



หลักสูตร “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์” รุ่นที่ 12 “Strategic PR Management”

ระหว่างวันที่ 7 พฤษภาคม – 22 มิถุนายน พ.ศ. 2561

จัดโดย สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

1. หลักการและเหตุผล

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ เป็นหน่วยงานภาครัฐที่มีภารกิจในการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ และสื่อสารมวลชนของกรมประชาสัมพันธ์ หน่วยงานภาครัฐ องค์กรอิสระ ภาคเอกชน และประชาชนทั่วไป ให้มีความรู้ตามหลักวิชาการและเพิ่มพูนทักษะในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ให้อยู่ในระดับมืออาชีพที่มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของสังคม โดยการจัดหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรภาครัฐ องค์กรอิสระ ภาคเอกชน และประชาชนทั่วไปที่มีคุณสมบัติตรงตามที่หลักสูตรกำหนด และประสงค์จะเข้ารับ การฝึกอบรมเพื่อนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ในองค์กร และเพิ่มศักยภาพในการทำงานของตนเอง

จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ ทำให้บุคลากรที่มีหน้าที่รับผิดชอบงานด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่างๆ จำเป็นต้องพัฒนาตนเองเพื่อให้ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล

ด้วยเหตุผลดังกล่าว สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ จึงได้จัดหลักสูตร “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์” (Strategic PR Management) รุ่นที่ 12 ขึ้น เพื่อการพัฒนาบุคลากรทั้งภาครัฐ องค์กรอิสระ ภาคเอกชน และประชาชนทั่วไป ให้มีความรู้และทักษะในการวางแผนและสามารถออกแบบกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภายใต้บริบทต่าง ๆ ให้ประสบความสำเร็จ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ทั้งกับตนเองและองค์กรได้จริง

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ ความเข้าใจ และทักษะในการวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล

2.2 เพื่อเสริมศักยภาพการคิดเชิงกลยุทธ์ เชิงสร้างสรรค์และเชิงบูรณาการ เพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดต่อตนเองและหน่วยงาน

2.3 เพื่อส่งเสริมให้มีการสร้างเครือข่ายและการประสานงานระหว่างหน่วยงาน เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างกัน

3. กลุ่มเป้าหมาย

ข้าราชการพลเรือน ทหาร ตำรวจ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน ที่ปฏิบัติหน้าที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ขององค์กร



4. คุณสมบัติของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

ผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรหรือปฏิบัติงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนโดยต้องดำรงตำแหน่งปัจจุบันไม่น้อยกว่า 2 ปี นับถึงวันเปิดการอบรม และมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

- 4.1 ข้าราชการพลเรือน ตำแหน่งประเพณีวิชาการ 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 15 คน และจากหน่วยงานภายนอก จำนวน 25 คน)

6. โครงสร้างหลักสูตร

การฝึกอบรมแบ่งเป็น 4 หมวดวิชา รวมเวลาทั้งสิ้น 222 ชั่วโมง ดังนี้

- | | |
|--|------------------|
| 6.1 หมวดความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ | จำนวน 24 ชั่วโมง |
| 6.2 หมวดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ | จำนวน 66 ชั่วโมง |
| 6.3 หมวดสร้างเสริมทักษะนักวางแผนกลยุทธ์ | จำนวน 12 ชั่วโมง |
| 6.4 หมวดกิจกรรมพิเศษ | จำนวน 72 ชั่วโมง |
| 6.5 หมวดสร้างเสริมประสบการณ์เชิงประจักษ์ (การศึกษาดูงาน) | จำนวน 48 ชั่วโมง |

7. รายละเอียดหลักสูตร

7.1. หมวดความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 24 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ด้านการบริหารงานประชาสัมพันธ์ กระบวนการคิด วัฒนธรรมการสื่อสาร และความรู้ด้านอื่นๆ ที่ช่วยเสริมความรู้ที่เกี่ยวข้องกับหลักการแนวคิดต่างๆ อันเป็นองค์ประกอบของงานประชาสัมพันธ์ มีรายละเอียดหัวข้อวิชา ดังนี้

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



7.1.2 การคิดเชิงสร้างสรรค์และการบริหารทัศนคติ (3) การคิดนอกกรอบวิธีการมองปัญหา หรือสถานการณ์ในรูปแบบใหม่ องค์ประกอบของการคิดเชิงสร้างสรรค์ การสร้างแรงขับเคลื่อนจากภายในบุคคลเพื่อ สร้างทัศนคติเชิงบวก การพัฒนาทักษะในการบูรณาการความคิดอย่างสร้างสรรค์เพื่อการดำรงชีวิตและการทำงาน

7.1.3 การคิดเชิงกลยุทธ์ (3) กระบวนการและวิธีคิดที่นำไปสู่การบรรลุเป้าหมายในชีวิติ และ การทำงานประชาสัมพันธ์ การเสริมสร้างทักษะการคิดเชิงกลยุทธ์ด้วยตนเองด้วยวิธีการสังเกต สังเคราะห์ การประเมินสถานการณ์ภายในและภายนอกองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์ขององค์กร การจัดลำดับ ความสำคัญ การแสวงหามุมมอง ทางเลือก โอกาส และผลลัพธ์ที่แตกต่าง

7.1.4 การสร้างภาวะผู้นำ (3) แนวคิดเกี่ยวกับผู้นำ วิธีการสร้างภาวะผู้นำ บทบาทผู้นำด้านกล ยุทธ์ประชาสัมพันธ์ คุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพของนักกลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์

7.1.5 การประชาสัมพันธ์เชิงบูรณาการ (6) หลักการและแนวทางในการบูรณาการกลยุทธ์ การประชาสัมพันธ์เชิงรุกและเชิงรับในสังคมดิจิทัล ทั้งการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด การสร้างแบรนด์องค์กร การจัดการประเด็น และการจัดการความเสี่ยงเพื่อผลสัมฤทธิ์ในการสร้างและรักษา ภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร

7.1.6 การสื่อสารในสังคมพหุวัฒนธรรม (3) แนวคิดและลักษณะของสังคมพหุวัฒนธรรม ปัจจัยทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการสื่อสารและพฤติกรรมของคนในสังคมไทย การสร้างสมรรถนะการสื่อสาร ระหว่างวัฒนธรรม

7.1.7 แนวโน้มและสถานการณ์การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล (3) แนวโน้มและสถานการณ์ การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ของโลก อาเซียน และประเทศไทย นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านภาพลักษณ์ ของประเทศไทย ลักษณะการสื่อสารของคนไทยในยุคดิจิทัลที่ส่งผลต่อการประชาสัมพันธ์องค์กร กฎหมาย ที่เกี่ยวข้องกับสื่อดิจิทัล

7.2 หมวดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ จำนวน 66 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาดในยุคดิจิทัล ทั้งในด้าน กลยุทธ์ วิธีการวางแผน กระบวนการปฏิบัติงาน การประเมิน การรู้จักคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ และนำข้อมูลความรู้ มาบูรณาการในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีรายละเอียดหัวข้อวิชา ดังนี้

7.2.1 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ (Strategic PR and Communications) (6) ความหมาย รูปแบบ เครื่องมือที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์เชิงรุก การสร้างกลยุทธ์ในงานประชาสัมพันธ์ และ การวิเคราะห์ วางแผน การบริหารจัดการบูรณาการองค์ความรู้ในการสื่อสาร การเจรจาต่อรอง โดยใช้กรณีศึกษา และบทบาทสมมุติ พร้อมทั้งฝึกปฏิบัติ

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



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

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

7.2.5 การประชาสัมพันธ์กับการสร้างภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image for Public Relations) (6) หลักการ รูปแบบ และวิธีการเลือกใช้สื่อทางการตลาดประเภทต่าง ๆ เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์และการจดจำองค์กร การสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Community Relations) การประชาสัมพันธ์ พร้อมกรณีศึกษาและฝึกปฏิบัติ

7.2.6 การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต (Crisis Public Relations) (3) ความหมาย ประเภทองค์ประกอบ การจัดการ การวิเคราะห์ และวางแผน การเตรียมความพร้อมการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต การติดตามประเมินผล ฝึกปฏิบัติหรือกรณีศึกษา

7.2.7 การตลาดธุรกิจบริการ (Service Marketing) (3) ความหมาย หลักการ แนวคิด การแบ่งกลุ่มประเภทสินค้าบริการ การจัดการบริการประเภทต่างๆ คุณภาพงานบริการ การรักษาคุณภาพให้ได้มาตรฐาน ส่วนประสมทางการตลาดแบบธุรกิจบริการ ผลตอบแทนของธุรกิจและบริการ ความสัมพันธ์ระหว่างงานบริการและกำไร

7.2.8 กลยุทธ์การสร้างและสื่อสารแบรนด์องค์กร (6) แนวคิดเกี่ยวกับแบรนด์ภายในและแบรนด์องค์กร การจัดทำ Profile องค์กร วิธีการและปฏิบัติการสร้างและสื่อสารแบรนด์ภายในและแบรนด์องค์กร ให้ประสบผลสำเร็จ

7.2.9 การออกแบบเนื้อหาเพื่อการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ (6) แนวคิดการออกแบบเนื้อหาที่เข้าถึงและครองใจผู้รับสารออนไลน์ ทั้งการวิเคราะห์คำ วิจัยคิด การใช้ภาษาของผู้รับสาร เพื่อการออกแบบโครงสร้างเนื้อหา การเลือกคำและภาษา ข้อมูลสนับสนุน รูปแบบการสนทนาและเทคนิคเล่าเรื่อง

7.2.10 การรณรงค์และออกแบบกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ (6) ลักษณะสำคัญของการรณรงค์ทางการประชาสัมพันธ์ การปฏิบัติการวางแผนรณรงค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ให้ประสบความสำเร็จ รวมทั้งการวางแผนสื่อ เทคนิคการออกแบบกิจกรรมวิธีการติดตามและประเมินผล

7.2.11 การบริหารโครงการและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ (6) หลักการและแนวทางในการบริหารโครงการและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ การออกแบบวิธีการติดตามและประเมินผลโครงการ และกิจกรรมทางสื่อออนไลน์



7.2.12 การเสวนาทางวิชาการในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ร่วมสมัย
(6) การอภิปราย แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ขององค์กรหลากหลายประเภทในยุคปัจจุบัน แนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์ยุคใหม่ระหว่างนักวิชาการ และผู้มีประสบการณ์ตรง

7.2.13 การวิเคราะห์ผู้รับสารในสังคมพหุวัฒนธรรม (3) การวิเคราะห์ผู้รับสารในมิติของความต่างทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสื่อสาร การพัฒนากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์สำหรับผู้รับสารที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม

7.3 หมวดสร้างเสริมทักษะนักประชาสัมพันธ์ จำนวน 12 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อเสริมสร้าง และพัฒนาทักษะการนำเสนอ บุคลิกภาพ การเข้าสังคม เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีในฐานะนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ มีรายละเอียดหัวข้อวิชา ดังนี้

7.3.1 การพัฒนาบุคลิกภาพนักประชาสัมพันธ์ (3) การพัฒนาบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับลักษณะงาน การพัฒนาความคิด อารมณ์ จิตใจ การบริหารจัดการความเครียด และการพัฒนาบุคลิกภาพภายนอก

7.3.2 กิจกรรมสร้างเสริมประสบการณ์นักประชาสัมพันธ์ (ฝึกทักษะลีลาศ/การร้องเพลง) (3) การใช้ทักษะด้านการลีลาศ/การร้องเพลง และฝึกปฏิบัติ

7.3.3 เทคนิคการพูดเพื่อการนำเสนอ (6) เทคนิคการพูดในการนำเสนอในวาระงานต่าง ๆ เทคนิคการพูดเพื่อโน้มน้าวใจ รูปแบบ วิธีการ น้ำเสียง ท่าทาง อากัปกิริยา

7.4 หมวดกิจกรรมพิเศษ จำนวน 72 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ การเรียนรู้ การทำงานเป็นทีม การเสริมสร้างพัฒนาทีมงาน ในองค์กร การสร้างและพัฒนาภาวะผู้นำองค์กร

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

7.4.2 กิจกรรมสร้างความคุ้นเคย (3) การทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อสร้างความรู้จัก ความคุ้นเคย ความสามัคคีระหว่างผู้เข้ารับการฝึกอบรม ก่อนเข้ารับการฝึกอบรมในเนื้อหาของหลักสูตร

7.4.3 กิจกรรมเสริมสร้างพัฒนาทีมงานการประชาสัมพันธ์สำหรับผู้บริหารระดับกลาง (24) ภาวะผู้นำ การทำงานเป็นทีม การสร้างมนุษยสัมพันธ์ การสื่อสารภายใน การสร้างเครือข่าย

7.4.4 ประชุมกลุ่มเพื่อเตรียมความพร้อมการจัดเสวนา (6)

7.4.5 ประชุมกลุ่มเตรียมงานการศึกษาดูงานในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน (3)

7.4.6 ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดทำรายงาน โดยนำเสนอรายงานจากการศึกษา (รายบุคคล/กลุ่ม) ในประเด็นที่ผู้เรียนเป็นผู้กำหนด นำเสนอและวิพากษ์ผลงาน ฝึกปฏิบัติปรับแก้การจัดทำรายงาน (27)

7.4.7 กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ (3)

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



7.5 หมวดการสร้างเสริมประสบการณ์เชิงประจักษ์ (การศึกษาดูงาน) จำนวน 48 ชั่วโมง

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

- ศึกษาดูงานในประเทศ / ต่างประเทศ
- กำหนดผลลัพธ์ของการศึกษาดูงานให้ชัดเจน
- กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อถอดบทเรียนจากการศึกษาดูงาน
- จัดทำและนำเสนอรายงานการศึกษา (รายบุคคล/กลุ่ม) ในประเด็นที่ผู้เรียนเป็นผู้กำหนด

8. วิทยากรผู้บรรยาย

วิทยากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่มีความเหมาะสมในแต่ละหัวข้อวิชา ทั้งจากกรมประชาสัมพันธ์ และจากหน่วยงานภายนอกที่ได้รับการยอมรับ และเชื่อถืออย่างกว้างขวาง

9. รูปแบบการฝึกอบรม

- 9.1 การบรรยาย กรณีศึกษา และอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยเน้นการเรียนรู้แบบผู้ใหญ่ และการมีส่วนร่วม
- 9.2 การฝึกปฏิบัติและการนำเสนอ
- 9.3 การศึกษาดูงานในประเทศและต่างประเทศ
- 9.4 การวิเคราะห์และสังเคราะห์ ตลอดจนการจัดทำเอกสารวิชาการ

10. ผลสัมฤทธิ์ของโครงการที่คาดหวัง และตัวชี้วัด

ผลลัพธ์ ผู้ผ่านการฝึกอบรมสามารถปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์แบบมืออาชีพ มีมาตรฐาน ทันสมัย และสามารถสร้างนวัตกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ใหม่ๆ รวมทั้งมีเครือข่ายด้านการประชาสัมพันธ์ที่กว้างขวาง

ผลผลิต	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การวัด
1. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมผ่านเกณฑ์การฝึกอบรมที่กำหนดตามหลักสูตร	ร้อยละของผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีคุณสมบัติตามเกณฑ์การประกันคุณภาพการฝึกอบรมของสถาบันการประชาสัมพันธ์	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80
2. รายงานการศึกษาเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ (รายบุคคล/กลุ่ม)	รายงานการศึกษา	1 ฉบับ
3. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้และทักษะในการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์มากขึ้น	ร้อยละของผู้เข้ารับการฝึกอบรมผ่านการทดสอบความรู้ตามหลักสูตรที่กำหนด	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 70
4. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น	ร้อยละของผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80

11. ระยะเวลาดำเนินการ

ระหว่างวันที่ 7 พฤษภาคม – 22 มิถุนายน 2561 (รวมการศึกษาดูงานในประเทศและต่างประเทศ)

12. สถานที่ฝึกอบรม

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

13. ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม

ค่าลงทะเบียนฝึกอบรม คนละ 78,000 บาท (เจ็ดหมื่นแปดพันบาทถ้วน)

14. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

14.1 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องในหลักวิชาการการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ การประชาสัมพันธ์แบบมืออาชีพ โดยใช้สื่อยุคใหม่ (New media) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

14.2 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความมั่นใจในศักยภาพของตนเองในการเป็นนักประชาสัมพันธ์ในทางสร้างสรรค์ สามารถพัฒนารูปแบบงานประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัย ก่อให้เกิดผลดีต่อตนเอง และหน่วยงาน ตลอดจนประเทศไทย

14.3 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมสามารถสร้างเครือข่ายและประสานงานระหว่างหน่วยงานอย่างมีความเข้าใจ อันดีระหว่างกัน ช่วยให้เกิดความร่วมมือและสามารถบูรณาการการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ





โครงการฝึกอบรม

หลักสูตร “เทคนิคการเป็นพิธีกร” รุ่นที่ ๓๔ - ๓๕

ระหว่างวันที่ ๑๓ - ๑๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑

ระหว่างวันที่ ๕ - ๘ มิถุนายน ๒๕๖๑

จัดโดย สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

๑. หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันนี้มีหน่วยงานจำนวนมากที่บุคลากรไม่มีทักษะในการพูดในที่ชุมชน ประกอบกับบุคลากรบางคนมีภารกิจที่จะต้องทำหน้าที่ในการพูดบนเวที และมีหลายคนที่ยังขาดทักษะในการพูด ทั้งในฐานะผู้ได้รับเชิญให้พูด หรือผู้ที่ทำหน้าที่เป็นพิธีกรบนเวที

นอกจากนี้ บุคคลที่มีโอกาสได้รับเกียรติให้เป็นพิธีกรในงานต่างๆ หรือหน่วยงานที่ไม่มีพิธีกร จำเป็นที่เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานนั้นต้องทำหน้าที่ด้วยตัวเองทั้งหมด ซึ่งการพูดนั้นถ้าเป็นการพูดคุยกันธรรมดาถือว่าทุกคนทำได้ไม่ยาก แต่การพูดบนเวทีในฐานะพิธีกร โดยเฉพาะบุคคลที่ไม่มีประสบการณ์ เป็นเรื่องยากต่อการปฏิบัติทั้งการใช้คำพูด การกล่าวทักทาย การสร้างบรรยากาศ รวมถึงการแก้ปัญหาบนเวทีที่มีให้เห็นบ่อย ๆ รวมถึงบุคลิกภาพ ดังนั้น การจัดฝึกอบรมหลักสูตร เทคนิคการเป็นพิธีกร จึงเป็นประโยชน์มากทั้งในแง่การพัฒนาตนเอง การพัฒนาการพูดและการพัฒนาบุคลิกภาพ รวมถึงการยกระดับการพูดบนเวทีในฐานะพิธีกรให้เป็นมืออาชีพต่อไปในอนาคต ซึ่งจะเป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับตัวเอง และหน่วยงานต่อไป

๒. วัตถุประสงค์โครงการ

๒.๑ เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรม มีความรู้ ทักษะด้านพิธีกร สามารถพูด และทำหน้าที่พิธีกรในงานพิธีการต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง และมีหลักการ

๒.๒ เพื่อพัฒนาผู้ที่เข้าฝึกอบรมให้เกิดความมั่นใจในการทำหน้าที่พิธีกรมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งเป็นการส่งเสริมให้เกิดการประสานงาน การสร้างเครือข่าย การแลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำงานระหว่างผู้เข้าร่วมอบรมด้วยกัน และการพัฒนาบุคลิกภาพให้เหมาะสมกับหน้าที่พิธีกร

๓. กลุ่มเป้าหมาย

- ๓.๑ ผู้ที่ทำหน้าที่ด้านประชาสัมพันธ์ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และบุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์
- ๓.๒ ผู้ที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการพูดในงานต่าง ๆ ของหน่วยงานทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน
- ๓.๓ เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานที่สนใจงานด้านพิธีกร
- ๓.๔ บุคคลทั่วไป

๔. คุณสมบัติของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

- ๔.๑ มีอายุ ๑๘ ปี ขึ้นไป
 - ๔.๒ เป็นผู้ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการประชาสัมพันธ์ด้านพิธีกร และผู้เกี่ยวข้องกับการพูดบนเวที
 - ๔.๓ เป็นผู้ที่มีร่างกายสมบูรณ์แข็งแรง ไม่มีโรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคในการเข้ารับการอบรมตลอดหลักสูตร
 - ๔.๔ เป็นผู้ไม่ปฏิบัติหรือได้รับมอบหมายภารกิจอื่นใดในช่วงของการฝึกอบรม
 - ๔.๕ ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบของผู้เข้ารับการอบรม ตามที่สถาบันการประชาสัมพันธ์กำหนดไว้
- อย่างเคร่งครัด

๕. จำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรม จำนวนทั้งสิ้น ๔๐ คน

- บุคลากรกรมประชาสัมพันธ์จากส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค จำนวน ๑๐ คน
- บุคลากรจากหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ ภาคเอกชน และภาคประชาชน จำนวน ๓๐ คน

๖. โครงสร้างหลักสูตร

การฝึกอบรมแบ่งเป็น ๒ หมวดวิชา รวมระยะเวลาทั้งสิ้น ๒๑ ชั่วโมง ดังนี้

- ๖.๑ หมวดความรู้พื้นฐานสำหรับงานพิธีกร และการพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับการเป็นพิธีกร จำนวน ๖ ชั่วโมง
- ๖.๒ หมวดกิจกรรมพิเศษ ฝึกการเขียนสคริปต์ และฝึกปฏิบัติ จำนวน ๑๕ ชั่วโมง

๗. รายละเอียดหลักสูตร (รวม ๒๑ ชั่วโมง)

- ๗.๑ ความรู้พื้นฐานสำหรับงานพิธีกร ๓ ชั่วโมง
 - ความหมายและความสำคัญของพิธีกร
 - บทบาทหน้าที่ของพิธีกร
 - คุณสมบัติของพิธีกร
 - การใช้ไมโครโฟน
 - การใช้เสียงในบรรยากาศต่าง ๆ
- ๗.๒ การพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับการเป็นพิธีกร ๓ ชั่วโมง
 - บุคลิกภาพของพิธีกร
 - การเตรียมตัว เสื้อผ้า หน้าผมให้เหมาะสมกับงาน และโอกาส
 - การแสดงสีหน้า และกริยาท่าทาง (การยืน การเดิน การใช้มือ การเคลื่อนไหว)
 - การมีมนุษยสัมพันธ์ และมารยาท
- ๗.๓ การเขียนสคริปต์ และฝึกปฏิบัติ ๓ ชั่วโมง
 - การกำหนดรูปแบบ ขั้นตอน ลำดับการจัดงาน
 - การออกแบบกำหนดการในพิธีต่าง ๆ
 - เทคนิคการดึงความสนใจ/การสร้างความประทับใจ
 - การพูดภายใต้สถานการณ์ที่กำหนด
 - ปัจจัยที่ช่วยให้การพูดสัมฤทธิ์ผล
- ๗.๔ ฝึกการเตรียมความพร้อมการเป็นพิธีกร เดี่ยว/คู่ (เป็นทางการและไม่เป็นทางการ) ๓ ชั่วโมง
 - ฝึกบุคลิกภาพการเป็นพิธีกร
 - ฝึกการพูดอ่านออกเสียงที่ถูกต้องทั้งจังหวะและอักขรวิธี
 - ฝึกการใช้ไหวพริบปฏิภาณในการเป็นพิธีกร
- ๗.๕ ฝึกปฏิบัติการเป็นพิธีกรบนเวทีในงานที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ๙ ชั่วโมง

๘. วิทยากรผู้บรรยาย

ผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ด้านงานพิธีกร จากกรมประชาสัมพันธ์ และหน่วยงานภายนอก

๙. รูปแบบการฝึกอบรม

การบรรยาย ฝึกปฏิบัติ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และระดมความคิดเห็น

๑๐. ผลสัมฤทธิ์ของโครงการที่คาดหวัง และตัวชี้วัด

ผลลัพธ์ ผู้ที่ผ่านการฝึกอบรมสามารถทำหน้าที่พิธีกรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และถูกหลักการ

ผลผลิต	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การวัด
๑. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ความเข้าใจ สามารถทำหน้าที่พิธีกร ในพิธีการต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง	ร้อยละการนำเสนอผลงาน ที่นำเสนอให้วิทยากรวิพากษ์ ผ่านตามเกณฑ์	ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๐
๒. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความพึงพอใจ ในการเข้ารับการฝึกอบรม	ร้อยละของผู้เข้ารับการฝึกอบรม ที่พึงพอใจในการบริหารจัดการหลักสูตร	ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐
๓. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความตั้งใจในการเข้ารับการฝึกอบรม	ร้อยละของเวลาฝึกอบรมตลอดหลักสูตรของผู้เข้ารับการฝึกอบรมแต่ละคน	ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐

๑๑. ระยะเวลาดำเนินการฝึกอบรม

รุ่นที่ ๓๔ ระหว่างวันที่ ๑๓-๑๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑

รุ่นที่ ๓๕ ระหว่างวันที่ ๕ - ๘ มิถุนายน ๒๕๖๑

๑๒. สถานที่ฝึกอบรม

- สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ เลขที่ ๑๒๕ ซอยพหลโยธิน ๗ (อารีย์) ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ

๑๓. ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม จำนวน ๑๔๗,๐๐๐.- บาท (หนึ่งแสนแปดหมื่นเจ็ดพันบาทถ้วน)/จำนวน ๑ รุ่น

งบพัฒนาบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ จำนวน ๔๐,๐๐๐.- บาท

เงินค่าลงทะเบียน (จำนวน ๓๐ คน ๆ ละ ๔,๘๐๐.- บาท) จำนวน ๑๔๗,๐๐๐.- บาท

๑๔. การประเมินผลและติดตามผล

๑๔.๑ การซักถาม การสังเกต และการสัมภาษณ์

๑๔.๒ การฝึกปฏิบัติ การระดมความคิดเห็น และการนำเสนอผลการศึกษา

๑๔.๓ การประเมินผลรายวิชา และการประเมินผลท้ายหลักสูตร



๑๕. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๑๕.๑ ผู้เข้ารับการฝึกอบรมสามารถทำหน้าที่พิธีกรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๑๕.๒ ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้เพิ่มศักยภาพ และยกฐานะตนเองให้เป็นพิธีกรแบบมืออาชีพ

๑๕.๓ ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และแสดงความคิดเห็นระหว่างกัน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการปฏิบัติหน้าที่ต่อไปในอนาคต

๑๖. ผู้รับผิดชอบโครงการ

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์



โครงการฝึกอบรม

หลักสูตร “นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง” รุ่นที่ 58

(Public Relations Executive Program)

ระหว่างวันที่ 25 มิถุนายน – 10 สิงหาคม พ.ศ. 2561

จัดโดย สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

1. หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน ทำให้บุคลากรที่มีหน้าที่รับผิดชอบงานด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่าง ๆ จำเป็นต้องพัฒนาตนเองเพื่อให้ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร และการประชาสัมพันธ์ สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ ได้ดำเนินการจัดอบรม หลักสูตร “นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง” ต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน องค์กรทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ให้ความสำคัญแก่บทบาทการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้ก้าวทันต่อกระแสโลกาภิวัตน์ และการแข่งขันทางด้านการประชาสัมพันธ์มากยิ่งขึ้น ประกอบกับรูปแบบ และวิธีการทางด้านการประชาสัมพันธ์ ในปัจจุบันได้มีการปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ใหม่ เพื่อให้งานประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหารงานที่ได้ผลอย่างแท้จริง และตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กร และแสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสร้างศรัทธา ความเชื่อถือ และความไว้วางใจ จากสาธารณชนอีกด้วย จากสภาพการณ์ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุกมิติ นับเป็นสิ่งที่ท้าทายต่อยุทธศาสตร์การบริหารองค์กร และยังท้าทายต่อการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทั้งการประชาสัมพันธ์ และการสื่อสาร ให้เหมาะสมสอดคล้องกับสภาวะการเปลี่ยนแปลงของสังคมอีกด้วย

กรมประชาสัมพันธ์ โดยสถาบันการประชาสัมพันธ์ มีบทบาทหน้าที่ตามภารกิจหลักสำคัญในการพัฒนา และเสริมสร้างสมรรถนะบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ และสื่อสารมวลชน จึงได้ดำเนินการจัดฝึกอบรมหลักสูตร “นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง” รุ่นที่ 58 ขึ้น เพื่อสนองตอบต่อความจำเป็นในการส่งเสริม และเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถ ตลอดจนทักษะขั้นสูงด้านการบริหารงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน แก่ผู้เข้ารับการฝึกอบรม ซึ่งเป็นบุคลากรระดับผู้บริหาร ทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน ที่มีหน้าที่รับผิดชอบ ในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร ทั้งนี้ หลักสูตรดังกล่าวเป็นหลักสูตรหลักของสถาบันการประชาสัมพันธ์ ได้รับการยอมรับและเชื่อถือในแวดวงวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์ และสื่อสารมวลชนมากกว่า 56 ปี

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้เพิ่มพูนทักษะในการวิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูล เพื่อการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

2.2 เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้เพิ่มพูนความรู้ในเชิงวิชาการประชาสัมพันธ์สมัยใหม่ เพื่อสามารถก้าวทันการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคโลกาภิวัตน์

2.3 เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้แลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์เกี่ยวกับการบริหารงาน ประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการประชาสัมพันธ์ระหว่างกัน

3. กลุ่มเป้าหมาย

บุคลากรภาครัฐ และภาคเอกชน ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของ องค์กร

4. คุณสมบัติของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

ผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร หรือปฏิบัติงานที่มี ส่วนเกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ และสื่อสารมวลชนโดยต้องดำรงตำแหน่งปัจจุบันไม่น้อยกว่า 1 ปี นับถึงวันเปิดอบรม และมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

4.1 ข้าราชการพลเรือน ประเภทวิชาการ ระดับชำนาญการพิเศษ หรือประเภทอำนวยการระดับต้น ขึ้นไป

4.2 ข้าราชการทหารยศเทียบเท่า พันเอก นาวาเอก นาวาอากาศเอก ขึ้นไป

4.3 ข้าราชการตำรวจยศเทียบเท่า พันตำรวจเอก ขึ้นไป

4.4 พนักงานองค์กรอิสระ และรัฐวิสาหกิจที่มีตำแหน่งเทียบเท่าผู้บริหารระดับกลาง

4.5 ผู้บริหารกิจการของหน่วยงานภาคเอกชน

4.6 ไม่เคยผ่านการอบรมหลักสูตร “นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง” หรือ เทียบเท่า มาก่อน

4.7 มีร่างกายสมบูรณ์ แข็งแรง ไม่มีโรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคในการเข้ารับการฝึกอบรม

4.8 ไม่ปฏิบัติ หรือรับมอบหมายภารกิจอื่นใด ในช่วงของการฝึกอบรม

4.9 ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบของผู้เข้ารับการฝึกอบรม ตามที่สถาบันการประชาสัมพันธ์กำหนดไว้อย่าง ครบถ้วน

5. จำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรม

จำนวน 40 คน (ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ 15 คน และจากหน่วยงานภายนอก 25 คน)

6. โครงสร้างหลักสูตร

การฝึกอบรมแบ่งเป็น 4 หมวดวิชา รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 220 ชั่วโมง ดังนี้

- 6.1 หมวดความรู้ทั่วไป และการบริหารองค์กร จำนวน 27 ชั่วโมง
- 6.2 หมวดการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารมวลชนและการตลาด จำนวน 66 ชั่วโมง
- 6.3 หมวดกิจกรรมพิเศษ จำนวน 79 ชั่วโมง
- 6.4 หมวดการสร้างเสริมประสบการณ์เชิงประจักษ์ จำนวน 48 ชั่วโมง

7. รายละเอียดหลักสูตร

7.1 หมวดความรู้ทั่วไปและการบริหารองค์กร จำนวน 27 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ทั่วไป ความรู้ด้านการบริหารองค์กร และความรู้ด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับหลักการแนวคิดต่างๆ อันเป็นองค์ประกอบของงานประชาสัมพันธ์มีรายละเอียดหัวข้อวิชา ดังนี้

7.1.1 การบริหารงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ (PR Budget Management) (3)

หลักเกณฑ์การบริหารจัดการงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ การจัดทำ ข้อกำหนด รวมถึงการรายงานผลแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์

7.1.2 การบริหารงานแบบมืออาชีพ (Professional Management) (3)

แนวความคิด วิธีการพัฒนาศักยภาพ และระบบ/เทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อช่วยในการตัดสินใจของผู้บริหาร

7.1.3 คุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณสำหรับผู้บริหาร (PR Ethics) (3)

ความหมาย ความสำคัญ หลักการ กฎระเบียบในการปฏิบัติงานตามหลักคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณ และกฎระเบียบตามเกณฑ์มาตรฐานสากล กรณีศึกษา

7.1.4 การคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Thinking) (3)

ทฤษฎีการคิดนอกกรอบ การเชื่อมโยงความคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่องานประชาสัมพันธ์

7.1.5 การบริหารความเครียด (Stress Management) (3)

วิธีการจัดการสภาวะความเครียด การบริหารอารมณ์ เทคนิคการบริหารความเครียดของผู้บริหาร

7.1.6 การพัฒนาบุคลิกภาพผู้บริหาร (Personal Characteristic Development) (6)

ความสำคัญ องค์ประกอบ การพัฒนาบุคลิกภาพภายใน-ภายนอก การสร้างความมั่นใจ มารยาททางสังคม การบริหารอารมณ์ เทคนิคการบริหารและจัดการความเครียด

7.1.7 ภาวะผู้นำ (Leadership) (3)

ความสำคัญ องค์ประกอบ การพัฒนาความเป็นผู้นำ การสร้างทีม การจูงใจ การมอบหมายงาน การมีมนุษยสัมพันธ์ในการบริหารงาน

7.1.8 การขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ยุค 4.0 (Thailand 4.0) (3)

ความหมาย ความสำคัญ องค์ประกอบ สถานการณ์และความเปลี่ยนแปลงของประเทศไทย เมื่อเข้าสู่ยุค 4.0 กรณีศึกษา

7.2 หมวดการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารมวลชนและการตลาด จำนวน 67 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อเน้นความรู้ความเข้าใจด้านการประชาสัมพันธ์เชิงลึก ทั้งในด้านกลยุทธ์ วิธีการ กระบวนการปฏิบัติงาน การประเมิน การรู้จักคิดวิเคราะห์สังเคราะห์ และนำข้อมูลความรู้ นำมาบูรณาการในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7.2.1 การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสาร (Information Operation-IO) (3)

ความหมาย ความสำคัญ หลักการ องค์ประกอบ การปฏิบัติการยุทธศาสตร์ทางข้อมูลข่าวสาร การบูรณาการด้านข้อมูลข่าวสาร เพื่อผลปฏิบัติการทางจิตวิทยา

7.2.2 กลยุทธ์การบริหารงานประชาสัมพันธ์ (Public Relations Management Strategies) (3)

การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก การวิเคราะห์มวลชน การวิเคราะห์วิธีการสื่อสาร การกำหนดวัตถุประสงค์งานมวลชนสัมพันธ์ การกำหนดสาระสำคัญ การเลือกสื่อ การกำหนดกลยุทธ์ ให้มีประสิทธิภาพที่นำมาใช้ในงานประชาสัมพันธ์

7.2.3 การบริหารเชิงการตลาดสำหรับภาครัฐ (Government Marketing Management) (3)

มุมมองนักการตลาดในการบริหารงานการตลาดเชิงบูรณาการสำหรับภาครัฐ แนวคิดการบริหารเชิงการตลาดที่มุ่งตอบสนองเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อผู้รับบริการหรือประชาชนให้มากที่สุด การวิเคราะห์สถานการณ์เพื่อการวางแผน รูปแบบการบูรณาการการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์และการตลาด รวมถึงกลยุทธ์การใช้เครื่องมือส่งเสริมการตลาด

7.2.4 การบริหารงานมวลชนสัมพันธ์ (Community Relations Management) (3)

องค์ประกอบการบริหาร การวางแผน การปฏิบัติ การติดตาม และการประเมินผลนำไปใช้ในกิจกรรม การประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ

7.2.5 สื่อสมัยใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์ (Modern Media for PR) (3)

การกำหนดนโยบาย การวางแผนการใช้สื่อ การรับข้อมูลทางสื่อสมัยใหม่ การกำหนดมาตรฐานสื่อ รวมถึงจริยธรรมทางการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารของนักบริหาร

7.2.6 การจัดทำสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Digital Content for PR) (3)

ความสำคัญ ของสื่อ Digital ความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบ Digital Content ในรูปแบบต่างๆ อาทิ รูปภาพ ข้อความ VDO Clip , Infographic การผลิตจัดทำ Digital Content ในรูปแบบต่างๆ อาทิ รูปภาพ ข้อความ VDO Clip , Infographic ฝึกปฏิบัติ การผลิตสื่อดิจิทัล

7.2.7 กลยุทธ์การเจรจาต่อรอง (Negotiation Strategy) (3)

ศึกษาแนวคิด หลักเกณฑ์ องค์ประกอบที่สำคัญในการเจรจาต่อรอง โดยเน้นการวิเคราะห์ การประเมินสถานการณ์ การใช้หลักจิตวิทยา และการเลือกกลยุทธ์ในการเจรจาต่อรอง โดยใช้กรณีศึกษา

7.2.8 การบริหารประเด็น (Issue Management) (3)

การวิเคราะห์ประเด็น วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การกำหนดช่องทางการสื่อสาร ผู้สื่อสารประเด็น การบริหารสถานการณ์ รวมถึงการใช้กรณีศึกษาเป็นส่วนประกอบ

7.2.9 การบริหารงานประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต (PR in Crisis Management) (6)

การวิเคราะห์ วางแผน การเตรียมความพร้อมบริหารจัดการในภาวะวิกฤต รูปแบบ การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต ผู้บริหารกับบทบาทการบริหารงานประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต กรณีศึกษา

7.2.10 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) (3)

แนวความคิด การวิเคราะห์จำแนกลูกค้า การบริหารและพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้า

7.2.11 การบริหารตราสินค้า (Brand Management) (9)

การวิเคราะห์ การปรับเปลี่ยน การกำหนดทิศทาง การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตราสินค้า การกำหนดกลยุทธ์และการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ

7.2.12 การบริหารภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image Management) (3)

ความหมาย องค์ประกอบของภาพลักษณ์ บทบาทของผู้บริหารกับการสร้างภาพลักษณ์ ปัจจัยของความสำเร็จ กระบวนการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์และการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร แนวความคิด การวิเคราะห์และกำหนดกิจกรรมงาน CSR เพื่อภาพลักษณ์องค์กรพร้อมกรณีศึกษา

7.2.13 การสร้างแบรนด์ในตัวบุคคล (Personal Branding) (3)

การกำหนดคุณลักษณะ การพัฒนาตนเอง การสร้างตนเองให้มีลักษณะเฉพาะ การสร้างความน่าเชื่อถือ การสร้างบุคลิกภาพให้สอดคล้องกับลักษณะงาน หน้าที่ เพื่อให้เหนือคู่แข่ง

7.2.14 การวางแผนและบริหารกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Special Events for PR) (3)

การวางแผน และบริหารกิจกรรมระดับองค์กรให้สอดคล้องกับนโยบาย ยุทธศาสตร์ และการใช้ทรัพยากรในภาพรวมขององค์กร เทคนิคการบริหารกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ

7.2.15 การประชาสัมพันธ์และการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม (PR & Cross Cultural Communication) (3)

ความหมาย ความสำคัญ แนวคิด องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์เชิงการตลาดกับการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม ปัจจัยของความสำเร็จ การบูรณาการศาสตร์ของการประชาสัมพันธ์และการตลาดกับการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม

7.2.16 เทคนิคการพูดและการให้สัมภาษณ์สำหรับนักบริหาร (Speech and Interview Techniques for Executives) (6)

องค์ประกอบ วิธีการ การจัดลำดับเนื้อหาของการพูด การเตรียมตัวในการพูดและการให้สัมภาษณ์ รวมถึงการสร้างบุคลิกภาพที่ดีต่อหน้าสาธารณชน

7.2.17 สัมมนาทางวิชาการด้านการบริหารงานประชาสัมพันธ์ (Seminar in Public Relations Management) (6)

การจัดเสวนา / สัมมนาทางวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน โดยผู้เข้ารับการฝึกอบรมเป็นผู้ดำเนินการ และเปิดโอกาสให้สาธารณชนได้เข้าฟัง

7.3 หมวดกิจกรรมพิเศษ จำนวน 79 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ การเรียนรู้การทำงานเป็นทีม การเสริมสร้างพัฒนาทีมงาน ในองค์กร การสร้างและพัฒนาภาวะผู้นำองค์กร

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

7.3.2 กิจกรรมสร้างความคุ้นเคย (Ice Breaking) (3)

การมีส่วนร่วม การแสดงความคิดเห็น การวางตัว การให้ความช่วยเหลือ และสร้างความสามัคคี เป็นแบบละลายพฤติกรรม

7.3.3 การเสริมสร้างพัฒนาทีมงานด้านการประชาสัมพันธ์สำหรับผู้บริหาร (Team Development in Public Relations for Executives) (21)

ภาวะผู้นำ การทำงานเป็นทีม มนุษย์สัมพันธ์ การสื่อสารภายใน การสร้างเครือข่าย การแก้ปัญหาภายใต้สถานการณ์ที่กำหนด หรือเป้าหมายที่ทีมงานจะต้องทำให้บรรลุ

7.3.4 ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูล การจัดทำรายงาน นำเสนอผลงาน วิพากษ์ผลงาน จากการศึกษาดูงาน และการปรับแก้ไขการจัดทำรายงาน (Analysis of Information For reports and Presentations & Critiques) (24)

การระดมสมองและค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อวิเคราะห์ สังเคราะห์ จากข้อมูลและสถานที่ที่ไปศึกษาดูงาน จัดทำเป็นรูปเล่มรายงาน จัดทำรูปแบบนำเสนอรายงาน (PowerPoint or VDO Presentation etc.) ฝึกฟังการวิพากษ์ผลงานเพื่อเป็นแนวคิดในการปรับประยุกต์ใช้

7.3.5 กิจกรรมสร้างเสริมประสบการณ์นักประชาสัมพันธ์ (ฝึกทักษะการร้องเพลง) (Vocalization Experience Supporting for PR Professional) (3)

การใช้ทักษะด้านเสียง และการนำเสนอต่อสาธารณชนของนักประชาสัมพันธ์ การทดสอบเสียง และฝึกปฏิบัติ (ร้องเพลง)

7.3.6 กิจกรรมสร้างเสริมประสบการณ์นักประชาสัมพันธ์ (ฝึกทักษะลีลาศ) (Ball Room Dance for Socialization) (3)

การฝึกทักษะด้านการลีลาศ กิจกรรมเข้าจังหวะ เพื่อการเข้าสังคมและปรับปรุงบุคลิกภาพ และการนำเสนอต่อสาธารณชนของนักประชาสัมพันธ์

7.3.7 กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ (Groups Relationship Building) (3)

กิจกรรมการมีส่วนร่วม การสร้างเครือข่ายในงานประชาสัมพันธ์

7.3.8 ชี้นำการจัดทำรายงานการศึกษาดูงาน ชี้นำการศึกษาดูงานในประเทศรวมทั้งการประชุมกลุ่ม และกิจกรรมนักศึกษา กิจกรรมรับน้อง (16)

7.3.9 ประเมินท้ายหลักสูตร / Post-test / กิจกรรมสะท้อนความคิด / พิธีมอบประกาศนียบัตร / พิธีปิด (3)

7.4 หมวดการสร้างเสริมประสบการณ์เชิงประจักษ์จำนวน 48 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อเป็นการเพิ่มพูนประสบการณ์ และเปิดโลกทัศน์ด้านการบริหารจัดการสื่อขององค์กร การบริหารภาพลักษณ์องค์กรในประเทศ และสามารถนำมาพัฒนางานใหม่โดยมีการประยุกต์ให้เข้ากับองค์กร

การศึกษาดูงานในประเทศ และประเทศใกล้เคียง (48)

เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ และเปิดโลกทัศน์ด้านการบริหารจัดการสื่อขององค์กร การบริหารภาพลักษณ์องค์กร และสร้างความสัมพันธ์ด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนกับองค์กรชั้นนำ

8. วิทยากรผู้บรรยาย

วิทยากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่มีความเหมาะสมในแต่ละหัวข้อวิชา จากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่ได้รับความเชื่อถือ

9. รูปแบบการฝึกอบรม

9.1 การบรรยาย กรณีศึกษา และอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยเน้นการเรียนรู้แบบผู้ใหญ่และการมีส่วนร่วม

9.2 การฝึกปฏิบัติและการนำเสนอ

9.3 การศึกษาดูงานในประเทศ และประเทศเพื่อนบ้าน

9.4 การวิเคราะห์และสังเคราะห์ ตลอดจนการจัดทำเอกสารวิชาการ

10. ค่าลงทะเบียนเข้ารับการอบรม

จำนวนเงินคนละ 88,000 บาท (แปดหมื่นแปดพันบาทถ้วน)

11. ผลสัมฤทธิ์ของโครงการที่คาดหวัง และตัวชี้วัด

ผลลัพธ์ ผู้ผ่านการฝึกอบรมสามารถนำความรู้ ความเข้าใจและทักษะบริหารงานด้านการประชาสัมพันธ์แบบมืออาชีพ มีมาตรฐาน และสามารถสร้างนวัตกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ใหม่ๆ รวมถึงการมีเครือข่ายด้านการประชาสัมพันธ์ที่กว้างขวาง

ผลผลิต	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การวัด
ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเกณฑ์มาตรฐานที่สถาบันการประชาสัมพันธ์กำหนดไว้	ร้อยละของผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเกณฑ์มาตรฐานที่สถาบันการประชาสัมพันธ์กำหนดไว้	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80
ผู้เข้ารับการฝึกอบรม มีความรู้ความเข้าใจและทักษะด้านการบริหารงานประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น	ร้อยละของผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ ความเข้าใจและทักษะด้านการบริหารงานประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80 (จากแบบทดสอบ)
ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความพึงพอใจในเนื้อหาหลักสูตร	ร้อยละของผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความพึงพอใจในเนื้อหาหลักสูตร	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80 (จากแบบประเมิน)
รายงานการศึกษาข้อเสนอการประชาสัมพันธ์ระดับองค์กรและระดับชาติ (รายบุคคล/กลุ่ม)	รายงานการศึกษา	รายงานเฉพาะบุคคล 1 เล่ม รายงานกลุ่ม ๆ ละ 3 เล่ม

12. ระยะเวลาดำเนินการฝึกอบรม

ระหว่างวันที่ 25 มิถุนายน – 10 สิงหาคม 2561 (ระยะเวลา 33 วัน) ซึ่งรวมการศึกษาดูงานในประเทศ และประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งนี้ อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์และความเหมาะสม

13. สถานที่ฝึกอบรม

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์



โครงการฝึกอบรม

หลักสูตร “งานเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ ดิจิทัล” รุ่นที่ 15

ระหว่างวันที่ 3 - 6 กรกฎาคม 2561

จัดโดย สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

1. หลักการและเหตุผล

ในกระแสยุคโลกาภิวัตน์เช่นปัจจุบัน หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนย่อมต้องการเป็นที่รู้จัก ได้รับการยอมรับนับถือ และได้รับความเชื่อมั่น ไว้วางใจ อีกทั้งการให้ความร่วมมือ สนับสนุน จากกลุ่มประชาชนเป้าหมายของหน่วยงาน ตลอดจนประชาชนทั่วไป เพื่อให้การบริหารงานของหน่วยงานหรือองค์กรนั้นสำเร็จบรรลุวัตถุประสงค์

มาตรการสำคัญที่จะทำให้หน่วยงาน ดำเนินงานโดยบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวก็คือ “การประชาสัมพันธ์” นั่นเอง ซึ่งเป็นกระบวนการติดต่อสื่อสารและการสื่อความหมาย ความคิด อย่างมีแบบแผนไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ การยอมรับ และการให้ความสนับสนุนร่วมมือ เพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานตามนโยบายของหน่วยงาน อีกทั้งยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ ที่ดีให้ปรากฏต่อสาธารณชน ดังนั้น การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานไปสู่กลุ่มเป้าหมาย จำเป็นต้องอาศัย เครื่องมือ หรือสื่อที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ดังนั้น การเขียนจึงเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์สื่อสารประเภทหนึ่ง ซึ่งแตกต่างจากการเขียนประเภทอื่นๆ ทั่วไป เนื่องจากมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน การเขียนโดยทั่วไป มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจอย่างธรรมดา ขณะที่การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้น นอกจากเพื่อจุดมุ่งหมายเบื้องต้นดังกล่าวแล้ว จะต้องตอบสนองจุดมุ่งหมายสูงสุดคือ เพื่อให้กลุ่มประชาชนเป้าหมายเกิดความรู้ ความเข้าใจที่ดีและถูกต้อง เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดที่เกิดขึ้น อีกทั้งเพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันระหว่างหน่วยงานกับประชาชนเป็นสำคัญ ซึ่งมีหลายรูปแบบแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ อาทิ การเขียนเพื่อบอกกล่าวให้เข้าใจ การเขียนเพื่อให้ประชาชนเกิดการยอมรับ การเขียนเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี การเขียนเพื่อป้องกัน รวมถึงแก้ไขความเข้าใจผิด เป็นต้น

ในการสื่อสาร (Message) ให้เกิดประสิทธิภาพนั้น “การเขียน” เป็นกิจกรรมที่นักประชาสัมพันธ์ทุกคนควรมีทักษะอย่างสูง เนื่องจากเป็นกลไกสำคัญในการผลิตสารสำหรับสื่อทุกประเภทที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ดังนั้น สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ จึงได้จัดทำโครงการฝึกอบรมหลักสูตร “งานเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์” เพื่อพัฒนาความรู้และทักษะสำหรับผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ หรือผู้ที่สนใจ ให้สามารถเขียนงานประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง ซึ่งเป็นการพัฒนาศักยภาพของตนเอง และเสริมสร้างประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ต่อไป

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ ดิจิทัล โดยสามารถออกแบบและสร้างสรรค์งานเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ดิจิทัลในรูปแบบต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง
- 2.2 เพื่อเป็นการฝึกทักษะ พัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานด้านงานเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้ดียิ่งขึ้น
- 2.3 เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ อันจะก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร



3. กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ และ ประชาชนทั่วไปที่สนใจ

4. คุณสมบัติของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

4.1 อายุ 18 ปีขึ้นไป

4.2 มีร่างกายสมบูรณ์ แข็งแรง ไม่มีโรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคในการเข้ารับการฝึกอบรม

4.3 ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบของผู้เข้ารับการอบรมตามที่สถาบันการประชาสัมพันธ์กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด

5. จำนวนผู้เข้ารับการอบรม

5.1 บุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ จำนวน 10 คน

5.2 บุคคลทั่วไป จำนวน 35 คน

รวมทั้งสิ้น 45 คน

6. โครงสร้างหลักสูตร

การฝึกอบรมแบ่งเป็น 2 หมวดวิชา ระยะเวลาทั้งสิ้น 26 ชั่วโมงดังนี้

6.1 หมวดวิชาความรู้ทั่วไป ภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ จำนวน 24 ชั่วโมง

6.2 หมวดกิจกรรมพิเศษ จำนวน 2 ชั่วโมง

7. รายละเอียดหลักสูตร (รวม 26 ชั่วโมง)

หมวดวิชาความรู้ทั่วไป ภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ (รวม 24 ชั่วโมง)

7.1 หลักการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์และเพื่อสร้างภาพลักษณ์ / ฝึกปฏิบัติ 6 ชั่วโมง

- หลักการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์
- หลักการเขียนเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี
- รูปแบบของการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี
- ขั้นตอนในการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

7.2 หลักการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ ดิจิทัล / ฝึกปฏิบัติ 6 ชั่วโมง

- ความหมายและองค์ประกอบของข่าว
- การคัดเลือกแหล่งข่าว
- การรวบรวมข้อมูลข่าว
- โครงสร้างและรูปแบบการเขียนข่าว

7.3 หลักการเขียนบทความ ดิจิทัล / ฝึกปฏิบัติ 6 ชั่วโมง

- ความหมายของบทความ
- วัตถุประสงค์ในการเขียนบทความ
- รูปแบบของบทความ
- ประเภทของบทความ
- หลักการเขียนบทความ
- ขั้นตอนในการเขียนบทความ



7.4 หลักการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ ดิจิทัลประเภทต่างๆ / ฝึกปฏิบัติ

6 ชั่วโมง

- การเขียนสุนทรพจน์เพื่อการประชาสัมพันธ์
 - ช่องทางการนำเสนอสุนทรพจน์เพื่อการประชาสัมพันธ์
 - ประเภทของสุนทรพจน์เพื่อการประชาสัมพันธ์
 - หลักการเขียนสุนทรพจน์เพื่อการประชาสัมพันธ์
- การเขียนประกาศหรือแถลงการณ์
 - ประเภทของประกาศหรือแถลงการณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์
 - หลักการเขียนประกาศหรือแถลงการณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์
- การเขียนคำขวัญ / สปอต / อักษรวิง / Banner ทาง Website
 - ประเภทของคำขวัญเพื่อการประชาสัมพันธ์
 - หลักการเขียนคำขวัญเพื่อการประชาสัมพันธ์
- กรณีศึกษาการเขียนประชาสัมพันธ์กึ่งโฆษณา (Advertorial)

หมวดกิจกรรมพิเศษ

2 ชั่วโมง

7.5 กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์

2 ชั่วโมง

- การปรับบุคลิกภาพในการเข้าสังคม
- การมีส่วนร่วมในการแสดงออก

8. วิทยากรผู้บรรยาย

วิทยากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่มีความเหมาะสมในแต่ละหัวข้อวิชา ทั้งจากกรมประชาสัมพันธ์และจากหน่วยงานภายนอกที่ได้รับการยอมรับ และเชื่อถืออย่างกว้างขวาง

9. รูปแบบการฝึกอบรม

รูปแบบการบรรยายในห้องเรียนเป็นภาคทฤษฎี และภาคฝึกปฏิบัติ โดยเน้นการฝึกปฏิบัติเป็นหลัก และให้ผู้เข้าอบรมนำเสนอผลงานให้วิทยากรวิพากษ์เป็นรายบุคคล

10. ผลสัมฤทธิ์ของโครงการที่คาดว่าจะได้รับและตัวชี้วัด

ผลสัมฤทธิ์ ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับหลักงานเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ต่างๆ โดยสามารถเขียนงานประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ได้อย่างถูกวิธี อีกทั้งเป็นการฝึกทักษะ และเสริมสร้างการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ผลผลิต	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การวัด
1. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ความเข้าใจ โดยสามารถเขียนงานประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ได้อย่างถูกวิธี	ร้อยละของผลงานการเขียนงานประชาสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ ของผู้เข้าอบรมที่นำเสนอให้อาจารย์วิพากษ์เป็นรายบุคคลผ่านตามเกณฑ์	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70
2. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความพึงพอใจในการเข้ารับการฝึกอบรม	ร้อยละของผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่พึงพอใจในการบริหารจัดการหลักสูตร	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80
3. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความตั้งใจและเข้าร่วมกิจกรรมในการเข้ารับการฝึกอบรม	ร้อยละของเวลาฝึกอบรมตลอดหลักสูตรของผู้เข้ารับการฝึกอบรมแต่ละคน	เวลาเรียนไม่น้อยกว่าร้อยละ 80



11. ระยะเวลาดำเนินการ

3 – 6 กรกฎาคม 2561

12. สถานที่ฝึกอบรม

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

13. ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม

ค่าลงทะเบียนจากบุคคลภายนอก จำนวน 30 คน ะละ 4,900 บาท เป็นเงิน 147,000 บาท

14. การวัดประเมินผลและติดตามผล

14.1 การซักถาม การสังเกต การสัมภาษณ์

14.2 การฝึกปฏิบัติ การระดมความคิด การนำเสนอผลการศึกษา

14.3 การประเมินผลรายวิชา และการประเมินผลท้ายหลักสูตร

15. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

15.1 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักงานเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ ดิจิทัลอย่างถูกต้อง

15.2 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมสามารถออกแบบสร้างสรรค์และเขียนงานประชาสัมพันธ์ ดิจิทัล ในรูปแบบต่าง ๆ ได้อย่างถูกวิธี

15.3 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้รับทักษะจากการฝึกฝนงานเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ ดิจิทัล ในรูปแบบต่าง ๆ เป็นการพัฒนาศักยภาพและเสริมสร้างการปฏิบัติงาน ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น





โครงการฝึกอบรม

หลักสูตร “การประกาศเสียงตามสาย ดิจิทัล” รุ่นที่ 13

ระหว่างวันที่ 10 - 13 กรกฎาคม 2561

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

1. หลักการและเหตุผล

พระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวพระราชทานแก่คณะกรรมการบริหารสมคมนักประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย ณ พระตำหนักจิตรลดารโหฐาน เมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2543 ความว่า

“... การประชาสัมพันธ์ เป็นความสัมพันธ์ระหว่างประชาชน หรือให้ประชาชนเข้าใจสัมพันธ์กัน และงานกิจการต่าง ๆ ก็จะต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์เกื้อหนุนกัน ตั้งแต่ด้านการทำให้คนเข้าใจในสถานการณ์จนถึงเรื่องของธุรกิจในการค้าหรือธุรกิจนั้น ก็จะต้องสร้างหรือทำอะไร เพื่อให้คนได้ใช้หรือให้คนได้มาเป็นลูกค้า ก็ต้องมีการประชาสัมพันธ์ถ้าเป็นในด้านความปลอดภัย หรือความเจริญของประเทศชาติ จะต้องให้คนทั่วไปเข้าใจว่าทางหน่วยราชการหรือองค์กรใดทำอะไรก็เป็นการประชาสัมพันธ์...”

ในปัจจุบัน การรับสื่อบุคลากรของหน่วยงานและประชาชนทั่วไป ได้เปลี่ยนแปลงด้วยเทคโนโลยียุคดิจิทัลและสื่อโซเชียล ทำให้การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ต้องปรับเปลี่ยนให้ทันต่อการหลอมรวมเทคโนโลยีการสื่อสาร โดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือที่เหมาะสมกับงานประชาสัมพันธ์ ที่ทันสมัย สะดวกและรวดเร็ว เป็นงานที่ให้บริการให้กับบุคลากรขององค์กรทั้งภายในและภายนอก ที่มีช่องทางการสื่อสารหลายรูปแบบ ซึ่งรูปแบบการใช้เสียงตามสายและสื่อโซเชียลที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการประชาสัมพันธ์ ได้เผยแพร่ ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ในด้านต่าง ๆ ของหน่วยงานให้กับบุคลากรและประชาชนทั่วไปปรับทราบข่าวสารจากเสียงตามสายและสื่อโซเชียลของหน่วยงานอย่างสม่ำเสมอ ทันสมัย ตรงตามหลักการบริหารงานแนวใหม่ของภาครัฐ

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ จึงจัดโครงการฝึกอบรมหลักสูตร “การประกาศเสียงตามสาย ดิจิทัล” รุ่นที่ 13 ระหว่างวันที่ 10 - 13 กรกฎาคม 2561 ให้กับผู้สนใจจากหน่วยงานภายนอกและภายในจำนวน 40 คน โดยเน้นฝึกปฏิบัติ พัฒนา ทักษะการพูดอ่านออกเสียงภาษาไทยให้ถูกต้องชัดเจนตามอักขระวิธีกับผู้ปฏิบัติหน้าที่การประกาศเสียงตามสายอย่างมืออาชีพ ด้วยสื่อโซเชียลที่น่าสนใจและตรงกลุ่มเป้าหมาย

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ความเข้าใจและพัฒนาทักษะการใช้ภาษาไทยได้อย่างถูกต้องในการใช้เสียงภาษาไทยเกิดทักษะด้านการพูดและประกาศเสียงตามสายอย่างมืออาชีพ

2.2 เพื่อส่งเสริมให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมนำความรู้ มีทักษะด้านการพูดประกาศเสียงตามสาย และสามารถนำมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง หน่วยงานและสังคม



3. กลุ่มเป้าหมาย

- บุคลากรกรมประชาสัมพันธ์จากส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค จำนวน 10 คน
- บุคลากรจากหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ ภาคเอกชนภาคประชาชน จำนวน 30 คน

4. คุณสมบัติของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

- 4.1 ปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ประกาศเสียงตามสาย อ่านข่าว ประกาศ
- 4.2 เป็นพิธีกร ลงเสียงในการผลิตสื่อต่างๆ และงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

5. จำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรม

จำนวน 40 คน

6. โครงสร้างหลักสูตร

การฝึกอบรมแบ่งเป็น 2 หมวดวิชา รวมระยะเวลาทั้งสิ้น จำนวน 24 ชั่วโมง ดังนี้

- 6.1 หมวดความรู้ทั่วไป ภาคทฤษฎี จำนวน 12 ชั่วโมง
- 6.2 หมวดภาคปฏิบัติ จำนวน 12 ชั่วโมง)

7. รายละเอียดหลักสูตร (รวม 24 ชั่วโมง)

หมวดความรู้ทั่วไป ภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ (รวม 24 ชั่วโมง)

- | | | |
|--|---|---------|
| 7.1 มาตรฐานการใช้ภาษาไทยผ่านสื่อ | 3 | ชั่วโมง |
| <ul style="list-style-type: none">- ภาษาไทยและเสียงที่ใช้พูดในภาษาไทย- อักษรวิธี สีสถาการนำเสนอ ความชัดเจนในการออกเสียงภาษาไทย | | |
| 7.2 การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ยุคดิจิทัล / ฝึกปฏิบัติ | 3 | ชั่วโมง |
| <ul style="list-style-type: none">- การคิดสร้างสรรค์สื่อยุคดิจิทัล- เทคนิคการผลิตและเผยแพร่ ผ่านสื่อโซเชียล และโทรศัพท์มือถือ- เทคนิคการวิเคราะห์และเพิ่มยอดผู้รับชม Facebook Youtube- การใช้อุปกรณ์ Smart Phone ในการผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล- การจัดทำสคริปและลำดับรายการให้น่าสนใจ- การติดต่อควบคุมภาพและเสียง / การรายงานข่าวให้น่าสนใจด้วยดิจิทัล- การวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอการผลิตสื่อฯ / ฝึกปฏิบัติ | | |
| 7.3 หลักการจัดรายการเสียงตามสาย | 3 | ชั่วโมง |
| <ul style="list-style-type: none">- ขอบเขต ความหมาย องค์ประกอบ และกระบวนการบริหารจัดการการจัดรายการเสียงตามสาย- บทบาทของนักประชาสัมพันธ์กับการจัดรายการเสียงตามสาย ฯลฯ | | |



- 7.4 การวางแผนการจัดรายการเสียงตามสาย (การแบ่งกลุ่ม) 3 ชั่วโมง
- การเตรียมข้อมูล / บทในประกาศ
 - หลักการและวิธีการในการผลิตข้อมูล / บทสำหรับประกาศฯ
 - การฝึกปฏิบัติการเขียนข้อมูลสำหรับใช้ประกาศผ่านเสียงตามสาย และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในการจัดรายการเสียงตามสาย

- 7.5 ฝึกการเขียนบทและฝึกปฏิบัติจัดรายการเสียงตามสาย / โฆษณียล และนำเสนอผลงานฯ / วิพากษ์ 9 ชั่วโมง
- การค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อวิเคราะห์ฯ และสังเคราะห์ฯ
 - จัดทำผลงานแต่ละกลุ่ม รูปแบบนำเสนอรายงาน เพื่อรับฟังการวิพากษ์ ผลงาน เพื่อเป็นแนวคิดในการปรับประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน
- หมวดกิจกรรมพิเศษ (รวม 4 ชั่วโมง)

8. วิทยากรผู้บรรยาย

วิทยากรผู้มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์จากภาครัฐ และเอกชน

9. รูปแบบการฝึกอบรม

- 9.1 การรับฟังบรรยายและฝึกภาคปฏิบัติควบคู่กัน โดยเน้นฝึกปฏิบัติเป็นหลัก
- 9.2 กิจกรรมสร้างความคุ้นเคย
- 9.3 กิจกรรมเสริมสร้างประสบการณ์นักประชาสัมพันธ์

10. ผลสัมฤทธิ์ของโครงการที่คาดหวัง และตัวชี้วัด

ผลลัพธ์ ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องในเรื่องการประกาศเสียงตามสาย สามารถใช้ภาษาไทยได้อย่างถูกต้องตามอักขรวิธี ตลอดจนเป็นตัวอย่งที่ดีของผู้ใช้ภาษาไทยทั่วไปได้

ผลผลิต	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การวัด
1. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ ความเข้าใจ สามารถพูดและการประกาศเสียงตามสาย ในยุคดิจิทัล	การประเมินผลรายวิชาและประเมินท้ายหลักสูตร นำเสนอการฝึกปฏิบัติประกาศเสียงตามสายและมีการวิพากษ์ผลงานโดยวิทยากร	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70
2. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความพึงพอใจ ในการเข้ารับการฝึกอบรม	ร้อยละของผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่พึงพอใจในการบริหารจัดการหลักสูตร	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80
3. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความตั้งใจในการเข้ารับการฝึกอบรม	ร้อยละของเวลาฝึกอบรมตลอดหลักสูตรของผู้เข้ารับการฝึกอบรมแต่ละคน	เวลาเรียนไม่น้อยกว่าร้อยละ 80



11. ระยะเวลาดำเนินงานการฝึกอบรม

ระหว่างวันที่ 10 - 13 กรกฎาคม 2561

12. สถานที่ฝึกอบรม

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

13. ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม

ค่าลงทะเบียน คนละ 4,900 บาท รับจำนวน 40 คน รวมเป็นเงิน 196,000 บาท
(หนึ่งแสนเก้าหมื่นหกพันบาทถ้วน)

14. การประเมินผลการฝึกอบรม

14.1 โดยจำลองสถานการณ์เหมือนจริง และจากแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และการสังเกตการณ์

14.2 การฝึกปฏิบัติพร้อมทั้งนำเสนอผลงานแต่ละกลุ่ม โดยมีวิทยากรเป็นผู้วิพากษ์ผลงานฯ

14.3 การประเมินผลรายวิชา และการประเมินผลท้ายหลักสูตร

15. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

15.1 ผู้ผ่านการฝึกอบรมมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องในเรื่องการใช้เสียงภาษาไทย และเกิดทักษะการใช้ภาษาไทยได้อย่างถูกต้องตามอักขระวิธี พัฒนาด้านการพูด การประกาศเสียงตามสาย ได้อย่างถูกต้องและเป็นมืออาชีพ

15.2 ผู้ผ่านการฝึกอบรมสามารถนำความรู้และทักษะที่ได้รับไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง ตลอดจนหน่วยงานและสังคม





โครงการฝึกอบรม

หลักสูตร “การจัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์แบบครบวงจร” รุ่นที่ 10

ระหว่างวันที่ 17 – 20 กรกฎาคม 2561

จัดโดย สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

1. หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันการวางแผนเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทุกองค์กรจะขาดเสียมิได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมที่กำลังพัฒนา ทั้งนี้เนื่องจากความจำเป็นต้องมีการแก้ไขข้อบกพร่องและเปลี่ยนแปลงระบบต่าง ๆ ให้มีการประสานสัมพันธ์ ทัดเทียมประเทศที่พัฒนาแล้วทั้งหลาย และหากสังคมมีการพัฒนามากขึ้นเพียงใด การพัฒนานั้นยิ่งจะเป็นทางนำไปสู่การใช้ความรู้เฉพาะด้านมากขึ้นเพียงนั้น ดังนั้น การวางแผนการประชาสัมพันธ์จึงได้มีบทบาทสำคัญมากขึ้นต่อการพัฒนาประเทศ ดังจะเห็นได้ว่า องค์กรและหน่วยงานต่างๆ ได้มีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รู้จักและเข้าใจ การดำเนินงานของหน่วยงานของตน ด้วยการพัฒนาโครงการและแผนงานอันเป็นประโยชน์ต่อชุมชนและสังคมโดยรวม นับวันการวางแผนการประชาสัมพันธ์จะยิ่งมีบทบาทสำคัญมากขึ้นต่อความสำเร็จขององค์กรและสถาบัน ซึ่งปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับความสำเร็จขององค์กรคือ ทักษะคิด ความเข้าใจ และศรัทธาที่ประชาชนมีต่อองค์กร ซึ่งมีอิทธิพลต่อการยอมรับ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมหรือผลผลิตในทางที่พึงประสงค์ ด้วยเหตุนี้ปัจจุบันองค์กรสถาบัน จึงได้ตระหนักถึงคุณค่าของการดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างมีระบบ คือมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้องเหมาะสม มีขั้นตอนการดำเนินงาน /กิจกรรม มีการเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับกิจกรรมนั้น ๆ รวมไปถึงมีการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ภารกิจขององค์กรดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพเป็นที่เชื่อถือได้รับความไว้วางใจ บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ ซึ่งเป็นเครื่องบ่งชี้หรือเป็นดัชนีชี้วัดแสดงถึงความสำเร็จและภาพพจน์ขององค์กรนั้น ๆ

การวางแผนเชิงกลยุทธ์และการติดตามประเมินผลการดำเนินการ ถือเป็นกิจกรรมที่ได้รับการยอมรับและนำมาใช้ในการทำงานประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวาง การวางแผนเชิงกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ให้ความสนใจกับการเสริมสร้างพลังความสามารถของบุคลากรประชาสัมพันธ์ในการใช้บทบาทการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้และการยอมรับองค์การจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว รวมทั้งสามารถเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกันการติดตามประเมินผลการดำเนินการอย่างเป็นระบบเชื่อถือได้ นับเป็นข้อมูลปัจจัยนำเข้าที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการวางแผนงาน ดังนั้น ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้เกิดประสิทธิภาพนั้น “การจัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์” จึงเป็นกิจกรรมที่นักประชาสัมพันธ์ทุกคนควรมีทักษะอย่างสูง เนื่องจากเป็นกลไกสำคัญในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้บรรลุผลสำเร็จ ดังนั้น สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ จึงได้จัดทำโครงการฝึกอบรมหลักสูตร “การจัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์แบบครบวงจร” ขึ้นเพื่อพัฒนาความรู้ ความเข้าใจและทักษะสำหรับผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ หรือผู้ที่สนใจ ให้สามารถจัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์แบบครบวงจรได้อย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ และสามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้จริง ซึ่งเป็นการพัฒนาศักยภาพของตนเอง และเสริมสร้างประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ต่อไป



2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ กระบวนการดำเนินงาน และการวางแผนงานประชาสัมพันธ์แบบครบวงจร โดยสามารถเขียนแผนงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างถูกวิธี

2.2 เพื่อเป็นการฝึกทักษะ พัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ โดยสามารถดำเนินงาน และวางแผนงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างถูกต้อง

2.3 เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ อันจะก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร

3. กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ และประชาชนทั่วไปที่สนใจ

4. คุณสมบัติของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

4.1 อายุ 18 ปีขึ้นไป

4.2 มีร่างกายสมบูรณ์ แข็งแรง ไม่มีโรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคในการเข้ารับการฝึกอบรม

4.3 ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบของผู้เข้ารับการอบรมตามที่สถาบันการประชาสัมพันธ์กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด

5. จำนวนผู้เข้ารับการอบรม

5.1 ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ จำนวน 10 คน

5.2 บุคคลทั่วไป จำนวน 30 คน

รวมทั้งสิ้น 40 คน

6. โครงสร้างหลักสูตร

การฝึกอบรมแบ่งเป็น 2 หมวดวิชา ระยะเวลาทั้งสิ้น 26 ชั่วโมงดังนี้

6.1 หมวดวิชาความรู้ทั่วไป ภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ จำนวน 24 ชั่วโมง

6.2 หมวดกิจกรรมพิเศษ จำนวน 2 ชั่วโมง

7. รายละเอียดหลักสูตร (รวม 26 ชั่วโมง)

หมวดวิชาความรู้ทั่วไป ภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ (รวม 24 ชั่วโมง)

7.1 แนวคิด / หลักการ / กระบวนการในวางแผนและจัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์ 6 ชั่วโมง

(ทฤษฎี / ฝึกปฏิบัติ)

- วิเคราะห์สถานการณ์ สภาพปัญหา (ค้นหาข้อมูล)
- กำหนดวัตถุประสงค์ของแผนการประชาสัมพันธ์
- กำหนดกลุ่มเป้าหมาย
- กำหนดโครงการ / กิจกรรม / วิธีการ



7.2 เทคนิคการเลือกใช้สื่อและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย 9 ชั่วโมง

การออกแบบสารในงานประชาสัมพันธ์ / (ทฤษฎี / ฝึกปฏิบัติ)

- สื่อที่นักประชาสัมพันธ์ควบคุมได้
- สื่อที่นักประชาสัมพันธ์ควบคุมไม่ได้
- แนวคิดในการตัดสินใจเลือกสื่อประชาสัมพันธ์
- การกำหนดงบประมาณ
 - ระดับล่างขึ้นสู่ระดับบน
 - ระดับบนลงสู่ระดับล่าง

7.3 การประเมินงานประชาสัมพันธ์ / (ทฤษฎี / ฝึกปฏิบัติ) / วิพากษ์ผลงาน 9 ชั่วโมง

- ความหมายของการประเมินผล
- ความสำคัญและความจำเป็นของการประเมินผล
- วัตถุประสงค์ของการประเมินผลทางการประชาสัมพันธ์
- ช่วงเวลาของการประเมินผล
- ขั้นตอนการประเมินผลการประชาสัมพันธ์
- วิธีการประเมินผลการประชาสัมพันธ์
- สรุปวิธีการประเมินผลตามขั้นตอนต่างๆ ในการบริหารโครงการ
- เทคนิคการเก็บข้อมูลในการประเมินผลการประชาสัมพันธ์
- เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
- กรณีศึกษาตัวอย่าง

หมวดกิจกรรมพิเศษ (รวม 2 ชั่วโมง)

7.4 กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ 2 ชั่วโมง

- การปรับบุคลิกภาพในการเข้าสังคม
- การมีส่วนร่วมในการแสดงออก

8. วิทยากรผู้บรรยาย

วิทยากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่มีความเหมาะสมในแต่ละหัวข้อวิชา ทั้งจากกรมประชาสัมพันธ์และจากหน่วยงานภายนอกที่ได้รับการยอมรับ และเชื่อถืออย่างกว้างขวาง

9. รูปแบบการฝึกอบรม

รูปแบบการบรรยายในห้องเรียนเป็นภาคทฤษฎี และภาคฝึกปฏิบัติ โดยเน้นการฝึกปฏิบัติเป็นหลัก และให้ผู้เข้าอบรมนำเสนอผลงานให้วิทยากรวิพากษ์เป็นรายกลุ่ม

10. ผลสัมฤทธิ์ของโครงการที่คาดว่าจะได้รับและตัวชี้วัด

ผลสัมฤทธิ์ ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับหลักการเขียนแผนงานประชาสัมพันธ์ กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยสามารถเขียนแผนงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างถูกวิธี อีกทั้งเป็นการฝึกทักษะ และเสริมสร้างการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น



ผลลัพธ์	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การวัด
1. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ ความเข้าใจ โดยสามารถเขียนแผนงานประชาสัมพันธ์ ได้อย่างถูกต้อง	ร้อยละของผลงานการเขียนแผนงานประชาสัมพันธ์ ของผู้เข้าอบรมที่นำเสนอให้อาจารย์วิพากษ์ผ่านตามเกณฑ์	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70
2. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความพึงพอใจในการเข้ารับการฝึกอบรม	ร้อยละของผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่พึงพอใจในการบริหารจัดการหลักสูตร	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80
3. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความตั้งใจและเข้าร่วมกิจกรรมในการเข้ารับการฝึกอบรม	ร้อยละของเวลาฝึกอบรมตลอดหลักสูตรของผู้เข้ารับการฝึกอบรมแต่ละคน	เวลาเรียนไม่น้อยกว่าร้อยละ 80

11. ระยะเวลาดำเนินการฝึกอบรม

อบรมระหว่างวันที่ 17 – 20 กรกฎาคม 2561

12. สถานที่ฝึกอบรม

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

13. งบประมาณในการฝึกอบรม

ค่าลงทะเบียนจากบุคคลภายนอก จำนวน 30 คน ะละ 4,900 บาท

เป็นเงิน 147,000 บาท

14. การประเมินผลและติดตามผล

14.1 การซักถาม การสังเกตการณ์ และการสัมภาษณ์

14.2 การฝึกปฏิบัติ การระดมความคิด การนำเสนอผลการศึกษาร่วมทั้งมีการวิพากษ์ผลงานกลุ่มโดยอาจารย์ผู้ฝึกสอน

14.3 การประเมินผลรายวิชา และการประเมินผลท้ายหลักสูตร

15. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

15.1 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

15.2 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมสามารถเขียนแผนประชาสัมพันธ์ และการวางแผนอย่างครบวงจรได้อย่างถูกต้อง

15.3 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้รับทักษะจากการฝึกฝนการเขียนแผนงานประชาสัมพันธ์ เป็นการพัฒนาศักยภาพและเสริมสร้างการปฏิบัติงาน ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น



แบบฟอร์มโครงการ

ยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์	3 พัฒนาบทบาทการให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน ให้มีคุณภาพ ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
กลยุทธ์กรมประชาสัมพันธ์	3.2 สนับสนุนทางวิชาการและมาตรฐานวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์และ สื่อสารมวลชนให้แก่หน่วยงานภาครัฐองค์กรภาคเอกชนภาคประชาชน และสื่อมวลชน
ชื่อโครงการ	โครงการพัฒนาบุคลากรด้านเทคนิคกรมประชาสัมพันธ์
ประเภทโครงการ	ต่อเนื่อง
หน่วยงานรับผิดชอบ	สำนักส่งเสริมและพัฒนางานเทคนิค
ระยะเวลาดำเนินการ	1 ตุลาคม 2560 – 30 กันยายน 2561
งบประมาณ	งบประมาณปี 2561 จำนวนเงิน 1,500,000.00 บาท

1. หลักการและเหตุผล

● ในปัจจุบันเทคโนโลยีการส่งวิทยุกระจายเสียงทั้งระบบ เอ.เอ็ม. และระบบ เอฟ.เอ็ม. กำลังก้าวไปสู่การส่งวิทยุกระจายเสียงในระบบดิจิทัล ซึ่งการส่งกระจายเสียงในระบบดิจิทัลยังเป็นระบบใหม่ที่กรมประชาสัมพันธ์จะได้ดำเนินการทดสอบทดลองการส่งวิทยุกระจายเสียงในระบบดิจิทัล ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. 2561 สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ร่วมกับกรมประชาสัมพันธ์ จะเริ่มทำการทดลองส่งวิทยุกระจายเสียงระบบดิจิทัลขึ้นที่ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดนครศรีธรรมราชด้วย

ดังนั้น เพื่อเตรียมการให้บุคลากรช่างเทคนิคของกรมประชาสัมพันธ์ ได้รับความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีการส่งกระจายเสียงระบบดิจิทัล กรมประชาสัมพันธ์จึงมอบหมายให้สำนักส่งเสริมและพัฒนางานเทคนิค จัดฝึกอบรมช่างเทคนิคตามโครงการพัฒนาบุคลากรด้านเทคนิคกรมประชาสัมพันธ์ ให้มีความรู้ มีทักษะ มีสมรรถนะ ตามที่กำหนดเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์กรมให้บรรลุเป้าหมายและพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียนต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของโครงการ

2.1 เพื่อพัฒนาบุคลากรช่างเทคนิค ให้มีความรู้ ทักษะ และสมรรถนะ ด้านเทคโนโลยีวิทยุกระจายเสียงระบบดิจิทัล

3. ผลสัมฤทธิ์ของงานที่คาดหวัง (RESULTS)

- ผลผลิต (OUTPUT)

- การฝึกอบรมบุคลากรช่างเทคนิคตามโครงการพัฒนาบุคลากรด้านเทคนิคกรมประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียงระบบดิจิทัล

- ผลลัพธ์ (OUTCOME)

- บุคลากรช่างเทคนิคของกรมประชาสัมพันธ์ มีทักษะความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียงระบบดิจิทัล

4. วิธีการวัดผลสัมฤทธิ์ของโครงการ

- ตัวชี้วัดผลผลิต

- ร้อยละความพึงพอใจของบุคลากรช่างเทคนิคที่เข้ารับการฝึกอบรมตามโครงการพัฒนาบุคลากรด้านเทคนิคกรมประชาสัมพันธ์

- ตัวชี้วัดผลลัพธ์

- บุคลากรช่างเทคนิคที่เข้ารับการฝึกอบรม มีทักษะ มีความรู้ มีความเข้าใจ เกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียงระบบดิจิทัล ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90

5. กลุ่มเป้าหมาย

- กลุ่มเป้าหมายหลัก ข้าราชการที่ปฏิบัติงานในสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ทั้งที่อยู่ในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ดังนี้

- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จำนวน 73 สถานี

- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเพื่อการศึกษา จำนวน 11 สถานี

กลุ่มเป้าหมายรอง ลูกจ้างประจำ พนักงานราชการ และลูกจ้างชั่วคราวที่ปฏิบัติงานในสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ทั้งที่อยู่ในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ดังนี้

- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จำนวน 73 สถานี

- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเพื่อการศึกษา จำนวน 11 สถานี

6. ระยะเวลาดำเนินการ

- 1 ตุลาคม 2560 – 30 กันยายน 2561

7. แผนการดำเนินงานตามโครงการ

- การดำเนินงานจะประกอบด้วยระดับและขั้นตอนของการดำเนินการฝึกอบรม ดังนี้คือ.-

7.1 แต่งตั้งคณะทำงานฝ่ายต่างๆ เพื่อรับผิดชอบการดำเนินโครงการพัฒนาบุคลากรด้านเทคนิค เพื่อกำหนดหลักสูตร/กิจกรรม การบริหารโครงการ การคัดเลือกบุคลากรเข้ารับการอบรม

7.2 ประสานงาน รวบรวมข้อมูลการจัดโครงการ จัดทำคำสั่งให้บุคลากรเข้ารับการฝึกอบรม

7.3 การฝึกอบรมตามโครงการพัฒนาบุคลากรด้านเทคนิคกรมประชาสัมพันธ์

7.4 การรายงานผลการดำเนินโครงการและการเบิกจ่าย

7.5 รายงานผลการสำรวจความพึงพอใจ และสรุปเสนอผู้บริหาร

ปีงบประมาณ 2561

ชื่อกิจกรรม	เป้าหมายตามแผน		แผนการจัดกิจกรรมและงบประมาณ											หน่วยงาน รับผิดชอบ กิจกรรม	
			ต.ค. 60	พ.ย. 60	ธ.ค. 60	ม.ค. 61	ก.พ. 61	มี.ค. 61	เม.ย. 61	พ.ค. 61	มิ.ย. 61	ก.ค. 61	ส.ค. 61		ก.ย. 61
กิจกรรม ก โครงการ พัฒนา บุคลากรด้าน เทคนิควิทยุ กระจายเสียง ระบบ ดิจิทัล	การฝึกอบรม บุคลากร ช่างเทคนิค วิทยุ กระจายเสียง ระบบดิจิทัล	จำนวนผลิต (ครั้ง/ตอน ฯลฯ)	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	สพท. สวก. สบพ. สสว. สปท. ฝบท.
		จำนวน กลุ่มเป้าหมาย (คน/หน่วยงาน ฯลฯ)					30 คน	30 คน							
	งบประมาณ (บาท)		←————— 1,500,000 —————→												

8. พื้นที่ดำเนินการตามโครงการ

- - สำนักส่งเสริมและพัฒนางานเทคนิค สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์
- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดนครศรีธรรมราช

9. ค่าใช้จ่ายและอัตรากำลัง

● 9.1 งบประมาณค่าใช้จ่าย

- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการจัดฝึกอบรมช่างเทคนิคตามโครงการพัฒนาบุคลากรด้านเทคนิค กรมประชาสัมพันธ์ จำนวน 2 รุ่น รวมเป็นเงิน 1,500,000.00 บาท

9.2 อัตรากำลังเจ้าหน้าที่

- คณะทำงานการจัดฝึกอบรมช่างเทคนิค สำนักส่งเสริมและพัฒนางานเทคนิค จำนวน 20 คน
- ผู้เข้ารับการฝึกอบรมช่างเทคนิค กรมประชาสัมพันธ์ รุ่นละ 30 คน รวม 2 รุ่น จำนวน 60 คน

10. ความสอดคล้องกับเป้าหมายส่วนรวม

- โครงการพัฒนาบุคลากรด้านเทคนิคกรมประชาสัมพันธ์ ให้มีทักษะ ความรู้ ความสามารถ และสมรรถนะ เกี่ยวกับเทคนิควิทยุกระจายเสียงระบบดิจิทัลซึ่งเป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งกรมประชาสัมพันธ์อยู่ในระหว่างการทดลองนั้น มีส่วนสนับสนุนในการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของกรมประชาสัมพันธ์ มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์และนโยบายของรัฐบาล รวมทั้งโครงการอื่นๆ

11. การติดตามและประเมินผล

- การติดตามและประเมินผลการดำเนินงานโครงการพัฒนาบุคลากรด้านเทคนิค จะดำเนินการโดยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมตอบแบบสอบถาม ตามแบบการประเมินผลการจัดฝึกอบรม

12. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- บุคลากรช่างเทคนิคของกรมประชาสัมพันธ์ จะมีความรู้ ความสามารถ มีทักษะ เกี่ยวกับเทคโนโลยีวิทยุกระจายเสียงระบบดิจิทัล สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การกรอกแบบฟอร์มใช้โปรแกรม Microsoft Word ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 16
พร้อมส่ง E-mail มาด้วย

แบบฟอร์มรายละเอียดภารกิจสำนัก/กอง

ชื่องาน พัฒนาบุคลากรช่างเทคนิคกรมประชาสัมพันธ์

งบประมาณ ๑,๕๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท

๑. ชื่อผลิตภัณฑ์ โครงการพัฒนาบุคลากร หลักสูตร “พัฒนาศักยภาพช่างเทคนิควิทยุกระจายเสียงระบบดิจิทัล”
๒. เป้าหมาย (ผลสำเร็จของงาน) จัดการฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรช่างเทคนิคกรมประชาสัมพันธ์
 - ๒.๑ ตัวชี้วัดผลผลิต (ระบุตัวชี้วัด และค่าเป้าหมายตัวชี้วัด) : จำนวนผลิต/ปี ๑ หน่วยนับ หลักสูตร
 - ๒.๒ ตัวชี้วัดผลลัพธ์ : บุคลากรช่างเทคนิคที่เข้ารับการฝึกอบรม มีทักษะ มีความรู้ มีความเข้าใจ เกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียงระบบดิจิทัล ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๙๐
๓. สาระสำคัญของงาน (คำอธิบายสาระสำคัญของงานโดยสรุป/เหตุผลที่ต้องดำเนินการงานนี้)
การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรช่างเทคนิคกรมประชาสัมพันธ์ ตามโครงการพัฒนาบุคลากรด้านเทคนิคกรมประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับเทคโนโลยีวิทยุกระจายเสียง ระบบดิจิทัล ทั้งระบบ เอ.เอ็ม. และระบบ เอฟ.เอ็ม. ซึ่งเป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่กำลังทำการทดลองอยู่ เพื่อให้บุคลากรมีทักษะ ความรู้ ความสามารถ และสมรรถนะ
๔. กลุ่มเป้าหมาย (ระบุกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน พร้อมระบุจำนวนคน)
 - ๔.๑ ข้าราชการ จำนวน ๕๐ คน
 - ๔.๒ ลูกจ้างประจำ พนักงานราชการ ลูกจ้างชั่วคราว จำนวน ๑๐ คน
๕. รายละเอียดของงาน (พิจารณาจากขั้นตอนการดำเนินงาน)/รายละเอียดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน
 จำนวนเงินรวม ๑,๕๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท

ขั้นตอน (ระบุชื่อขั้นตอน)	รายละเอียด การดำเนินงานแต่ละขั้นตอน	รายละเอียดค่าใช้จ่าย (ตัวคูณ)	รวม (บาท)
๑. แต่งตั้งคณะกรรมการฯ	ประชุมแต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายต่างๆ	อาหารว่าง ๓๕ X ๔๐	๑,๔๐๐.๐๐
๑.๑ กำหนดหลักสูตร	ประชุมคณะกรรมการกำหนดหลักสูตร	อาหารว่าง ๓๕ X ๑๐	๓๕๐.๐๐
๑.๒ บริหารโครงการ	ประชุมคณะกรรมการบริหารโครงการ	อาหารว่าง ๓๕ X ๓๐	๑,๐๕๐.๐๐
๒. ประสานงาน			
๒.๑ รวบรวมข้อมูล	รวบรวมข้อมูลการจัดโครงการ	-	-
๒.๒ จัดทำคำสั่ง	จัดทำคำสั่งให้บุคลากรเข้าอบรม	-	-
๒.๓ ขออนุมัติโครงการ	ขออนุมัติโครงการ/คำสั่งเข้าอบรม	-	-
๓. จัดการฝึกอบรม	จัดการฝึกอบรมบุคลากร	ค่าใช้จ่ายต่างๆ ทั้งหมด	๑,๔๙๗,๒๐๐.๐๐
๔. รายงานผลการฝึกอบรม	จัดทำรายงานผลฝึกอบรม/เบิกจ่าย	-	-
๕. รายงานความพึงพอใจ	สรุปรายงานความพึงพอใจ	-	-

๖. การประเมินผล (ระบุวิธีการประเมิน) การประเมินผลการฝึกอบรมตามโครงการพัฒนาบุคลากรด้านเทคนิคกรมประชาสัมพันธ์ ใช้วิธีการโดยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมทุกคนตอบแบบสอบถามในเอกสารการประเมินผลการฝึกอบรมด้านต่างๆ ที่จัดทำขึ้น