

1. Innovation Development and Research

ประเด็นเฉพาะ Innovation Development and Research มุ่งเน้นอธิบายที่มาที่ไปของนวัตกรรม และความเกี่ยวข้องระหว่างการสร้างนวัตกรรมกับการทำวิจัย และการต่อยอดโดยใช้การวิจัยมาช่วยในแต่ละกระบวนการของการสร้างนวัตกรรม ประเด็นเฉพาะนี้เหมาะกับผู้เข้าชมที่อยากสร้างนวัตกรรม หากแต่ไม่รู้ว่าจะเริ่มต้นอย่างไร

วันที่	เวลา	เนื้อหา
7 กรกฎาคม 2561	08:30 - 09:00	ลงทะเบียน
	09:00 - 09:10	ความหมายและประเภทของนวัตกรรม
	10:00 - 11:00	กระบวนการสร้างนวัตกรรม (Innovation Spiral)
	11:00 - 12:00	การออกแบบงานวิจัยเพื่อพัฒนานวัตกรรม
	12:00 - 13:00	พักทานอาหารกลางวัน
	13:00 - 14:00	การทำ ระบุ และวิเคราะห์ปัญหา แนะนำเครื่องมือจาก PAR เบื้องต้น
	14:00 - 15:00	การออกแบบนวัตกรรม (ideation)
	15:00 - 16:00	การสร้างต้นแบบ
21-22 กรกฎาคม 2561	08:30 - 09:00	ลงทะเบียน
	09:00 - 09:10	การวางกรอบสมมติฐานเพื่อทดสอบต้นแบบ การใช้กรอบการวิจัย ประเมินผลเบื้องต้น
	10:00 - 11:00	การเก็บข้อมูลเพื่อทดสอบต้นแบบ market research เบื้องต้น
	11:00 - 12:00	กิจกรรมลองทำดู ออกแบบการทดสอบต้นแบบด้วยตนเอง
	12:00 - 13:00	พักทานอาหารกลางวัน
	13:00 - 14:00	การนำเสนอผลงาน และอภิปรายผลงาน
	14:00 - 15:00	การทำซ้ำในการกระบวนการสร้างและพัฒนานวัตกรรม
	15:00 - 16:00	การใช้กระบวนการวิจัยเพื่อต่อยอดจากผลการทดสอบต้นแบบ

2. Marketing Research for Innovation

สำหรับคอร์สมุ่งประเด็นนี้ เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการนำเอาข้อมูลจากการวิจัยไปใช้ในการเข้าใจสถานการณ์ของตลาด รวมถึงการกำหนดกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และกลุ่มเป้าหมายด้วย อาทิ กลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ในการกำหนดราคา กลยุทธ์ในการกระจายสินค้า และ กลยุทธ์ในการสื่อสารการตลาด

วันที่	เวลา	เนื้อหา
4 สิงหาคม 2561	08:30 - 09:00	ลงทะเบียน
	09:00 - 09:30	ความแตกต่างของ “Market Research” และ “Marketing Research”
	09:30 - 10:00	เป้าหมายของการทำวิจัยการตลาด
	10:00 - 11:00	ความสำคัญของตลาดและระบบตลาด
	11:00 - 12:00	การแบ่งส่วนตลาด (Segmenting)
	12:00 - 13:00	พักทานอาหารกลางวัน
	13:00 - 14:00	การเลือกตลาดเป้าหมาย (Targeting)
	14:00 - 15:00	การวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)
	15:00 - 16:00	ร่างแผนการเก็บข้อมูล (1)
18-19 สิงหาคม 2561	08:30 - 09:00	ลงทะเบียน
	09:00 - 09:30	ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)
	09:30 - 11:00	วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่
	11:00 - 12:00	การกระจายผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่าย
	12:00 - 13:00	พักทานอาหารกลางวัน
	13:00 - 14:00	วิธีการกำหนดราคาสินค้าและการส่งเสริมการตลาด
	14:00 - 15:00	ค้นหาประเด็นปัญหา/คำถามงานวิจัย/เป้าหมายของการทำวิจัย
	15:00 - 16:00	วางแผนการเก็บข้อมูลและแนวทางการสร้างกลยุทธ์จากผลวิจัย

INNOVATION DEVELOPMENT AND RESEARCH

FOUNDATION OF RESEARCH

7 July

General Course

ตัวอย่างเนื้อหา

มุ่งเน้นการปรับพื้นฐาน
ความรู้ความเข้าใจ
ในกระบวนการทำวิจัย
เป็นรากฐานในการนำ
ไปใช้ต่อการอบรม
คอร์สมุ่งประเด็น

- ระเบียบวิธีวิจัยและการสร้างกรอบการทำงาน
- การระบุปัญหาและตั้งคำถามงานวิจัย
- ตัวแปรและการสร้างสมมติฐานงานวิจัย
- การวางแผนเก็บข้อมูลและการสุ่มตัวอย่าง
- การวิเคราะห์ข้อมูลและการใช้สถิติเพื่อการประมวลผลเบื้องต้น

July August September October

Lecture Activity Presentation

SPECIFIC COURSE

21-22 July

[Innovation Development and Research]

ตัวอย่างเนื้อหา

มุ่งเน้นอธิบายที่มาที่ไปของนวัตกรรม
และความเกี่ยวข้อง ระหว่างการสร้าง
นวัตกรรมกับการทำวิจัย
และการต่อยอดโดยใช้การวิจัยมาช่วย
ในแต่ละกระบวนการของการสร้างนวัตกรรม
ประเด็นเฉพาะนี้เหมาะกับผู้เข้าอบรมที่อยาก
สร้างนวัตกรรม หากแต่ไม่รู้ว่าจะเริ่มต้นอย่างไร

- กระบวนการสร้างนวัตกรรม
- การออกแบบงานวิจัยเพื่อพัฒนานวัตกรรม
- การออกแบบนวัตกรรม
- การสร้างต้นแบบ
- การเก็บข้อมูลเพื่อทดสอบต้นแบบ

สอบถามเพิ่มเติมที่ คุณยุวดี โทร. 086-944-9163
E-mail: Yuwadeesupang@gmail.com



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



MARKETING RESEARCH FOR INNOVATION

FOUNDATION OF RESEARCH

4 Aug

[General Course]

ตัวอย่างเนื้อหา

มุ่งเน้นการปรับพื้นฐาน
ความรู้ความเข้าใจ
ในกระบวนการทำวิจัย
เป็นรากฐานในการนำ
ไปใช้ต่อในการอบรม
คอร์สรุ่นประเด็น

- ระเบียบวิธีวิจัยและการสร้างกรอบการทำงาน
- การระบุปัญหาและตั้งคำถามงานวิจัย
- ตัวแปรและการสร้างสมมติฐานงานวิจัย
- การวางแผนเก็บข้อมูลและการสุ่มตัวอย่าง
- การวิเคราะห์ข้อมูลและการใช้สถิติเพื่อ
การประมวลผลเบื้องต้น

July **August** September October

Lecture Activity Presentation

SPECIFIC COURSE

18-19 Aug

[Marketing Research for Innovation]

ตัวอย่างเนื้อหา

เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการนำเอาข้อมูลจากการ
วิจัยไปใช้ในการเข้าใจสถานการณ์ของตลาด
รวมถึงการทำหนดกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสม
กับผลิตภัณฑ์และกลุ่มเป้าหมายด้วย อาทิ
กลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์
ในการกำหนดราคา กลยุทธ์ในการกระจายสินค้า
และ กลยุทธ์ในการสื่อสารการตลาด

- เป้าหมายของการทำวิจัยการตลาด
- การแบ่งส่วนตลาด
- การวางตำแหน่งทางการตลาด
- การเลือกตลาดเป้าหมาย
- วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และการพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ใหม่

สอบถามเพิ่มเติมที่ คุณยุวดี โทร. 086-944-9163
E-mail: Yuwadeesupang@gmail.com

