเครือข่ายทางสังคมให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและเกิดการเรียนรู้ระหว่างกันทั้งก่อนและหลังการฝึกอบรม

6. ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง (Expected Learning Outcomes)

6.1 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ ความเข้าใจสถานการณ์ และเตรียมพร้อมในการปรับตัวในภาคธุรกิจท่องเที่ยว

6.2 ผู้เข้ารับการอบรมสามารถวิเคราะห์และบูรณาการความรู้ที่ได้จากการอบรมสร้างเป็นนวัตกรรมใหม่ ๆ ทางการท่องเที่ยวมาใช้กับอาชีพได้

6.3 ผู้เข้ารับการอบรมได้แนวคิด เรียนรู้ และจัดทำสื่อดิจิทัลทางการท่องเที่ยว โดยนำโซเชียลมีเดียในโลกออนไลน์มาใช้เป็นเครื่องมือประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

6.4 ผู้เข้ารับการอบรมได้เกิดเครือข่ายทางสังคมให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและเกิดการเรียนรู้ระหว่างกันทั้งก่อนและหลังการฝึกอบรม

7. กลุ่มเป้าหมาย

บุคลากรทางการท่องเที่ยว รวมทั้งผู้สำเร็จการศึกษาแล้วแต่ยังหางานทำไม่ได้ ตลอดจนผู้ที่สนใจจะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวในอนาคตที่ว่างงาน ซึ่งได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ที่มีความสนใจในการวางแผนและการบริหารงานเพื่อพัฒนาทักษะในการทำงานใหม่ ๆ ซึ่งจะนำไปสู่การต่อยอดความรู้ มีการพัฒนาแนวคิดที่เป็นต้นแบบและกลายเป็นทรัพยากรบุคคลสมัยใหม่ที่จะเกิดขึ้น โดยขณะนี้ทางมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ได้ทำการเปิดรับสมัครผู้ที่สนใจเข้าร่วมโครงการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

คุณสมบัติ

1. ประชาชนทั่วไป ผู้สำเร็จการศึกษาแล้วแต่ยังไม่มีการทำงาน กลุ่มผู้ประกอบการอาชีพทางการท่องเที่ยวไม่จำกัดเพศ อายุ 18 ปีขึ้นไป

2. เป็นผู้ว่างงานที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19)

3. ต้องไม่เป็นผู้ที่อยู่ระหว่างการกักตัวตามมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19)

4. มีความพร้อมและสนใจในการทำงานทุกมิติเพื่อขับเคลื่อน ยกระดับและพัฒนาให้กับองค์กรและท้องถิ่น

8. จำนวนผู้เข้าอบรมต่อรุ่น

จำนวนที่จะเข้ารับการอบรมต่อกลุ่ม จำนวน 30 คน/รุ่น

9. อาชีพเป้าหมาย

ผู้ผ่านการอบรมสามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประกอบอาชีพได้ทั้งในหน่วยงานหรือองค์กรภาครัฐและภาคเอกชน ตลอดจนประกอบธุรกิจส่วนตัว อาทิเช่น ผู้ประกอบการด้านการนำเข้าและบริการ พนักงานฝ่ายส่งเสริมการขายและการตลาด พนักงานฝ่ายปฏิบัติการในบริษัทนำเข้าและธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ เจ้าหน้าที่ฝ่ายสื่อสารการตลาด และอาชีพที่เกี่ยวข้องทางด้านสื่อดิจิทัล

10. ความร่วมมือกับสถาบันอื่น

เป็นหลักสูตรเฉพาะของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา โดยมีความร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

11. สถานที่จัดการเรียนการสอน

ห้องบรรยาย คณะวิทยาการจัดการ อาคาร 7 มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

12. รูปแบบการจัดการศึกษา

บรรยาย/ กรณีศึกษา/ สานิต/ ฝึกปฏิบัติ และวิพากษ์ผลงาน การเรียนรู้เพื่อกระบวนการคิดและการเรียนรู้เพื่อการพัฒนาทักษะโดยใช้เทคนิคการฝึกอบรม เอกสาร/ ตำราประกอบหลักสูตร การบรรยายประกอบสื่อ/ การให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะ สำหรับผู้เข้าร่วมอบรมที่ผ่านเกณฑ์การประเมินจะได้รับใบวุฒิบัตรในรูปแบบกระดาษ และแบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านช่องทาง Application ของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา รับรองการอบรม

13. การดำเนินการหลักสูตร

วัน – เวลาในการดำเนินการเรียนการสอน และระยะเวลาในการอบรม โดยการศึกษาในห้องเรียนและอบรมเฉพาะวันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 6 วัน จำนวน 36 ชั่วโมง

วันเดือนปี	กิจกรรม	
วันที่ 1 พฤศจิกายน 2563	หมวดที่ 1 วิชาสถานการณ์การท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล	
	เวลา 09.00-12.00 น.	การเตรียมความพร้อมและสิ่งที่ควรรู้ในสถานการณ์การท่องเที่ยวในยุค New Normal ประกอบด้วยเนื้อหา - สถานการณ์การท่องเที่ยวโลกและในประเทศไทย - แนวทางการปฏิบัติในสถานการณ์การท่องเที่ยวในยุค New Normal - การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในยุค New Normal เพื่อเตรียมความพร้อมข้อมูลเชิงการตลาด - ความเข้าใจเชิงลึกในสถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติของแต่ละภูมิภาคและพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
	เวลา 13.00-16.30 น.	เว็บไซต์และแอปพลิเคชันกับการท่องเที่ยว
วันที่ 2 พฤศจิกายน 2563	หมวดที่ 2 วิชาการตลาดท่องเที่ยวยุคดิจิทัล	
	เวลา 09.00-12.00 น.	การตลาดผ่านสื่อออนไลน์ ประกอบด้วยเนื้อหา - ทบทวนความเข้าใจเรื่อง Digital Marketing - การสื่อสารการตลาดดิจิทัล - พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

วันเดือนปี	กิจกรรม	
	เวลา 13.00-16.30 น.	เทคนิคการทำตลาดออนไลน์ ประกอบด้วยเนื้อหา - สอนวิธีขายสินค้าออนไลน์ - กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ - เทคนิคขายของออนไลน์ตั้งแต่หาสินค้า เปิดเว็บไซต์ โปรโมทร้าน
วันที่ 3 พฤศจิกายน 2563	หมวดที่ 3 วิชากฎหมายการท่องเที่ยว	
	เวลา 09.00-12.00 น.	พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 และพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2561
	หมวดที่ 4 วิชาการสร้างสื่อดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยว	
	เวลา 13.00-16.30 น.	หลักการเขียนคอนเทนต์และสร้างสรรค์ประเด็นในโลกออนไลน์สำหรับธุรกิจท่องเที่ยว ประกอบด้วยเนื้อหา - การหาประเด็นในการเขียน Content รู้ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย - การเขียน Content แบบ Data Driven - การเขียน Content สั้นหรือยาวแบบไหนตรงใจคนอ่าน - เทคนิคการทำให้ Content โดดเด่นกว่าคู่แข่ง - หลักการเขียน Content แบบกระชับ และ Timeless และฝึกปฏิบัติการเขียนคอนเทนต์/ ร่วมเสนอผลงานและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
วันที่ 4 พฤศจิกายน 2563	เวลา 09.00-12.00 น.	เทคนิคการถ่ายภาพ ประกอบด้วยเนื้อหา - การเริ่มต้นที่ถูกต้องกับการถ่ายภาพด้วยกล้องสมาร์ทโฟน อุปกรณ์เสริมสำหรับการถ่ายด้วยมือถือ - “Brand” and “Photography” ถ่ายภาพอย่างไรให้โดนใจลูกค้า - การสร้างเรื่องราวให้ภาพถ่ายพร้อมทั้งสร้างมูลค่าให้แก่สินค้า และฝึกปฏิบัติการกิจกรรมถ่ายภาพ/ ร่วมเสนอผลงาน และแลกเปลี่ยนเทคนิคการถ่ายภาพ
	เวลา 13.00-16.30 น.	นำเสนอผลการฝึกปฏิบัติ/ วิชาทักษะผลงาน
วันที่ 5 พฤศจิกายน 2563	เวลา 09.00-12.00 น.	การออกแบบสื่อโลกออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วย มือถือหรือแท็บเล็ต ประกอบด้วยเนื้อหา - แนวคิดการทำสื่อออนไลน์ 2020 - การออกแบบสื่อเพื่อสร้างแบรนด์ - เทคนิคการทำสื่อให้น่าสนใจตั้งแต่แรกเห็น การออกแบบภาพนิ่ง การจัดวาง ด้วยแอปพ่ายในมือถือ เทคนิคการแต่งรูปแบบมีอาชีพด้วยโทรศัพท์มือถือ - การวางแผนทำสื่อโฆษณาเพื่อสื่อสารกับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ และฝึกปฏิบัติ (Work Shop)
	เวลา 13.00-16.30 น.	นำเสนอผลการฝึกปฏิบัติ/ วิชาทักษะผลงาน

วันที่ 6 พฤศจิกายน 2563	เวลา 09.00-12.00 น.	การสร้างสรรค์วิดีโอคอนเทนต์เพื่อเพิ่มยอดขายในธุรกิจท่องเที่ยว ประกอบด้วยเนื้อหา - แนวคิด ไอเดียการทำวิดีโอคอนเทนต์เพื่อสร้างแบรนด์ด้วยมือถือ - อุปกรณ์ถ่ายทำวิดีโอเริ่มง่ายใกล้ตัว - ขั้นตอนการทำวิดีโออย่างง่าย ได้อย่างมืออาชีพด้วยมือถือ - เทคนิคการตัดต่อสร้างคลิปวิดีโออย่างง่าย ได้ผลลัพธ์ตัดต่อด้วยแอปพลิเคชันอย่างง่าย - การออกแบบและสร้างชิ้นงานโฆษณา video ด้วยมือถือ/แท็บเล็ต - เทคนิค “การโพสต์” เพิ่มคลิก เพิ่มยอดขาย และฝึกปฏิบัติ (Work Shop)
	เวลา 13.00-16.30 น.	นำเสนอผลการฝึกปฏิบัติ/ วิชาฯผลงาน
	เวลา 16.30-17.00 น.	กล่าวปิดและมอบวุฒิบัตรให้แก่ผู้เข้าร่วมอบรม

หมายเหตุ: เวลา 12.00-13.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน
 เวลา 10.30 น. และ เวลา 14.30 น. รับประทานอาหารว่างและเครื่องดื่ม

14. โครงสร้างและเนื้อหาของสาระของหลักสูตร

14.1 ลักษณะของเนื้อหาที่กำหนดในหลักสูตรสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ สำหรับวิธีการและเครื่องมือที่ใช้ในการฝึกอบรมได้มีการนำรูปแบบ เทคนิคการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่ทันสมัยเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การศึกษาเรียนรู้มีความยืดหยุ่น โดยเน้นการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง เรียนรู้ด้วยตนเอง และเรียนรู้ร่วมกับผู้อื่น

14.2 ลักษณะและวิธีการอบรม ลงทะเบียน/ พิธีเปิด/ จัดให้มีการปฐมนิเทศชี้แจงรายละเอียดหลักสูตร ระเบียบข้อปฏิบัติในการอบรม เป็นหลักสูตรที่เน้นความรู้ด้านแนวคิด กลยุทธ์ การจัดการทางการท่องเที่ยวและเครื่องมือทางการตลาดดิจิทัล โดยเริ่มตั้งแต่การปูพื้นฐานด้านทฤษฎีทางการท่องเที่ยวในยุค New Normal ความเข้าใจตลาดออนไลน์ในยุค 2020 การสร้างตัวตนในโลกออนไลน์ ไอเดีย แนวคิดการเขียนและสร้างสรรค์คอนเทนต์สำหรับธุรกิจท่องเที่ยว เทคนิคการถ่ายภาพ การออกแบบสื่ออย่างง่ายด้วยมือถือ ผสมผสานกับตัวอย่างและกรณีศึกษาที่เกิดขึ้นจริงทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งให้ผู้เข้าอบรมได้มีโอกาสจัดระบบกระบวนการคิด วิเคราะห์ในการเรียนรู้ การวางแผนการทำงาน การคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหาโดยใช้กรณีศึกษาและการจัดทำฝึกปฏิบัติ (Work Shop)

14.3 โครงสร้างหลักสูตร การฝึกอบรมแบ่งออกเป็น 4 หมวด 12 ประเด็นหัวข้อ รวม 36 ชั่วโมง

หมวดที่ 1 วิชาสถานการณ์การท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล จำนวน 6 ชั่วโมง

ขอบเขตเนื้อหา ศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับสถานการณ์อุตสาหกรรมท่องเที่ยวโลกและในประเทศไทย แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบของเทคโนโลยีกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในยุค 2020 เว็บไซต์และแอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์

1) เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้ ความเข้าใจในสถานการณ์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโลกและในประเทศไทย

2) เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เครื่องมือในการบริหารจัดการและเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

หัวข้อวิชา	จำนวน
1) สถานการณ์อุตสาหกรรมท่องเที่ยว	1.5 ชั่วโมง
2) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุค New Normal	1.5 ชั่วโมง
3) เว็บไซต์และแอปพลิเคชันกับการท่องเที่ยว	3 ชั่วโมง
รวม 3 หัวข้อวิชา	6 ชั่วโมง
วิธีการฝึกอบรม	บรรยาย
การประเมินผล	-

หมวดที่ 2 วิชาการตลาดท่องเที่ยวยุคดิจิทัล จำนวน 6 ชั่วโมง

ขอบเขตเนื้อหา ศึกษาเรียนรู้การตลาดท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล เทคนิคการทำการตลาดออนไลน์ การกระตุ้นยอดขายด้วยเครื่องมือการตลาดและหลักการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายในสภาวะวิกฤต

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้ ความเข้าใจในตลาดการท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันเพื่อนำไปปรับใช้ในการวางแผนและการบริหารทางการตลาดได้
- 2) เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมมีความเข้าใจและนำเทคนิคการทำการตลาดออนไลน์เพื่อกระตุ้นยอดขายในสภาวะวิกฤต

หัวข้อวิชา	จำนวน
1) การตลาดผ่านสื่อออนไลน์	3 ชั่วโมง
2) เทคนิคการทำการตลาดออนไลน์	3 ชั่วโมง
รวม 2 หัวข้อวิชา	6 ชั่วโมง
วิธีการฝึกอบรม	บรรยาย
การประเมินผล	-

หมวดที่ 3 วิชากฎหมายการท่องเที่ยว จำนวน 3 ชั่วโมง

ขอบเขตเนื้อหา ศึกษาเรียนรู้ทางกฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบ และจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และพระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมมีความเข้าใจลักษณะของกฎหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้
- 2) เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมมีความเข้าใจและนำหลักกฎหมายไปปรับใช้ในการดำเนินการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้

หัวข้อวิชา	จำนวน
1) พระราชบัญญัติกฎหมายคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560	1.5 ชั่วโมง
2) พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2561	1.5 ชั่วโมง
รวม 2 หัวข้อวิชา	3 ชั่วโมง
วิธีการฝึกอบรม	บรรยาย
การประเมินผล	-

หมวดที่ 4 วิชาการสร้างสื่อดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยว จำนวน 21 ชั่วโมง

ขอบเขตเนื้อหา ศึกษาและปฏิบัติเพื่อปูพื้นฐานความเข้าใจตลาดออนไลน์ในยุค 2020 การสร้างตัวตนในโลกออนไลน์ ไอเดีย แนวคิดการเขียนและสร้างสรรค์คอนเทนต์สำหรับธุรกิจท่องเที่ยว เทคนิคการถ่ายภาพ การออกแบบสื่อด้วยมือถือ/ ฝึกปฏิบัติ (Work Shop) และสร้างสรรค์วิดีโอคอนเทนต์เพิ่มโอกาสสร้างยอดขายในธุรกิจท่องเที่ยว/ ฝึกปฏิบัติ (Work Shop)

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้ ความเข้าใจ และทักษะการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยว
- 2) เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมมีความเข้าใจและนำเทคนิคการทำสื่อออนไลน์เพื่อกระตุ้นยอดขายในสภาวะวิกฤต
- 3) เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมนำความรู้ที่ได้จากการอบรม สร้างเป็นนวัตกรรมใหม่ ๆ ทางการท่องเที่ยวมาใช้กับอาชีพได้

หัวข้อวิชา

จำนวน

- | | | |
|---|---|---------|
| 1) หลักการเขียนและสร้างสรรค์ประเด็นในโลกออนไลน์
สำหรับธุรกิจท่องเที่ยว | 3 | ชั่วโมง |
| 2) เทคนิคการถ่ายภาพ | 3 | ชั่วโมง |
| 3) การออกแบบสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยมือถือ | 3 | ชั่วโมง |
| 4) การสร้างสรรค์วิดีโอคอนเทนต์เพื่อเพิ่มยอดขายในธุรกิจท่องเที่ยว | 3 | ชั่วโมง |
| 5) ฝึกปฏิบัติ นำเสนอผลการฝึกปฏิบัติและวิพากษ์ผลงาน | 9 | ชั่วโมง |

รวม 5 หัวข้อวิชา

21 ชั่วโมง

วิธีการฝึกอบรม

บรรยาย/ฝึกปฏิบัติ/กรณีศึกษา/การนำเสนอผลงาน/วิพากษ์ผลงาน
และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

การประเมินผล

สรุปผลจากการปฏิบัติ

15. วิทยากร

เป็นหลักสูตรที่เน้นการสร้างประยุกต์ใช้เครื่องมือใหม่ ๆ ทางการตลาดให้แก่ผู้เข้ารับการอบรม จึงเน้นการใช้วิทยากรจากภายนอกและเสริมด้วยคณาจารย์จากสาขาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ภาครัฐและภาคเอกชน

16. ค่าลงทะเบียนฝึกอบรม

อัตราค่าลงทะเบียนเข้ารับการฝึกอบรมตลอดหลักสูตรต่อคน

เป็นเงิน 7,200 บาทต่อคน

บริการที่จะได้รับจากผู้จัดการฝึกอบรม

- 1) เอกสารประกอบหรือ QR Code การฝึกอบรม
- 2) อาหารกลางวันและอาหารว่างตลอดการฝึกอบรม
- 3) ใบวุฒิบัตร “การผลิตสื่อออนไลน์ทางการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มยอดขายด้วยมือถือในยุค New Normal”
- 4) มีคลิป VDO ทบทวนหลังอบรมจบ
- 5) หลังการอบรมวิทยากรและผู้เข้าร่วมอบรมจัดตั้งกลุ่ม LINE เพื่อตอบปัญหาและแนะนำในด้านการตลาดออนไลน์

17. งบประมาณ

17.1 ค่าตอบแทนวิทยากร

- (1) ค่าตอบแทนวิทยากร 1,200 บาท x 6 ชม. x 4 วัน x 3 คน เป็นเงิน 86,400 บาท
- (2) ค่าตอบแทนวิทยากร 1,200 บาท x 6 ชม. x 2 วัน x 1 คน เป็นเงิน 14,400 บาท
- (3) ค่าตอบแทนปฏิบัติงานนอกเวลา 400 x 6 วัน x 3 คน เป็นเงิน 7,200 บาท

รวมเป็นเงิน 108,000 บาท

17.2 ค่าใช้สอย

- (1) ค่าอาหารกลางวัน 200 บาท x 6 มื้อ x 30 คน เป็นเงิน 36,000 บาท
- (2) ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม 35 บาท x 12 มื้อ x 30 คน เป็นเงิน 12,600 บาท

รวมเป็นเงิน 48,600 บาท

17.3 ค่าวัสดุ

รวมเป็นเงิน 16,200 บาท

รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 172,800 บาท

18. การประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้

- 18.1 ประเมินผลจากกลุ่มเป้าหมายที่เข้ารับการฝึกอบรม สามารถนำไปประกอบอาชีพหลักหรือเป็นอาชีพเสริมได้
- 18.2 ประเมินผลจากกลุ่มเป้าหมายที่เข้ารับการอบรมครบตามหลักสูตรที่กำหนด
- 18.3 ผู้เข้าอบรมต้องมีเวลาเรียนไม่ต่ำกว่า 80% และทำกิจกรรมทุกหัวข้อของหลักสูตรจะได้รับวุฒิบัตรจากมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

19. ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ติดต่อประสานงานหลักสูตร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพรรณิการ์ ชาคำรณ เบอร์โทรศัพท์ 087-8158443

E-mail: supannikar_2523@hotmail.com

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตุลยราศรี ประเทพ เบอร์โทรศัพท์ 061-9856645

E-mail: lovelykang2004@hotmail.com

อาจารย์พรรณพิชญา อัญชันภาติ เบอร์โทรศัพท์ 081-4482378

E-mail: kochakarnj@hotmail.com

20. ภาคผนวก

-

บรรณานุกรม

กรมการจัดหางาน. (2563). แนวปฏิบัติโครงการส่งเสริมการประกอบอาชีพผู้ว่างงาน COVID-19 ประจำปี

งบประมาณ พ.ศ. 2563. สืบค้นวันที่ 2 มิถุนายน 2563, จาก https://www.doe.go.th/prd/assets/upload/files/vgnew_th/3f623b4529cbbaff8f375d67b4e5ffac.pdf.

ชลัมพ์ ศุภวาที. (2560). Smart Tourism อีกก้าวของการยกระดับการท่องเที่ยวที่ทันสมัยมากขึ้น. สืบค้นวันที่ 1 มิถุนายน 2563. จาก <https://www.theeleader.com/news-enterprise/smart-tourism-the-pace-of-modern-travel-upgrades/>.

ไทยพีบีเอส. Global COVID-19" จัดไทยฟื้นตัวจาก COVID-19 อันดับ 2 ของโลก. สืบค้นวันที่ 2 มิถุนายน 2563,
จาก <https://news.thaipbs.or.th/content/293595>.

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2

(พ.ศ. 2560-2564). พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงแรมเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านสื่อ.