



หลักสูตรฝึกอบรมฐานสมรรถนะตามมาตรฐานสมรรถนะสนับสนุนการทำงาน ด้านการใช้อีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) ระดับประยุกต์

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1. สามารถระบุระบบนิเวศ (Ecosystem) ของอีคอมเมิร์ซ และอธิบายหลักการพื้นฐานของอีคอมเมิร์ซได้
2. เข้าใจตัวแบบการทำธุรกิจเบื้องต้น (Business Model) สามารถอธิบายภาพรวมของการทำธุรกิจ วิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง และเลือกรูปแบบของช่องทางการขายให้เหมาะสมกับสินค้าได้
3. สามารถวิเคราะห์ตลาดและลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้
4. จัดทำแผนการตลาดออนไลน์ โดยวางแผนการตลาดที่เหมาะสม เลือกช่องทางการจัดจำหน่าย เลือกช่องทางการสื่อสารได้เหมาะสมกับสินค้าหรือบริการ กำหนดเป้าหมาย ระยะเวลา งบประมาณของแผนการตลาดได้
5. สามารถสร้างเนื้อหาเพื่อประกอบการขายสินค้าและบริการ (Content Marketing) จัดทำเนื้อหาของสินค้าหรือบริการทางดิจิทัลเพื่อประกอบการขายได้ อาทิ ภาพนิ่ง วิดีโอ เนื้อหากระตุ้นการขาย และพูดเพื่อกระตุ้นการขายได้
6. สามารถสร้างช่องทางการขาย สร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าและบริการได้
7. สามารถเลือกวิธีบรรจุภัณฑ์ (Packaging) เพื่อการจัดส่ง เลือกวิธีการขนส่งและติดตามสินค้าได้
8. สามารถระบุช่องทางการชำระเงิน อธิบายกระบวนการในการรับชำระเงินของการขายสินค้าหรือบริการได้
9. สามารถเลือกสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์บนอีคอมเมิร์ซที่เหมาะสมกับสินค้า สร้างการมีส่วนร่วมของลูกค้า จัดการกับการรับรู้ต่อคุณค่าของการบริโภคสินค้าและบริการ
10. สามารถอธิบาย ปฏิบัติตาม และประยุกต์ใช้กฎหมาย รวมถึงการดำเนินการด้านภาษีที่เกี่ยวข้องกับอีคอมเมิร์ซได้

คุณสมบัติผู้เข้ารับการประเมิน

1. นักเรียน หรือนักศึกษา
2. ข้าราชการ หรือบุคลากรภาครัฐ
3. บุคคลทั่วไปที่สนใจ

หน่วยสมรรถนะที่ใช้ในการอบรมและการประเมิน

ระดับการใช้งานพื้นฐาน (Basic Level)

1. ระบุหลักการใช้งานพื้นฐานของอีคอมเมิร์ซ
2. วิเคราะห์ตลาด หรือ กลุ่มเป้าหมาย
3. สร้างเนื้อหาเบื้องต้นเพื่อประกอบการขายสินค้าและบริการ (Content Marketing)
4. ดำเนินการขายสินค้าและบริการ
5. ดำเนินการบรรจุเพื่อการจัดส่งและการติดตามสินค้าและบริการ
6. เลือกวิธีการรับชำระเงินในอีคอมเมิร์ซ
7. อธิบายกฎหมายเบื้องต้นและข้อตกลงเกี่ยวกับอีคอมเมิร์ซ

ระดับการประยุกต์ (Application Level)

1. เข้าใจตัวแบบการทำธุรกิจเบื้องต้น (Business Model)
2. จัดทำแผนการตลาดออนไลน์
3. สร้างเนื้อหาขั้นสูงเพื่อประกอบการขายสินค้าและบริการ (Content Marketing)
4. จัดทำการส่งเสริมทางการตลาด
5. อธิบายกฎหมายและข้อตกลงเกี่ยวกับอีคอมเมิร์ซ



จำนวนผู้เข้ารับการประเมิน

บุคคลทั่วไป หรือนักศึกษา จำนวน 200 คน/หลักสูตร

ระยะเวลาการอบรม พร้อมสอบประเมิน

ฝึกอบรม จำนวน 2 วัน (12 ชั่วโมง)

สอบประเมิน จำนวน 1 วัน (ภาคทฤษฎี 120 นาที)

เกณฑ์การผ่านการฝึกอบรม

1. ผู้เข้าอบรม ต้องเข้ารับการฝึกอบรมไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของระยะเวลาฝึกอบรมตลอดหลักสูตร
2. ผู้เข้าอบรม ต้องทดสอบประเมินความรู้ภาคทฤษฎีด้วยแบบประเมินผลก่อนการฝึกอบรม (Pre-Test)
3. ผู้เข้าอบรม ต้องทดสอบประเมินความรู้ภาคทฤษฎีด้วยแบบประเมินผลหลังการฝึกอบรม (Post-Test)

เกณฑ์ผ่านไม่น้อยกว่าร้อยละ 70

เกณฑ์การผ่านการประเมิน

- "ผ่านการประเมิน"
หมายถึง ผู้เข้ารับการประเมิน มีผลคะแนน ภาคทฤษฎีไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 และภาคปฏิบัติไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80
- "ไม่ผ่านการประเมิน"
หมายถึง ผู้เข้ารับการประเมิน มีผลคะแนน ภาคทฤษฎีน้อยกว่าร้อยละ 70 และภาคปฏิบัติน้อยกว่าร้อยละ 80

กำหนดการจัดกิจกรรมอบรม

วันที่ 1

09:00 – 12:00 น. บรรยายความรู้ และฝึกปฏิบัติ (Workshop)

- **หลักการใช้งานพื้นฐานของอีคอมเมิร์ซ**
 - ระบบนิเวศ (Ecosystem) ของอีคอมเมิร์ซ
 - หลักการพื้นฐานของอีคอมเมิร์ซ
- **ตัวแบบการทำธุรกิจ (Business Model)**
 - ภาพรวมของการทำธุรกิจ และการวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง
 - รูปแบบของช่องทางการขาย
- **การวิเคราะห์ตลาดและลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย**
- **จัดทำแผนการตลาดออนไลน์**
 - วางแผนการตลาด
 - เลือกช่องทางการจัดจำหน่าย
 - เลือกช่องทางการสื่อสาร
 - การกำหนดเป้าหมาย ระยะเวลา และงบประมาณ



- 13:00 – 16:00 น. บรรยายความรู้ และฝึกปฏิบัติ (Workshop)
- **สร้างเนื้อหาเพื่อประกอบการขายสินค้าและบริการ (Content Marketing)**
 - เนื้อหาของสินค้าหรือบริการทางดิจิทัล
 - การจัดทำภาพนิ่ง
 - การจัดทำวิดีโอ
 - การจัดทำเนื้อหากระตุ้นการขาย
 - การพูดเพื่อกระตุ้นการขาย

วันที่ 2

- 09:00 – 12:00 น. บรรยายความรู้ และฝึกปฏิบัติ (Workshop)
- **การขายสินค้าและบริการ**
 - วิธีสร้างช่องทางการขาย
 - การสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าและบริการ
 - **การบรรจุเพื่อการจัดส่งและการติดตามสินค้าและบริการ**
 - วิธีบรรจุภัณฑ์ (Packaging) เพื่อการจัดส่ง
 - วิธีการขนส่งและติดตามสินค้า
 - **วิธีการรับชำระเงินในอีคอมเมิร์ซ**
 - ช่องทางการชำระเงิน
 - กระบวนการในการรับชำระเงิน

- 13:00 – 16:00 น. บรรยายความรู้ และฝึกปฏิบัติ (Workshop)
- **จัดทำคำสั่งเสริมทางการตลาด**
 - สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์บนอีคอมเมิร์ซ
 - วิธีสร้างการมีส่วนร่วมกับลูกค้า
 - การรับรู้ต่อคุณค่าของการบริโภคสินค้าและบริการ
 - **กฎหมายและข้อตกลงเกี่ยวกับอีคอมเมิร์ซ**
 - กฎหมายและข้อตกลงที่เกี่ยวข้องกับอีคอมเมิร์ซ
 - การดำเนินการด้านภาษีที่เกี่ยวข้องกับอีคอมเมิร์ซ

กำหนดการจัดกิจกรรมสอบประเมิน

วันที่สอบประเมิน

- 09:00 – 10:00 น. แนะนำ และอธิบายกระบวนการประเมินพร้อมแนวทางการสอบประเมิน
10:00 – 12:00 น. สอบภาคทฤษฎี



อุปกรณ์ที่ต้องใช้สำหรับอบรมและประเมินสมรรถนะสนับสนุนการทำงาน
ด้านการใช้อีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) ระดับประยุกต์

ลำดับ	อุปกรณ์	จำนวน	หมายเหตุ
1	คอมพิวเตอร์	1 เครื่อง	เครื่องคอมพิวเตอร์ 1 เครื่องต่อผู้เข้ารับการประเมิน 1 คน <ul style="list-style-type: none">• มีหน่วยความจำไม่น้อยกว่า 4 GB• ติดตั้งระบบปฏิบัติการไม่ต่ำกว่า Windows 8 64-bit หรือ Window เวอร์ชัน ใหม่กว่า• เชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ต
2	สมาร์ทโฟน ใช้ประกอบการอบรมเพิ่มเติม (ถ้ามี)	1 เครื่อง	มือถือ สมาร์ทโฟน หรืออุปกรณ์เคลื่อนที่ใด ๆ ที่สามารถ <ul style="list-style-type: none">• ใช้งานอินเทอร์เน็ต• ติดตั้งแอปเพื่อการซื้อ-ขายสินค้า บริการ เช่น Shopee, Grab, Lineman Wongnai, Facebook, Instagram, TikTok, YouTube เป็นต้น



แผนโครงสร้างหลักสูตร

ระดับการใช้งานพื้นฐาน (Basic Level)

หน่วยสมรรถนะ Unit of Competence : ระบุหลักการใช้งานพื้นฐานของอีคอมเมิร์ซ

ชื่อหัวข้อวิชา (Content Title)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	รายละเอียดเนื้อหาวิชา (Content)
1. การระบุระบบนิเวศ (Ecosystem) ของอีคอมเมิร์ซ	<ol style="list-style-type: none"> ระบุประเภทลูกค้า ระบุสินค้าและบริการ ระบุรูปแบบร้านค้าและช่องทางการขาย ระบุวิธีการชำระเงินอย่างปลอดภัย ระบุผู้ให้บริการขนส่ง ระบุบรรจุกู้คืน ระบุหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ระบุแหล่งเรียนรู้ และความรู้เพิ่มเติม ด้านอีคอมเมิร์ซ 	ระบบนิเวศ (Ecosystem) ของระบบอีคอมเมิร์ซ ซึ่งประกอบไปด้วย ลูกค้า สินค้าหรือบริการ ช่องทางการจัดจำหน่าย วิธีการชำระเงิน ผู้ให้บริการขนส่ง และบรรจุกู้คืน
2. การอธิบายหลักการอีคอมเมิร์ซ	<ol style="list-style-type: none"> ระบุข้อดี ข้อเสีย ของ อีคอมเมิร์ซ ระบุแนวทางการปรับเปลี่ยนธุรกิจ Offline สู่ อีคอมเมิร์ซ ระบุโอกาสการใช้อีคอมเมิร์ซในแต่ละประเภทสินค้าและบริการ 	<ol style="list-style-type: none"> หลักการของระบบอีคอมเมิร์ซ ข้อดี-ข้อเสียของระบบอีคอมเมิร์ซ แนวทางการปรับเปลี่ยนธุรกิจแบบออฟไลน์ไปสู่ระบบอีคอมเมิร์ซ โอกาสในการใช้ระบบอีคอมเมิร์ซของสินค้าหรือบริการแต่ละประเภท



หน่วยสมรรถนะ Unit of Competence : วิเคราะห์ตลาด หรือ กลุ่มเป้าหมาย

ชื่อหัวข้อวิชา (Content Title)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	รายละเอียดเนื้อหาวิชา (Content)
1. วิเคราะห์ลูกค้า	<ol style="list-style-type: none"> ระบุกลุ่มลูกค้าได้ (Segmentation) ระบุกระบวนการเข้าถึงลูกค้า (Reach) ระบุความต้องการลูกค้า (Need) ระบุความสนใจของลูกค้า (Interest) ระบุหลักการตั้งราคาขายสินค้าและบริการ บนอีคอมเมิร์ซ (Pricing) 	<ol style="list-style-type: none"> การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า (Segmentation) การวิเคราะห์กระบวนการเข้าถึงลูกค้า (Reach) การวิเคราะห์ความต้องการลูกค้า (Need) การวิเคราะห์ความสนใจของลูกค้า (Interest) การตั้งราคาขาย (Pricing) สินค้าหรือบริการบนระบบอีคอมเมิร์ซ
2. การวิเคราะห์ตลาด	<ol style="list-style-type: none"> ระบุคู่แข่ง ระบุขนาดตลาด (Market Capability) 	<ol style="list-style-type: none"> การวิเคราะห์คู่แข่งทางการค้า การวิเคราะห์ขนาดของตลาด (Market Capability)

หน่วยสมรรถนะ Unit of Competence : สร้างเนื้อหาเบื้องต้นเพื่อประกอบการขายสินค้าและบริการ (Content Marketing)

ชื่อหัวข้อวิชา (Content Title)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	รายละเอียดเนื้อหาวิชา (Content)
1. การระบุองค์ประกอบและโครงสร้างของเนื้อหา	<ol style="list-style-type: none"> เลือกรูปแบบช่องทางการขายที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของสินค้าและบริการ เลือกรูปแบบเนื้อหาของสินค้าและบริการที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของสินค้าและบริการ เลือกวัตถุประสงค์ในการสื่อสารแต่ละครั้ง 	<ol style="list-style-type: none"> การวิเคราะห์เนื้อหาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของสินค้าหรือบริการ การเลือกรูปแบบของเนื้อหาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของสินค้าหรือบริการ การกำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของสินค้าหรือบริการ
2. การจัดทำเนื้อหาสินค้าและบริการทางดิจิทัล	<ol style="list-style-type: none"> ระบุรายละเอียดของสินค้าและบริการ ระบุรูปแบบสื่อในการนำเสนอ (Media Type) ระบุคำค้นหาหลัก (Key word) ระบุข้อความที่ต้องการสื่อสาร (Key Message) 	<ol style="list-style-type: none"> การเลือกรูปแบบสื่อในการนำเสนอ (Media Type) การวิเคราะห์และเลือกใช้คำค้นหาหลัก (Key Word) การเลือกข้อความที่ต้องการสื่อสาร (Key Message)



หน่วยสมรรถนะ Unit of Competence : ดำเนินการขายสินค้าและบริการ

ชื่อหัวข้อวิชา (Content Title)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	รายละเอียดเนื้อหาวิชา (Content)
1. การสร้างช่องทางการขาย	<ol style="list-style-type: none"> 1. สร้างช่องทางการขายผ่าน Social Media 2. สร้างร้านค้า Online (Website) 3. สร้างร้านค้าบน e-Marketplace 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การสร้างช่องทางการขายผ่าน social media 2. การสร้างช่องทางการขายผ่านร้านค้าออนไลน์บนเว็บไซต์ 3. การสร้างช่องทางการขายผ่านระบบ E Market Place
2. การสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าและบริการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ระบุวิธีสร้างความน่าเชื่อถือ 2. สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) 3. ระบุหน่วยงานรับรองหรือ รับรองมาตรฐานที่สร้างความน่าเชื่อถือ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าหรือบริการ 2. การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า 3. ระบบการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) 4. มาตรฐานของสินค้าหรือบริการในระดับสากล

หน่วยสมรรถนะ Unit of Competence : ดำเนินการบรรจุเพื่อการจัดส่งและการติดตามสินค้าและบริการ

ชื่อหัวข้อวิชา (Content Title)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	รายละเอียดเนื้อหาวิชา (Content)
1. การเลือกวิธี Packaging เพื่อการจัดส่ง	<ol style="list-style-type: none"> 1. ระบุชนิด Packaging หีบห่อสินค้าเพื่อการจัดส่ง 2. เลือกวิธีการบรรจุสินค้าตามประเภท 3. ระบุข้อควรระวังของบรรจุภัณฑ์และการจัดส่งสินค้า 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ประเภทของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) 2. ข้อดี-ข้อเสียของบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภท 3. การเลือกบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสินค้า 4. ข้อควรระวังของบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภทในการจัดส่งสินค้า
2. การเลือกวิธีการขนส่งและติดตามสินค้า	<ol style="list-style-type: none"> 1. ระบุวิธีการจัดส่ง ที่เหมาะสมกับชนิดของสินค้า 2. ระบุโครงสร้างราคาผู้ให้บริการขนส่งสินค้าและเงื่อนไขความรับผิดชอบต่อสินค้า 3. ระบุเครื่องมือในการติดตามสินค้า 	<ol style="list-style-type: none"> 1. วิธีการจัดส่งสินค้าหรือบริการ 2. การเลือกวิธีการจัดส่งสินค้าให้เหมาะสมกับสินค้าหรือบริการ 3. โครงสร้างราคาผู้ให้บริการขนส่งสินค้าหรือบริการ 4. เงื่อนไขการจัดส่งสินค้าหรือบริการ 5. การติดตามสินค้าหรือบริการ



หน่วยสมรรถนะ Unit of Competence : เลือกวิธีการรับชำระเงินในอีคอมเมิร์ซ

ชื่อหัวข้อวิชา (Content Title)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	รายละเอียดเนื้อหาวิชา (Content)
1. การระบุช่องทางการชำระเงิน	<ol style="list-style-type: none"> ระบุช่องทางการชำระค่าสินค้าและบริการในอีคอมเมิร์ซ เลือกช่องทางการชำระค่าสินค้าและบริการในอีคอมเมิร์ซ 	<ol style="list-style-type: none"> ช่องทางการชำระค่าสินค้าหรือบริการในระบบอีคอมเมิร์ซ ข้อดี-ข้อเสียของช่องทางการชำระค่าสินค้าหรือบริการแต่ละประเภท การเลือกช่องทางการชำระค่าสินค้าหรือบริการแต่ละประเภท
2. การอธิบายกระบวนการในการรับชำระเงิน	<ol style="list-style-type: none"> ระบุขั้นตอนและเงื่อนไขและต้นทุนการให้บริการชำระเงินของช่องทางต่าง ๆ อธิบายและเลือกวิธีการชำระเงินที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย 	<ol style="list-style-type: none"> ขั้นตอนการให้บริการชำระเงินของช่องทางต่าง ๆ เงื่อนไขการให้บริการชำระเงินของช่องทางต่าง ๆ ต้นทุนการให้บริการชำระเงินของช่องทางต่าง ๆ การเลือกวิธีการชำระเงินที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

หน่วยสมรรถนะ Unit of Competence : อธิบายกฎหมายเบื้องต้นและข้อตกลงเกี่ยวกับอีคอมเมิร์ซ

ชื่อหัวข้อวิชา (Content Title)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	รายละเอียดเนื้อหาวิชา (Content)
1. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอีคอมเมิร์ซ	<ol style="list-style-type: none"> ระบุข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ระบุหน่วยงานที่กำกับดูแลรับผิดชอบ 	<ol style="list-style-type: none"> กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอีคอมเมิร์ซ หน่วยงานที่กำกับดูแลรับผิดชอบที่เกี่ยวข้องกับอีคอมเมิร์ซ
2. การดำเนินการด้านภาษีที่เกี่ยวข้องกับอีคอมเมิร์ซ	<ol style="list-style-type: none"> ระบุหลักการของภาษีอีคอมเมิร์ซ ระบุกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการด้านภาษีที่เกี่ยวข้องกับอีคอมเมิร์ซ 	<ol style="list-style-type: none"> ภาษีอีคอมเมิร์ซ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับภาษีอีคอมเมิร์ซ



ระดับการประยุกต์ (Application Level)

หน่วยสมรรถนะ Unit of Competence : เข้าใจตัวแบบการทำธุรกิจเบื้องต้น (Business Model)

ชื่อหัวข้อวิชา (Content Title)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	รายละเอียดเนื้อหาวิชา (Content)
1. ภาพรวมของการทำธุรกิจ	<ol style="list-style-type: none"> 1. จำแนกประเภทของตัวแบบการทำธุรกิจ 2. วิเคราะห์ปัจจัยในการทำธุรกิจ 3. ระบุเครื่องมือที่เหมาะสมกับตัวแบบการทำธุรกิจ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ภาพรวมของการทำธุรกิจ 2. ตัวแบบการทำธุรกิจและประเภทของตัวแบบการทำธุรกิจ 3. วิเคราะห์ปัจจัยในการทำธุรกิจ 4. เครื่องมือสำหรับตัวแบบการทำธุรกิจ
2. การเลือกรูปแบบของช่องทางการขายให้เหมาะสมกับสินค้า	<ol style="list-style-type: none"> 1. ระบุข้อดี และ ข้อเสียของแต่ละช่องทางการขายออนไลน์ 2. อธิบายความสามารถของเครื่องมือในแต่ละช่องทางการขายที่เหมาะสมกับสินค้าและบริการ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ช่องทางการขายออนไลน์ 2. ข้อดี-ข้อเสียของช่องทางการขายออนไลน์แต่ละประเภท 3. เครื่องมือในแต่ละช่องทางการขายออนไลน์แต่ละประเภท 4. การเลือกช่องทางการขายออนไลน์ให้เหมาะสมกับสินค้าหรือบริการ

หน่วยสมรรถนะ Unit of Competence : จัดทำแผนการตลาดออนไลน์

ชื่อหัวข้อวิชา (Content Title)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	รายละเอียดเนื้อหาวิชา (Content)
1. การวางแผนการตลาดที่เหมาะสมกับสินค้า	<ol style="list-style-type: none"> 1. วิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง 2. ระบุปัจจัยทางการตลาดของสินค้า 3. ระบุสินค้าและกำลังซื้อที่เหมาะสม 	<ol style="list-style-type: none"> 1. แผนการตลาดออนไลน์และการจัดทำแผนการตลาดออนไลน์ 2. การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับตลาดออนไลน์ 3. การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อสินค้าหรือบริการ 4. การวิเคราะห์กำลังซื้อของกลุ่มเป้าหมาย
2. การเลือกกลุ่มเป้าหมาย ช่องทางการจัดจำหน่าย และ ช่องทางสื่อสารที่เหมาะสม	<ol style="list-style-type: none"> 1. ระบุกลุ่มเป้าหมาย 2. ระบุช่องทางการจัดจำหน่าย 3. ระบุช่องทางสื่อสาร 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายของสินค้าหรือบริการ 2. ช่องทางการจัดจำหน่ายและการเลือกใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ 3. ช่องทางการสื่อสารระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายและการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารได้อย่างเหมาะสมกับสินค้าหรือบริการ



ชื่อหัวข้อวิชา (Content Title)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	รายละเอียดเนื้อหาวิชา (Content)
3. การกำหนดเป้าหมายของแผนระยะเวลา และงบประมาณของกิจกรรม	1. ระบุเป้าหมายของแผนการตลาด 2. ระบุระยะเวลาของแผนการตลาด 3. ระบุงบประมาณของกิจกรรมทางการตลาดเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย	1. การกำหนดเป้าหมายของแผนการตลาดออนไลน์ 2. การกำหนดระยะเวลาของแผนการตลาดออนไลน์ 3. การจัดกิจกรรมทางการตลาดออนไลน์ 4. การกำหนดงบประมาณสำหรับกิจกรรมทางการตลาดออนไลน์

หน่วยสมรรถนะ Unit of Competence : สร้างเนื้อหาขั้นสูงเพื่อประกอบการขายสินค้าและบริการ

ชื่อหัวข้อวิชา (Content Title)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	รายละเอียดเนื้อหาวิชา (Content)
1. การจัดทำภาพนิ่งสินค้าและบริการ	1. ระบุลักษณะภาพถ่ายสินค้าที่เหมาะสมกับช่องทางการขาย 2. เข้าใจการออกแบบจัดองค์ประกอบภาพถ่ายสินค้า 3. เข้าใจการออกแบบจัดการองค์ประกอบของภาพกราฟฟิคสินค้า 4. เลือกเครื่องมือการถ่ายภาพสินค้า	1. หลักการถ่ายภาพ 2. การจัดองค์ประกอบภาพถ่ายสินค้าหรือบริการ 3. การจัดองค์ประกอบภาพกราฟฟิคสินค้าหรือบริการ 4. เครื่องมือและการเลือกเครื่องมือสำหรับการถ่ายภาพสินค้าหรือบริการ
2. การจัดทำภาพวิดีโอสินค้า (Video)	1. ระบุลักษณะภาพวิดีโอสินค้าที่เหมาะสมกับช่องทางการขาย 2. เข้าใจการออกแบบจัดองค์ประกอบภาพวิดีโอสินค้า 3. อธิบายขั้นตอนการจัดทำภาพวิดีโอสินค้า 4. เลือกเครื่องมือการถ่ายทำภาพวิดีโอสินค้า	1. หลักการถ่ายวิดีโอ 2. การจัดองค์ประกอบภาพวิดีโอสินค้าหรือบริการ 3. ขั้นตอนการจัดทำวิดีโอสินค้าหรือบริการ 4. เครื่องมือและการเลือกเครื่องมือสำหรับการถ่ายทำภาพวิดีโอสินค้าหรือบริการ
3. การพูดเพื่อกระตุ้นการขาย	1. เข้าใจหลักการการจัดทำสคริปการพูดเพื่อการขาย 2. ระบุเทคนิคการพูดเพื่อการขาย	1. หลักการพูดเพื่อกระตุ้นการขาย 2. เทคนิคการพูดเพื่อกระตุ้นการขาย 3. การจัดทำบทพูด (Script) เพื่อกระตุ้นการขาย
4. การเขียนเนื้อความเพื่อกระตุ้นการขาย	1. เข้าใจหลักการการจัดทำเนื้อความเพื่อการขาย 2. ระบุเทคนิคการเขียนเนื้อความเพื่อการขาย	1. หลักการเขียนเนื้อความ (Content) 2. การเขียนเนื้อความเพื่อกระตุ้นการขาย 3. เทคนิคการเขียนเนื้อความเพื่อกระตุ้นการขาย



หน่วยสมรรถนะ Unit of Competence : จัดทำคำสั่งเสริมทางการตลาด

ชื่อหัวข้อวิชา (Content Title)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	รายละเอียดเนื้อหาวิชา (Content)
1. การเลือกประเภทสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ บนอีคอมเมิร์ซที่เหมาะสมกับสินค้า	1. ระบุช่องทางในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ 2. ระบุสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์	1. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการ 2. ประเภทของสื่อสำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการ 3. ข้อดี-ข้อเสียของสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการแต่ละประเภท 4. การเลือกสื่อสำหรับโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้กับสินค้าหรือบริการ
2. การสร้างการมีส่วนร่วมกับลูกค้า	1. ระบุช่องทางในการสื่อสารโต้ตอบกับลูกค้า 2. จัดการการรับรู้ต่อคุณค่าของการบริโภคสินค้าและบริการ	1. การสร้างการมีส่วนร่วมกับลูกค้า 2. การสร้างช่องทางในการสื่อสารโต้ตอบกับลูกค้า 3. การสร้างการรับรู้ถึงคุณค่าของสินค้าหรือบริการให้กับลูกค้า

หน่วยสมรรถนะ Unit of Competence : อธิบายกฎหมายและข้อตกลงเกี่ยวกับอีคอมเมิร์ซ

ชื่อหัวข้อวิชา (Content Title)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	รายละเอียดเนื้อหาวิชา (Content)
1. การอธิบายและประยุกต์ใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอีคอมเมิร์ซ	1. ระบุข้อตกลงการใช้บริการในผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้อง 2. ประยุกต์ใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอีคอมเมิร์ซ	1. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอีคอมเมิร์ซ 2. การประยุกต์ใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอีคอมเมิร์ซ 3. ข้อตกลงการใช้บริการสำหรับผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับระบบอีคอมเมิร์ซ
2. การอธิบายและประยุกต์ใช้การดำเนินการด้านภาษีที่เกี่ยวข้องกับอีคอมเมิร์ซ	1. ระบุกลุ่มเป้าหมาย 2. ประยุกต์ใช้กฎหมายด้านภาษีที่เกี่ยวข้องกับอีคอมเมิร์ซ	1. ภาษีที่เกี่ยวข้องกับอีคอมเมิร์ซ 2. กฎหมายด้านภาษีที่เกี่ยวข้องกับอีคอมเมิร์ซ 3. การประยุกต์ใช้กฎหมายด้านภาษีที่เกี่ยวข้องกับอีคอมเมิร์ซ 4. การดำเนินการด้านภาษีที่เกี่ยวข้องกับอีคอมเมิร์ซ