



ด้านที่สุด

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สถาบันการประชาสัมพันธ์ ฝ่ายบริหารทั่วไป โทร. ๐ ๒๖๑๘ ๒๓๒๓ ต่อ ๔๑๐๓ - ๕

ที่ นร ๐๒๒๘/ ๕๗๐

วันที่ ๒ พฤษภาคม ๒๕๕๙

เรื่อง ให้ข้าราชการเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตร “Strategic PR Management” รุ่นที่ ๑๐

เรียน ผอ.สำนัก / ผอ.กอง หัวหน้าหน่วยงาน และประชาสัมพันธ์จังหวัด

ตามคำสั่ง กปส. ที่ ๕๒๐/๒๕๕๙ ลงวันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๕๙ เรื่อง ให้ข้าราชการและเจ้าหน้าที่เข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตร “Strategic PR Management” รุ่นที่ ๑๐ ระหว่างวันที่ ๑๐ พฤษภาคม – ๒๔ มิถุนายน ๒๕๕๙ ผู้เข้ารับการอบรมเป็นข้าราชการ กปส. จากส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จำนวน ๒๐ คน ณ สถาบันการประชาสัมพันธ์ นั้น

ในการนี้ สปช. จึงขอแจ้งรายละเอียดเพิ่มเติม ดังนี้

๑. ขอให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมกรอกใบสมัคร (ตามแบบฟอร์มที่แนบท้าย) ส่งให้ สปช. ทาง e-mail : thanong_sak00@hotmail.com หรือโทรสารหมายเลข ๐ ๒๒๙๘ ๕๗๗๐ ภายในวันอังคาร ที่ ๓ พฤษภาคม ๒๕๕๙

๒. การเบิกค่าใช้จ่ายในการเดินทางสำหรับข้าราชการส่วนภูมิภาค

- กรณีเดินทางโดยสารเครื่องบินสามารถเดินทางแบบชั้นประหยัดตามระเบียบของทางราชการ ขอให้นำใบเสร็จรับเงินและ E-ticket มอบให้ สปช. เพื่อใช้ประกอบการเบิกค่าใช้จ่ายฯ

- งดการเบิกจ่ายค่าเดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล ตามระเบียบค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้ารับการฝึกอบรม

- ขอให้ให้นำหนังสือเดินทาง (Passport) มาด้วยเพื่อใช้ในการเดินทางไปศึกษาดูงาน
- ขอให้ให้นำหนังสืออนุมัติเดินทางฉบับจริงมอบให้ สปช. เพื่อใช้ประกอบการเบิก

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางฯ

๓. สปช. ได้ประสานการจองห้องพักอาคารหอพักกระดังงาและอาคารหอพักการเวก สำหรับผู้เข้ารับการฝึกอบรมไว้เรียบร้อยแล้ว

ทั้งนี้ หากมีข้อสงสัยสามารถติดต่อสอบถามได้ที่ น.ส.เกษศิริรินทร์ อภิรัตน์วงศ์ ผู้บริหารหลักสูตรฯ โทรศัพท์ ๐ ๒๖๑๘ ๒๓๒๓ ต่อ ๔๓๐๗ หรือ ๐๘ ๑๔๓๓ ๖๐๔๗ นายทงศักดิ์ สุดจิตโต เจ้าหน้าที่ประสานรายละเอียด โทรศัพท์ ๐ ๒๖๑๘ ๒๓๒๓ ต่อ ๔๓๐๕ หรือ ๐๘ ๐๑๔๘ ๓๖๙๘

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและกรุณาแจ้งผู้เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการต่อไปด้วย จะขอบพระคุณยิ่ง

(นางสุมลพันธ์ โกศลศรีเศรษฐ์)

ผอ.สปช.



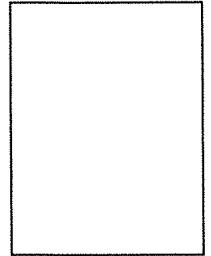
สถาบันการประชาสัมพันธ์

INSTITUTE OF PUBLIC RELATIONS

123 ซอยอารี ถนนพหลโยธิน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

<http://training.prd.go.th> โทรสาร.02 2985794 / 022985779/022985775

ลำดับที่.....



ใบสมัครลงทะเบียนการฝึกอบรม

หลักสูตร

อบรมระหว่างวันที่

ส่วนที่ 1. ข้อมูลส่วนบุคคล

ชื่อ (นาย / นาง / นางสาว / ยศ).....สกุล.....ชื่อเล่น.....

หมายเลขบัตรประจำตัวประชาชน -

เกิดวันที่.....เดือน.....พ.ศ.....อายุ.....ปี ศาสนา.....

ส่วนสูง.....น้ำหนัก.....กลุ่มเลือด.....โรคประจำตัว/ข้อจำกัดอื่นๆ.....

สถานภาพ โสด สมรส หย่า หม้าย

สำเร็จการศึกษาระดับ.....สาขา.....สถาบัน.....

ที่อยู่ปัจจุบัน เลขที่.....หมู่ที่.....ซอย.....ถนน.....

แขวง / ตำบล.....เขต / อำเภอ.....จังหวัด.....

รหัสไปรษณีย์.....โทรศัพท์.....โทรศัพท์มือถือ.....

E-mail.....

เลขที่ passport (ราชการ)วันที่ออก.....วันหมดอายุ.....

บุคคลที่สามารถติดต่อได้กรณีฉุกเฉิน (ชื่อ-สกุล).....

เกี่ยวข้องเป็น.....โทรศัพท์.....

ส่วนที่ 2. ข้อมูลการทำงาน

ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง.....ฝ่าย / งาน / แผนก.....

กอง / สำนัก.....สังกัดกรม.....

สังกัดกระทรวง/บริษัท.....เลขที่.....หมู่ที่.....

ตรอก / ซอย.....ถนน.....แขวง / ตำบล.....

เขต / อำเภอ.....จังหวัด.....รหัสไปรษณีย์.....

โทรศัพท์.....โทรสาร.....

หน้าที่ความรับผิดชอบ.....

ส่วนที่ 3. ข้อมูลทั่วไป

ความถนัด / ความชำนาญพิเศษ.....

สนใจรับความรู้เพิ่มเติมด้าน.....

ท่านเคยเข้าอบรมกับสถาบันการประชาสัมพันธ์หรือไม่

ไม่เคย เคย/ หลักสูตร.....

ท่านทราบข้อมูลหลักสูตรฝึกอบรมของสถาบันการประชาสัมพันธ์จากสื่อใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

หนังสือราชการ ป้ายประชาสัมพันธ์

อินเทอร์เน็ต สื่อบุคคล

เอกสารแผ่นพับ อื่น ๆ.....

ข้าพเจ้ายินดีปฏิบัติตามระเบียบของสถาบันการประชาสัมพันธ์

ลงชื่อ.....ผู้สมัคร

(.....)

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

หมายเหตุ : ในกรณีไม่สามารถเข้ารับการอบรมได้ตามกำหนด สถาบันฯ ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่คืนเงินค่าลงทะเบียน

ส่วนที่ 4. คำรับรองของผู้บังคับบัญชา

ข้าพเจ้า (นาย / นาง / นางสาว / ยศ).....สกุล.....

ตำแหน่ง.....หน่วยงาน (กอง/สำนัก).....

สังกัด (กรม/ กระทรวง)ในฐานะผู้บังคับบัญชา เห็นชอบ อนุญาตให้

ผู้สมัคร(นาย / นาง / นางสาว / ยศ).....สกุล.....

เข้ารับการอบรมหลักสูตร.....ระหว่างวันที่.....

ลงชื่อ.....ผู้บังคับบัญชา

(.....)

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....



สถาบันการประชาสัมพันธ์

INSTITUTE OF PUBLIC RELATIONS

๑๒๕ ซอยพหลโยธิน ๗ (อารีย์) ถนนพหลโยธิน เขตพญาไท กรุงเทพฯ ๑๐๔๐๐

โทร. ๐ ๒๒๙๘ ๕๗๗๑ - ๔ โทรสาร ๐ ๒๒๙๘ ๕๗๗๕, ๐ ๒๒๙๘ ๕๗๗๙

กำหนดการพิธีเปิด

การฝึกอบรมหลักสูตร “Strategic PR Management” รุ่นที่ ๑๐

วันอังคารที่ ๑๐ พฤษภาคม ๒๕๕๙ เวลา ๐๙.๓๐ น.

ณ ห้องประชุมอาจารย์สะอาด ตันสุภผล ชั้น ๒ อาคารสถาบันการประชาสัมพันธ์

-
- เวลา ๐๘.๐๐ น. - ผู้เข้ารับการฝึกอบรมลงทะเบียน และรับเอกสาร
- เวลา ๐๘.๕๐ น. - ผู้เข้ารับการฝึกอบรม และแขกผู้มีเกียรติ
พร้อมกัน ณ ห้องประชุมอาจารย์สะอาด ตันสุภผล
- เวลา ๐๙.๓๐ น. - อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ (นายอภิรักษ์ จันทรังษี)
ประธานในพิธีเดินทางมาถึง
- ประธานในพิธีจุดธูปเทียนบูชาพระรัตนตรัย
 - ผู้อำนวยการสถาบันการประชาสัมพันธ์
(นางสุนลพันธ์ โกศลสิริเศรษฐ์) กล่าวรายงาน
 - ประธานในพิธีกล่าวเปิดการฝึกอบรม
และให้โอวาทแก่ผู้เข้ารับการฝึกอบรม
 - ประธานและผู้เข้ารับการฝึกอบรม สักการะรูปปั้น อ.สะอาด ตันสุภผล
 - ถ่ายภาพหมู่ร่วมกัน ณ บริเวณพื้นที่วังกลมสถาบันการประชาสัมพันธ์
-

หมายเหตุ : สุภาพบุรุษ : สูทสีเข้ม
สุภาพสตรี : เสื้อสูทสีเข้ม กระโปรง
ข้าราชการทหาร ตำรวจ : เครื่องแบบปกติ

* ทั้งนี้ อาจมีการปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสม *

หลักสูตร “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์” รุ่นที่ 10

“Strategic PR Management”

ระหว่างวันที่ 10 พฤษภาคม – 24 มิถุนายน 2559

ณ สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ สำนักงานนายกรัฐมนตรี

เวลา \ วัน	09.00 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.
สัปดาห์ที่หนึ่ง		
วันอังคารที่ 10 พฤษภาคม 59	<ul style="list-style-type: none"> - เวลา 08.00 ลงทะเบียน - เวลา 09.30 พิธีเปิด / Welcome Drink - ทดสอบ Pre-test / ปฐมนิเทศ 	กิจกรรมสร้างความคุ้นเคย / กิจกรรมรุ่นพี่พบรุ่นน้อง
วันพุธที่ 11 พฤษภาคม 59	09.00 – 20.00 น.	
	กิจกรรมเสริมสร้างพัฒนาทีมงานการประชาสัมพันธ์สำหรับผู้บริหารระดับกลาง (กิจกรรมเข้าค่ายพักแรม ณ จ.นครนายก /จ.สระบุรี)	
วันพฤหัสบดีที่ 12 พฤษภาคม 59	09.00 – 20.00 น.	
	กิจกรรมเสริมสร้างพัฒนาทีมงานการประชาสัมพันธ์สำหรับผู้บริหารระดับกลาง (กิจกรรมเข้าค่ายพักแรม ณ จ.นครนายก /จ.สระบุรี)	
วันศุกร์ที่ 13 พฤษภาคม 59	09.00 – 16.00 น.	
	กิจกรรมเสริมสร้างพัฒนาทีมงานการประชาสัมพันธ์สำหรับผู้บริหารระดับกลาง (กิจกรรมเข้าค่ายพักแรม ณ จ.นครนายก /จ.สระบุรี)	
สัปดาห์ที่สอง		
วันจันทร์ที่ 16 พฤษภาคม 59	กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ / ฝึกปฏิบัติ (Strategic PR and Communications) ผศ.ดร.ธাত্রี ใต้ฟ้าพูล	
วันอังคารที่ 17 พฤษภาคม 59	การสร้างตราสินค้าในงานประชาสัมพันธ์ / ฝึกปฏิบัติ (Brand & Branding) ผศ.ดร.ชูณะ เตชคณา	
วันพุธที่ 18 พฤษภาคม 59	การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต (Crisis Public Relations) ดร.ธนาวิษญ์ จินดาประสิทธิ์ (ม.บูรพา)	การบริหารจัดการสื่อใหม่ด้านการประชาสัมพันธ์ และการตลาด (New Media for PR & Marketing Management) อ.ประสิทธิ์ วรรณตราวนิช
วันพฤหัสบดีที่ 19 พฤษภาคม 59	ความรับผิดชอบต่อสังคม / ฝึกปฏิบัติ (Corporate Social Responsibility : CSR) ดร.ประพันธ์ วงศ์บางโพ ม.รามคำแหง	
วันศุกร์ที่ 20 พฤษภาคม 59	วันหยุดราชการ (วันวิสาขบูชา)	

เวลา \ วัน	09.00 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.
สัปดาห์ที่สาม		
วันจันทร์ที่ 23 พฤษภาคม 59	การบริการเชิงการตลาด (Service Marketing) รศ.ดร.เสรี วงษ์มณฑา	การบริหารจัดการกิจกรรมประชาสัมพันธ์ (PR Event Management) คุณเกรียงไกร กาญจนะโกคิน และคุณอุมาวี ชาญณรงค์ บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน)
วันอังคารที่ 24 พฤษภาคม 59	การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ / ฝึกปฏิบัติ (Integrated Marketing Communication) : IMC ดร. ทรรคนะ บุญขวัญ	
วันพุธที่ 25 พฤษภาคม 59	กลยุทธ์การรณรงค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ PR Campaign Strategy ผศ.ดร.สุภาภรณ์ ศรีดี (มสธ.)	กลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาด (Competitive Marketing Strategy) คุณรวีศ หาญอุตสาหะ
วันพฤหัสบดีที่ 26 พฤษภาคม 59	หลักการตลาดและการตลาดเชิงกลยุทธ์ (Principle of Marketing and Marketing Strategy) อ.สมบุญ ศรีอนุรักษวงศ์	
วันศุกร์ที่ 27 พฤษภาคม 59	ประชุมกลุ่มเตรียมการจัดทำรายงาน / เตรียมการศึกษาชี้แจงเรื่องดูงานภายในประเทศ อ.ที่ปรึกษาหลักสูตร (ผศ.ดร.พนม คลีฉายา) / ผู้บริหารหลักสูตร	ศึกษาดูงานด้านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ เชิงการตลาด และการจัดกิจกรรมพิเศษ Marketing Public Relations (MPR) (กรุงเทพมหานคร)
สัปดาห์ที่สี่		
วันจันทร์ที่ 30 พฤษภาคม 59	การคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Thinking) อ.พิศาล อุตสาหพงษ์	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management : CRM) อ.วิทยา จารุพงศ์โสภณ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
วันอังคารที่ 31 พฤษภาคม 59	การประชาสัมพันธ์กับการสร้างภาพลักษณ์องค์กร / ฝึกปฏิบัติ (Corporate Image for Public Relations : CPR) อ.อรรจน์ สีหะอำไพ	
วันพุธที่ 1 มิถุนายน 59	ทักษะการเป็นผู้นำด้านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR of Leadership Skills) ผอ.พิชยา สายแสงจันทร์ ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	ประชุมกลุ่มเพื่อเตรียมความพร้อมการจัดเสวนา (ประธานรุ่น / ผู้บริหารหลักสูตร / ผู้เข้าอบรม)
วันพฤหัสบดี ที่ 2 มิถุนายน 59	การจัดกิจกรรมเสวนาทางวิชาการของผู้เข้าอบรม เรื่อง..... (กิจกรรมของผู้เข้าอบรม)	
วันศุกร์ที่ 3 มิถุนายน 59	ศึกษาดูงานด้านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การสื่อสารเชิงการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) (กรุงเทพมหานคร)	ศึกษาดูงานด้านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การสร้างภาพลักษณ์องค์กร และกิจการเพื่อสังคม (CSR) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

เวลา	วัน	09.00 - 20.00 น.	
สัปดาห์ที่ห้า ศึกษาดูงานด้านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการตลาด และการทำกิจกรรมเพื่อสังคม (IMC, MPR, Branding, CSR) ณ จังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ระหว่างวันจันทร์ที่ 6 - วันเสาร์ที่ 11 มิถุนายน 2559			
		09.00 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.
สัปดาห์ที่หก			
วันจันทร์ ที่ 13 มิถุนายน 59	ความเท่าเทียมทางเพศกับการขับเคลื่อนสังคม (Gender Equality and Mobilization of Society)	การพัฒนาบุคลากรพนักงานประชาสัมพันธ์ และเทคนิคการนำเสนองาน อภัยลักษณ์ ต้นตระกูลตันติชัย ที่ปรึกษาภาพลักษณ์อันดับต้นของเอเชีย	
วันอังคารที่ 14 มิถุนายน 59	การติดตามและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ / ฝึกปฏิบัติ (Monitoring and Evaluation of Public Relations) อ.ที่ปรึกษาหลักสูตร (ผศ.ดร.พนม คลี่ฉายา) / ผู้ช่วยวิทยากร / ผู้บริหารหลักสูตร		
วันพุธที่ 15 มิถุนายน 59	ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดทำรายงาน อ.ที่ปรึกษาหลักสูตร (ผศ.ดร.พนม คลี่ฉายา) / ผู้ช่วยวิทยากร / ผู้บริหารหลักสูตร		
วันพฤหัสบดีที่ 16 มิถุนายน 59	ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดทำรายงาน อ.ที่ปรึกษาหลักสูตร (ผศ.ดร.พนม คลี่ฉายา) / ผู้ช่วยวิทยากร / ผู้บริหารหลักสูตร		
วันศุกร์ ที่ 17 มิถุนายน 59	ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดทำรายงาน อ.ที่ปรึกษาหลักสูตร (ผศ.ดร.พนม คลี่ฉายา) / ผู้ช่วยวิทยากร / ผู้บริหารหลักสูตร		
สัปดาห์ที่เจ็ด			
วันจันทร์ ที่ 20 มิถุนายน 59	ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดทำรายงาน อ.ที่ปรึกษาหลักสูตร (ผศ.ดร.พนม คลี่ฉายา) / ผู้ช่วยวิทยากร / ผู้บริหารหลักสูตร		
วันอังคาร ที่ 21 มิถุนายน 59	นำเสนอผลงานและวิพากษ์ผลงานการศึกษาดูงาน โดย อ.ที่ปรึกษาหลักสูตร (ผศ.ดร.พนม คลี่ฉายา) / รปส. (ดร.จรรยา ไชยสร) / ผอ.สปช.	ฝึกปฏิบัติปรับแก้การจัดทำรายงาน อ.ที่ปรึกษาหลักสูตร (ผศ.ดร.พนม คลี่ฉายา) / ผู้ช่วยวิทยากร / ผู้บริหารหลักสูตร	
วันพุธที่ 22 มิถุนายน 59	ฝึกปฏิบัติปรับแก้การจัดทำรายงาน อ.ที่ปรึกษาหลักสูตร (ผศ.ดร.พนม คลี่ฉายา) / ผู้ช่วยวิทยากร / ผู้บริหารหลักสูตร	ประชาคมอาเซียนกับงานประชาสัมพันธ์ (The ASEAN Community and PR Activities) อ.วันเพ็ญ อัทธตัน ผู้อำนวยการสำนักการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ กรมประชาสัมพันธ์	

เวลา \ วัน	09.00 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.	
วันพฤหัสบดีที่ 23 มิถุนายน 59	กิจกรรมสร้างเสริมประสบการณ์นักศึกษาสัมพันธ์ (ฝึกทักษะการร้องเพลง) อ.วินัย พันธุรักษ์	กิจกรรมสร้างเสริม ประสบการณ์ นักศึกษาสัมพันธ์ (ฝึกทักษะลีลาศ) อ.ถวิล ปานศรี / อ.มารุต ปานศรี	18.00 - 21.00 น.
			กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ / ฝึกปฏิบัติ วิทยากร 5 คน
วันศุกร์ที่ 24 มิถุนายน 59	คุณธรรม จริยธรรม นักศึกษาสัมพันธ์ อ.ด้านกฎหมายสื่อสารมวลชน มสธ.	พิธีปิดการฝึกอบรม / มอบใบประกาศ ทดสอบ Post-test / ประเมินผลท้ายหลักสูตร	

หมายเหตุ เวลา 10.30 – 10.45 น. / 14.30-14.45 พักรับประทานอาหารว่างและเครื่องดื่ม
เวลา 12.00 – 13.00 น. พักรับประทานอาหารกลางวัน
เวลา 17.00 – 18.00 น. พักรับประทานอาหารเย็น

*** สถาบันฯ**

ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงข้อมูล ทั้งนี้เพื่อความเหมาะสมและประโยชน์สูงสุดของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

Updated ณ 19 เม.ย. 59
นางสาวเกษศิริรินทร์ อภิรัตน์วงศ์

กำหนดการเดินทาง

เข้าร่วมกิจกรรม “ การเสริมสร้างพัฒนาทีมงานด้านการประชาสัมพันธ์สำหรับผู้บริหารระดับกลาง ”

หลักสูตร “ Strategic PR Management ” รุ่นที่ 10

ระหว่างวันที่ 11 - 13 พฤษภาคม 2559

ณ โรงแรม รอยัลฮิลส์ กอล์ฟ รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดนครนายก

วันพุธที่ 11 พฤษภาคม 2559

เวลา 08.30 น. - ผู้เข้าอบรมลงชื่อ/ รับชุดอาหารเช้า

เวลา 09.00 น. - ผู้เข้าอบรมพร้อมออกเดินทางไปยังจังหวัดนครนายก

เวลา 11.30 น. - เดินทางถึงโรงแรม รอยัลฮิลส์ กอล์ฟ รีสอร์ท แอนด์ สปา / เช็คอินเข้าที่พัก

เวลา 12.00 น. - รับประทานอาหารกลางวันบุฟเฟต์ ณ ห้องอาหาร

เวลา 13.00 น. - ร่วมกันที่หอประชุมพุดตาล

- รับฟังปฐมนิเทศ

- กิจกรรมสร้างบรรยากาศ

- กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์/แบ่งทีม

เวลา 15.00 น. - พักรับประทานอาหารว่าง

- กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์/แบ่งทีม

เวลา 16.00 น. - กลับเข้าที่พัก / พักผ่อนตามอัชฌาศัย

เวลา 17.30 น. - กิจกรรมกราฟชีวิต/ พิธีบายศรีสู่ขวัญ

โดย ผู้อำนวยการสถาบันการประชาสัมพันธ์ เป็นประธาน

เวลา 18.30 น. - รับประทานอาหารเย็น

- เข้าที่พัก/ พักผ่อนตามอัชฌาศัย

วันพฤหัสบดีที่ 12 พฤษภาคม 2559

เวลา 07.00 น. - ตื่นนอน

เวลา 08.00 น. - รับประทานอาหารเช้า

เวลา 09.00 น. - กิจกรรมสร้างบรรยากาศ

- กิจกรรมปรับกระบวนทัศน์

เวลา 10.30 น. - พักรับประทานอาหารว่าง

- กิจกรรมเชิงปฏิบัติการสู่เป็นเลิศในการทำงานเป็นทีม

เวลา 12.00 น. - รับประทานอาหารกลางวัน (บุฟเฟต์)

เวลา 13.00 น. - กิจกรรม Walk Rally

เวลา 16.00 น. - สรุปกิจกรรม

เวลา 18.00 น. - รับประทานอาหารเช้า

- ปรำตี้ “ Cowboy & Cowgirl Night Party ” ณ ห้องอาคารเทอเรซ

เวลา 23.00 น. - พักผ่อนตามอัธยาศัย

วันศุกร์ที่ 13 พฤษภาคม 2559

เวลา 07.00 น. - ตื่นนอน

เวลา 08.00 น. - รับประทานอาหารเช้า

เวลา 09.00 น. - กิจกรรมสร้างบรรยากาศ -กิจกรรมสร้างฝัน / ฝ่าฟันปัญหา / พันธะสัญญา

เวลา 10.30 น. - พักรับประทานอาหารว่าง

- กิจกรรมเลือกประธานรุ่น และคณะกรรมการรุ่น “ Strategic PR Management” รุ่นที่ 10

เวลา 12.00 น. - รับประทานอาหารกลางวัน (บุฟเฟต์)

เวลา 13.30 น. - ออกเดินทางกลับสู่สถาบันการประชาสัมพันธ์

เวลา 16.00 น. - ถึงสถาบันการประชาสัมพันธ์ กรุงเทพมหานคร โดยสวัสดิภาพ

หมายเหตุ ผู้เข้ารับการอบรมโปรดเตรียมสิ่งของสำหรับการเข้าค่าย ดังต่อไปนี้

1. กิจกรรมกลางแจ้ง Walk Rally การแต่งกาย - เสื้อแขนยาว/ สวมกางเกงยีนส์ได้ / ถุงเท้า/ รองเท้าผ้าใบ / หมวกกันแดด/ แว่นตากันแดด / โลชั่นกันแดด
2. กิจกรรมงาน “Cowboy & Cowgirl Night Party ” (มีการประกวด Lady &Gentlemen “Cowboy & Cowgirl Night Party” ชิงรางวัลใหญ่จาก ผอ.สปช.)
 - เสื้อผ้าแฟชั่นสีสันสดใส สไตล์ Cowboy
 - Accessory ประกอบการแต่งกายเต็มที่ เช่น หมวก วิกผม แว่นตา ผ้าพันคอ ฯลฯ
3. ของใช้อื่นๆ ยาประจำตัว/ พัด/ รองเท้าแตะ

หมายเหตุ

- ** ไม่ควรนำของมีค่าติดตัวมาในการเข้าค่ายทำกิจกรรม
- ** ท่านใดมีข้อจำกัดได้โปรดกรุณาแจ้งเจ้าหน้าที่คณะทำงาน/ วิทยากร
- ** ตารางกิจกรรมอาจปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสม



หลักสูตร “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์” รุ่นที่ 10 “Strategic PR Management”

ระหว่างวันที่ 10 พฤษภาคม – 24 มิถุนายน พ.ศ. 2559
จัดโดย สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

1. หลักการและเหตุผล

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ เป็นหน่วยงานภาครัฐที่มีภารกิจในการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ และสื่อสารมวลชนให้มีความรู้ตามหลักวิชาการและเพิ่มพูนทักษะในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ให้อยู่ในระดับมืออาชีพที่มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของสังคม โดยการจัดหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรภาครัฐ และผู้สนใจทั่วไปที่ประสงค์จะเข้ารับการฝึกอบรมเพื่อนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ในองค์กร

จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ ทำให้บุคลากรที่มีหน้าที่รับผิดชอบงานด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่างๆ จำเป็นต้องพัฒนาตนเองเพื่อให้ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ในยุคโลกาภิวัตน์

ด้วยเหตุผลดังกล่าว สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ จึงได้จัดหลักสูตร “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์” (Strategic PR Management) รุ่นที่ 10 ขึ้น เพื่อการพัฒนาบุคลากรทั้งภาครัฐและผู้สนใจทั่วไปให้มีความรู้และทักษะในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัย มีกลยุทธ์ในการใช้สื่อที่หลากหลายช่องทางเพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางและทั่วถึงมากที่สุด

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ และการตลาดเชิงธุรกิจ ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ที่ก้าวทันโลกยุคใหม่

2.2 เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถด้านการประชาสัมพันธ์ในแบบสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนารูปแบบงานประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัย เกิดประสิทธิผลสูงสุดต่อตนเองและหน่วยงาน

2.3 เพื่อส่งเสริมให้มีการสร้างเครือข่ายและการประสานงานระหว่างหน่วยงาน เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างกัน

3. กลุ่มเป้าหมาย

ข้าราชการพลเรือน ทหาร ตำรวจ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน ที่ปฏิบัติหน้าที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ขององค์กร



4. คุณสมบัติของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

ผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรหรือปฏิบัติงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนโดยต้องดำรงตำแหน่งปัจจุบันไม่น้อยกว่า 2 ปี นับถึงวันเปิดการอบรม และมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

- 4.1 ข้าราชการพลเรือน ตำแหน่งประเภทวิชาการ ระดับชำนาญการ หรือเทียบเท่าขึ้นไป
- 4.2 ข้าราชการทหาร ยศเทียบเท่าพันโท นาวาโท นาวาอากาศโท ขึ้นไป
- 4.3 ข้าราชการตำรวจ ยศพันตำรวจโท ขึ้นไป
- 4.4 พนักงานองค์กรอิสระและรัฐวิสาหกิจที่มีตำแหน่งเทียบเท่าผู้บริหารระดับต้น
- 4.5 ผู้แทนหน่วยงานภาคเอกชน
- 4.6 ไม่เคยผ่านการอบรมหลักสูตร “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์” (Strategic PR Management) ที่จัดโดยสถาบันการประชาสัมพันธ์มาก่อน
- 4.7 มีร่างกายสมบูรณ์ แข็งแรง ไม่มีโรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคในการเข้ารับการฝึกอบรม
- 4.8 เข้ารับการฝึกอบรมเต็มเวลา ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของระยะเวลาฝึกอบรมที่กำหนดในหลักสูตร
- 4.9 ปฏิบัติตามกฎระเบียบของผู้เข้ารับการฝึกอบรมตามที่สถาบันการประชาสัมพันธ์กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด

5. จำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรม

จำนวน 40 คน (ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ จำนวน 20 คน และจากหน่วยงานภายนอก จำนวน 20 คน)

6. โครงสร้างหลักสูตร

การฝึกอบรมแบ่งเป็น 4 หมวดวิชา รวมเวลาทั้งสิ้น 222 ชั่วโมง ดังนี้

- 6.1 หมวดความรู้ทั่วไป จำนวน 24 ชั่วโมง
- 6.2 หมวดการประชาสัมพันธ์ และสื่อสารมวลชน จำนวน 63 ชั่วโมง
- 6.3 หมวดกิจกรรมพิเศษ จำนวน 78 ชั่วโมง
- 6.4 หมวดการสร้างเสริมประสบการณ์เชิงประจักษ์ (การศึกษาดูงาน) จำนวน 57 ชั่วโมง

7. รายละเอียดหลักสูตร

7.1. หมวดความรู้ทั่วไป จำนวน 24 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ด้านการบริหารองค์กร และความรู้ด้านอื่นๆ ที่ช่วยเสริมความรู้ที่เกี่ยวข้องกับหลักการแนวคิดต่างๆ อันเป็นองค์ประกอบของงานประชาสัมพันธ์ มีรายละเอียดหัวข้อวิชา ดังนี้

7.1.1 การคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Thinking) (3) ขอบเขต ทางเลือกในเชิงความคิด ความคิดเชิงบวก กระบวนการ รูปแบบ และการพัฒนาเครื่องมือทางความคิด การบูรณาการความคิดอย่างสร้างสรรค์

7.1.2 ทักษะการเป็นผู้นำด้านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR of Leadership Skills) (3) ความหมาย หลักการ ทฤษฎี ความสำคัญ แนวคิด และบทบาทผู้นำด้านกลยุทธ์ในงานประชาสัมพันธ์

7.1.3 คุณธรรม จริยธรรม นักประชาสัมพันธ์ (3) ความหมาย ความสำคัญ หลักการ การปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ตามหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ



7.1.4 การพัฒนาบุคลิกภาพนักประชาสัมพันธ์ (3) การพัฒนาบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับลักษณะงาน การพัฒนาความคิด อารมณ์ จิตใจ การบริหารจัดการความเครียด และการพัฒนาบุคลิกภาพภายนอก

7.1.5 หลักการตลาดและการตลาดเชิงกลยุทธ์ (Principle of Marketing and Marketing Strategy) (6) ความหมาย หลักการ แนวคิด การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง การจัดทำแผนการตลาดพร้อมทั้งฝึกปฏิบัติ

7.1.6 ความเท่าเทียมทางเพศกับการขับเคลื่อนสังคม (Gender Equality and Mobilization of Society) (3) ความหมาย หลักการ แนวคิดความเท่าเทียมทางเพศ การให้ความสำคัญต่อการยกระดับเพศหญิง และการเคารพต่อเพศวิถีที่หลากหลาย เช่น เพศที่สาม ในฐานะผู้มีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนสังคม และแนวโน้มเกี่ยวกับความเท่าเทียมทางเพศในปัจจุบันและอนาคต

7.1.7 ประชาคมอาเซียนกับงานประชาสัมพันธ์ (The ASEAN Community and PR Activities) (3) รูปแบบ วิธีการ ลักษณะงานประชาสัมพันธ์ของประเทศอาเซียน การสร้างความร่วมมือ ช่องทางการสื่อสาร จุดอ่อน-จุดแข็งด้านงานประชาสัมพันธ์ของไทยต่อภูมิภาคอาเซียน

7.2 หมวดการประชาสัมพันธ์ และสื่อสารมวลชน จำนวน 63 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด ทั้งในด้านกลยุทธ์ วิธีการวางแผน กระบวนการปฏิบัติงาน การประเมิน การรู้จักคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ และนำข้อมูลความรู้มาบูรณาการในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7.2.1 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ (Strategic PR and Communications) (6) ความหมาย รูปแบบ เครื่องมือที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์เชิงรุก การสร้างกลยุทธ์ในงานประชาสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ วางแผน การบริหารจัดการบูรณาการองค์ความรู้ในการสื่อสาร การเจรจาต่อรอง โดยใช้กรณีศึกษาและบทบาทสมมติ พร้อมทั้งฝึกปฏิบัติ

7.2.2 การบริหารจัดการสื่อใหม่ด้านประชาสัมพันธ์และการตลาด (New Media for PR and Marketing Management) (3) ความหมาย แนวคิด การบริหารจัดการข้อมูลสารสนเทศ เครื่องมือการตลาดและประชาสัมพันธ์ยุคใหม่ การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับการประชาสัมพันธ์ การนำข้อมูลเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ไปใช้งาน การวางแผนการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการประชาสัมพันธ์ การประเมินผล

7.2.3 การประชาสัมพันธ์กับการสร้างภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image for Public Relations) (6) หลักการ รูปแบบ และวิธีการเลือกใช้สื่อทางการตลาด เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์และการจดจำองค์กร การสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Community Relations) การประชาสัมพันธ์พร้อมกรณีศึกษาและฝึกปฏิบัติ

7.2.4 ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) (6) นิยาม องค์ประกอบ รูปแบบ การวิเคราะห์และกำหนดกิจกรรมเพื่องาน CSR พร้อมกรณีศึกษา

7.2.5 การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต (Crisis Public Relations) (3) ความหมาย ประเภท องค์ประกอบ การจัดการ การวิเคราะห์ และวางแผน การเตรียมความพร้อมการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต การติดตามประเมินผล ฝึกปฏิบัติหรือกรณีศึกษา



7.2.6 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management : CRM) (3) ความหมาย แนวคิด วัตถุประสงค์ หลักการสำคัญในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า กลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาด การสร้างเครือข่ายทางการตลาด

7.2.7 การเสวนาทางวิชาการในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน (6) การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ แนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์ยุคใหม่ระหว่างนักวิชาการ และผู้มีประสบการณ์ตรง

7.2.8 การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ (Integrated Marketing Communication : IMC) (6) หลักการ แนวคิด การวิเคราะห์ เครื่องมือทางการตลาด การสื่อสาร การวางแผนสามารถกำหนดรูปแบบ การบูรณาการประชาสัมพันธ์และการตลาด การใช้ IT และเครื่องมือสื่อสารการตลาดยุคใหม่ การจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action plan) พร้อมทั้งฝึกปฏิบัติ

7.2.9 การสร้างตราสินค้าในงานประชาสัมพันธ์ (Brand and Branding) (6) ความหมาย หลักการ แนวคิด ทฤษฎี ความสำคัญ และกระบวนการในการสร้างตราสินค้า และฝึกปฏิบัติ

7.2.10 การบริหารจัดการกิจกรรมประชาสัมพันธ์ (PR Event Management) (3) การบริหารจัดการ ความสำคัญ การนำความคิดสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้รูปแบบและเทคนิค การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ การสรุปผล

7.2.11 การติดตามและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ (Monitoring and Evaluation of Public Relations) (6) ความจำเป็น วิธีดำเนินการ รูปแบบการประเมิน กรณีศึกษาและฝึกปฏิบัติ

7.2.12 กลยุทธ์การรณรงค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ (PR Campaign Strategy) (3) ความหมาย ความสำคัญ วัตถุประสงค์และประโยชน์ของการรณรงค์ทางการประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์การวางแผนการรณรงค์ทางการประชาสัมพันธ์ การเลือกใช้สื่อและกิจกรรมที่เหมาะสม

7.2.13 กลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาด (Competitive Marketing Strategy) (3) ความหมาย หลักการ แนวคิด ทฤษฎี ความสำคัญ กระบวนการในการแข่งขันทางการตลาด และการประเมินผล

7.2.14 การบริการเชิงการตลาด (Service Marketing) (3) ความหมาย หลักการ แนวคิด การแบ่งกลุ่มประเภทสินค้าบริการ การจัดการบริการประเภทต่างๆ คุณภาพงานบริการ การรักษาคุณภาพให้ได้มาตรฐาน ส่วนประสมทางการตลาด ผลตอบแทนของธุรกิจและบริการ ความสัมพันธ์ระหว่างงานบริการและกำไร

7.3 หมวดกิจกรรมพิเศษ จำนวน 78 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ การเรียนรู้ การทำงานเป็นทีม การเสริมสร้างพัฒนาทีมงาน ในองค์กร การสร้างและพัฒนาภาวะผู้นำองค์กร

7.3.1 ลงทะเบียน / พิธีเปิด / ปฐมนิเทศ / Pre-test (3)

7.3.2 กิจกรรมสร้างความคุ้นเคย (3) การทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อสร้างความรู้จัก ความคุ้นเคย ความสามัคคีระหว่างผู้เข้ารับการฝึกอบรม ก่อนเข้ารับการฝึกอบรมในเนื้อหาของหลักสูตร

7.3.3 กิจกรรมเสริมสร้างพัฒนาทีมงานการประชาสัมพันธ์สำหรับผู้บริหารระดับกลาง (24) ภาวะผู้นำ การทำงานเป็นทีม การสร้างมนุษยสัมพันธ์ การสื่อสารภายใน การสร้างเครือข่าย



7.3.4 ประชุมกลุ่มเพื่อเตรียมความพร้อมการจัดเสวนา (3)

7.3.5 ประชุมกลุ่มเตรียมงานการศึกษาดูงานในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน (3)

7.3.6 กิจกรรมสร้างเสริมประสบการณ์นักศึกษาสัมพันธ์ (ฝึกทักษะการร้องเพลง) (3)

7.3.7 กิจกรรมสร้างเสริมประสบการณ์นักศึกษาสัมพันธ์ (ฝึกทักษะลีลาศ) (3) การใช้ทักษะด้านการลีลาศ และการนำเสนอต่อสาธารณชนของนักศึกษาสัมพันธ์ และฝึกปฏิบัติลีลาศเข้าจังหวะ

7.3.8 ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูล การจัดทำรายงาน นำเสนอผลงาน และวิพากษ์ผลงานจากการศึกษาดูงาน (30)

7.3.9 กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ (3)

7.3.10 ประเมินท้ายหลักสูตร / Post-test / พิธีมอบประกาศนียบัตร / พิธีปิด (3)

7.4 หมวดการสร้างเสริมประสบการณ์เชิงประจักษ์ (การศึกษาดูงาน) จำนวน 57 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อเป็นการเพิ่มพูนประสบการณ์ และเปิดโลกทัศน์ด้านการบริหารจัดการสื่อขององค์กร การบริหารภาพลักษณ์องค์กรในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน ด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์เชิงการตลาด การสร้างภาพลักษณ์องค์กร ความรับผิดชอบต่อสังคม การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต และสามารถนำมาพัฒนางานใหม่โดยมีการประยุกต์ให้เข้ากับองค์กร และสร้างความสัมพันธ์ด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนกับองค์กรชั้นนำ และการทำกิจกรรมเพื่อสังคม

8. วิทยากรผู้บรรยาย

วิทยากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่มีความเหมาะสมในแต่ละหัวข้อวิชา ทั้งจากกรมประชาสัมพันธ์ และจากหน่วยงานภายนอกที่ได้รับการยอมรับ และเชื่อถืออย่างกว้างขวาง

9. รูปแบบการฝึกอบรม

9.1 การบรรยาย กรณีศึกษา และอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยเน้นการเรียนรู้แบบผู้ใหญ่ และการมีส่วนร่วม

9.2 การฝึกปฏิบัติและการนำเสนอ

9.3 การศึกษาดูงานในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน

9.4 การวิเคราะห์และสังเคราะห์ ตลอดจนการจัดทำเอกสารวิชาการ



10. ผลสัมฤทธิ์ของโครงการที่คาดหวัง และตัวชี้วัด

ผลลัพธ์ ผู้ผ่านการฝึกอบรมสามารถปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์แบบมืออาชีพ มีมาตรฐาน ทันสมัย และสามารถสร้างนวัตกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ใหม่ๆ รวมทั้งมีเครือข่ายด้านการประชาสัมพันธ์ที่กว้างขวาง

ผลผลิต	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การวัด
1. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมผ่านเกณฑ์การฝึกอบรมที่กำหนดตามหลักสูตร	ร้อยละของผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีคุณสมบัติตามเกณฑ์การประกันคุณภาพการฝึกอบรมของสถาบันการประชาสัมพันธ์	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80
2. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น	ร้อยละของผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80
3. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้และทักษะในการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์มากขึ้น	ร้อยละของผู้เข้ารับการฝึกอบรมผ่านการทดสอบความรู้ตามหลักสูตรที่กำหนด	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 70

11. ระยะเวลาดำเนินการ

ระหว่างวันที่ 10 พฤษภาคม – 24 มิถุนายน 2559 (รวมศึกษาดูงานในประเทศ 5 วัน 4 คืน)

12. สถานที่ฝึกอบรม

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

13. ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม

จำนวนเงิน 2,920,000 บาท

13.1 เงินงบประมาณโครงการพัฒนาบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 จำนวน 1,540,000 บาท แบ่งเป็น

- ค่าลงทะเบียน จำนวน 20 คน ๆ ละ 69,000 บาท เป็นเงิน 1,380,000 บาท

- ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง (ภูมิภาค) จำนวน 20 คน คนละ 8,000 บาท เป็นเงิน 160,000 บาท

13.2 ค่าลงทะเบียนจากบุคคลภายนอก จำนวน 20 คน คนละ 69,000 บาท เป็นเงิน 1,380,000 บาท

14. การประเมินผลและติดตามผล

14.1 ทำแบบทดสอบก่อนการฝึกอบรมและหลังการฝึกอบรม

14.2 สังเกตการณ์ การมีส่วนร่วม และการเรียนรู้ของผู้เข้ารับการฝึกอบรมระหว่างการฝึกอบรม

14.3 กรอบแบบประเมินผลรายวิชาเพื่อประเมินเนื้อหา วิทยากร และวิธีการฝึกอบรม เมื่อเสร็จสิ้นการฝึกอบรมทุกวิชา

14.4 กรอบแบบประเมินหลักสูตร เมื่อเสร็จสิ้นการอบรม



15. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

15.1 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องในหลักวิชาการการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ การประชาสัมพันธ์แบบมีอาชีพ โดยใช้สื่อยุคใหม่ (New media) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

15.2 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความมั่นใจในศักยภาพของตนเองในการเป็นนักประชาสัมพันธ์ในทางสร้างสรรค์ สามารถพัฒนารูปแบบงานประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัย ก่อให้เกิดผลดีต่อตนเอง และหน่วยงาน ตลอดจน ประเทศชาติ

15.3 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมสามารถสร้างเครือข่ายและประสานงานระหว่างหน่วยงานอย่างมีความเข้าใจ อันดีระหว่างกัน ช่วยให้เกิดความร่วมมือและสามารถบูรณาการการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
