

รายละเอียดหลักสูตร Communication Channel Management 6/2017 (CCM6)

โครงการหลักสูตรระยะสั้น

Communication Channel Management

บทนำ

ท่ามกลางกระแสการแข่งขันเชิงธุรกิจในยุคการสื่อสารไร้พรมแดนทำให้ หลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนต่างต้องเร่งปรับตัวเพื่อให้สามารถอยู่รอด และเติบโตต่อไปได้อย่างยั่งยืนดังนั้นการวางแผนบริหารการสื่อสารทางการตลาด รวมทั้งกลยุทธ์การใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์แบบบูรณาการอย่างมีแบบแผนควบคู่ ไปกับการจัดการองค์กรอย่างเป็นระบบจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการเป็นเครื่อง มือที่ทรงอานุภาพทั้งในแง่ประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กร

สมาคมมีเดียเอเยนซี และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย (MAAT) ในฐานะองค์กรวิชาชีพ จึงมีนโยบายในการพัฒนาหลักสูตรการบริหารช่องทางการสื่อสาร (Communication Channel Management) โดยมีเนื้อหาครอบคลุมถึง การบริหารช่องทางการสื่อสารแบบบูรณาการเชิงกลยุทธ์ ครอบคลุมทั้งด้านการจัดการ การวิเคราะห์ การวางแผน การปฏิบัติแบบครบวงจร และรอบด้าน รวมไปถึงองค์ความรู้ทางด้านทฤษฎี และการปฏิบัติผ่านกรณีศึกษา โดยจัดเป็นหลักสูตรระยะสั้นแบบเข้มข้น ที่มุ่งเน้นให้ผู้เข้าร่วมในโครงการสามารถนำแนวคิดของการสื่อสาร และตัวอย่างจากกรณีศึกษานำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานจริง โดยเนื้อหาในหลักสูตรแบ่งเป็น13หัวข้อ ที่นักวางแผนกลยุทธ์การใช้สื่อจำเป็นต้องเรียนรู้ และสามารถนำไปใช้งานได้จริงในการทำงานสายวิชาชีพนี้

หลักสูตรการบริหารช่องทางการสื่อสาร ถ่ายทอดความรู้โดย วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิจากองค์กรชั้นนำที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะในด้านการ บริหารช่องทางการสื่อสาร ซึ่งจะมาร่วมสนับสนุนและสอนด้วยประสบการณ์ตรงผ่านมุมมองที่หลากหลายทันสมัย เพื่อช่วยจุดประกายความคิด แนวทางรวมถึงการปฏิบัติ อันเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานและพัฒนาศักยภาพของผู้เข้าร่วมอบรมในหลักสูตรได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

หลักสูตรนี้จัดขึ้นเพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องการบริหาร ช่องทางการสื่อสารตลอดจนองค์ความรู้ที่สำคัญด้านการบริหาร การจัดการ การวิเคราะห์ รวมทั้งการปฏิบัติที่สำคัญและจำเป็นต่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ขององค์กรทั้งหมด ซึ่งผู้รับการอบรมสามารถนำแนวคิดและกรณีศึกษาไปประยุกต์สำหรับการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างแท้จริงและทันยุคทันสมัย

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้ได้รับการอบรมตามหลักสูตรจะมีความรู้ ความเข้าใจในการบริหารช่องทางการสื่อสาร และสามารถนำกรอบแนวคิดรวมทั้งความรู้ไปประยุกต์และปรับใช้ได้อย่างแท้จริง อย่างมีประสิทธิภาพ และเต็มประสิทธิภาพ

เนื้อหาในการอบรมสัมมนา

1. Building High Impact Communication เปิดเผยถึงภาพรวมของตลาดสื่อโฆษณาและวิธีการทำงานของชาวมีเดียเอเจนซี เพื่อเป็นพื้นฐานในการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสื่อโฆษณารวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตของผู้บริโภคมากขึ้น ทำให้บทบาทของสื่อโฆษณาต่างๆ ก็เปลี่ยนแปลงตามไปเช่นกัน อธิบายให้เห็นถึงความแตกต่าง ระหว่าง Media Planning และ Communication Planning พร้อมทั้งยกตัวอย่างเพื่อให้เห็นถึงการตั้งเป้าหมายและกลยุทธ์เพื่อให้ สามารถตอบวัตถุประสงค์ทางการตลาดภายในงบประมาณที่ได้ตั้งเอาไว้

วิทยากร K.Tananporn Udomjarumanee
กรรมการสมาคมฯ

วันเสาร์ที่ 20 พฤษภาคม 2560 เวลา 9.00-11.30 น.

2. Media Terminology อธิบายถึงความหมาย ที่มาที่ไปของคำศัพท์เฉพาะของวงการมีเดีย รวมไปถึงวิธีการคำนวณและแบบฝึกหัดในการคำนวณค่าทางสถิติต่างๆที่ใช้กัน สำหรับสื่อ Offline เช่น GRP, CPRP, CPM เพื่อให้ผู้รับการอบรมเกิดความเข้าใจในคำศัพท์ต่างๆที่ใช้ในการทำงานจริงรวมทั้ง ผู้อบรม ควรมีความเข้าใจเบื้องต้นใน ZMOT และ Paid-Owned-Earned Media จากพฤติกรรมและความคิดของผู้บริโภคเป้าหมายเพื่อสร้างโอกาสในการใช้เลือกใช้สื่อ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

วิทยากร คุณกิตติวัฒน์ ชีวะวรรณนท์
ที่ปรึกษาสมาคมฯ

วันเสาร์ที่ 20 พฤษภาคม 2560 เวลา 13.30-16.00 น.

3. Important of the Brief เรียนรู้วิธีการรับ Brief จากลูกค้า และการเขียน Brief ที่ดีว่าควรมีสิ่งใดบ้างใน Brief หรือสิ่งที่ควรถามเมื่อได้รับ Brief รวมถึงตัวอย่างการรับ Brief จริงจากลูกค้า

วิทยากร คุณมาลี กิตติพงษ์ไพศาล
กรรมการสมาคมฯ

วันเสาร์ที่ 27 พฤษภาคม 2560 เวลา 09.00-11.30 น.

4. Competitive Analysis ศึกษาวิธีการอ่าน การสังเคราะห์ และวิเคราะห์ข้อมูลตัวเลขจริง มาทำเป็น presentation เพื่อประกอบการนำเสนองานในรูปแบบต่างๆ ที่น่าสนใจและเข้าใจง่าย รวมทั้งการสรุปประเด็นสำคัญที่ได้จากวิเคราะห์สำหรับผู้บริหาร โดยเน้นการสรุปใจความเป็นเนื้อเรื่องไม่ใช่แค่การรายงานตัวเลขสถิติต่างๆ

วิทยากร คุณวิลาวัลย์ เจริญเศรษฐศิลป์
 ที่ปรึกษาสมาคมฯ

วันเสาร์ที่ 27 พฤษภาคม 2560 เวลา 13.30-16.00 น.

5. Understand Target Audience & Develop Consumer Insight ความสำคัญของ consumer insights ในการสื่อสารการตลาดในยุค marketing 3.0 แหล่งข้อมูลทั่วไปที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน เช่น Nielsen Media Research เป็นต้นพร้อมอธิบายถึงวิธีการทำวิจัยผู้บริโภคทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ รวมถึงวิธีการหาข้อมูลเพิ่มเติมเฉพาะพร้อมตัวอย่างในการตีความข้อมูลที่ได้ จากการวิจัยมาเป็น Consumer Insight

วิทยากร K. Ekapong Chantarklum
 ที่ปรึกษากรรมการ (บ.สตาร์คอม)

วันเสาร์ที่ 3 มิถุนายน 2560 เวลา 09.00-11.30 น.

6. Campaign Architecture & Role of Channels/Touch Points เรียนรู้กระบวนการคิดวิเคราะห์ และวางแผนสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์เพื่อการสื่อสารให้มีความสอดคล้องและสนับสนุนเป้าหมายที่วางไว้ศึกษาการพัฒนากลยุทธ์และกลวิธีการใช้สื่อโฆษณาพร้อมตัวอย่างกลยุทธ์ที่ใช้ ในงานจริงเพื่อให้ตอบโจทย์ที่มีอยู่ เช่น ควรใช้หนึ่งโฆษณาความยาวเท่าไร 15วินาทีหรือ 30วินาที, กระจายการเข้าถึงหรือเน้นความถี่ในการเห็น, จำนวนสัปดาห์การออกอากาศที่เหมาะสม

วิทยากร K.Janejira Malanon
 ที่ปรึกษากรรมการ (บ.ยูเอเอ็ม)

วันเสาร์ที่ 3 มิถุนายน 2560 เวลา 13.30-16.00 น.

7. Research Tool & IT Application สร้างความเข้าใจในภาพรวมและ รายละเอียดในข้อมูลจาก Nielsen Software ทั้งหมด รวมทั้งการฝึกฝนในการตั้งและการเลือกข้อมูลมาใช้งานจากโจทย์จริงเพื่อเตรียมพร้อมในการนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์งานขั้นต่อไป นอกจากนี้ยังรวมไปถึง Software อื่นๆ

11. Budget Setting and Allocation ศึกษากระบวนการคิด วิเคราะห์ และวางแผนซื้อสื่อโฆษณาให้มีความสอดคล้องและสนับสนุนแผนงานที่วางไว้ รวมถึงเทคนิคกลยุทธ์ และกลวิธีในการเจรจาต่อรอง เพื่อให้เข้าใจในเรื่องความคุ้มค่าของการซื้อสื่อโฆษณาว่าไม่ใช่เพียงแค่ ราคาที่ถูกที่สุดจะดีที่สุดเสมอไป แต่เป็นการซื้อให้ตรงใจมากที่สุด เช่น การซื้อสื่อเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคหลายกลุ่มภายในแผนเดียวพร้อมยก ตัวอย่างกรณีศึกษาเกี่ยวกับการวางแผนซื้อสื่อโฆษณา สำหรับสินค้า องค์กร และบริการ รวมไปถึงข้อบังคับธรรมเนียมปฏิบัติของการซื้อขายสื่อในแต่ละประเภท

วิทยากร คุณรัฐกร สืบสุข
 อุปนายกสมาคมฯ (Managing Partner, Group M)

วันเสาร์ที่ 1 กรกฎาคม 2560 เวลา 9.00-11.30 น.

12. Setting Communication Goals & KPI Measurement เป็นการประเมินผลเปรียบเทียบกับ แผน ที่วางไว้ โดยมีตัวชี้วัด KPI สอดคล้องกับแผนงานโดยรวม และแสดงให้เห็นถึง KPI ประเภทต่างๆที่ใช้ ในการทำงานจริง รวมถึงขั้นตอนในการประเมินผลและวิธีการวัดผลในรูปแบบต่างๆตั้งแต่ต้นจนจบ พร้อมตัวอย่างกรณีศึกษาในการประเมินผล สำหรับสินค้า องค์กร และบริการ

วิทยากร คุณปรียดา วุฒิภักดี
 ที่ปรึกษาสมาคมฯ (บ.โบว์ ทวี)

วันเสาร์ที่ 1 กรกฎาคม 2560 เวลา 13.30-16.00 น.

13. Presentation Skill การเตรียม presentation ในแง่ของเนื้อหา รูปแบบที่จะนำเสนอ เทคนิคการพรี เซนต์ให้เกิดความประทับใจ และประสบความสำเร็จ

วิทยากร TBC

วันอาทิตย์ที่ 2 กรกฎาคม 2560 เวลา 09.00-11.30 น.

14. Account Management Skill สร้างความเข้าใจในความสำคัญของตำแหน่งผู้บริหารงานลูกค้า หน้าที่และความรับผิดชอบ งานหลัก งานประจำ และ เกร็ดเล็กน้อยของงานเล็กๆที่ดูเหมือนไม่สำคัญ อยากรู้งานดีมีวิธีอย่างไร รวมถึงจะเป็น Super AE มีวิธีอย่างไร และtips ในการประชุม การแต่งกาย มารยาทต่างๆ ฯลฯ

วิทยากร คุณกุลฤดี ภาสุรกุล

วันอาทิตย์ที่ 2 กรกฎาคม 2560 เวลา 13.30-16.00 น.

15. Presentation and Commencement Ceremony ผู้เข้าร่วมอบรมนำเสนอผลงาน Communication Planning จากโจทย์ที่ได้รับจากลูกค้าจริง ต่อหน้าผู้อบรม และลูกค้า โดยรวบรวมความรู้ที่ได้รับจากการอบรมทั้งหมดมาใช้ในการนำเสนอผลงานเช่น การตั้งวัตถุประสงค์, กลยุทธ์ และ กลวิธีในการใช้สื่อ, BIG Idea, กลยุทธ์การซื้อสื่อโฆษณา, การแบ่งงบประมาณเพื่อตอบโจทย์ และการ วัดผลแผนงานที่นำเสนอ

วิทยากร คณะวิทยากร

วันเสาร์ที่ 22 กรกฎาคม 2560 เวลา 9.00-16.00 น.