

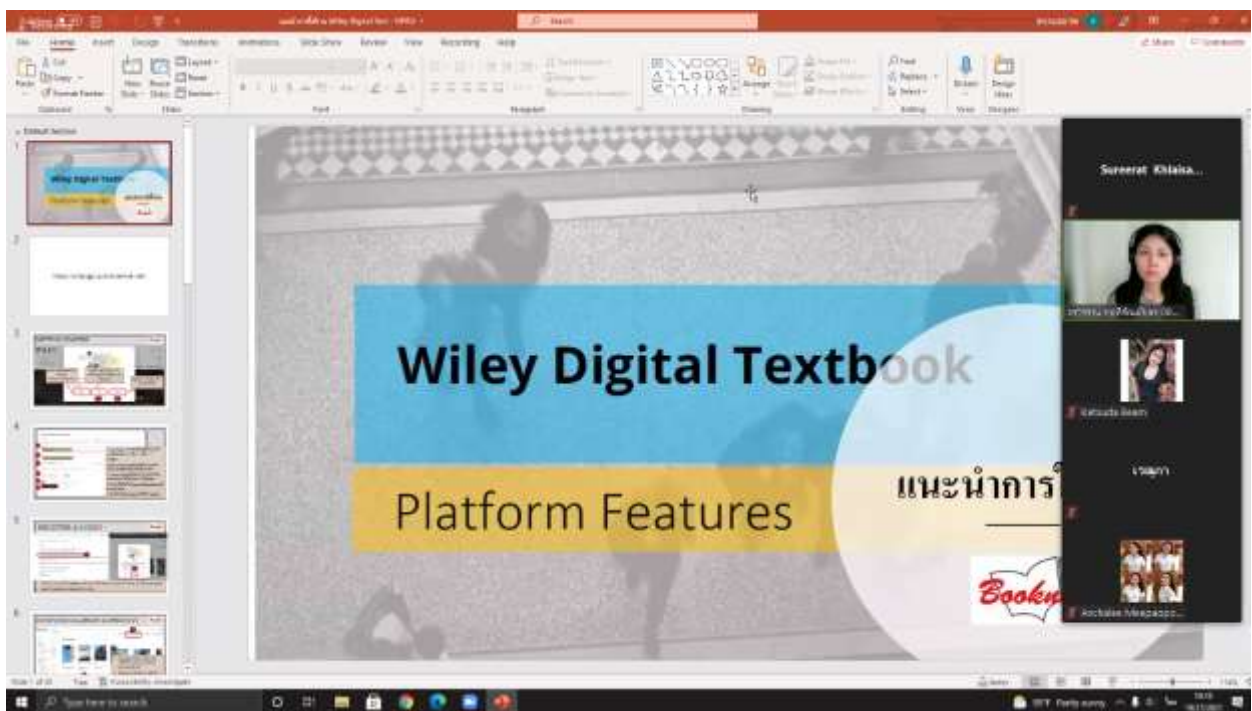


## สำนักวิทยบริการฯ จัดโครงการอบรมออนไลน์ เรื่อง Wiley Digital Text Online



เมื่อวันที่ 27 ตุลาคม 2564 เวลา 10.00 น. – 12.00 น. ที่ผ่านมา บุคลากรของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ได้เข้าร่วมการอบรมออนไลน์ การอบรมออนไลน์การใช้งานเบื้องต้น Wiley Digital Text Online ผ่านโปรแกรม Zoom โดยคุณอรรรณ หอหิรัญชจร เจ้าหน้าที่อบรมจากบริษัท บุ๊คเน็ต จำกัด ซึ่งมีผู้ช่วยศาสตราจารย์สมพล สุขเจริญพงษ์ ผู้อำนวยการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นประธานในการเข้าร่วมอบรมออนไลน์ในครั้งนี้ พร้อมทั้งคณาจารย์ นักศึกษา และบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ซึ่งมีผู้เข้าร่วมการอบรมในครั้งนี้ประมาณ 58 คน โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับการแนะนำวิธีการเข้าถึง ได้จาก <https://wileysgp.ipublishcentral.net> ระยะเวลา 1 ปี มีจำนวนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ภาษาต่างประเทศจำนวนมากถึง 19,700 รายชื่อในสหสาขา 10 วิชาหลัก สามารถทำการสืบค้นบนมือถือ เน้นข้อความ การจดบันทึกย่อ แปลภาษาได้มากถึง 55 ภาษา สามารถใช้ชื่อเรื่องเดียวกันพร้อมกันได้ 10 ชื่อเรื่องต่อผู้ใช้บริการ 1 คน ซึ่งจะมีการให้บริการแล้วในตอนนี้ ซึ่งผู้ใช้บริการสามารถเข้าใช้บริการได้จากเว็บไซต์สำนักวิทยบริการฯ <http://arit.npru.ac.th/>





<https://wileysgp.ipublishcentral.net/>

**Create Your Account**

1. User Name: ประกอบด้วยตัวอักษรและสัญลักษณ์ ( \_ ) หรือ ( - ) หรือ

2. Email

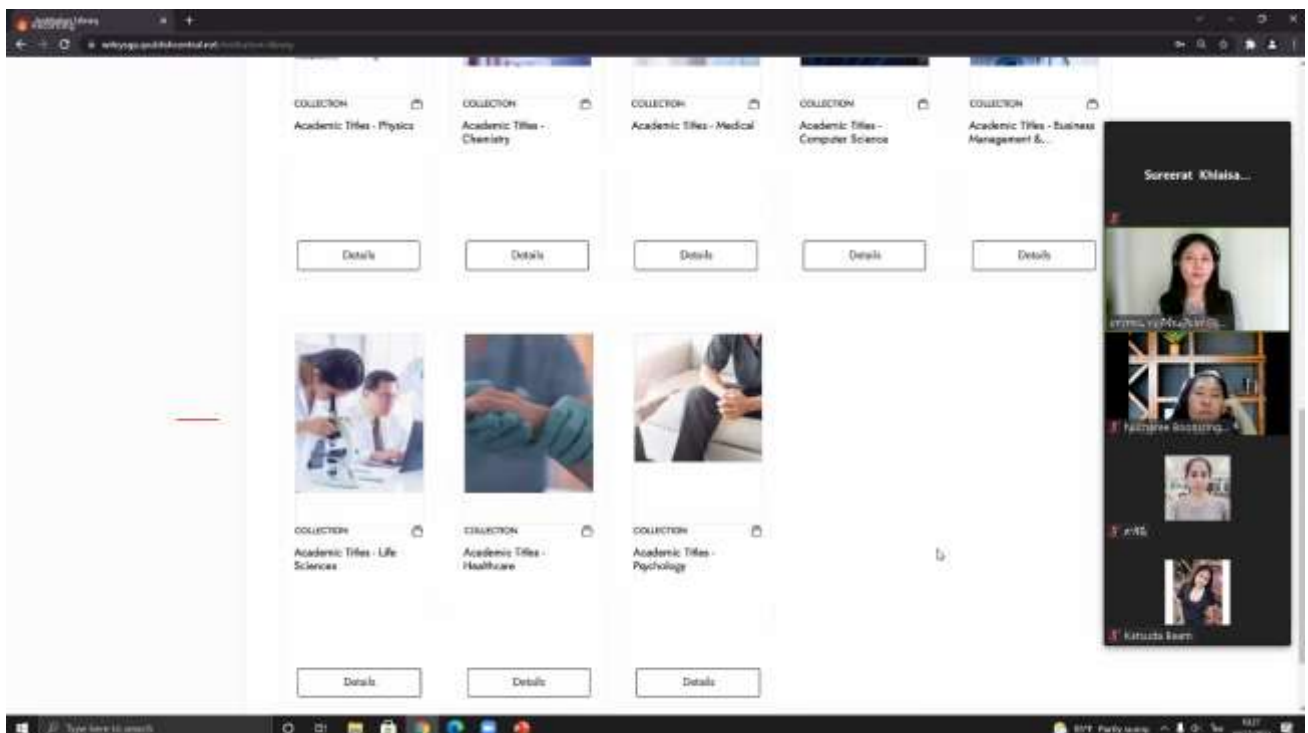
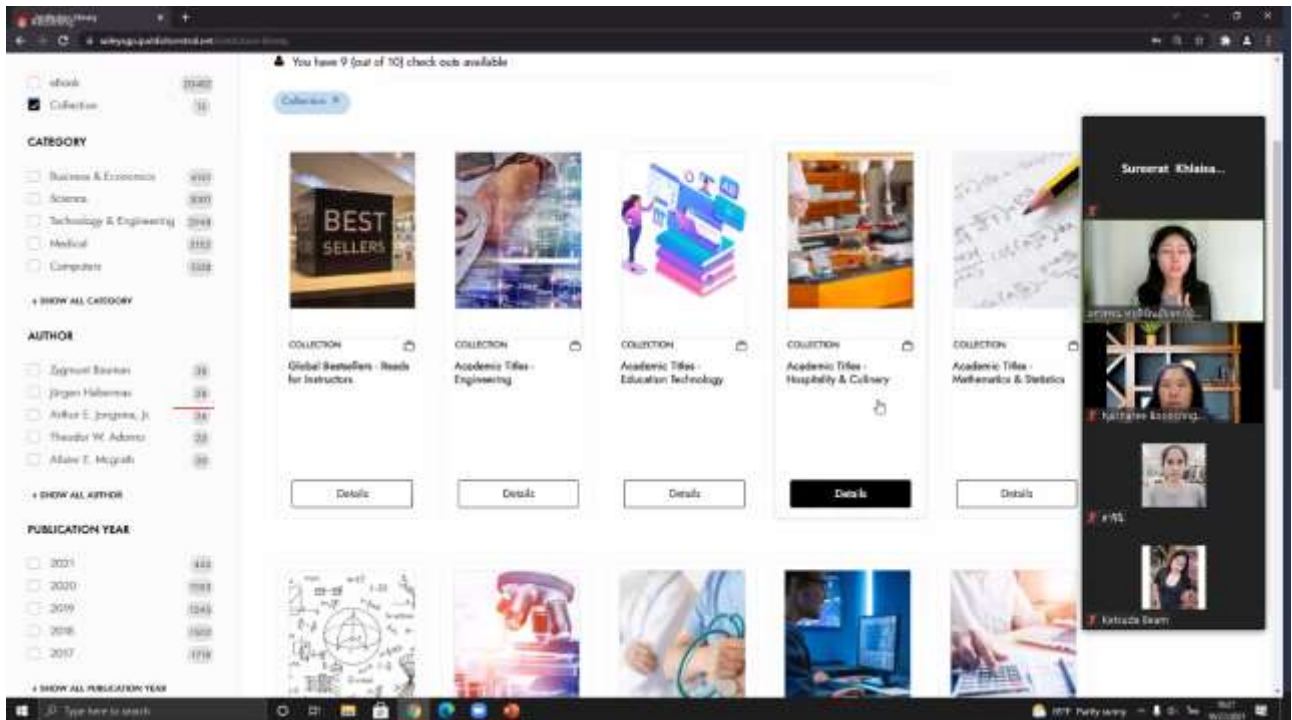
3. Password ประกอบด้วยตัวอักษรตัวเลข และสัญลักษณ์ อย่างน้อย 8

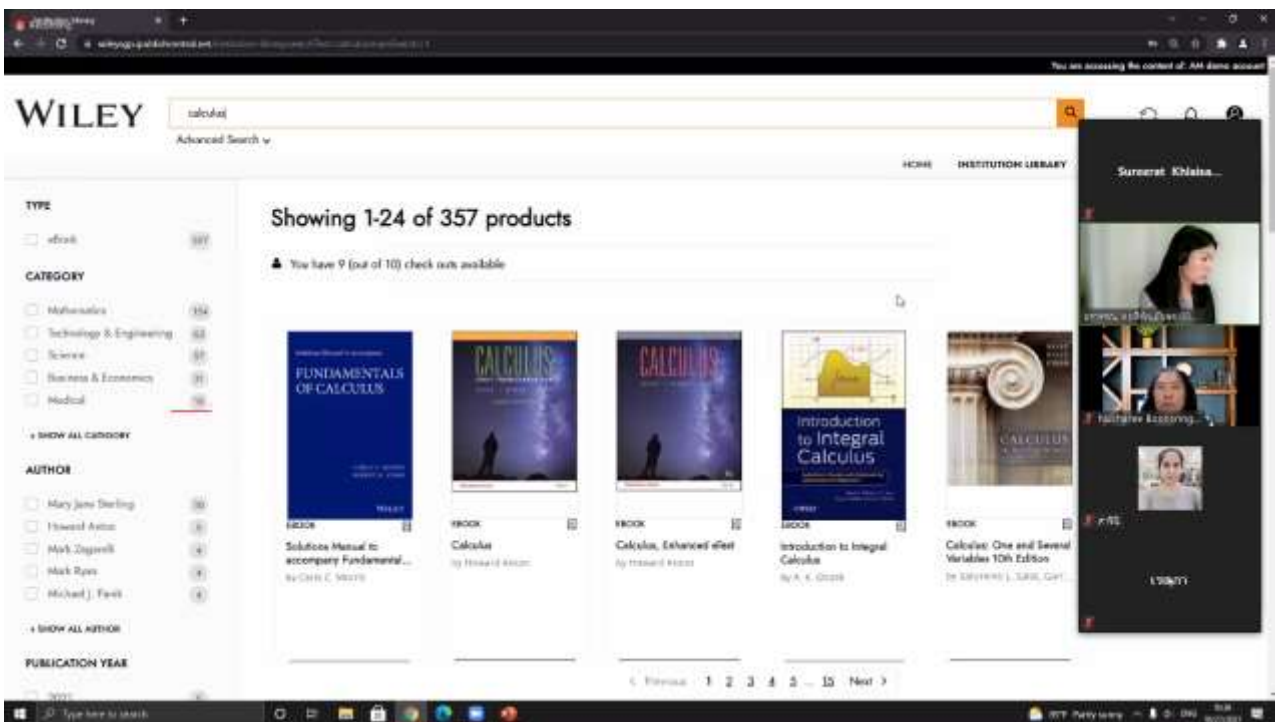
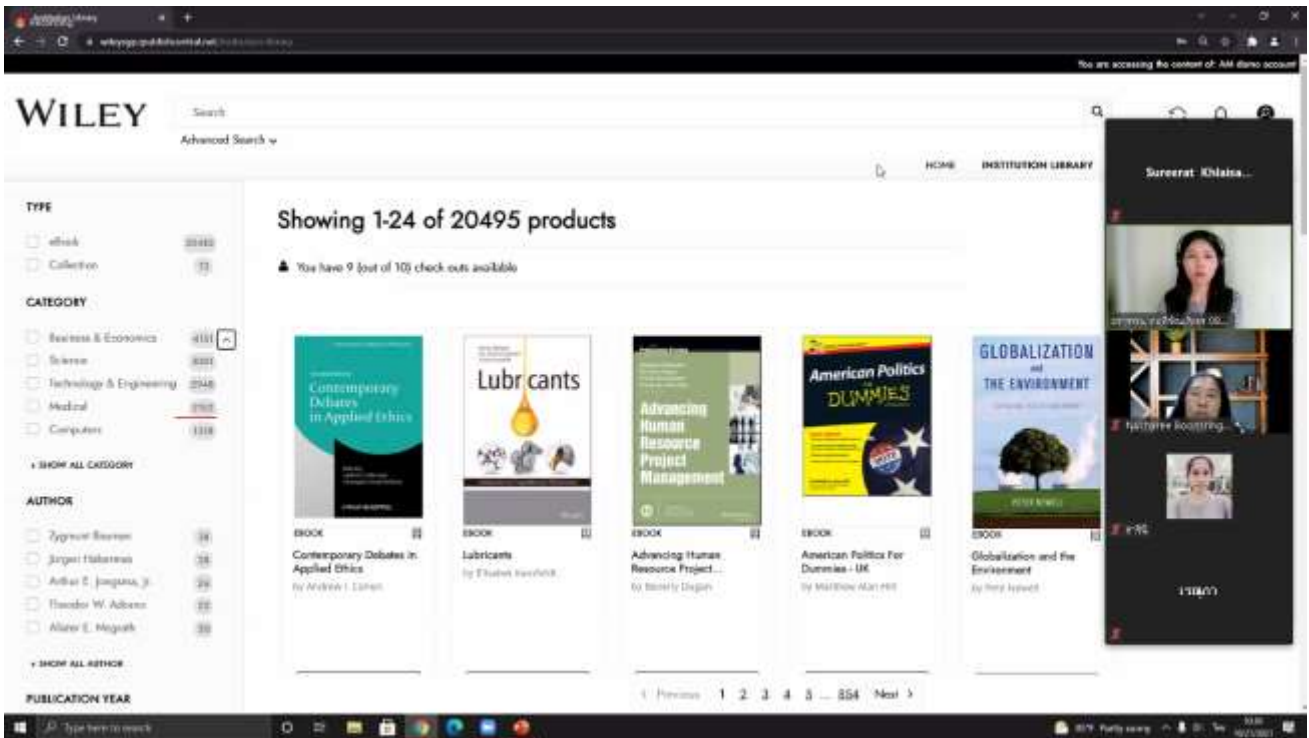
4. I'm not a robot เลือกรูปภาพตา แสดงตัวตนว่าไม่ได้เกิดจากการใช้

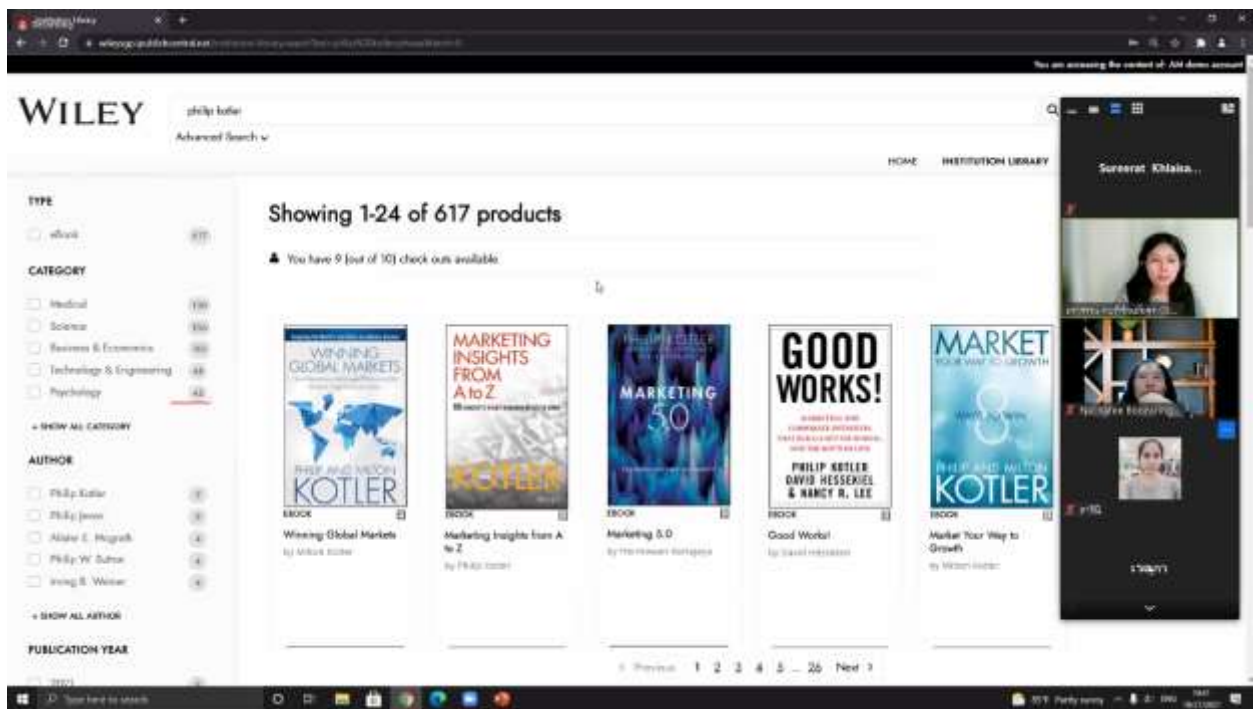
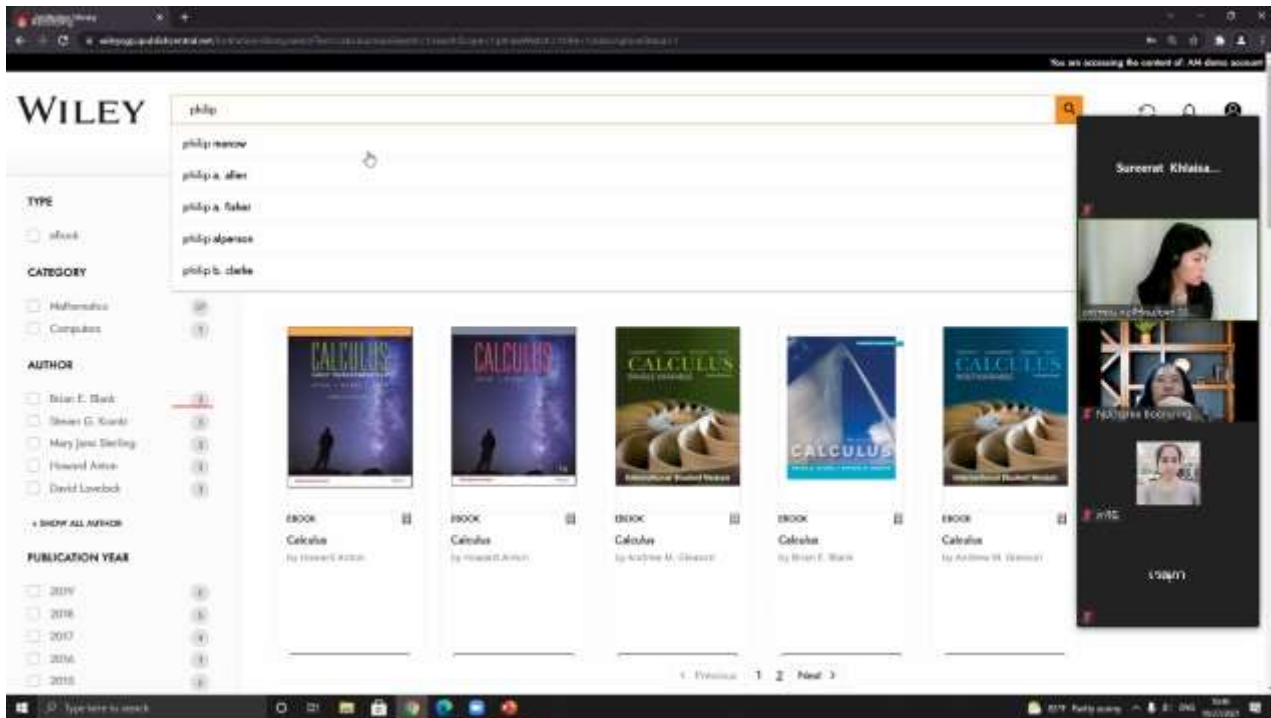
5. Click เพื่อยอมรับ Terms and C Privacy Policy

6. Click ที่ Create account เพื่อสร้าง account









**NOTIFY ME**

**WILEY** Search Advanced Search

HOME INSTITUTION LIBRARY

TYPE: eBook (2026)

CATEGORY: Business & Economics (2758), Science (2771), Technology, Engineering, Computing (2772)

**Architecture**

**Landscape Site Grading Principles**  
by Bruce G. Shalky

Check out Notify Me

**Notify Me** เพื่อบอกให้ผู้ใช้งานทราบว่าสิทธิ์ในการยืมหนังสือเล่มดังกล่าวเต็มแล้ว

Click ที่ Notify Me เพื่อให้ระบบแจ้งไปยังผู้ใช้งาน เมื่อมีสิทธิ์ในการยืมเกิดขึ้นใหม่

ระบบจะทำการแจ้งไปยังอีเมลของผู้ใช้งานเมื่อมีสิทธิ์ยืมโดยผู้ใช้งานท่านใด Check out ก่อน ได้สิทธิ์ยืมก่อน

Marketing 5.0

or three generations at the same time. Companies also struggle to adapt to the shortened product lifecycle posed by the ever-changing needs and wants of younger generations. Many companies across industries—automotive, electronics, high tech, consumer packaged goods, and fashion—feel the pressure to quickly develop new products and make a profit in a narrow window.

Targeting also creates a dilemma since the most value is still being created when brands are serving Baby Boomers and Generative powerful resources and high willingness to pay. But most brand equity is being created when brands are being endorsed by Gen Z and Millennials. And most importantly, Generations Y and Z are beginning to influence their Baby Boomer and Gen X in many purchase decisions. Companies need to balance between two goals: maximize value creation for the present and start preparing for the future.

**The Five Generations**

We believe that every customer is unique, and with technological support, marketing will eventually be one-to-one—powered by personalization at an individual level. In the future, marketers will serve segments of one, each with a unique set of preferences. However, it is useful to understand the general characteristics of the five generations that make up the U.S. population.

**Baby Boomers: The Aging Economic Powerhouse**

Baby Boomers were born between 1946 and 1964. The term baby boomer refers to the high birth rate in the United States—and many other countries—following the end of World War II. With postwar security and economy, many couples decided to have children, which has made them a target market for marketers at the time.

Zoom Meeting: Screenshot of a presentation slide with a video call overlay on the right side.



