

กิจกรรมที่ 9 การประกวดแผนการสื่อสารการตลาดด้วยพลังละมุน (Marketing Communication Plan with Soft Power)

❖ ผู้ประสานงานกิจกรรม

ลำดับที่	ชื่อ - นามสกุล	โทรศัพท์	E-mail
1	ผศ.สัญญาจิตา พรหมโชติ	086-663-3559	Sunjita25@gmail.com
2	อ.อดิสร ฉายแสง	081-585-8286	Adisorn_c@rmutt.ac.th
3	ผศ.ดร.ดลยา จาตุรงค์กุล	085-395-0444	Dolaya_c@rmutt.ac.th

❖ รูปแบบกิจกรรม

1. ผู้เข้าร่วมแข่งขันแต่ละทีมร่วมกันวางแผนการสื่อสารการตลาด ด้วยแนวคิดเกี่ยวกับ Soft Power (พลังละมุน) ทางวัฒนธรรมไทยในแง่มุมต่าง ๆ ที่สามารถส่งออกวัฒนธรรมอันดีงามของไทยต่อสายตาชาวโลก
2. ผู้เข้าแข่งขันแต่ละทีมจะต้องวางแผนและลงมือสร้างแนวความคิดด้วยตนเอง โดยใช้ Infographic ในการนำเสนอ (ภาพที่นำมาใช้ทั้งที่เป็นภาพของเจ้าของผลงาน หรือไม่ได้เป็นเจ้าของภาพผลงาน จะต้องมีการใส่เครดิตใต้ภาพด้วย) ภายใต้แนวคิด “Soft Power ไทย ดังไกลถึงต่างแดน” โดยยึดหลัก 4 กลยุทธ์การสร้าง Soft Power ได้แก่
 - 2.1 Absorb คือ การแทรกซึมเข้าไปอยู่ใกล้ตัวผู้คนแบบไม่รู้สึกรู้ส ให้เชื่อมโยงกับไลฟ์สไตล์และความชื่นชอบของผู้คนทั่วไป
 - 2.2 Extraordinary คือ การทำความธรรมดาให้พิเศษ โดยสร้างจุดขายของวัฒนธรรมในแง่มุมต่าง ๆ ได้จากสิ่งที่ย่อยง่าย โดยจับลักษณะทั่วไปของวัฒนธรรมในแง่มุมต่าง ๆ ผ่านสื่อและเนื้อหาที่น่าสนใจจนเกิดเป็นภาพลักษณ์ที่ประทับใจต่อผู้คนทั่วไป
 - 2.3 Fast คือ การทำให้ทันกระแสและสถานการณ์เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงกับการรับรู้ของผู้คน รวมถึงต้องพร้อมปรับตัวให้เท่าทันพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว
3. นักศึกษาแต่ละทีม จะถูกคัดสรรทีม

❖ วัตถุประสงค์ของกิจกรรม

1. เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษาได้เห็นคุณค่าและความสำคัญของ Soft Power (พลังละมุน) ทางวัฒนธรรมไทย ในการสร้างแผนการสื่อสารการตลาด เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวางแผนการสื่อสารการตลาด
2. เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษาได้แสดง ความรู้ ความสามารถ ในการสร้างแผนการสื่อสารการตลาด ภายใต้แนวคิด “Soft Power ไทย ดังไกลถึงต่างแดน” เพื่อส่งออกวัฒนธรรมไทยในแง่มุมต่าง ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ต่อยอดต้นทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชาติไทย
3. เพื่อกระตุ้น และพัฒนาทักษะการวางแผน วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทั้ง 9 แห่ง โดยใช้กิจกรรมเป็นสื่อกลาง

❖ คุณสมบัติและจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม

1. เป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาคณะบริหารธุรกิจ หรือชื่อเรียกอื่นที่มีลักษณะเดียวกันที่มีการจัดการเรียนการสอนด้านบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 แห่ง
2. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 แห่งที่เข้าร่วมโครงการ นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจหรือคณะที่เกี่ยวข้อง ชั้นปีที่ 2-4 ทีมละ 3 คน โดยส่งได้หน่วยงานละ 1 ทีม
3. อาจารย์ผู้กำกับดูแลกิจกรรม ทีมละ 1 ท่าน
4. ผู้เข้าร่วมการแข่งขันที่มีคุณสมบัติไม่ตรงตามเกณฑ์ที่กำหนดจะถูกตัดสิทธิ์การเข้าร่วมแข่งขัน

❖ กติกาและเงื่อนไขการแข่งขัน

1. นักศึกษาผู้เข้าร่วมการแข่งขันวางแผนการสื่อสารการตลาดภายใต้หัวข้อ “เปิดประสบการณ์ใหม่อาณาจักรค้าส่งสินค้าเกษตรที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียน”
2. การจัดทีมเป็นแบบทีมผสมจำนวน 6 ทีม โดยแต่ละทีมมีจำนวนสมาชิก 11 คน มาจากหน่วยงานทั้ง 22 หน่วยงานของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 แห่ง
3. ทุกทีมต้องจัดทำสื่อคลิปวิดีโออย่างน้อย 1 คลิป
4. ทุกทีมต้องจัดทำสื่อภาพอย่างน้อย 1 ชิ้นงาน
5. นักศึกษาแต่ละกลุ่มเดินทางไปยังตลาดไท เพื่อเยี่ยมชมสถานที่ พร้อมจัดทำสื่อเพื่อการสื่อสารทางการตลาด
6. นักศึกษาแต่ละกลุ่มส่งแผนการสื่อสารการตลาดฉบับสมบูรณ์ ก่อนเวลา 12.00 น. ของวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2567
7. นักศึกษาแต่ละกลุ่มส่งแผนการสื่อสารการตลาดไม่เกิน 10 นาที ถามตอบ 10 นาที รวม 20 นาทีต่อทีม
8. จัดลำดับการนำเสนอโดยวิธีจับฉลาก
9. คำตัดสินการแข่งขันของกรรมการถือเป็นที่สุด

❖ เกณฑ์การให้คะแนน 100 คะแนน

เกณฑ์การให้คะแนน	คะแนน
1. แผนการสื่อสารการตลาด	40
1.1 ความสอดคล้องแผนการสื่อสารการตลาดในแนวคิด Soft Power	
1.2 ความสมบูรณ์ของแผนการสื่อสารการตลาด	
1.3 ความเป็นไปได้ของแผนการสื่อสารการตลาด	
1.4 ความคิดสร้างสรรค์ของแผนการสื่อสารการตลาด	
1.5 การวัดและประเมินผลแผนการสื่อสารการตลาด	
2. สื่อ	40
2.1 ความคิดสร้างสรรค์	
2.2 เนื้อหาในสื่อสามารถถ่ายทอดได้ตรงกับวัตถุประสงค์	
2.3 เนื้อหาในสื่อมีผลกระทบ (Impact) ต่อกลุ่มเป้าหมาย	
3. เทคนิคการนำเสนอ	20
คะแนนรวม	100

❖ คณะกรรมการตัดสิน

คณะกรรมการตัดสินภายนอก จำนวน 3 ท่าน

❖ วัสดุอุปกรณ์ที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมต้องเตรียมเอง

1. อุปกรณ์เครื่องเขียน เครื่องคำนวณ
2. เครื่องคอมพิวเตอร์พกพา (Notebook)
3. โปรแกรม Software ทุกประเภท ที่ใช้ในการจัดทำสื่อและนำเสนอ
4. อุปกรณ์อื่น ๆ ที่ใช้ในการแข่งขัน

❖ ประเภทรางวัล

1. รางวัลชนะเลิศ ได้รับโล่ เกียรติบัตรและเงินรางวัล จำนวน 1,000 บาท/คน
2. รางวัลรองชนะเลิศอันดับหนึ่ง ได้รับเกียรติบัตรและเงินรางวัล จำนวน 700 บาท/คน
3. รางวัลรองชนะเลิศอันดับสอง ได้รับเกียรติบัตรและเงินรางวัล จำนวน 500 บาท/คน
4. รางวัลชมเชย 3 รางวัล พร้อมเกียรติบัตร
5. เกียรติบัตรสำหรับผู้เข้าร่วมการแข่งขันทุกคน

กำหนดการ
กิจกรรมที่ 9 การประกวดแผนการสื่อสารการตลาดด้วยพลังละมุน
(Marketing communication plan with soft power)
ระหว่างวันที่ 1 - 3 กุมภาพันธ์ 2567
ณ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

วันพฤหัสบดีที่ 1 กุมภาพันธ์ 2567

08.30 – 09.00 น.	ลงทะเบียนผู้เข้าร่วมการแข่งขัน (สถานที่ หอประชุมราชมงคลธัญบุรี)
09.00 – 11.00 น.	ร่วมพิธีเปิดโครงการแข่งขันทักษะทางวิชาการ ด้านการบริหารธุรกิจ 9 มทร. ครั้งที่ 11
11.00 – 12.00 น.	รับฟังโจทย์การแข่งขัน และเดินทางไปยังตลาดไท
12.00 – 13.00 น.	รับประทานอาหารกลางวัน
13.00 – 17.00 น.	เยี่ยมชมตลาดไท พร้อมถ่ายภาพทำสื่อ
18.00 – 19.00 น.	รับประทานอาหารเย็น
18.00 – 22.00 น.	กิจกรรมกลุ่มวางแผนการสื่อสารการตลาด (อาคาร 1)

วันศุกร์ที่ 2 กุมภาพันธ์ 2567

08.00 – 08.30 น.	ลงทะเบียนผู้เข้าร่วมการแข่งขัน (BA 1403)
08.30 – 12.00 น.	กิจกรรมกลุ่มวางแผนการสื่อสารการตลาด (อาคาร 1)
12.00 – 13.00 น.	รับประทานอาหารกลางวัน
13.00 – 16.00 น.	ผู้เข้าแข่งขันแต่ละทีมนำเสนอผลงาน (10 นาที/ทีม) (ห้องประชุม อาคาร 1)
18.00 – 22.00 น.	รับประทานอาหารเย็น และร่วมชมการแสดงของนักศึกษา
08.00 – 08.30 น.	ลงทะเบียนผู้เข้าร่วมการแข่งขัน (BA 1403)

วันเสาร์ที่ 3 กุมภาพันธ์ 2567

08.30 – 09.00 น.	ลงทะเบียนผู้เข้าร่วมการแข่งขัน (สถานที่ หอประชุมราชมงคลธัญบุรี)
09.00 – 12.00 น.	ประกาศผลการแข่งขันและมอบรางวัล
12.00 – 13.00 น.	รับประทานอาหารกลางวัน
13.00 – 15.00 น.	ร่วมพิธีปิดโครงการแข่งขันทักษะทางวิชาการ ด้านการบริหารธุรกิจ 9 มทร. ครั้งที่ 11 และพิธีส่งมอบเจ้าภาพการแข่งขันทักษะทางวิชาการด้านบริหารธุรกิจ 9 มทร. ครั้งที่ 12 เดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

หมายเหตุ : 1. กำหนดการนี้อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม

2. พักรับประทานอาหารว่างและเครื่องดื่ม เวลา 10.20 - 10.40 น. และเวลา 14.20 - 14.40 น.