

แบบฟอร์มรายงานสรุปผลการดำเนินโครงการตามรูปแบบ PDCA

ชื่อโครงการอบรม/สัมมนาทางวิชาการออนไลน์ของหลักสูตร MM

รหัสโครงการ **640081**

ความสอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์

- | | |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> การเรียนการสอนและการผลิตบัณฑิต | <input type="checkbox"/> วิจัย / นวัตกรรม |
| <input type="checkbox"/> ศิลปวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม | <input type="checkbox"/> การบริหารจัดการที่เป็นเลิศ |
| <input type="checkbox"/> ภาพลักษณ์ / ชื่อเสียงขององค์กร | <input type="checkbox"/> ความเป็นนานาชาติ |

ผู้รับผิดชอบโครงการ/ผู้รายงาน **ดร.ปิยภรณ์ ชูชีพ** ผู้อำนวยการหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต

รหัสบุคลากร **4902200**

วิทยาลัย/คณะ/สถาบัน/หน่วยงาน **คณะบริหารธุรกิจ**

1. หลักการและเหตุผล/ ความสำคัญ/ ประเด็นปัญหา

โลกกำลังอยู่ในกระแสการเปลี่ยนแปลงหลายอย่างที่จะเกิดขึ้นรวดเร็ว และรุนแรงขึ้น ซึ่งจะกระทบต่อการดำเนินธุรกิจและวิถีการใช้ชีวิตของทุกคน ดังนั้นการทำธุรกิจจึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจและเตรียมรับมือกับกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกอย่างเท่าทัน ดังนั้นเพื่อสร้างความเข้าใจในมิติการเปลี่ยนแปลงสำคัญที่เกี่ยวข้องกับภาคธุรกิจ รวมถึงได้รับความรู้และข้อแนะนำในการปรับตัวสำหรับภาคธุรกิจท่ามกลางการเปลี่ยนผ่านสู่โลกยุคใหม่ ทางหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ จึงเชิญผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิจากหลากหลายสาขาวิชาซีพมาให้ความรู้กับนักศึกษาปริญญาโท ศิษย์เก่า ผู้ประกอบการทั่วไป และบุคคลภายนอกที่สนใจ เพื่อจะได้พร้อมรับกับสถานการณ์ทางธุรกิจที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

1.1 วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ให้นักศึกษา/ศิษย์เก่า/บุคคลภายนอกได้เปิดประสบการณ์ทางด้านการทำธุรกิจจากกูรูผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์ต่าง ๆ

2. เพื่อให้นักศึกษา/ศิษย์เก่า/บุคคลภายนอกนำองค์ความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจ หรือการดำเนินชีวิตของตนเอง
3. เพื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการให้เป็นที่รู้จักในทุกภาคส่วน
4. เพื่อเป็นการสร้างเครือข่ายระหว่างมหาวิทยาลัยกับองค์การภาครัฐและเอกชน

1.2 เป้าหมายความสำเร็จตามวัตถุประสงค์

1. นักศึกษา/ศิษย์เก่า/บุคคลภายนอกได้เปิดประสบการณ์ทางด้านการทำธุรกิจจากครูผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์ด้านการสร้างแบรนด์
2. นักศึกษา/ศิษย์เก่า/บุคคลภายนอกสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจ หรือการดำเนินชีวิตของตนเอง
3. ได้ประชาสัมพันธ์หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการให้เป็นที่รู้จักในทุกภาคส่วน ผ่านทางการโปรโมทผ่าน Social Media ต่าง ๆ
4. ได้สร้างเครือข่ายระหว่างมหาวิทยาลัยกับองค์การภาครัฐและเอกชน โดยเฉพาะอาจารย์วิทยากรที่เป็นผู้เชี่ยวชาญจากทางภาคเอกชน อีกทั้งได้คร่ำหวอดในวงการสร้างแบรนด์มาเป็นระยะเวลายาวนาน

วิธีดำเนินการ

1. ติดต่อผู้เชี่ยวชาญ/วิทยากรผู้มีประสบการณ์
2. ประชาสัมพันธ์โครงการไปยังนักศึกษา ศิษย์เก่า และบุคคลภายนอก ผ่านทาง

Facebook Line Official

3. ดำเนินกิจกรรมการสัมมนาออนไลน์
4. ประเมินผลโครงการ

2. ผลการดำเนินการ/ การนำไปใช้

ตัวชี้วัดความสำเร็จ โครงการที่ตั้งไว้ใน ระบบงบประมาณ	ค่าเป้าหมาย		เอกสารแนบรายงานโครงการ	
	ที่ตั้งไว้ใน ระบบ	ผลที่ได้	ที่ตั้งไว้ในระบบ	ที่แนบไว้ใน ภาคผนวก
1. ผู้เข้าร่วมโครงการ ได้รับประโยชน์จาก โครงการอยู่ในระดับ ดีหรือมากขึ้นไป	1. ร้อยละ 60 ของผู้ตอบ แบบประเมิน	ผู้เข้าร่วมโครงการ ร้อยละ 92.5 ได้รับ ประโยชน์จาก โครงการอยู่ในระดับ ดีขึ้นไป	1. ผลประเมินจาก ผู้เข้าร่วมโครงการ (ตอบแบบประเมิน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของกลุ่ม เป้าหมายผู้ใช้ ประโยชน์)	ตารางสรุปการ ประเมินความพึง พอใจ
2. จำนวนผู้เข้าร่วม โครงการ	2. ร้อยละ 80 ของ กลุ่มเป้าหมาย	ผู้เข้าร่วมโครงการมี จำนวน 60 คนคิด เป็นร้อยละ 100 ของกลุ่มเป้าหมาย ที่ตั้งไว้	เอกสารลงชื่อ ผู้เข้าร่วมโครงการ	รายชื่อผู้เข้าร่วม ฟังการสัมมนา ออนไลน์

3. การตรวจสอบผลการดำเนินการ/ อภิปรายความสำเร็จหรือไม่สำเร็จตามวัตถุประสงค์

จากการที่ทางหลักสูตรได้จัดโครงการสัมมนาออนไลน์นอกจากเป็นการให้ความรู้กับนักศึกษา หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการแล้วนั้น การจัดการสัมมนาออนไลน์ในครั้งนี้ได้มีการ Live สด ผ่านทางเพจของหลักสูตร และมีจำนวนผู้เข้ามาฟังทั้ง ศิษย์เก่า บุคคลภายนอก และนักศึกษาในระดับปริญญาตรีของคณะบริหารธุรกิจ ซึ่งถือเป็นการเผยแพร่ความรู้ในวงกว้าง และยังสามารถประชาสัมพันธ์หลักสูตรได้อีกทางหนึ่งด้วย

4. สรุปผลการดำเนินการ/ ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงในอนาคต

ข้อเสนอแนะจากผู้เข้าร่วมฟังการสัมมนาออนไลน์

- อยากให้จัดในหัวข้ออื่น ๆ เช่น Logistics Management
 - อาจารย์วิทยากรมีประสบการณ์ในด้านการสร้างแบรนด์เป็นอย่างดี และยกตัวอย่างให้เห็นภาพชัดเจน
 - ขอบที่ทางวิทยาการเปิดโอกาสให้บอกปัญหาของบริษัทของตนเอง และอาจารย์ช่วยแก้ไขให้
- ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงในอนาคต

- ต้องการฟังในหัวข้อเกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยง
- การจัดการการค้าระหว่างประเทศ
- การลงทุนในสินทรัพย์ เพื่อเพิ่มกำไรให้กับธุรกิจ

ภาคผนวก

1. กำหนดการอบรม

กำหนดการอบรมเชิงวิชาการ
ของนักศึกษาหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ
เรื่อง “สร้างสรรค์/สื่อสาร **BRAND** อย่างยั่งยืน: ในยุคที่ผู้บริโภคต้องการความชัดเจน”
วันอาทิตย์ที่ 1 พฤษภาคม 2565
ณ ห้อง 2-311 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต และ Zoom Online Meeting

09.00 – 09.30 น.	ลงทะเบียน
09.30 – 09.45 น.	พิธีเปิดการอบรม กล่าวรายงาน โดย ดร.ปิยภรณ์ ชูชีพ ผู้อำนวยการหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต เปิดการอบรม โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุจามา แพ่งเกษร คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
09.45 – 10.45 น.	อบรมเรื่อง “แนวคิดการสร้างแบรนด์ให้ยั่งยืน” โดย คุณปริณี นกุลสมปรารถนา เจ้าของเว็บไซต์ความรู้ด้านการตลาดและ การสร้างแบรนด์ Popticles.com
10.45 – 11.00 น.	พักรับประทานอาหารว่าง
11.00 – 12.00 น.	อบรมเรื่อง “แนวคิดการสร้างแบรนด์ให้ยั่งยืน” (ต่อ)
12.00 – 13.00 น.	รับประทานอาหารกลางวัน
13.00 – 14.30 น.	Workshop “การสร้างแบรนด์”
14.30 - 14.45 น.	พักรับประทานอาหารว่าง
14.45 – 15.45 น.	Workshop “การสร้างแบรนด์” (ต่อ)
15.45 – 16.00 น.	Q&A
16.00 – 16.15 น.	กล่าวปิดการอบรมเชิงปฏิบัติการ โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุจามา แพ่งเกษร คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

2. ตารางสรุปการประเมินผลความพึงพอใจในโครงการ

การประเมินโครงการ
อบรมเชิงวิชาการหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต
วันที่ 1 พฤษภาคม 2565

เกณฑ์ในการประเมิน

คะแนนสำหรับระดับความเห็น

มากที่สุด/ดีมาก	5	คะแนน
มาก/ดี	4	คะแนน
ปานกลาง/ค่อนข้างดี	3	คะแนน
น้อย/พอใช้	2	คะแนน
น้อยที่สุด/ต้องปรับปรุง	1	คะแนน

$$\begin{aligned} \text{การคำนวณระดับความเห็นจากค่าเฉลี่ย} &= (\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}) / \text{ระดับชั้น} \\ &= (5 - 1) / 5 = 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้น	ระดับคะแนน	4.21 – 5.00	หมายถึง	มากที่สุด/ดีมาก
		3.41 – 4.20	หมายถึง	มาก/ดี
		2.61 – 3.40	หมายถึง	ปานกลาง/ค่อนข้างดี
		1.81 – 2.60	หมายถึง	น้อย/พอใช้
		1.00 – 1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด/ต้องปรับปรุง

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

60 คน

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความเห็น
ความเห็นต่อวิทยากร		
1 ความรอบรู้ของวิทยากร	4.575	มากที่สุด/ดีมาก
2 ความสามารถในการถ่ายทอดชัดเจนและเข้าใจง่าย	4.375	มากที่สุด/ดีมาก
3 การยกตัวอย่างประกอบช่วยให้เข้าใจดียิ่งขึ้น	4.425	มากที่สุด/ดีมาก
4 วิธีการบรรยายน่าสนใจ ชวนติดตาม	4.3	มากที่สุด/ดีมาก
5 การใช้สื่อประกอบการบรรยายเหมาะสม เอื้อต่อการรับรู้	4.4	มากที่สุด/ดีมาก
6 ความสามารถในการตอบข้อซักถาม	4.425	มากที่สุด/ดีมาก
7 การสรุปประเด็นให้ผู้เข้าอบรมเข้าใจ	4.4	มากที่สุด/ดีมาก
8 บุคลิกภาพโดยทั่วไปของวิทยากร	4.375	มากที่สุด/ดีมาก
ประโยชน์ที่ได้รับจากการสัมมนาออนไลน์		
9 ได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาในการสัมมนา	4.375	มากที่สุด/ดีมาก
10 ได้ทราบข้อคิดเห็นต่าง ๆ ที่มีประโยชน์เพิ่มขึ้น	4.275	มากที่สุด/ดีมาก
11 สามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการสัมมนาไปประยุกต์ใช้วางแผนงานในอนาคตได้	4.425	มากที่สุด/ดีมาก

3. รายชื่อผู้เข้าร่วมโครงการ

ร้อยตรีหญิง ปาณิศา กมลฉ่ำ
นางสาว พรลภัส วิภาภรณ์
นาย สุขประสงค์ วีระศรี
นาย อัครภาคย์ อัครเมธาวรรกุล
นางสาว ปพิชณา วงษ์อุปรี
นางสาว วนารินทร์ ฉิมแก้ว
นาย ณัฐวิชัย ก้องกิจพิพัฒน์
นางสาว อัจฉรา ทรงศิริวัฒน์
นาย ชีรวุฒิ สองพี่น้อง
นางสาว มัทนา ศักดิ์ศิธร
นาย จิรภัทร จันทवास
นาย มาวิน สระสำอาง
นางสาว วนิตา รูปสม
นาย ชานนท์ ภารพันธ์
นาย ณัฐวุฒิ อัคระราชา
นาย ธนวัต ภูญา
นางสาว ชวาลา จันทระชิต
นางสาว พรพรรณ สมแก้ว
นาย รัฐรุจน์ สุริยเสนีย์
นาย ตรีกาล เมฆบริบูรณ์
นางสาว นิเยาว์ดี ปานะ
นางสาว เบญญาภา เตชะไพฑูริคุณ
นางสาว อธิษฐา เนตรมัย
นางสาว จุติมา ไชยบุปผา
นางสาว มิรา สุริวิภาวโรชิต
ดร.ปิยภรณ์ ชูชีพ
ผศ.ดร.รุจาภา แผงเกษร
นางสาวเขมจิรา บุญลือ
นางสาว อรญา ปานตะละสี

นาย สุภาวุฒิ สมจิตร
 นาย นพรุจ รั้อยกรแก้ว
 นางสาว บุญญาดา ศรีวรสาร
 นาย กิตติศักดิ์ กัตัญญ
 นาย นิรุช แดงศิริ
 นาย อมตะ ทุมทา
 นาย พีรพล นพภา
 นาย ธนวรรณ ไผศาลพัฒนากิจ
 นาย ธนรบ ผลวัฒน์นะ
 นาย พลธิป บุตรนอก
 นางสาว วรณพร ภาโสม
 นางสาว ปิยะเกศ ดิษฐ์กระจัน
 นาย กฤตพร เนาวพล
 นางสาว ณิชฎริกา อุบลวรรณ
 นาย พุฒิพงศ์ พุพุ่ม
 นางสาว ปรางทิพย์ เยี่ยมหาญ
 นางสาว ชลธิชา สัยวตร์
 นางสาว สุจิตรา สาราษฎร์
 นางสาว ธัญวรัตน์ ศิขรินรัตน์
 นางสาว ศิรินัฐชา ปะที
 นาย ธีรภัทร์ บุญฤทธิ์
 นาย กฤตนัย ชลชี
 นางสาว สิริรัตน์ แดงผึ้ง
 นางสาว วิรินทร์ เกียรติตันสกุล
 นางสาว เมธาวดี มากศรี
 นาย พาคุณ นนท์กำ
 นางสาว นุชนาฏ โปธิสุทธิ
 นางสาว ณิชติชา พูลทะจิตรี
 นาย อนุพันธ์ วงศ์ศิลปมรกต
 นางสาว วรกมล กิจพิชิต

นาย พลณฤต สุดตา
นางสาว พัชรินทร์ พราหมหืด
นาย กิตติกุล แก้วเพชร
นางสาว พรรณรสา เรืองเขียน
นาย บุญรัตน์ ฤทัยเข้มชื่น
นาย แทน ทรงกิติรัตน์
นาย อลงกรณ์ เอกสมัย
นางสาว กานต์สินี ฉันท์เฉลิมพงศ์
นางสาว อามานี สาแม্যালอ

4. ภาพการสัมมนาออนไลน์

MM
Master of Management
Rangsit University

ขอเชิญ
เข้าร่วมการอบรม
เชิงวิชาการ
(ออนไลน์) **f LIVE**

อาจารย์ปรีดี บุกุลสมปรารถนา
ที่ปรึกษาด้าน Marketing & Branding
เจ้าของเว็บไซต์ Popticles.com

สร้างสรรค์/สื่อสาร
BRAND อย่างยั่งยืน
▶ ในยุคที่ผู้บริโภคต้องการความชัดเจน

หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต

ผ่านทาง Facebook Live
หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต

วันอาทิตย์ที่ 1 พฤษภาคม 2565
เวลา 13.00 น. เป็นต้นไป

โทร. 02 791 6000 ต่อ 1057
099 351 4551

f MM.Rangsit **whatsapp** @MMRSU **twitter** @mm_rsu_686 **instagram** @mm_rsu

WWW.MM.RBSRSU.COM

10:44



◀ 🔍 หลักสูตรการจัดการมหา... ⚙️

Home Shop About Photos Events Vic



หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ
เป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต

Posted by Junie June

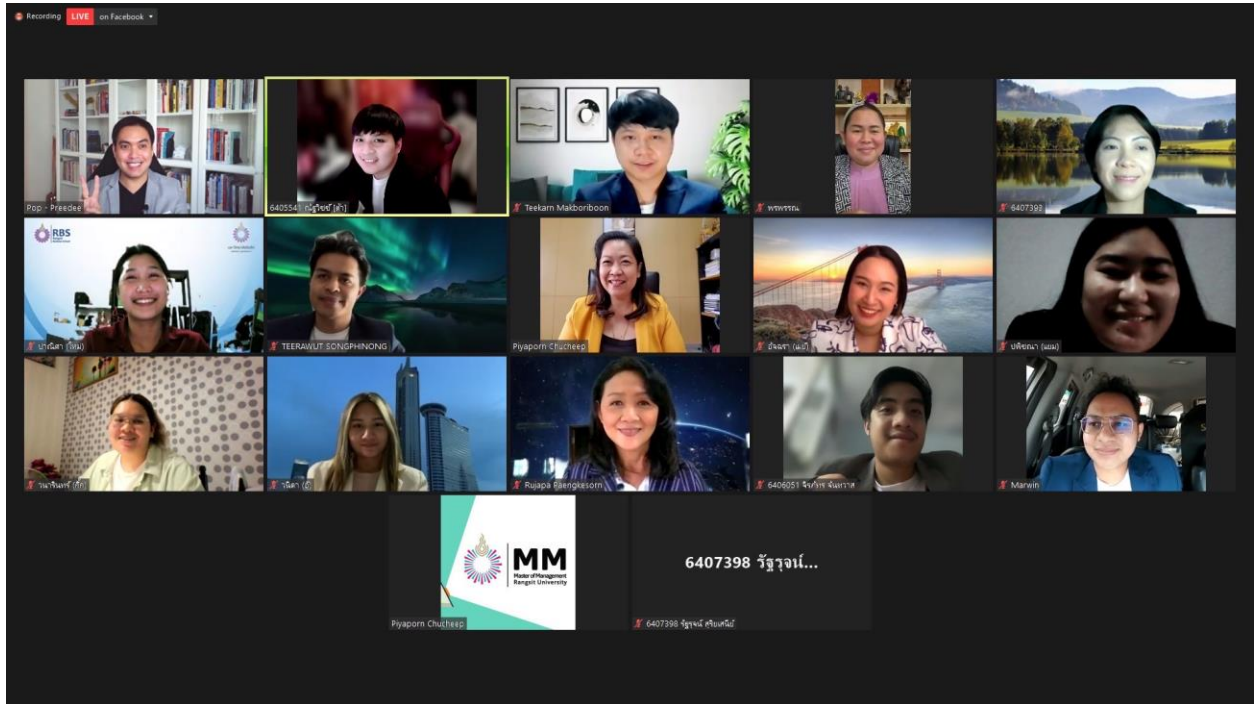
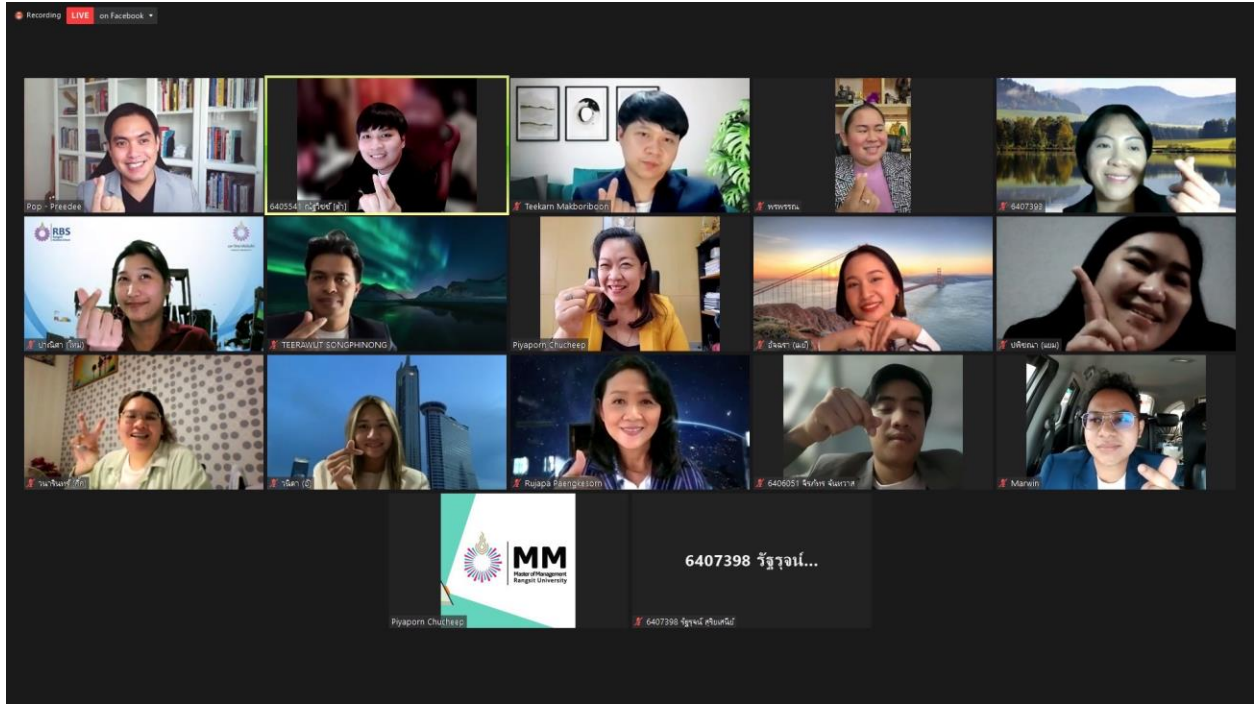
8 Apr · 🌐

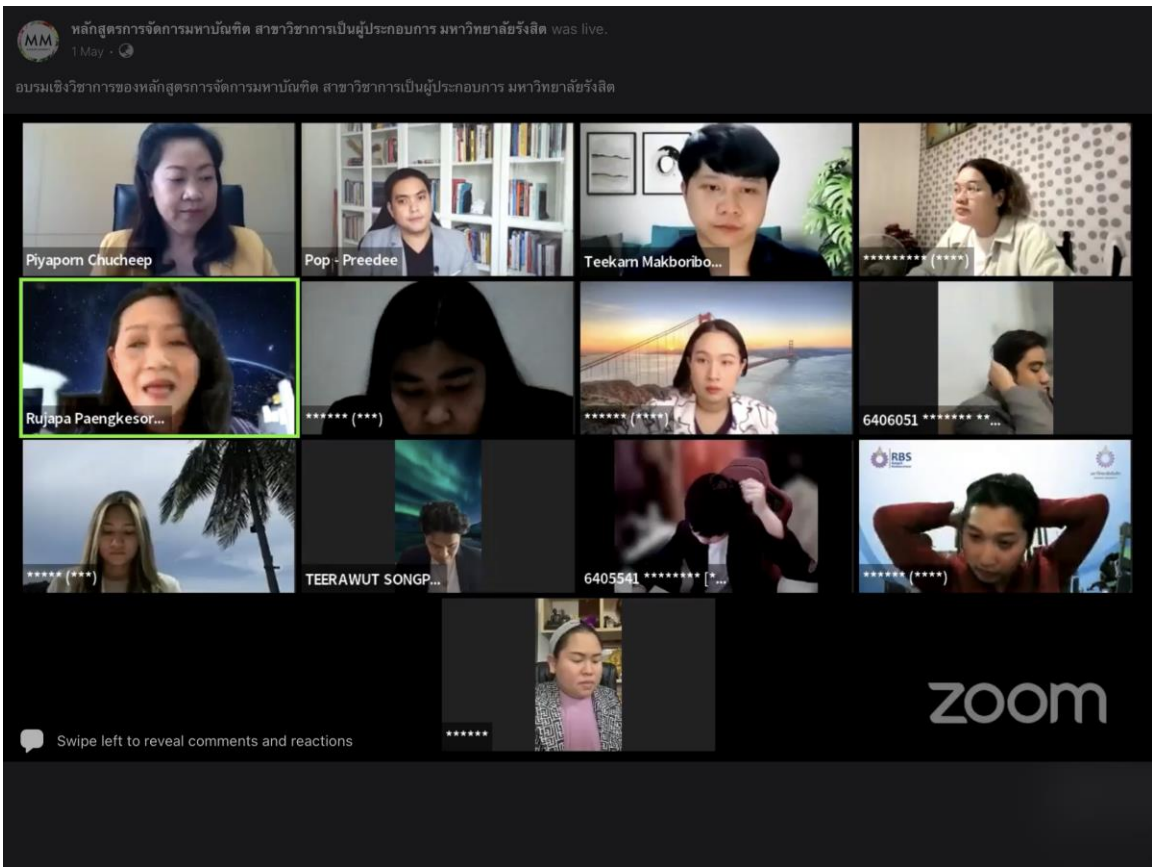
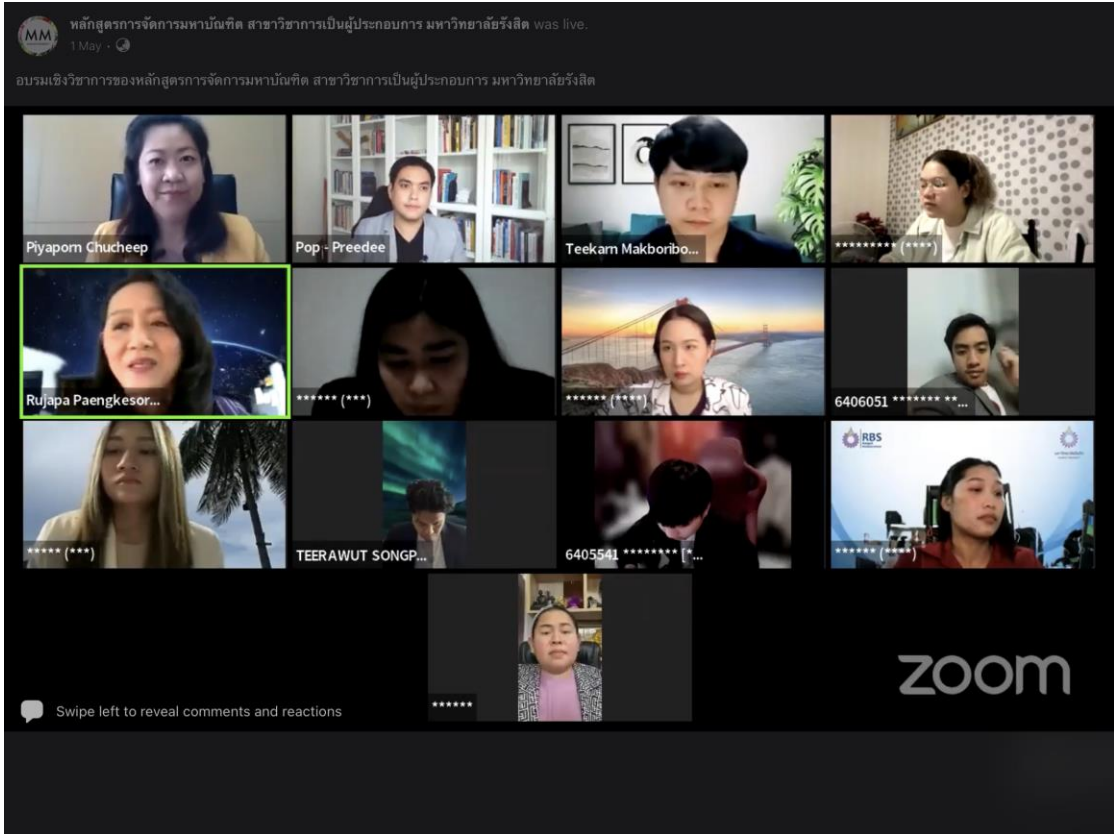
หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้
ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต
ขอเชิญท่านผู้สนใจเข้าร่วม การสัมม... See More

👍 9

13

- 🏠
Home
- 👤
Friends
- ▶️
Watch
- 🏪
Marketplace
- 🔔
Notifications
- 🗂️
Menu





หลักสูตรการจัดการแบรนด์คิด สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต was live.
1 May · 🌐

อบรมเชิงวิชาการของหลักสูตรการจัดการแบรนด์คิด สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต

Branding ในปัจจุบัน

ส่วนใหญ่เราพบเจอกับคำว่า Branding ในอะไรบ้าง

Zoom

Swipe left to reveal comments and reactions

หลักสูตรการจัดการแบรนด์คิด สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต was live.
1 May · 🌐

อบรมเชิงวิชาการของหลักสูตรการจัดการแบรนด์คิด สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต

ช่วงท้ายชื่อ BRAND

หากพูดถึงแบรนด์รถยนต์
ที่มี “เทคโนโลยีและนวัตกรรม”
ชัดเจนที่สุด ?

Zoom


Swipe left to reveal comments and reactions


MM หลักรัฐการจั้การมหำบ้ฉัด สาขำวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิัด was live.
1 May · 🌐


อบรมเชิงวิชาการของหลักรัฐการจั้การมหำบ้ฉัด สาขำวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิัด

Name the Brand


Pop - Preedee


1  KFC


2  McDonald's


3  pepsi


4  Coca-Cola


5  TOYOTA


6  GWM

7  ORA

8  amazon

9  HUAWEI

10  citibank

11 

FOR EDUCATION ONLY | zoom

Swipe left to reveal comments and reactions

5. คำกล่าวเปิดการอบรมเชิงวิชาการของคณะบริหารธุรกิจ

กล่าวเปิดการอบรมเชิงวิชาการ

ของ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุจภา แพ่งเกษร

ในพิธีเปิดการอบรมเชิงวิชาการ

“สร้างสรรค์/สื่อสาร BRAND อย่างยั่งยืน: ในยุคที่ผู้บริโภคต้องการความชัดเจน”

วันอาทิตย์ที่ 1 พฤษภาคม 2565 เวลา 13.00 น.

ณ ห้อง Zoom Meeting

ท่านวิทยากร อาจารย์ และผู้เข้าร่วมการอบรมทุกท่าน

ดิฉันมีความยินดีเป็นอย่างยิ่งที่ได้รับเชิญมาเป็นประธานในพิธีเปิดการอบรมเชิงวิชาการเรื่อง “สร้างสรรค์/สื่อสาร BRAND อย่างยั่งยืน: ในยุคที่ผู้บริโภคต้องการความชัดเจน” ที่จัดขึ้นโดย หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต จากเหตุผลและหลักการในการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ นับเป็นนิมิตหมายอันดีที่อาจารย์และนักศึกษาจะได้ตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างแบรนด์ให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

คงไม่มีใครปฏิเสธว่า องค์การที่มีชื่อเสียงระดับโลกและบุคคลสำคัญในแวดวงสังคมจากทุกสาขาไม่ว่าจะเป็น ซีอีโอและผู้บริหารระดับสูงของบริษัทชั้นนำ รวมไปถึงเซเลบริตี้และอินฟลูเอนเซอร์ ต่างรู้จักที่จะใช้ประโยชน์จากการสร้างแบรนด์ (Branding) เพื่อสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือให้กับตนเอง หรือสินค้าและบริการที่ตนนำเสนอด้วยกันทั้งสิ้น

แต่ในยุคที่วิกฤตโควิด-19 ได้เข้ามาส่งผลกระทบต่อทุกกลุ่มอุตสาหกรรมในภาพรวม การสร้างแบรนด์สำหรับองค์กรไม่ว่าแบรนด์ขนาดเล็กที่เพิ่งออกจากฝั่ง หรือแบรนด์ใหญ่ระดับโลกทั้งแบบธุรกิจกับธุรกิจ (Business-to-business: B2B) และธุรกิจกับผู้บริโภค (Business-to-consumer: B2C) จำเป็นที่จะต้องปรับเปลี่ยนโฟกัสจากการสรรหาแนวทางที่จะทำให้แบรนด์ช่วยสร้างยอดขายเพื่อฟื้นฟูธุรกิจเพียงอย่างเดียว มาเป็นสร้างแบรนด์ที่ช่วยสังคมคิดหาทางออกจากภาวะการณ์ที่ยากลำบากและใส่ใจในเรื่องของการสร้างความยั่งยืน

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น ดิฉันหวังเป็นอย่างยิ่งว่า การจัดอบรมเชิงวิชาการ ครั้งนี้จะได้ประโยชน์ดังกล่าว และในนามของมหาวิทยาลัยรังสิตขอขอบคุณวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ อาจารย์ ผู้เข้าอบรม และคณะกรรมการดำเนินงาน ขออวยพรให้การอบรมครั้งนี้ให้ประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

บัดนี้ได้เวลาอันสมควรแล้ว ดิฉันขอเปิดการอบรม ณ บัดนี้

6. คำกล่าวรายงานของผู้อำนวยการหลักสูตร

คำกล่าวรายงาน

ของ

ดร.ปิยภรณ์ ชูชีพ

ในพิธีเปิดการอบรมเชิงวิชาการออนไลน์

“สร้างสรรค์/สื่อสาร BRAND อย่างยั่งยืน: ในยุคที่ผู้บริโภคต้องการความชัดเจน”

วันอาทิตย์ที่ 1 พฤษภาคม 2565 เวลา 13.00 น.

ณ ห้อง Zoom Meeting

กราบเรียน คณบดี วิทยากร อาจารย์ นักศึกษา ผู้ประกอบการ และผู้สนใจทุกท่าน

ในนามของหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ ขอขอบพระคุณท่านคณบดีคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต ที่ได้กรุณาให้เกียรติมาเป็นประธานเปิดการอบรมเชิงวิชาการออนไลน์ เรื่อง “สร้างสรรค์/สื่อสาร BRAND อย่างยั่งยืน: ในยุคที่ผู้บริโภคต้องการความชัดเจน” ในวันนี้

เราคงปฏิเสธไม่ได้ว่า “การสื่อสารแบรนด์อย่างมีประสิทธิภาพ” นั่นคือ การพัฒนาเทคนิค และวิธีการสื่อสารแบรนด์ที่สามารถสร้างทั้งความน่าสนใจ ดึงดูด และสื่อสารเป้าหมายรวมถึงตัวตนของแบรนด์ที่แตกต่าง และสอดคล้องไปกับพฤติกรรมที่เป็นมาตรฐานใหม่ของผู้ซื้อได้อย่างเหมาะสม นี่คือกุญแจความสำเร็จของธุรกิจ

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ จึงได้จัดการอบรมครั้งนี้ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถสร้างสรรค์และสื่อสารแบรนด์เพื่อสร้างการจดจำและความเข้าใจในคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการ สร้างความเชื่อมั่นในตัวตนของธุรกิจ โดยนำเสนอ Content ที่ต่อเนื่องและสม่ำเสมอสู่กลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจ

ในการนี้ผู้เข้าร่วมการอบรมประกอบด้วย นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต อาจารย์ และศิษย์เก่า ที่อยู่ในห้อง Zoom จำนวนทั้งสิ้น 30 คน และนักศึกษาปริญญาตรีคณะบริหารธุรกิจ ผู้ประกอบการ และผู้สนใจเข้าร่วมฟังอยู่ใน Live สด จำนวนประมาณ 60 คน

บัดนี้ได้เวลาอันสมควรแล้ว ดิฉันขอเรียนเชิญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รจนาภา แพ่งเกษร คณบดีคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต กล่าวเปิดการอบรมค่ะ

ขอเรียนเชิญค่ะ

7. คำกล่าวขอบคุณวิทยากรจากตัวแทนหลักสูตร

คำกล่าวปิดการอบรมเชิงปฏิบัติการ
 ของ ร้อยตรีหญิง ปาณิสรา กมลฉ่ำ
 ตัวแทนนักศึกษาหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ
 ในการอบรมเชิงวิชาการออนไลน์
 “สร้างสรรค์/สื่อสาร BRAND อย่างยั่งยืน: ในยุคที่ผู้บริโภคต้องการความชัดเจน”
 วันอาทิตย์ที่ 1 พฤษภาคม 2565 เวลา 13.00 น.

ณ ห้อง Zoom Meeting

.....
 ท่านคณบดี ท่านวิทยากร อาจารย์ เพื่อนนักศึกษา น้องๆ ปริญาตรี และท่านผู้สนใจทุกท่าน

ดิฉัน ร้อยตรีหญิงปาณิสรา กมลฉ่ำ ในนามตัวแทนนักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต ขอขอบพระคุณท่านวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ อาจารย์ปรีดี นุกุลสมปรารถนา ที่ให้เกียรติมาบรรยาย และมอบความรู้ในเรื่อง “สร้างสรรค์/สื่อสาร BRAND อย่างยั่งยืน: ในยุคที่ผู้บริโภคต้องการความชัดเจน” ที่จัดขึ้นโดย หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต ในวันที่

หวังเป็นอย่างยิ่งว่า ทุกท่านจะได้รับประโยชน์จากอบรมในครั้งนี้ และนำความรู้ที่ได้รับ นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในการสร้างและพัฒนาแบรนด์เพื่อตอบสนองต่อโจทย์ความต้องการของลูกค้า และต่อยอดการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จยิ่งขึ้นไป

ขอบคุณมากค่ะ