



# ด่วนที่สุด

## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ กองการเจ้าหน้าที่ กลุ่มพัฒนาบุคคล โทร. ๐-๒๖๑๘-๒๓๒๓ ต่อ ๑๓๒๑, ๑๓๒๓

ที่ นร ๐๒๐๓.๐๓/๑๕๐๕๔

วันที่ ๑๑ ธันวาคม ๒๕๖๑

เรื่อง การรับสมัครบุคลากรเข้ารับการอบรมตามโครงการพัฒนาบุคลากร กปส. ครั้งที่ ๑/๒๕๖๒

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒

เรียน ผอ.สำนัก/กอง และหัวหน้าหน่วยงาน

ด้วย กกจ. ได้รับอนุมัติให้ดำเนินโครงการพัฒนาบุคลากร กปส. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒ โดยกำหนดจัดกิจกรรมการฝึกอบรมหลักสูตรต่าง ๆ เพื่อพัฒนาบุคลากรของ กปส. ให้มีความรู้ความสามารถ และทักษะ ในการปฏิบัติงานและก้าวทันสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง พร้อมทั้งจะปฏิบัติงานให้บรรลุผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายขององค์การ โดยมี สปข. สพท. และ กกร. เป็นหน่วยงานรับผิดชอบการจัดฝึกอบรม ซึ่งมีทั้งหลักสูตรที่เกี่ยวกับการปฏิบัติงานในภารกิจหลักและงานสนับสนุน (เอกสารแนบ ๑)

อปส. ได้มอบนโยบายในการพัฒนาบุคลากร กปส. โดยให้การคัดเลือกบุคลากรเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรต่าง ๆ เป็นไปอย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน จึงมอบให้ กกจ. ดำเนินการรับสมัครบุคลากร กปส. เข้ารับการคัดเลือก แล้วจัดทำบัญชีรายชื่อผู้สมัครเสนอ อปส. หรือ คณะกรรมการฯ ตามที่ อปส. สั่งการพิจารณาคัดเลือกเข้ารับการอบรม ต่อไป

ดังนั้น เพื่อให้การคัดเลือกบุคลากรเข้ารับการฝึกอบรมในหลักสูตรต่าง ๆ เป็นไปตามแนวนโยบายของ อปส. ดังกล่าว กกจ. จึงกำหนดดำเนินการคัดเลือกบุคลากรเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรต่าง ๆ ครั้งที่ ๑/๒๕๖๒ ซึ่งเป็นหลักสูตรที่รับผิดชอบโดย สปข. และ สพท. ได้แก่ หลักสูตรนักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง รุ่นที่ ๕๙ หลักสูตรกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ Strategic PR Management รุ่นที่ ๑๓ หลักสูตรสื่อมวลชนสัมพันธ์ รุ่นที่ ๔๕ รวมถึงหลักสูตรอื่น ๆ ซึ่งกำหนดจัดฝึกอบรมในช่วงระหว่างเดือนธันวาคม ๒๕๖๑ - มีนาคม ๒๕๖๒ ได้แก่ หลักสูตรนักประชาสัมพันธ์ดิจิทัล Smart PR รุ่นที่ ๑๑ และหลักสูตรพัฒนาศักยภาพช่างเทคนิควิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ โดยขอความร่วมมือ สำนัก/กอง ดำเนินการคัดกรองผู้สมัครในเบื้องต้น ให้เป็นไปด้วยความเป็นธรรม ดังนี้

๑. แจ้งเวียนให้บุคลากรในสังกัดสมัครเข้ารับการฝึกอบรมในหลักสูตรที่ตนเองมีคุณสมบัติ ซึ่งเป็นประโยชน์โดยตรงต่อการพัฒนาความรู้ ความสามารถ และทักษะในการปฏิบัติภารกิจหน้าที่ที่รับผิดชอบในปัจจุบัน

๒. สำนัก/กอง พิจารณาคัดกรองผู้สมัครที่มีคุณสมบัติและมีความเหมาะสมเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาทักษะของบุคลากรและผลสัมฤทธิ์ของงาน เข้ารับการฝึกอบรม ดังนี้

๒.๑ จัดเรียงลำดับผู้สมัครที่ได้รับการเสนอชื่อ จำนวนหลักสูตรละ ๒ - ๓ คน สำหรับ ส.ปชส. ให้ ส.ปชส.ภาค แต่ละภาคเป็นผู้พิจารณาเสนอชื่อ แล้วจัดทำบัญชีรายชื่อ (ตามเอกสารที่แนบ) ส่ง กกจ. ที่ e-mail : hrdprd.๑๑@gmail.com หรือทางโทรสารหมายเลข ๐ ๒๖๑๘ ๒๓๗๖ ภายในวันจันทร์ที่ ๑๗ ธันวาคม ๒๕๖๑ ในเวลาราชการ

/๒.๒ สำนัก/กอง...

๒.๒ สำนัก/กอง แจ้งให้ผู้ได้รับการเสนอชื่อเข้ารับการคัดเลือกเพื่อเข้ารับการฝึกอบรมกรอกใบสมัครเข้ารับการฝึกอบรมในหลักสูตรที่ได้รับการเสนอชื่อ โดยระบุลำดับที่ได้รับการเสนอให้ผู้สมัครทราบ และสามารถกรอกใบสมัครได้ที่ <https://goo.gl/drD1NG> หรือ QR Code ด้านล่าง ภายในวันจันทร์ที่ ๑๗ ธันวาคม ๒๕๖๑

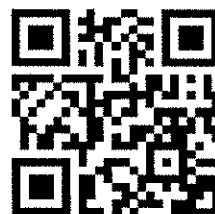
จึงเรียนมาเพื่อโปรดดำเนินการ



(นางจรรยา อัมหิรัญ)

ผอ.กกจ.

กรอกใบสมัครออนไลน์



<https://goo.gl/drD1NG>

## รายชื่อหลักสูตรฝึกอบรมตามโครงการพัฒนาบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ 2562

(หลักสูตรภายในของ กปส.)

ลำดับที่	ภารกิจ/กิจกรรม	รุ่นที่	จำนวน (คน)	กำหนดการอบรม	หน่วยจัดอบรม	หมายเหตุ
1	หลักสูตรนักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง	59	10	21 ม.ค.- 15 มี.ค.62	สปช.	เปิดรับสมัครรอบแรก
2	หลักสูตร กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management)	13	5	6 พ.ค.- 21 มิ.ย.62	สปช.	เปิดรับสมัครรอบแรก
3	หลักสูตรสื่อมวลชนสัมพันธ์	45	5	24 มิ.ย.- 9 ส.ค.62	สปช.	เปิดรับสมัครรอบแรก
4	หลักสูตรพัฒนาข้าราชการ กปส. ระดับต้น	1	40	4-29 มี.ค.62	สปช.	คัดจากผู้มีคุณสมบัติเลื่อน ชก.,ชง
5	หลักสูตรพัฒนาข้าราชการ กปส. ระดับกลาง	1	40	3-28 มิ.ย.62	สปช.	คัดจากผู้ได้รับคัดเลือกเลื่อน ชพ.,อว.
6	หลักสูตรเทคนิคการพูดสำหรับนักบริหาร	5	10	5-8 ส.ค.62	สปช.	เปิดรับสมัครรอบสอง
7	หลักสูตรการจัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์แบบครบวงจร	11	10	1-4 ก.ค.62	สปช.	เปิดรับสมัครรอบสอง
8	หลักสูตรงานเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ดิจิทัล	16	10	21-24 พ.ค.62	สปช.	เปิดรับสมัครรอบสอง
9	หลักสูตรนักประชาสัมพันธ์ดิจิทัล Smart PR	11	15	14-17 ม.ค.62	สปช.	เปิดรับสมัครรอบสอง
10	หลักสูตรผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ระดับต้น รุ่นที่ 7 MOU กสทช.	7	10	22-24 เม.ย.62	สปช.	เปิดรับสมัครรอบสอง
11	หลักสูตรผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ระดับกลาง รุ่นที่ 7 MOU กสทช.	7	10	25-28 เม.ย.62	สปช.	เปิดรับสมัครรอบสอง
12	หลักสูตรผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ระดับสูง รุ่นที่ 7 MOU กสทช.	7	10	29 เม.ย.-1 พ.ค.	สปช.	เปิดรับสมัครรอบสอง
13	หลักสูตรนักจัดรายการวิทยุกระจายเสียงดิจิทัล	26	10	22-26 ก.ค.62	สปช.	เปิดรับสมัครรอบสอง
14	หลักสูตรเทคนิคการเป็นพิธีกร	37	10	2-5 เม.ย.62	สปช.	เปิดรับสมัครรอบสอง
15	หลักสูตร เทคนิคการถ่ายทอดสดผ่านสื่อโซเชียล	1	40	ยังไม่กำหนด	สปช.	สปช.เปิดรับสมัครเป็นการเฉพาะ
16	หลักสูตรนักพัฒนาการสื่อสารยุคดิจิทัล	5	15	7-10 พ.ค.62	สปช.	เปิดรับสมัครรอบสอง
17	หลักสูตรเทคนิคการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียล	2	40	28-30 ม.ค.62	สปช.	สปช.เปิดรับสมัครเป็นการเฉพาะ
18	หลักสูตรการดำเนินการทางวินัย และเสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรม	5	30	7-9 ม.ค.62	สปช./กกจ.	กกจ.เปิดรับสมัครเป็นการเฉพาะ
19	หลักสูตรเทคนิคการให้บริการและบำรุงรักษาโครงข่ายโทรทัศน์ระบบดิจิทัล	5	30	ก.พ.-มี.ค.62	สพท.	เปิดรับสมัครรอบแรก
20	โครงการอบรมเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจกฎหมายของ กสทช.		50	ยังไม่กำหนด	กกร.	เปิดรับสมัครรอบสอง

ตารางหลักสูตรฝึกอบรม สถาบันการประชาสัมพันธ์  
ระหว่างเดือน ธันวาคม ๒๕๖๑ - มีนาคม ๒๕๖๒

ลำดับที่	ชื่อหลักสูตร	วันที่อบรม	จำนวนผู้เข้าอบรม		คุณสมบัติผู้เข้าอบรม	หน่วยงาน
			บุคลากร ภายนอก	บุคลากร กปส.		
๑	หลักสูตรนักกบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง รุ่นที่ ๕๙ (รวมจำนวนผู้อบรม ๔๐ คน)	๒๑ ม.ค. - ๑๕ มี.ค. ๒๕๖๒	๓๐	๑๐	- ข้าราชการที่ดำรงตำแหน่งประเภทวิชาการ ระดับชำนาญการพิเศษ หรืออำนวยการต้นชั้น ไป รับผิดชอบในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ ขององค์กร <u>หมายเหตุ</u> - คัดเลือกผู้ดำรงตำแหน่งอำนวยการระดับต้น ที่ยังไม่ผ่านการอบรมหลักสูตรดังกล่าว เข้ารับ การอบรมเป็นอันดับแรก - พิจารณาคัดเลือกจากบัญชีรายชื่อข้าราชการ ที่มีคุณสมบัติในภาพรวมทั้งหมด	- ทุกสำนัก/กอง - กปส. พิจารณา บุคลากรใน ภาพรวม
๒	หลักสูตรกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ Strategic PR Management รุ่นที่ ๑๓ (รวมจำนวนผู้อบรม ๔๐ คน)	๖ พ.ค. - ๒๑ มี.ย. ๒๕๖๒	๓๕	๕	- ข้าราชการที่ดำรงตำแหน่งประเภทวิชาการ ระดับชำนาญการ ที่ปฏิบัติหน้าที่รับผิดชอบ งานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ขององค์กร หรือ ปฏิบัติงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงาน ประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชน ไม่น้อยกว่า ๒ ปี (ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค) <u>หมายเหตุ</u> - พิจารณาคัดเลือกจากบัญชีรายชื่อข้าราชการ ที่มีคุณสมบัติในภาพรวมทั้งหมด	ทุกสำนัก/กอง

ลำดับที่	ชื่อหลักสูตร	วันที่อบรม	จำนวนผู้เข้าอบรม		คุณสมบัติผู้เข้าอบรม	หน่วยงาน
			บุคลากร ภายนอก	บุคลากร กปส.		
๓	หลักสูตรสื่อมวลชนสัมพันธ์ รุ่นที่ ๔๕ (รวมจำนวนผู้อบรม ๔๐ คน)	๒๔ มิ.ย. - ๙ ส.ค. ๒๕๖๒	๓๕	๕	- ข้าราชการตำแหน่งประเภทวิชาการ ระดับ ปฏิบัติการ ประเภททั่วไป ระดับชำนาญงาน ที่ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์และ สื่อสารมวลชน หรือปฏิบัติงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ งานประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน ไม่น้อยกว่า ๒ ปี (ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค) <u>หมายเหตุ</u> - พิจารณาคัดเลือกจากบัญชีรายชื่อข้าราชการ ที่มีคุณสมบัติในภาพรวมทั้งหมด	ทุกสำนัก/กอง
๔	หลักสูตรนักประชาสัมพันธ์ดิจิทัล Smart PR รุ่นที่ ๑๑ (รวมจำนวนผู้อบรม ๔๐ คน)	๑๔ - ๑๗ ม.ค. ๒๕๖๒	๒๕	๑๕	- บุคลากรผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ของ หน่วยงาน (ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค)	ทุกสำนัก/กอง

ตารางหลักสูตรฝึกอบรมของ สำนักส่งเสริมและพัฒนางานเทคนิค

ระหว่างเดือน มกราคม - มีนาคม ๒๕๖๒

ลำดับที่	ชื่อหลักสูตร	วันที่อบรม	จำนวนผู้เข้าอบรม		คุณสมบัติผู้เข้าอบรม	หน่วยงาน
			บุคลากร ภายนอก	บุคลากร กปส.		
๑	หลักสูตรพัฒนาศักยภาพช่างเทคนิค วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์	ก.พ. - มี.ค. ๒๕๖๒ (๖ วัน) จะแจ้งวัน อบรมให้ทราบ อีกครั้ง	-	๓๐	- บุคลากร กปส. ที่ปฏิบัติหน้าที่ด้านเทคนิค วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ (ส่วนกลางและ ส่วนภูมิภาค) - ผู้สมัครจะต้องไม่เคยผ่านการอบรม หลักสูตร พัฒนาศักยภาพช่างเทคนิควิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ เป็นระยะเวลา ๒ ปี	สวท./ สทท./ สพข. ๑ - ๘ (รวม สวท.)

บัญชีรายชื่อผู้ได้รับการเสนอให้สมัครเข้ารับการฝึกอบรม  
หลักสูตรภายในของกรมประชาสัมพันธ์ ครั้งที่ ๑/๒๕๖๒ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒  
ของ สำนัก/กอง.....

ลำดับที่	ชื่อ - สกุล	ตำแหน่ง	สังกัด	หมายเหตุ
๑. หลักสูตรนักกบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง รุ่นที่ ๕๙ (ระหว่างวันที่ ๒๑ มกราคม - ๑๕ มีนาคม ๒๕๖๒)				
๑				
๒				
๓				
๒. หลักสูตรกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ Strategic PR Management รุ่นที่ ๑๓ (ระหว่างวันที่ ๖ พฤษภาคม - ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๒)				
๑				
๒				
๓				
๓. หลักสูตรสื่อมวลชนสัมพันธ์ รุ่นที่ ๔๕ (ระหว่างวันที่ ๒๔ มิถุนายน - ๙ สิงหาคม ๒๕๖๒)				
๑				
๒				
๓				
๔. หลักสูตรนักประชาสัมพันธ์ดิจิทัล Smart PR รุ่นที่ ๑๑ (ระหว่างวันที่ ๑๔ - ๑๗ มกราคม ๒๕๖๒)				
๑				
๒				
๓				
๕. หลักสูตรพัฒนาศักยภาพช่างเทคนิควิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (ระยะเวลาการอบรม จำนวน ๖ วัน ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ - มีนาคม ๒๕๖๒)				
๑				
๒				
๓				



หลักสูตร “นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง” รุ่นที่ 59  
 ระหว่างวันจันทร์ที่ 21 มกราคม - วันศุกร์ที่ 15 มีนาคม 2562  
 อบรม 8 สัปดาห์ ๆ ละ 3 วัน (วันพุธ วันพฤหัสบดี และวันศุกร์) ศึกษาดูงาน 5 วัน  
 จัดโดย สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

1. หลักการและเหตุผล

ตามแผนปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชน และเทคโนโลยี และแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศทุกระดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง ซึ่งต้องเป็นผู้ขับเคลื่อนและสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์ให้เกิดประสิทธิภาพ เพื่อสร้างการยอมรับและความน่าเชื่อถือให้แก่หน่วยงานของตน

ประกอบกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ ทำให้ผู้บริหารงานด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน จำเป็นต้องพัฒนาทักษะ ความรอบรู้ สมรรถนะด้านการบริหารงาน และความเป็นผู้นำให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล

ด้วยเหตุผลดังกล่าว สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ ในฐานะหน่วยงานที่มีภารกิจในการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนระดับประเทศ จึงได้จัด หลักสูตร “นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง” รุ่นที่ 59 เพื่อพัฒนาสมรรถนะด้านการบริหารงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน ทั้งการบริหารองค์กร บุคลากร กระบวนการประชาสัมพันธ์ และนวัตกรรมประชาสัมพันธ์ร่วมสมัย ภายใต้บริบทต่าง ๆ ให้สัมฤทธิ์ผลตามวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อเพิ่มพูนความรู้และสร้างเสริมสมรรถนะด้านการบริหารองค์กร และความเป็นผู้นำองค์กรในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลง
- 2.2 เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ท่ามกลางสภาวะการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อในโลกดิจิทัล
- 2.3 เพื่อส่งเสริมให้มีการสร้างเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ตลอดจนบูรณาการการทำงานร่วมกัน

3. กลุ่มเป้าหมาย

บุคลากรภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน ที่รับผิดชอบงานบริหารงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร



## 7. รายละเอียดหลักสูตร

### 7.1 หมวดหมวดการบริหารองค์กรเชิงกลยุทธ์ จำนวน 21 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ด้านการบริหารองค์กร กระบวนการคิด วัฒนธรรม การสื่อสารและความรู้ด้านอื่น ๆ ที่ช่วยเสริมความรู้ที่เกี่ยวข้องกับหลักการ แนวคิดต่าง ๆ อันเป็นองค์ประกอบของงานประชาสัมพันธ์ มีรายละเอียดหัวข้อวิชา ดังนี้

7.1.1 การปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัล (3) องค์ประกอบในการปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัล ขั้นตอน กระบวนการทำงาน โอกาสและความท้าทายสู่องค์กรดิจิทัล

7.1.2 การบริหารองค์กรในยุคดิจิทัล (3) การเตรียมความพร้อมขององค์กร การวิเคราะห์องค์กร ปัจจัยสนับสนุนความสำเร็จ (กลยุทธ์ ผู้นำ บุคลากร วัฒนธรรมองค์กร)

7.1.3 กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร (Image Building Strategies) (3) การวิเคราะห์องค์กร หลักการ วิธีการ กระบวนการวางแผนกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร กิจกรรมและช่องทางในการสร้างและประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กร การรักษาภาพลักษณ์องค์กร

7.1.4 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของโลกยุคดิจิทัล (3) ผลกระทบการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคดิจิทัลต่อบุคคล และองค์กร โอกาสและความท้าทายในการปรับเข้าสู่ยุคดิจิทัล

7.1.5 การสื่อสารภายในองค์กร (Internal PR and Cultivation) (3) เทคนิค วิธีการ รูปแบบ และปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารภายในองค์กรให้ประสบผลสำเร็จ

7.1.6 การปฏิบัติการเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Persuasion and Attitude Changes) (3) ประเภท องค์ประกอบ กลุ่มเป้าหมาย และวิธีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ประโยชน์ที่ได้รับต่อบุคคลและองค์กร

7.1.7 การบริหารจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data and Analytics) (3) ความหมาย ความสำคัญ วิธีการรวบรวม การจัดการ การวิเคราะห์ และประโยชน์ของ Big Data

7.1.8 คุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณในองค์กร (3) ความหมาย ความสำคัญ หลักการ การปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ตามหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ

### 7.2 หมวดการบริหารงานประชาสัมพันธ์ จำนวน 66 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจด้านการประชาสัมพันธ์เชิงลึก ทั้งด้านกลยุทธ์ วิธีการวางแผน กระบวนการปฏิบัติงาน การประเมิน การวิเคราะห์ สังเคราะห์ และการนำเสนอความรู้มาบูรณาการเพื่อการบริหารงานประชาสัมพันธ์ให้สัมฤทธิ์ผล มีรายละเอียดหัวข้อวิชา ดังนี้

7.2.1 การประชาสัมพันธ์ให้ตอบสนองความต้องการและเข้าถึงประชาชน (3) การนำนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ กิจกรรม/โครงการต่าง ๆ สู่การปฏิบัติเพื่อตอบสนองความต้องการและเข้าถึงประชาชน กลุ่มเป้าหมายอย่างเป็นรูปธรรม

7.2.2 การวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Public Relations Planning) (3) การวิเคราะห์ยุทธศาสตร์องค์กรเพื่อสร้างกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ประเภทของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ กระบวนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายเพื่อจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์องค์กร ทั้งในเชิงรุกและเชิงรับ ตลอดจนการแก้ไขปัญหาอุปสรรคต่างๆ



7.2.14 ฝึกปฏิบัติ การให้สัมภาษณ์รายการและข่าวโทรทัศน์/วิทยุ (6) การฝึกปฏิบัติ การให้สัมภาษณ์เพื่อเตรียมความพร้อม (ข้อมูล การเรียบเรียง น้ำเสียง สีลา ความมั่นใจ บุคลิก และการแต่งกาย) สำหรับการสัมภาษณ์แบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เทคนิคการตอบคำถามในทางสร้างสรรค์ การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า การควบคุมอารมณ์ การใช้สื่อประกอบคำพูด ฯลฯ

7.2.15 การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Event Organization) (3) ลักษณะสำคัญของกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ การปฏิบัติการวางแผนรณรงค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ให้ประสบความสำเร็จ รวมทั้งการวางแผนสื่อ เทคนิคการออกแบบกิจกรรม วิธีการติดตามและประเมินผล

7.2.16 การปฏิบัติการข่าวสารและโฆษณาชวนเชื่อ (IO and Propaganda) (3) ความหมาย ประเภท องค์ประกอบ รูปแบบ ช่วงเวลา และสถานการณ์เพื่อการปฏิบัติการข่าวสาร ความเหมือนและแตกต่าง ระหว่าง IO and Propaganda

7.2.17 การบริหารประเด็น (Issue Management) (3) การวิเคราะห์ประเด็น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารประเด็นเพื่อป้องกันการเกิดผลกระทบเชิงลบ หรือสร้างผลกระทบเชิงบวก ต่อองค์กร กลยุทธ์การสร้างกระแสให้ประชาชนในสื่อสังคมเป็นกระบอกเสียงให้องค์กร

7.2.18 เทคนิคการบอกเล่าข้อมูลข่าวสารต่อสื่อมวลชนและสาธารณชน (3)

7.2.19 การประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาประเทศ (3)

7.2.20 การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) (3) แนวคิดการสื่อสารทางการเมือง การวิเคราะห์ผลกระทบและแนวโน้มทางการเมือง ปฏิสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการสื่อสารทางการเมือง กับนักบริหารงานระดับสูง การสื่อสารทางการเมืองในทัศนชนนักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง

7.3 หมวดสร้างเสริมทักษะนักบริหาร จำนวน 12 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะในการคิดวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ ทักษะการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ บุคลิกภาพที่เหมาะสมในฐานะผู้บริหารและนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ มีรายละเอียดหัวข้อวิชา ดังนี้

7.3.1 การคิดเชิงกลยุทธ์ (3) กระบวนการและวิธีคิดที่นำไปสู่การบรรลุเป้าหมายในชีวิต และการทำงานประชาสัมพันธ์ การเสริมสร้างทักษะการคิดเชิงกลยุทธ์ด้วยตนเองด้วยวิธีการสังเกต สังเคราะห์ การประเมินสถานการณ์ภายในและภายนอกองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์ขององค์กร การจัดลำดับความสำคัญ การแสวงหามุมมอง ทางเลือก โอกาส และผลลัพธ์ที่แตกต่าง

7.3.2 เทคนิคการสื่อสารสำหรับผู้บริหารระดับสูง (Media Training for Executives) (3) ศาสตร์และศิลป์ในการสื่อสาร การวิเคราะห์ปัญหาเพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสาร และเทคนิคการสื่อสารสำหรับผู้บริหารระดับสูง

7.3.3 การพัฒนาบุคลิกภาพผู้บริหาร (3) การพัฒนาบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับลักษณะงาน การพัฒนาความคิด อารมณ์ จิตใจ การบริหารจัดการความเครียด และการพัฒนาบุคลิกภาพภายนอก

7.3.4 การเขียนรายงานและบทความทางวิชาการ สำหรับผู้บริหาร (3) การคิดหัวข้อ/ประเด็น รูปแบบการเขียน องค์ประกอบของการเขียน แหล่งข้อมูล การนำไปใช้ประโยชน์ ช่องทางการเผยแพร่



#### 10. ผลสัมฤทธิ์ของโครงการที่คาดหวัง และตัวชี้วัด

ผลลัพธ์ ผู้ผ่านการฝึกอบรมมีศักยภาพในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ภายใต้บริบทต่าง ๆ เพื่อให้สัมฤทธิ์ผลตามวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน รวมทั้งมีเครือข่ายประชาสัมพันธ์เพื่อบูรณาการการทำงานได้อย่างกว้างขวางมากขึ้น

ผลผลิต	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การวัด
1. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมผ่านเกณฑ์การฝึกอบรมที่กำหนดตามหลักสูตร	ร้อยละของผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีคุณสมบัติตามเกณฑ์การประกันคุณภาพการฝึกอบรมของสถาบันการประชาสัมพันธ์	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80
2. รายงานการศึกษาที่แสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ (รายบุคคล/กลุ่ม)	รายงานการศึกษา (รายบุคคล/กลุ่ม)	คนละ 1 ฉบับ กลุ่มละ 5 ฉบับ
3. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น	ร้อยละของผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80

#### 11. ระยะเวลาดำเนินการ

ระหว่างวันที่ 21 มกราคม - 15 มีนาคม 2562 (รวมเวลาการศึกษาดูงานในประเทศและต่างประเทศ)

#### 12. สถานที่ฝึกอบรม

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

#### 13. ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม

- เงินงบประมาณโครงการพัฒนาบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 จำนวน 880,000.- บาท (แปดแสนแปดหมื่นบาทถ้วน)
- ค่าลงทะเบียนฝึกอบรมจากบุคคลภายนอก คนละ 88,000 บาท (แปดหมื่นแปดพันบาทถ้วน)

#### 14. การประเมินผลและติดตามผล

- 14.1 แบบประเมินผลรายวิชา (ประเมินเนื้อหา วิทยากร และการจัดการ)
- 14.2 แบบประเมินเมื่อเสร็จสิ้นการฝึกอบรม
- 14.3 การสังเกตการณ์การมีส่วนร่วมและการเรียนรู้ของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

#### 15. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 15.1 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีสมรรถนะในการเป็นผู้นำและผู้บริหารองค์กรที่มีประสิทธิภาพ พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในทุกสถานการณ์
- 15.2 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีศักยภาพและมีความพร้อมในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล
- 15.3 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ที่มีความเข้าใจอันดีระหว่างกัน ให้ความร่วมมือและบูรณาการการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ





ตารางการฝึกอบรม

หลักสูตร “นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง” รุ่นที่ 59

ระหว่างวันที่ 21 มกราคม - 15 มีนาคม 2562

ณ สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี

อบรม 8 สัปดาห์ ๆ ละ 3 วัน (วันพุธ วันพฤหัสบดี และวันศุกร์) ศึกษาดูงาน 5 วัน

เวลา	วัน	09.00 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.
<b>สัปดาห์ที่ 1</b>			
วันจันทร์ที่ 21 มกราคม 62	- 08.00 น. ลงทะเบียน - 09.00 น. พิธีเปิด	การประชาสัมพันธ์ให้ตอบสนอง ความต้องการและเข้าถึงประชาชน	การวางแผนการประชาสัมพันธ์ เชิงกลยุทธ์ (Strategic Public Relations Planning)  17.00 - 20.00 น.  กิจกรรม เสริมสร้างทีมงาน นักบริหาร
วันอังคารที่ 22 มกราคม 62		การสื่อสารนโยบายสู่สาธารณะ	การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารยุคดิจิทัล / ฝึกปฏิบัติ
วันพุธที่ 23 ถึง วันศุกร์ที่ 25 มกราคม 2562		กิจกรรมเสริมสร้างพัฒนาทีมงานนักบริหารงานประชาสัมพันธ์ กิจกรรม CSR จิตอาสาเราทำความดีด้วยหัวใจ เพื่อพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม นอกสถานที่	
<b>สัปดาห์ที่ 2</b>			
วันพุธที่ 30 มกราคม 62		อิทธิพลของสื่อโซเชียลต่อการสื่อสาร (High Order Social Communication)	ฝึกปฏิบัติ การสื่อสารด้วยสื่อโซเชียล
วันพฤหัสบดีที่ 31 มกราคม 62		การปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัล (Digital Transformation)	การบริหารองค์กรในยุคดิจิทัล
วันศุกร์ที่ 1 กุมภาพันธ์ 62		กลยุทธ์ข้อมูลข่าวสารและช่องทางการเผยแพร่ (Content & Channel Strategies)	การปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายยุคดิจิทัล (Digital Engagement)
<b>สัปดาห์ที่ 3</b>			
วันจันทร์ที่ 6 กุมภาพันธ์ 62		การคิดเชิงกลยุทธ์ รศ.ดร.สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์	กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร (Image Building Strategies)
วันอังคารที่ 7 กุมภาพันธ์ 62		การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของโลกยุคดิจิทัล	กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC Strategies)
วันพุธที่ 8 กุมภาพันธ์ 62		การปฏิบัติการเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Persuasion and Attitude Changes)	การสื่อสารภายในองค์กร (Internal PR and Cultivation)  17.00 - 20.00 น.  กิจกรรม เสริมสร้างทีมงาน นักบริหาร

เวลา	วัน	09.00 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.
<b>สัปดาห์ที่ 7</b>			
วันพุธที่ 6 มีนาคม 62		การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Event Organization)	การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication)
วันพฤหัสบดีที่ 7 มีนาคม 62		การปฏิบัติการข่าวสารและโฆษณาชวนเชื่อ (IO and Propaganda)	การบริหารประเด็น (Issue Management)
วันศุกร์ที่ 8 มีนาคม 62		คุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณในองค์กร	จัดทำรายงานข้อเสนอเชิง นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ 17.00 - 20.00 น. กิจกรรม เสริมสร้างทีมงาน นักบริหาร
<b>สัปดาห์ที่ 8</b>			
วันพุธที่ 13 มีนาคม 62		จัดทำรายงานข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์	
วันพฤหัสบดีที่ 14 มีนาคม 62		นำเสนอรายงานข้อเสนอเชิงนโยบาย ด้านการประชาสัมพันธ์ / วิพากษ์	ปรับปรุงรายงานข้อเสนอเชิง นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ 17.00 - 20.00 น. กิจกรรม เสริมสร้างทีมงาน นักบริหาร
วันศุกร์ที่ 15 มีนาคม 62		เทคนิคการบอกเล่าข้อมูลข่าวสาร ต่อสื่อมวลชนและสาธารณชน	การประชุมสัมมนาเพื่อการพัฒนา ประเทศ 16.30 น. - ประเมินท้าย หลักสูตร - มอบ ประกาศนียบัตร - ปิดการฝึกอบรม

หมายเหตุ - เวลา 10.30 - 10.45 น. / 14.30-14.45 น.  
- เวลา 12.00 - 13.00 น.

พักรับประทานอาหารว่างและเครื่องดื่ม  
พักรับประทานอาหารกลางวัน

\*\*\* สถาบันการประชาสัมพันธ์ ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงข้อมูล ทั้งนี้เพื่อความเหมาะสม และประโยชน์สูงสุด  
ของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

\*\*\*\*\*



## โครงการฝึกอบรม

หลักสูตร “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management)” รุ่นที่ 13

ระหว่างวันที่ 6 พฤษภาคม – 21 มิถุนายน พ.ศ. 2562

จัดโดย สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

### 1. หลักการและเหตุผล

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

จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ ทำให้บุคลากรที่มีหน้าที่รับผิดชอบงานด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่าง ๆ จำเป็นต้องพัฒนาตนเองเพื่อให้ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล

ด้วยเหตุผลดังกล่าว สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ จึงได้จัดหลักสูตร “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management)” รุ่นที่ 13 ขึ้น เพื่อพัฒนาบุคลากรทั้งภาครัฐ องค์กรอิสระ ภาคเอกชน และประชาชนทั่วไป ให้มีความรู้และทักษะในการวางแผนและสามารถออกแบบกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภายใต้บริบทต่าง ๆ ให้ประสบความสำเร็จ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ทั้งกับตนเองและองค์กรได้จริง

### 2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ ความเข้าใจ และทักษะในการวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล

2.2 เพื่อเสริมศักยภาพการคิดเชิงกลยุทธ์เชิงสร้างสรรค์ และเชิงบูรณาการ เพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดต่อตนเองและหน่วยงาน

2.3 เพื่อส่งเสริมให้มีการสร้างเครือข่ายเพื่อบูรณาการการทำงานร่วมกัน

### 3. กลุ่มเป้าหมาย

ข้าราชการพลเรือน ทหาร ตำรวจ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน ที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ขององค์กร

#### 4. คุณสมบัติของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

ผู้ที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรหรือปฏิบัติงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนโดยต้องดำรงตำแหน่งปัจจุบันไม่น้อยกว่า 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 ปฏิบัติตามกฎระเบียบของผู้เข้ารับการฝึกอบรมตามที่สถาบันการประชาสัมพันธ์กำหนดไว้อย่าง

เคร่งครัด

#### 5. จำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรม

จำนวน 40 คน

#### 6. โครงสร้างหลักสูตร

การฝึกอบรมแบ่งเป็น 5 หมวดวิชา รวมเวลาทั้งสิ้น 216 ชั่วโมง ดังนี้

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

#### 7. รายละเอียดหลักสูตร

7.1 หมวดความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 24 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ด้านการบริหารงานประชาสัมพันธ์ กระบวนการคิด วัฒนธรรมการสื่อสารและความรู้ด้านอื่น ๆ ที่ช่วยเสริมความรู้ที่เกี่ยวข้องกับหลักการ แนวคิดต่าง ๆ อันเป็นองค์ประกอบของงานประชาสัมพันธ์ มีรายละเอียดหัวข้อวิชา ดังนี้

7.1.1 คุณธรรม จริยธรรม นักประชาสัมพันธ์ (3) ความหมาย ความสำคัญ หลักการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ตามหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ

7.1.2 การคิดเชิงสร้างสรรค์และการบริหารทัศนคติ (3) การคิดนอกกรอบ วิธีการมองปัญหา หรือสถานการณ์ในรูปแบบใหม่ องค์ประกอบของการคิดเชิงสร้างสรรค์ การสร้างแรงขับจากภายในบุคคล เพื่อสร้างทัศนคติเชิงบวก การพัฒนาทักษะในการบูรณาการความคิดอย่างสร้างสรรค์เพื่อการดำรงชีวิตและการทำงาน

7.1.3 การคิดเชิงกลยุทธ์ (3) กระบวนการและวิธีคิดที่นำไปสู่การบรรลุเป้าหมายในชีวิต และการทำงานประชาสัมพันธ์ การเสริมสร้างทักษะการคิดเชิงกลยุทธ์ด้วยตนเองด้วยวิธีการสังเกต สังเคราะห์ การประเมินสถานการณ์ภายในและภายนอกองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์ขององค์กร การจัดลำดับความสำคัญ การแสวงหามุมมอง ทางเลือก โอกาส และผลลัพธ์ที่แตกต่าง

7.1.4 การสร้างภาวะผู้นำ (3) แนวคิดเกี่ยวกับผู้นำ วิธีการสร้างภาวะผู้นำ บทบาทผู้นำ ด้านกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ 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 การวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์องค์กร (6) การวิเคราะห์อัตลักษณ์ และชื่อเสียง องค์กร การวิเคราะห์ยุทธศาสตร์องค์กรเพื่อสร้างกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การประยุกต์ใช้กลยุทธ์ การประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายเพื่อจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์องค์กรทั้งในเชิงรุกและเชิงรับ และเพื่อสร้าง และรักษาความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใต้บริบททางสังคมที่แตกต่างกัน

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 กลยุทธ์และกิจกรรม ทางการตลาด การสร้างเครือข่ายทางการตลาด

#### 7.2.4 การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ (Integrated Marketing Communication : IMC)

(6) หลักการ แนวคิด การวิเคราะห์เครื่องมือทางการตลาด การสื่อสาร การวางแผนสามารถกำหนดรูปแบบบูรณาการงานประชาสัมพันธ์และการตลาด การใช้ IT และเครื่องมือสื่อสารการตลาดยุคใหม่ การจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action plan) พร้อมทั้งฝึกปฏิบัติ

#### 7.2.5 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์องค์กรผ่านสื่อออนไลน์ (6) หลักการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการ

ประชาสัมพันธ์ องค์กรประกอบและการวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ การสร้างเครือข่ายเพื่อเป้าหมายเฉพาะ

#### 7.2.6 การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต (Crisis Public Relations) (3) การวิเคราะห์ประเด็น

วิกฤติขององค์กร การวางแผนและการปฏิบัติการสื่อสารในภาวะวิกฤติ และหลังภาวะวิกฤติ รวมถึงการจัดทำคู่มือการสื่อสารในภาวะวิกฤติขององค์กร การเตรียมความพร้อมการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤติ การติดตามประเมินผล ฝึกปฏิบัติหรือกรณีศึกษา

#### 7.2.7 การตลาดธุรกิจบริการ (Service Marketing) (3) ความหมาย หลักการ แนวคิด

การแบ่งกลุ่มประเภทสินค้าบริการ การจัดการบริการประเภทต่างๆ คุณภาพงานบริการ การรักษาคุณภาพให้ได้มาตรฐาน ส่วนประสมทางการตลาดแบบธุรกิจบริการ ผลตอบแทนของธุรกิจและบริการ ความสัมพันธ์ระหว่างงานบริการและกำไร

#### 7.2.8 กลยุทธ์การสร้างและสื่อสารแบรนด์องค์กร (6) แนวคิดเกี่ยวกับแบรนด์ภายในและ

แบรนด์องค์กร การจัดทำ Profile องค์กร วิธีการและปฏิบัติการสร้างและสื่อสารแบรนด์ภายในและแบรนด์องค์กร ให้ประสบผลสำเร็จ

#### 7.2.9 การออกแบบเนื้อหาเพื่อการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ (6) แนวคิดการออกแบบเนื้อหา

ที่เข้าถึงและครองใจผู้รับสารออนไลน์ ทั้งการวิเคราะห์คำ วิธิตัด การใช้ภาษาของผู้รับสาร เพื่อการออกแบบโครงสร้างเนื้อหา การเลือกคำและภาษา ข้อมูลสนับสนุน รูปแบบการสนทนาและเทคนิคเล่าเรื่อง

#### 7.2.10 การรณรงค์และออกแบบกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ (6) ลักษณะสำคัญของ

การรณรงค์ทางการประชาสัมพันธ์ การปฏิบัติการวางแผนรณรงค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ให้ประสบความสำเร็จ รวมทั้งการวางแผนสื่อ เทคนิคการออกแบบกิจกรรม วิธีการติดตามและประเมินผล

#### 7.2.11 การบริหารโครงการและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ (6) หลักการและแนวทาง

ในการบริหารโครงการและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ การออกแบบวิธีการติดตามและประเมินผลโครงการ และกิจกรรมทางสื่อออนไลน์

#### 7.2.12 การเสวนาทางวิชาการในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ร่วมสมัย

(6) การอภิปราย แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ขององค์กรหลากหลายประเภทในยุคปัจจุบัน แนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์ยุคใหม่ระหว่างนักวิชาการ และผู้มีประสบการณ์ตรง

7.2.13 การวิเคราะห์ผู้รับสารในสังคมพหุวัฒนธรรม (3) การวิเคราะห์ผู้รับสารในมิติของความต่างทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสื่อสาร การพัฒนากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์สำหรับผู้รับสารที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม

7.3 หมวดสร้างเสริมทักษะนักวางแผนกลยุทธ์ 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) การฝึกทักษะลีลาศ / การร้องเพลง เทคนิคการใช้เสียง ฝึกปฏิบัติ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์นักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ

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

7.4 หมวดกิจกรรมพิเศษ จำนวน 66 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อระดมความรู้ และทักษะในการพัฒนางานวิชาการ การจัดทำรายงาน (รายงานบุคคล/กลุ่ม) การจัดเสวนา การเสริมสร้างประสบการณ์ การเรียนรู้ การทำงานเป็นทีม การเสริมสร้างพัฒนาทีมงาน ในองค์กร การสร้างและพัฒนาภาวะผู้นำองค์กร

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

7.4.2 กิจกรรมเสริมสร้างพัฒนาทีมงานการประชาสัมพันธ์สำหรับผู้บริหารระดับกลาง (24) ภาวะผู้นำ การทำงานเป็นทีม การสร้างมนุษยสัมพันธ์ การสื่อสารภายใน การสร้างเครือข่าย

7.4.3 ประชุมกลุ่มเพื่อเตรียมความพร้อมการจัดเสวนา (3)

7.4.4 ประชุมกลุ่มเตรียมงานการศึกษาดูงานในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน (3)

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

7.4.6 กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ (3)

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

### 7.5 หมวดการสร้างเสริมประสบการณ์เชิงประจักษ์ (การศึกษาดูงาน) จำนวน 48 ชั่วโมง

**วัตถุประสงค์** ศึกษาดูงานในหน่วยงานที่ทันสมัยและเป็นประโยชน์ เพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ในการวางแผนและออกแบบกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ให้ประสบความสำเร็จ โดยมีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อถอดบทเรียนจากการศึกษาดูงาน พร้อมจัดทำและนำเสนอรายงานจากการศึกษาดูงานในประเด็นที่ผู้เรียนเป็นผู้กำหนด (เน้นเชื่อมโยงและสามารถนำไปใช้ได้จริงในองค์กรของผู้เรียน)

- 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 และสามารถสร้างนวัตกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ใหม่ ๆ รวมทั้งมีเครือข่ายด้านการประชาสัมพันธ์ที่กว้างขวาง

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

**11. ระยะเวลาดำเนินการ**

ระหว่างวันที่ 6 พฤษภาคม – 21 มิถุนายน 2562 (รวมเวลาการศึกษาดูงานในประเทศและต่างประเทศ)

**12. สถานที่ฝึกอบรม**

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

**13. ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม**

- ค่าลงทะเบียนฝึกอบรม คนละ 78,000 บาท (เจ็ดหมื่นแปดพันบาทถ้วน)

**14. การประเมินผลและติดตามผล**

- 14.1 ประเมินจากรายงานกลุ่มและรายงานเดี่ยว
- 14.2 การสังเกตการณ์การมีส่วนร่วม และการเรียนรู้ของผู้เข้ารับการฝึกอบรมระหว่างการฝึกอบรม
- 14.3 แบบประเมินผลรายวิชา ประเมินเนื้อหา วิทยากร และวิธีการฝึกอบรม
- 14.4 แบบประเมินโครงการ เมื่อเสร็จสิ้นการอบรม

**15. ผลที่คาดว่าจะได้รับ**

- 14.1 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องในหลักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ การประชาสัมพันธ์แบบมีอาชีพ โดยใช้สื่อยุคใหม่ (New media) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 14.2 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความมั่นใจในศักยภาพของตนเองในการเป็นนักประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ ในทางสร้างสรรค์ สามารถพัฒนารูปแบบงานประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัย ก่อให้เกิดผลดีต่อตนเอง และหน่วยงาน ตลอดจน ประเทศชาติ
- 14.3 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ที่มีความเข้าใจอันดีระหว่างกัน ให้ความร่วมมือ และบูรณาการการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

\*\*\*\*\*



ตารางการฝึกอบรม

หลักสูตร “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management)” รุ่นที่ 13

ระหว่างวันที่ 6 พฤษภาคม – 21 มิถุนายน 2562

ณ สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ สำนักงานนายกรัฐมนตรี

เวลา	วัน	09.00 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.	
<b>สัปดาห์ที่ 1</b>				
วันจันทร์ที่ 6 พฤษภาคม 61	เวลา 08.00 น. - ลงทะเบียน เวลา 09.00 น. - พิธีเปิด / Welcome Drink - ปฐมนิเทศ	การคิดเชิงสร้างสรรค์และการบริหารทัศนคติ		
วันอังคารที่ 7 พฤษภาคม 61	แนวโน้มและสถานการณ์ การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล	การคิดเชิงกลยุทธ์		
<b>กิจกรรมเข้าค่ายพักแรม “เสริมสร้างพัฒนาทีมงานการประชาสัมพันธ์สำหรับผู้บริหารระดับกลาง” ระหว่างวันที่ 8 – 10 พฤษภาคม 2562</b>				
วันพุธที่ 8 พฤษภาคม 62	- 8.30 น. ออกเดินทางร่วมกิจกรรม “เสริมสร้างพัฒนาทีมงานการประชาสัมพันธ์สำหรับผู้บริหารระดับกลาง” - กิจกรรมสร้างความคุ้นเคย	13.00 – 16.00 น. กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ (ฝึกปฏิบัติ)	17.00 – 20.00 น. กิจกรรมสร้างทีมงาน (ฝึกปฏิบัติ)	
วันพฤหัสบดีที่ 9 พฤษภาคม 62	กิจกรรมปรับกระบวนทัศน์และกิจกรรมเชิงปฏิบัติ การสู่ความเป็นเลิศในการทำงานเป็นทีม (ฝึกปฏิบัติ)	13.00 – 16.00 น. กิจกรรมการสร้างทีมงาน ด้านกลยุทธ์การ ประชาสัมพันธ์ (ฝึกปฏิบัติ)	17.00 – 20.00 น. กิจกรรมเสริมสร้างการ ทำงานเป็นทีม (ฝึกปฏิบัติ)	
วันศุกร์ที่ 10 พฤษภาคม 62	กิจกรรมสร้างฝัน/ฝ่าฝันปัญหา/พันธะสัญญา (ฝึกปฏิบัติ)	13.00 น. เดินทางกลับสู่สถาบันการประชาสัมพันธ์		

เวลา \ วัน	09.00 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.
<b>สัปดาห์ที่ 2</b>		
วันจันทร์ที่ 13 พฤษภาคม 62	วันหยุดชดเชยวันพืชมงคล	
วันอังคารที่ 14 พฤษภาคม 62	การประชุมสัมพันธ์เชิงบูรณาการ / ฝึกปฏิบัติ	
วันพุธที่ 15 พฤษภาคม 62	การวางแผนกลยุทธ์การประชุมสัมพันธ์องค์กร การคิดประเด็นและวิธีวิจัยสำหรับองค์กร / ปฏิบัติ (งานเดี่ยว/งานกลุ่ม)	
วันพฤหัสบดีที่ 16 พฤษภาคม 62	การสื่อสารในสังคมพหุวัฒนธรรม	การวิเคราะห์ผู้รับสารในสังคมพหุวัฒนธรรม
วันศุกร์ที่ 17 พฤษภาคม 62	กลยุทธ์การสร้างและสื่อสารแบรนด์องค์กร / ฝึกปฏิบัติ	17.00 - 20.00 น.  กิจกรรมสร้างเครือข่าย รุ่นพี่พบรุ่นน้อง
<b>สัปดาห์ที่ 3</b>		
วันจันทร์ที่ 20 พฤษภาคม 62	วันหยุดชดเชยวันวิสาขบูชา	
วันอังคารที่ 21 พฤษภาคม 62	กลยุทธ์การประชุมสัมพันธ์องค์กรผ่านสื่อออนไลน์ / ฝึกปฏิบัติ	
วันพุธที่ 22 พฤษภาคม 62	การออกแบบเนื้อหาเพื่อการประชุมสัมพันธ์ออนไลน์ / ฝึกปฏิบัติ	
วันพฤหัสบดีที่ 23 พฤษภาคม 62	ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) การเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย / ฝึกปฏิบัติ (งานเดี่ยว/งานกลุ่ม)	
วันศุกร์ที่ 24 พฤษภาคม 62	การตลาดธุรกิจบริการ (Service Marketing)	ประชุมกลุ่มเพื่อเตรียมความพร้อมการจัดเสวนา

เวลา \ วัน	09.00 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.
<b>สัปดาห์ที่ 4</b>		
วันจันทร์ที่ 27 พฤษภาคม 62	ศึกษาดูงานด้านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ : Brand Enterprises	ศึกษาดูงานด้านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การตลาด
วันอังคารที่ 28 พฤษภาคม 62	การรณรงค์และออกแบบกิจกรรมประชาสัมพันธ์ / ฝึกปฏิบัติ	
วันพุธที่ 29 พฤษภาคม 62	การผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management : CRM)
วันพฤหัสบดีที่ 30 พฤษภาคม 62	การจัดกิจกรรมเสวนาทางวิชาการในประเด็น ที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ร่วมสมัย ดำเนินการโดยผู้เข้าอบรม	
วันศุกร์ที่ 31 พฤษภาคม 62	ประชุมกลุ่มเตรียมงาน การศึกษาดูงานในประเทศและต่างประเทศ	กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ทางการตลาดในยุคดิจิทัล
<b>สัปดาห์ที่ 5</b> ศึกษาดูงานด้านการบริหารจัดการกลยุทธ์การตลาด และการประชาสัมพันธ์สมัยใหม่ ภายในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน ระหว่างวันจันทร์ที่ 3 - วันศุกร์ที่ 7 มิถุนายน 2562		

	09.00 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.	
<b>สัปดาห์ที่ 6</b>			
วันจันทร์ที่ 10 มิถุนายน 62	การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ / ฝึกปฏิบัติ (Integrated Marketing Communication : IMC)		
วันอังคารที่ 11 มิถุนายน 62	การบริหารโครงการและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ / ฝึกปฏิบัติ		
วันพุธที่ 12 มิถุนายน 62	เทคนิคการพูดเพื่อการนำเสนอ / ฝึกปฏิบัติ	การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต (Crisis Public Relations)	
วันพฤหัสบดีที่ 13 มิถุนายน 62	ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดทำรายงาน อ.ที่ปรึกษาหลักสูตร / ผู้ช่วยวิทยากร / ผู้บริหารหลักสูตร		
วันศุกร์ที่ 14 มิถุนายน 62	ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดทำรายงาน อ.ที่ปรึกษาหลักสูตร / ผู้ช่วยวิทยากร / ผู้บริหารหลักสูตร		
<b>สัปดาห์ที่ 7</b>			
วันจันทร์ที่ 17 มิถุนายน 62	ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดทำรายงาน อ.ที่ปรึกษาหลักสูตร / ผู้ช่วยวิทยากร / ผู้บริหารหลักสูตร		
วันอังคารที่ 18 มิถุนายน 62	กิจกรรมนำเสนอผลงานและวิพากษ์ผลงาน รองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ อ. ที่ปรึกษาหลักสูตร/ ผู้อำนวยการสถาบันการประชาสัมพันธ์	ฝึกปฏิบัติปรับแก้การจัดทำรายงาน อ.ที่ปรึกษาหลักสูตร /ผู้ช่วยวิทยากร / ผู้บริหารหลักสูตร	
วันพุธที่ 19 มิถุนายน 62	การสร้างภาวะผู้นำ	คุณธรรมจริยธรรมนักประชาสัมพันธ์	
วันพฤหัสบดีที่ 20 มิถุนายน 62	การพัฒนาบุคลิกภาพนักประชาสัมพันธ์	13.00 - 16.00 น.	18.00 - 21.00 น.
		กิจกรรมสร้างเสริม ประสบการณ์ นักประชาสัมพันธ์ (ฝึกทักษะการใช้เสียง)	กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์
วันศุกร์ที่ 21 มิถุนายน 62	กิจกรรมสร้างเสริมเครือข่ายนักประชาสัมพันธ์/ ประเมินผลท้ายหลักสูตร	พิธีปิดการฝึกอบรม / มอบใบประกาศนียบัตร	

หมายเหตุ - เวลา 10.30 – 10.45 น. / 14.30-14.45 น.

พักรับประทานอาหารว่างและเครื่องดื่ม

- เวลา 12.00 – 13.00 น.

พักรับประทานอาหารกลางวัน

\* สถาบันการประชาสัมพันธ์\* ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงข้อมูล ทั้งนี้เพื่อความเหมาะสม และประโยชน์สูงสุดของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

\*\*\*\*\*

Update 22/10/62



## หลักสูตร “สื่อมวลชนสัมพันธ์” รุ่นที่ 45 (Press Relations Program)

(หลักสูตร นักประชาสัมพันธ์มืออาชีพแบบบูรณาการ – Integrated Professional Public Relations Officer)  
ระหว่างวันจันทร์ที่ 24 มิถุนายน – วันศุกร์ที่ 9 สิงหาคม พ.ศ. 2562

จัดโดย สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

### 1. หลักการและเหตุผล

ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource) หรือ คน ถือเป็นทรัพยากรสำคัญที่สุดในทุกองค์การ การพัฒนาทรัพยากรบุคคล จะส่งผลอย่างยิ่งต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของภารกิจองค์กร โดยเฉพาะยุคการพัฒนาเศรษฐกิจที่ใช้ความรู้เป็นพื้นฐาน ทุกภาคส่วนจึงจำเป็นต้องเร่งพัฒนาการเรียนรู้ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของ “คน” ในสังคมให้สามารถแสวงหาความรู้อย่างต่อเนื่อง กอปรกับปัจจุบันเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว งานด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นกระบวนการปฏิบัติงานที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมาย นับเป็นงานที่สร้างสรรค์ ช่วยสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นกับองค์กร ฉะนั้นบุคลากรจึงจำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจในงานประชาสัมพันธ์ และการประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ในยุคดิจิทัล เพื่อสนับสนุนให้งานหลักขององค์กรประสบความสำเร็จ เป็นที่ยอมรับและเชื่อถือของสังคม อันจะนำมาสู่ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรอย่างยั่งยืน

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ ในฐานะที่มีบทบาทและหน้าที่หลักในการพัฒนาบุคลากรด้านวิชาชีพการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน จึงกำหนดจัดฝึกอบรมหลักสูตร “สื่อมวลชนสัมพันธ์” รุ่นที่ 45 ขึ้น เพื่อมุ่งหวังให้ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์กร มีความรู้ ความเข้าใจในงานประชาสัมพันธ์ สามารถจัดการข้อมูลข่าวสารภาครัฐได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รู้เท่าทันการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล และมีทักษะในการสื่อสารสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชนและเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ เพื่อสนับสนุนให้ภารกิจหลักขององค์กรบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

### 2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมได้เพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจในงานประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ สามารถบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารได้ โดยเน้นหลักการสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน อันเป็นกลไกให้การประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จ

2.2 เพื่อส่งเสริมให้ผู้เข้ารับการอบรมมีทักษะในการคิดเชิงสร้างสรรค์ เพื่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ในองค์กร

2.3 เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ และพัฒนาการปฏิบัติงานสู่ความเป็นนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ

2.4 เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมรู้เท่าทันการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล

2.5 เพื่อส่งเสริมให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้เข้ารับการอบรมและวิทยากร รวมทั้งสื่อมวลชนสาขาต่าง ๆ อันจะนำไปสู่การมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ที่กว้างขวาง

### 3. กลุ่มเป้าหมาย

ข้าราชการพลเรือน ทหาร ตำรวจ องค์กรอิสระ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน ระดับปฏิบัติการ ที่ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์หรืองานด้านสื่อสารมวลชน

### 4. คุณสมบัติของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

ผู้ที่ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน หรือปฏิบัติงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน ไม่น้อยกว่า 2 ปี นับถึงวันเปิดอบรม และมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- 4.1 ข้าราชการพลเรือน ตำแหน่งประเภทวิชาการ ระดับปฏิบัติการ และตำแหน่งประเภททั่วไป ระดับชำนาญงาน
- 4.2 ข้าราชการทหาร ยศเทียบเท่าร้อยตรี เรือตรี หรือเรืออากาศตรี ขึ้นไปแต่ไม่สูงกว่ายศ พันตรี นาวาตรี หรือนาวาอากาศตรี
- 4.3 ข้าราชการตำรวจ ยศร้อยตำรวจตรี ขึ้นไปแต่ไม่สูงกว่ายศพันตำรวจตรี
- 4.4 พนักงานองค์กรอิสระและรัฐวิสาหกิจ ระดับปฏิบัติการ
- 4.5 ผู้แทนบริษัทเอกชน ผู้ประกอบการอิสระ และผู้สนใจทั่วไป
- 4.6 ผู้ที่ไม่เคยผ่านการอบรมหลักสูตร “สื่อมวลชนสัมพันธ์” ที่จัดโดยสถาบันการประชาสัมพันธ์มาก่อน
- 4.7 ผู้ที่มีร่างกายสมบูรณ์ แข็งแรง ไม่มีโรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคในการเข้ารับการฝึกอบรม
- 4.8 เข้ารับการอบรมเต็มเวลา ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของระยะเวลาอบรมที่กำหนดในหลักสูตร
- 4.9 ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบของผู้เข้ารับการอบรมตามที่สถาบันการประชาสัมพันธ์กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด

### 5. จำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรม

5.1 ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์	จำนวน	5	คน
5.2 บุคคลทั่วไป	จำนวน	35	คน
	รวม	40	คน

### 6. โครงสร้างหลักสูตร

การฝึกอบรมแบ่งเป็น 4 หมวดวิชา	รวมเวลาทั้งสิ้น	234 ชั่วโมง	ดังนี้
6.1 หมวดความรู้ทั่วไป ด้านการประชาสัมพันธ์	จำนวน	30	ชั่วโมง
6.2 หมวดการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน	จำนวน	78	ชั่วโมง
6.3 หมวดกิจกรรมพิเศษ	จำนวน	72	ชั่วโมง
6.4 หมวดการสร้างเสริมประสบการณ์เชิงประจักษ์	จำนวน	54	ชั่วโมง



## 7. รายละเอียดหลักสูตร

### 7.1 หมวดความรู้ทั่วไป ด้านการประชาสัมพันธ์ (รวม 30 ชั่วโมง)

**วัตถุประสงค์** เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ บทบาท หน้าที่ ความสำคัญ ของสื่อมวลชน และ นักประชาสัมพันธ์ คุณธรรม จริยธรรมและจิตวิทยาการปฏิบัติงาน ด้านการประชาสัมพันธ์ เทคนิค วิธีการ เครื่องมือ และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ และการดำเนินงานกับสื่อมวลชน มีรายละเอียดหัวข้อ วิชา ดังนี้

#### 7.1.1 การคิดสร้างสรรค์เชิงประชาสัมพันธ์และการบริหารทัศนคติ 3 ชั่วโมง

การคิดเชิงบวก มองปัญหาหรือสถานการณ์ในรูปแบบใหม่ การสร้างแรงบันดาลใจจากภายใน บุคคล เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ สามารถพัฒนาทักษะในการบูรณาการ

#### 7.1.2 สื่อมวลชนสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์ 3 ชั่วโมง

ความหมาย บทบาท หน้าที่การปฏิบัติงานของสื่อมวลชน และนักประชาสัมพันธ์ และสื่อมวลชน สัมพันธ์มีความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์

#### 7.1.3 หลักการบริหารสื่อมวลชนสัมพันธ์ 3 ชั่วโมง

ความรู้เกี่ยวกับหลักการบริหารสื่อมวลชนสัมพันธ์ การสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อ เพื่อช่วยสร้าง ภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรได้

#### 7.1.4 Mass Media & Digital Media Engagement 3 ชั่วโมง

ความรู้เกี่ยวกับสื่อใหม่ที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ และวงการสื่อสารมวลชน เครื่องมือ อุปกรณ์ รูปแบบ เทคนิค และวิธีการประยุกต์ใช้

#### 7.1.5 คุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์ 3 ชั่วโมง

ความหมาย ความสำคัญ หลักการ กฎระเบียบในการปฏิบัติงานตามหลักคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณ และกฎระเบียบตามเกณฑ์มาตรฐานสากล

#### 7.1.6 บุคลิกภาพของนักประชาสัมพันธ์ 3 ชั่วโมง

ความหมาย นิยาม ความสำคัญ รูปแบบการสร้างมนุษยสัมพันธ์ การสร้างบุคลิกภาพที่เหมาะสมของนักประชาสัมพันธ์ เทคนิคการคลายความเครียด การสร้างกระบวนการ แนวทาง รูปแบบการจัดการ ความเครียด และฝึกปฏิบัติ

#### 7.1.7 เทคนิคการเป็นพิธีกร และการพูดเพื่อการประชาสัมพันธ์ 6 ชั่วโมง

ความหมาย หลักการ รูปแบบ วิธีการ กลยุทธ์การพูดและการใช้ภาษาที่ถูกต้อง และการฝึกปฏิบัติ

#### 7.1.8 การผลิตสื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ 6 ชั่วโมง

ความหมาย ความสำคัญ บทบาท และประเภทของสื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ฝึกปฏิบัติการการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) เพื่อการประชาสัมพันธ์ การใช้ Smart Phone การสร้าง เว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์



## 7.2 หมวดการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน (รวม 78 ชั่วโมง)

วัตถุประสงค์ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกลยุทธ์และกระบวนการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน มีรายละเอียดหัวข้อวิชา ดังนี้

- 7.2.1 การสื่อสารภายในองค์กร 6 ชั่วโมง  
ความหมาย หลักการ แนวคิด ทฤษฎี รูปแบบ การวางแผนการสื่อสารภายในองค์กร
- 7.2.2 การวางแผนสื่อแบบบูรณาการ 6 ชั่วโมง  
แนวทางและวิธีการวางแผนสื่อเชิงบูรณาการเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โอกาสและสถานการณ์ในยุคดิจิทัล
- 7.2.3 การเขียนข่าวงานประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล 6 ชั่วโมง  
หลักการ ประเภท รูปแบบ ความสำคัญ เทคนิคการเขียนข่าวประเภทต่างๆ ในยุคดิจิทัล พร้อมทั้งฝึกปฏิบัติ
- 7.2.4 การวิเคราะห์สถานการณ์และปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ 6 ชั่วโมง  
การวิเคราะห์แนวโน้มสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของโลก ภูมิภาคอาเซียน และประเทศไทย ปัจจัยที่ส่งผลต่อการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน ลักษณะของผู้รับสารยุคดิจิทัล ที่ส่งผลต่อการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน
- 7.2.5 การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Information Operation for PR) 6 ชั่วโมง  
ความหมาย รูปแบบ เทคนิค วิธีการใช้ IO เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลขององค์กร ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ติดต่อประสานงานกับสื่อมวลชน ผู้รับบริการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- 7.2.6 การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในสถานการณ์วิกฤต 6 ชั่วโมง  
ทฤษฎีและการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันภาวะวิกฤต และการสื่อสารประชาสัมพันธ์เมื่อเกิดภาวะวิกฤต
- 7.2.7 การสร้างตราสินค้า 6 ชั่วโมง  
หลักการ แนวคิด ความสำคัญ การกำหนดรูปแบบตราสัญลักษณ์สินค้า เพื่อการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งแนวคิด เครื่องมือทางการตลาด การกำหนดรูปแบบการบูรณาการการประชาสัมพันธ์และการตลาด และกรณีศึกษา
- 7.2.8 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์สมัยใหม่ 6 ชั่วโมง  
เทคนิคการจัดทำกระบวนการของงานประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบใหม่ที่ทันสมัย โดยมีการนำการตลาดมาบูรณาการร่วม และการรู้เท่าทันสื่อ
- 7.2.9 การสร้างความสัมพันธ์กับสื่อในยุคดิจิทัล 6 ชั่วโมง  
ความสำคัญ บทบาทหน้าที่สื่อมวลชนในยุคดิจิทัล เทคนิคการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์กับสื่อประเภทต่าง ๆ ในยุคดิจิทัล รวมทั้งกรณีศึกษา



- 7.2.10 เทคนิคการจัดแสดงข่าว / การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์ 6 ชั่วโมง  
ความหมาย วัตถุประสงค์ ประเภทและรูปแบบของการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์  
เทคนิคการจัดงานแสดงข่าว พร้อมทั้งฝึกปฏิบัติ
- 7.2.11 เทคนิคการถ่ายภาพเพื่องานประชาสัมพันธ์ 6 ชั่วโมง  
ประเภทภาพข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ หลักการ การจัดวางองค์ประกอบ การสื่อความหมาย  
และการเขียนคำบรรยายประกอบภาพ
- 7.2.12 การประชาสัมพันธ์องค์กรผ่านสื่อออนไลน์ 6 ชั่วโมง  
หลักการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ องค์ประกอบและการวางแผน  
การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ การสร้างเครือข่ายเพื่อเป้าหมายเฉพาะ
- 7.2.13 การเสวนาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับงานการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน 6 ชั่วโมง  
เป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ แนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนที่ทันสมัย
- 7.3 หมวดกิจกรรมพิเศษ (รวม 72 ชั่วโมง)  
วัตถุประสงค์ เพื่อชี้แจงแนวทางการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อการจัดทำรายงานการนำเสนอ  
ผลงาน ตลอดจนการเสริมสร้างการทำงานเป็นทีม มีรายละเอียดหัวข้อวิชา ดังนี้
- 7.3.1 การลงทะเบียน / พิธีเปิด / ปฐมนิเทศ / Pre-test 3 ชั่วโมง
- 7.3.2 การเสริมสร้างพัฒนาทีมงานด้านการประชาสัมพันธ์ 30 ชั่วโมง  
คุณธรรม จริยธรรม ความมีระเบียบวินัย ความรับผิดชอบต่อนหน้าที่และเพื่อนร่วมงาน รวมทั้ง  
การจัดกิจกรรมสร้างสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการทำงานเป็นทีม
- 7.3.3 กิจกรรมฝึกทักษะการใช้เสียง 3 ชั่วโมง  
การใช้เสียงเพื่อสร้างบรรยากาศในกิจกรรมมวลชน การฝึกทักษะด้านการร้องเพลง การทดสอบ  
เสียง และฝึกปฏิบัติ
- 7.3.4 กิจกรรมสร้างเสริมประสบการณ์นักประชาสัมพันธ์ (ฝึกทักษะลีลาศ) 3 ชั่วโมง  
การสร้างเสริมทักษะการลีลาศ เพื่อปรับบุคลิกภาพนักประชาสัมพันธ์ในการเข้าสังคม
- 7.3.5 ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูล การจัดทำรายงาน นำเสนอผลงาน และวิพากษ์ผลงาน  
จากการศึกษาดูงาน 24 ชั่วโมง
- 7.3.6 กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ (การฝึกเป็นพิธีกร การจัดกิจกรรม การขับร้องเพลง) 3 ชั่วโมง
- 7.3.7 กิจกรรมสร้างเครือข่าย (การสร้างเครือข่ายระหว่างรุ่น) 3 ชั่วโมง
- 7.3.8 ประเมินท้ายหลักสูตร / พิธีมอบประกาศนียบัตร / พิธีปิด 3 ชั่วโมง
- 7.4 หมวดการสร้างเสริมประสบการณ์เชิงประจักษ์ (รวม 54 ชั่วโมง)  
วัตถุประสงค์ เพื่อเป็นการเพิ่มพูนประสบการณ์ เปิดโลกทัศน์ด้านการบริหารจัดการสื่อขององค์กร  
การบริหารภาพลักษณ์องค์กรในประเทศ นวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อการประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์องค์กร และ  
การตลาด รวมทั้งสามารถนำมาประยุกต์ให้เข้ากับองค์กร ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์ด้านการประชาสัมพันธ์และ  
สื่อสารมวลชนกับองค์กรชั้นนำ



## 8. วิทยากรผู้บรรยาย

วิทยากรที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในแต่ละหัวข้อวิชา ทั้งจากกรมประชาสัมพันธ์ และจากหน่วยงานภายนอกที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง

## 9. รูปแบบการฝึกอบรม

- 9.1 การบรรยาย และอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม
- 9.2 การฝึกปฏิบัติและการนำเสนอ
- 9.3 การศึกษาดูงานในประเทศ
- 9.4 การวิเคราะห์และสังเคราะห์ ตลอดจนจัดทำเอกสารวิชาการนำเสนอเพื่อการวิพากษ์

## 10. ผลสัมฤทธิ์ของโครงการที่คาดหวัง และตัวชี้วัด

**ผลลัพธ์** ผู้ผ่านการฝึกอบรมมีความรู้ ความเข้าใจงานด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนถูกต้องตามหลักวิชาการ โดยการจัดทำรายงานบุคคลและรายงานกลุ่ม และสามารถประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลผลิต	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การวัด
1. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมผ่านเกณฑ์การฝึกอบรมที่กำหนดตามหลักสูตร	ร้อยละของผู้เข้าฝึกอบรมมีคุณสมบัติตามเกณฑ์การประกันคุณภาพการฝึกอบรมของสถาบันฯ	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80
2. รายงานการศึกษาเพื่อพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ (รายบุคคล/กลุ่ม)	รายงานการศึกษา (รายบุคคล/กลุ่ม)	คนละ 1 ฉบับ กลุ่มละ 5 ฉบับ
3. ผู้เข้ารับการอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนเพิ่มขึ้น	ร้อยละของผู้เข้ารับการอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนเพิ่มขึ้น	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80

## 11. ระยะเวลาดำเนินการฝึกอบรม

ระหว่างวันศุกร์ที่ 24 มิถุนายน – วันศุกร์ที่ 9 สิงหาคม 2562  
(รวมศึกษาดูงานในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน 5 วัน 4 คืน)

## 12. สถานที่ฝึกอบรม

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

## 13. ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม

งบประมาณโครงการพัฒนานุเคราะห์กรมประชาสัมพันธ์ เป็นเงิน 300,000 บาท  
ค่าลงทะเบียนจากบุคคลภายนอก จำนวน 35 คน ๆ ละ 68,000 บาท เป็นเงิน 2,380,000 บาท  
รวมทั้งสิ้น 2,680,000 บาท  
(สองล้านหกแสนแปดหมื่นบาทถ้วน)



14. การประเมินผลและติดตามผล

- 14.1 การสังเกตการณ์การมีส่วนร่วม และการเรียนรู้ของผู้เข้ารับการฝึกอบรมระหว่างการฝึกอบรม
- 14.2 แบบประเมินผลรายวิชา ประเมินเนื้อหา วิทยากร และการจัดการ
- 14.3 แบบประเมินโครงการ เมื่อเสร็จสิ้นการอบรม

15. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 15.1 ผู้ผ่านการอบรมมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีความสามารถและมีทักษะเพิ่มขึ้นในการปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์และการสร้างสัมพันธ์กับสื่อมวลชน
- 15.2 ผู้ผ่านการอบรมมีทักษะในการคิดเชิงสร้างสรรค์ สามารถนำไปพัฒนางานในความรับผิดชอบได้
- 15.3 ผู้ผ่านการอบรมมีความมั่นใจและมีประสบการณ์เพิ่มขึ้นในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ
- 15.4 ผู้ผ่านการอบรมมีเครือข่ายในการประสานงานด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนกว้างขวางมากยิ่งขึ้น

\*\*\*\*\*



## ตารางการฝึกอบรม

### หลักสูตร “สื่อมวลชนสัมพันธ์” รุ่นที่ 45

(หลักสูตร นักประชาสัมพันธ์มืออาชีพแบบบูรณาการ – Integrated Professional Public Relations Officer)

ระหว่างวันจันทร์ที่ 24 มิถุนายน – วันศุกร์ที่ 9 สิงหาคม 2562

จัดโดย สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

วัน	เวลา	08.30 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.
<b>สัปดาห์ที่ 1</b>			
วันจันทร์ที่ 24 มิ.ย. 62		08.00 น. - ลงทะเบียน / พิธีเปิด - Welcome Drinks - ปฐมนิเทศ	ความคิดสร้างสรรค์เชิงประชาสัมพันธ์ และการบริหารทัศนคติ
วันอังคารที่ 25 มิ.ย. 62		08.30 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.
		สื่อมวลชนสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์	หลักการบริหารสื่อมวลชนสัมพันธ์
วันพุธที่ 26 มิ.ย. 62		09.00 - 20.00 น.	
		กิจกรรมการเข้าค่าย “การเสริมสร้างพัฒนาทีมงานด้านการประชาสัมพันธ์” (คุณธรรม จริยธรรม ความมีระเบียบวินัย ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ การทำงานเป็นทีม ฯลฯ) เข้าค่ายพักแรม ณ .....	
วันพฤหัสบดี 27 มิ.ย. 62		09.00 - 20.00 น.	
		กิจกรรมการเข้าค่าย “การเสริมสร้างพัฒนาทีมงานด้านการประชาสัมพันธ์” (คุณธรรม จริยธรรม ความมีระเบียบวินัย ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ การทำงานเป็นทีม ฯลฯ) เข้าค่ายพักแรม ณ .....	
วันศุกร์ที่ 28 มิ.ย. 62		09.00 - 16.00 น.	
		กิจกรรมการเข้าค่าย “การเสริมสร้างพัฒนาทีมงานด้านการประชาสัมพันธ์” (คุณธรรม จริยธรรม ความมีระเบียบวินัย ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ การทำงานเป็นทีม ฯลฯ) เข้าค่ายพักแรม ณ .....	
<b>สัปดาห์ที่ 2</b>			
วันจันทร์ที่ 1 ก.ค. 62		Mass Media & Digital Media Engagement	คุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ ของนักประชาสัมพันธ์
วันอังคารที่ 2 ก.ค. 62		การสื่อสารภายในองค์กร	
วันพุธที่ 3 ก.ค. 62		การวางแผนสื่อแบบบูรณาการ / ฝึกปฏิบัติ	
วันพฤหัสบดีที่ 4 ก.ค. 62		การเขียนข่าวงานประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล / ฝึกปฏิบัติ	
วันศุกร์ที่ 5 ก.ค. 62		การวิเคราะห์สถานการณ์และปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์/ ฝึกปฏิบัติ	

วัน \ เวลา	08.30 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.
<b>สัปดาห์ที่ 3</b>		
วันจันทร์ที่ 8 ก.ค. 62	การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Information Operation for PR) / ฝึกปฏิบัติ	
วันอังคารที่ 9 ก.ค. 62	การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในสถานการณ์วิกฤติ/ ฝึกปฏิบัติ	
วันพุธที่ 10 ก.ค. 62	การสร้างตราสินค้า / ฝึกปฏิบัติ	
วันพฤหัสบดีที่ 11 ก.ค. 62	การสร้างความสัมพันธ์กับสื่อในยุคดิจิทัล / ฝึกปฏิบัติ	
วันศุกร์ที่ 12 ก.ค. 62	เทคนิคการจัดแถลงข่าว / การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์ (PR Event)/ฝึกปฏิบัติ	ประชุม การศึกษาดูงาน
<b>สัปดาห์ที่ 4</b>		
วันจันทร์ที่ 15 ก.ค. 62	การศึกษาดูงานในประเทศ ด้านการจัดการกลุ่มองค์กรสื่อทีวีดิจิทัล	การศึกษาดูงานในประเทศ ด้านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์, Campaign marketing, กลยุทธ์ในการคิด Campaign, การ วางแผนสื่อ, เครื่องมือการประชาสัมพันธ์, ตัวอย่าง ผลงาน และ Case study
วันอังคารที่ 16 ก.ค. 62	วันอาสาฬหบูชา	
วันพุธที่ 17 ก.ค. 62	วันเข้าพรรษา	
วันพฤหัสบดีที่ 18 ก.ค. 62	การผลิตสื่อออนไลน์เพื่องานประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล / ฝึกปฏิบัติ	
วันศุกร์ที่ 19 ก.ค. 62	การจัดเสวนาทางวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน (ดำเนินการโดยผู้เข้ารับการอบรม)	
<b>สัปดาห์ที่ 5</b>		
<b>ศึกษาดูงานด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนภายในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน</b> <b>ระหว่างวันจันทร์ที่ 22 - วันศุกร์ที่ 26 กรกฎาคม 2562 (5 วัน 4 คืน)</b>		





## โครงการฝึกอบรม

หลักสูตร “นักประชาสัมพันธ์ดิจิทัล Smart PR” รุ่นที่ ๑๑

ระหว่างวันที่ ๑๔ - ๑๗ มกราคม ๒๕๖๒

จัดโดย สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

\*\*\*\*\*

### ๑. หลักการและเหตุผล

ในโลกยุคดิจิทัลที่การสื่อสาร มีความสะดวก รวดเร็ว ทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ทุกอย่างได้ทุกเรื่อง ทุกคนสามารถรับและส่งข้อมูลข่าวสาร รวมถึงผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในเรื่องต่างๆ ที่ต้องการออกไปด้วยอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือเพียงเครื่องเดียว อย่างไรก็ตามการควบคุมดูแล กลับกลายเป็นปัญหาสำคัญที่ทำให้การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนถูกบิดเบือน ไปในทางที่ไม่ถูกต้อง เกิดความเข้าใจผิด และส่งผลกระทบต่อเป็นวงกว้าง จึงเป็นความจำเป็นเร่งด่วนที่ ทุกหน่วยงาน โดยเฉพาะ ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์หน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน จะต้องเร่งพัฒนาเครือข่ายประชาสัมพันธ์ดิจิทัล เพื่อสื่อสารไปยังสื่อมวลชน นักจัดรายการวิทยุ สื่อโซเชียล หอกระจายข่าว เสียงตามสาย อาสาสมัคร ประชาสัมพันธ์ประจำหมู่บ้านและชุมชน (อป.มช.) ในพื้นที่ ให้ได้รับข้อมูลข่าวสาร ที่ถูกต้อง มีช่องทางในการสื่อสาร สอบถาม อธิบายเหตุผลความจำเป็นในการดำเนินงานต่างๆของหน่วยงานภาครัฐ เพื่อนำไป ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ไปยังประชาชนที่ติดตามรับสื่อประชาสัมพันธ์ของแต่ละคนต่อไป อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และครบถ้วน

นับเป็นความจำเป็นเร่งด่วน ที่หน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน จำเป็นต้องมีการพัฒนาเครือข่ายผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ ไปจนถึงผู้นำชุมชน ให้สามารถผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล อย่างง่าย ด้วยโทรศัพท์มือถือ รวมถึงมีจิตวิทยาการสื่อสาร การคิดวิเคราะห์ อธิบายความในเนื้อหาต่างๆให้ ชาวบ้านได้อย่างเข้าใจอย่างง่าย สถาบันการประชาสัมพันธ์ จึงได้จัดฝึกอบรม หลักสูตร “นักประชาสัมพันธ์ดิจิทัล Smart PR สำหรับ ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์หน่วยงาน” เพื่อเป็นเครือข่ายประชาสัมพันธ์ดิจิทัล ในระดับท้องถิ่น ต่อไป

### ๒. วัตถุประสงค์ของโครงการ

๒.๑ เพื่อให้ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน หรือผู้นำชุมชน สามารถผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล สื่อสารและอธิบายข้อมูลข่าวสาร นโยบายสำคัญ ให้ประชาชนรับรู้ เข้าใจ เชื่อมั่น และนำไปเผยแพร่ต่อ

๒.๒ เครือข่ายประชาสัมพันธ์ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง มีช่องทางในการสื่อสาร สอบถาม ในเรื่องต่างๆของภาครัฐ และนำไปประชาสัมพันธ์เผยแพร่ต่อไป อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และครบถ้วน

๒.๓ เพื่อประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่อบุคคล และสื่อในท้องถิ่น ได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และครบถ้วน

### ๓. กลุ่มเป้าหมาย

ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน หรือผู้นำชุมชน

### ๔. คุณสมบัติของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน หรือผู้นำชุมชน

### ๕. จำนวนผู้เข้ารับการอบรม

ผู้อบรมจำนวน ๔๐ คน

### ๖. โครงสร้างหลักสูตร

การฝึกอบรมแบ่งเป็น ๒ หมวดวิชา ระยะเวลาทั้งสิ้น ๓๐ ชั่วโมง ดังนี้

๗.๑ หมวดวิชาความรู้ทั่วไป ภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ จำนวน ๒๔ ชั่วโมง

๗.๒ หมวดกิจกรรมพิเศษ จำนวน ๖ ชั่วโมง

### ๗. รายละเอียดหลักสูตร

๗.๑ หมวดวิชาความรู้ทั่วไป ภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ (รวม ๒๔ ชั่วโมง)

๗.๑.๑ รู้เท่าทันสื่อดิจิทัลและแนวโน้มดิจิทัลในอนาคต ๓ ชม.

๗.๑.๒ หลักการเขียนและสร้างสรรค์ประเด็น/ฝึกปฏิบัติ ๓ ชม.

๗.๑.๓ การผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล/ฝึกปฏิบัติ ๑๓.๕ ชม.

๗.๑.๔ เทคนิคการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล ๓ ชม.

๗.๑.๕ นำเสนอผลการฝึกปฏิบัติและวิพากษ์ผลงาน ๑.๕ ชม.

หมวดกิจกรรมพิเศษ จำนวน ๖ ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ การเรียนรู้การทำงานเป็นทีม การเสริมสร้างพัฒนาทีมงาน ในองค์กร

ลงทะเบียน/พิธีเปิด/ กิจกรรมสร้างความคุ้นเคย/กิจกรรมสร้างเครือข่าย ๖ ชม.

๗.๒ รายละเอียดหัวข้อวิชา

๗.๒.๑ รู้เท่าทันสื่อดิจิทัลและแนวโน้มสื่อเทคโนโลยีในอนาคต

- การเปลี่ยนแปลงของโลกยุคดิจิทัลที่มีผลกระทบต่อสื่อ และพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อดิจิทัลและสื่อดั้งเดิม

- ผลกระทบของสื่อยุคดิจิทัลต่อผู้บริโภค การรู้เท่าทันสื่อ จริยธรรมสื่อ แนวโน้มเทคโนโลยีในอนาคต

๗.๒.๒ หลักการเขียนและสร้างสรรค์ประเด็น

หลักการเขียนและสร้างสรรค์ประเด็น ความหมายและองค์ประกอบของข่าว การรวบรวมข้อมูลข่าว แหล่งข่าว ขั้นตอนการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ โครงสร้างการเขียนข่าว การใช้ภาษาเขียนนำข่าวและการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

๗.๒.๓ ฝึกปฏิบัติการผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล

เทคนิคการผลิตและเผยแพร่สื่อโซเชียล อุปกรณ์และนวัตกรรมพิเศษ ที่ช่วยเสริมประสิทธิภาพการผลิตสื่อดิจิทัล การใช้อุปกรณ์ Smart Phone ในการผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล

๗.๒.๓ นำเสนอผลการฝึกปฏิบัติและวิพากษ์ผลงาน

๗.๒.๔ เทคนิคการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล เทคนิคการนำเสนอผ่านสื่อโซเชียลที่น่าสนใจ

๗.๒.๕ กิจกรรมเสริมสร้างเครือข่ายนักประชาสัมพันธ์

/๘. วิทยาการ...

๘. วิทยากรผู้บรรยาย

- วิทยากรผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ภาครัฐ และภาคเอกชน

๙. รูปแบบการฝึกอบรม

๑๐.๑ การบรรยาย / ประชุมเชิงปฏิบัติการ

๑๐.๒ การฝึกปฏิบัติ / วิพากษ์ผลงาน

๑๐. ผลสัมฤทธิ์ของโครงการที่คาดหวังและตัวชี้วัด

ผลผลิต	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การวัด
๑๑.๑ ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ความเข้าใจโดยสามารถผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัลได้	ร้อยละของผลงานการผลิตสื่อดิจิทัลที่นำเสนอให้วิทยากรวิพากษ์ผ่านตามเกณฑ์	ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๐
๑๑.๒ ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความพึงพอใจในการเข้ารับการฝึกอบรม	ร้อยละของผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่พึงพอใจในการบริหารจัดการหลักสูตร	ร้อยละไม่น้อยกว่า ๘๐
๑๑.๓ ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความตั้งใจและเข้าร่วมกิจกรรมในการเข้ารับการฝึกอบรม	ร้อยละของเวลาฝึกอบรมตลอดหลักสูตรของผู้เข้ารับการฝึกอบรมแต่ละคน	เวลาเรียนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐

๑๑. ระยะเวลาการฝึกอบรม

รุ่นที่ ๑๑ อบรมระหว่างวันที่ ๑๔ - ๑๗ มกราคม ๒๕๖๒ จำนวน ๔ วัน

๑๒. สถานที่ฝึกอบรม

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

๑๓. ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม

ค่าลงทะเบียนบุคคลภายนอกคนละ ๕,๙๐๐ บาท จำนวน ๔๐ คน เป็นเงิน ๒๓๖,๐๐๐ บาท

\*\*\*\*\* กรณีไม่สามารถเข้ารับการอบรมได้ตามกำหนด สถาบันฯ ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่คืนเงิน

ค่าลงทะเบียน

๑๔. การวัดประเมินผลและติดตามผล

๑๕.๑ การฝึกปฏิบัติพร้อมนำเสนอ โดยมีวิทยากรเป็นผู้วิพากษ์ผลงานฯ

๑๕.๒ การประเมินผลรายวิชาและการประเมินผลท้ายหลักสูตร

/๑๕. ผลที่คาดหวัง...

**๑๕. ผลที่คาดว่าจะได้รับ**

๑๖.๑ นักประชาสัมพันธ์ดิจิทัล Smart PR หน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน สามารถผลิต และเผยแพร่สื่อดิจิทัล การดำเนินงานขององค์กร ชุมชน และข้อมูลข่าวสารภาครัฐ ให้ประชาชนในพื้นที่ได้ รับรู้ เข้าใจ เชื่อมั่น และนำไปใช้ประโยชน์ต่อไปได้

๑๖.๒ ประชาชนให้ความสนใจ เชื่อมั่น และรับข้อมูลข่าวสาร ของหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน กิจกรรมของชุมชน และข้อมูลข่าวสารการดำเนินงานที่เป็นประโยชน์จากภาครัฐ

**๑๗. ผู้รับผิดชอบโครงการ**

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์



**ตารางการฝึกอบรม**  
**หลักสูตร “นักประชาสัมพันธ์ดิจิทัล Smart PR” รุ่นที่ ๑๑**  
**วันที่ ๑๔ - ๑๗ มกราคม ๒๕๖๒**  
**ณ สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์**

วัน / เวลา	๐๘.๐๐-๐๙.๐๐ น.	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.	๑๒.๐๐ - ๑๓.๐๐ น.	๑๓.๐๐-๑๖.๐๐ น.	๑๖.๐๐-๑๙.๐๐ น.	
วันที่ ๑๔ ม.ค. ๒๕๖๒	ลงทะเบียนเข้าอบรม พิธีเปิดการอบรม	(๓) รู้เท่าทันสื่อดิจิทัล	รับประทานอาหาร กลางวัน	(๓) หลักการเขียนและสร้างสรรค์ประเด็น	(๑) กิจกรรมสัมพันธ์และ ตั้งคณะกรรมการรุ่น	
วันที่ ๑๕ ม.ค. ๒๕๖๒	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.			๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.	-	
	(๓) การผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล/ฝึกปฏิบัติ (เทคนิคการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ ด้วย smartphone)			(๓) การผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล/ฝึกปฏิบัติ (การจัดทำสื่อ infographics เพื่อการประชาสัมพันธ์ด้วย smartphone)		-
วันที่ ๑๖ ม.ค. ๒๕๖๒	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.			๑๓.๐๐ - ๑๔.๓๐	๑๔.๓๐ - ๑๖.๐๐ น.	๑๖.๐๐ - ๑๖.๓๐ น.
	(๓) การผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล/ฝึกปฏิบัติ (การถ่ายวิดีโอและตัดต่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ด้วย smartphone)		(๑.๕) การผลิตและเผยแพร่ สื่อดิจิทัล/ฝึกปฏิบัติ (การถ่ายวิดีโอและตัดต่อเพื่อ การประชาสัมพันธ์ ด้วย smartphone)	(๑.๕) นำเสนอและวิพากษ์ ผลงาน	(๓) กิจกรรมสร้างเครือข่าย นักประชาสัมพันธ์	
วันที่ ๑๗ ม.ค. ๒๕๖๒	(๓) การผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล/ฝึกปฏิบัติ (เทคนิคการ Live Facebook)			(๓)เทคนิคการสร้างสรรคสื่อดิจิทัล	พิธีมอบประกาศนียบัตร และพิธีปิดการฝึกอบรมฯ	

**หมายเหตุ**

พักรับประทานอาหารกลางวัน ๑๒.๐๐ - ๑๓.๐๐ น.

พักรับประทานอาหารว่างและเครื่องดื่ม ๑๐.๓๐ น. และ ๑๔.๓๐ น.

ตารางอบรมอาจมีการแก้ไขเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ต่อราชการและผู้อบรมเป็นสำคัญ

โครงการหลัก	โครงการพัฒนาบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๒
ชื่อโครงการ	โครงการพัฒนาบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ด้านเทคนิค “หลักสูตรพัฒนาศักยภาพช่างเทคนิควิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์”
หน่วยงานที่รับผิดชอบ	สำนักส่งเสริมและพัฒนางานเทคนิค
งบประมาณ	จำนวน ๖๕๐,๐๐๐.- บาท (หกแสนห้าหมื่นบาทถ้วน)

\*\*\*\*\*

## ๑. หลักการและเหตุผล

กองการเจ้าหน้าที่ ได้จัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑ ซึ่งสอดคล้องตามยุทธศาสตร์การพัฒนากุศลกรกรมประชาสัมพันธ์ (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙) จำนวน ๒๐ โครงการ แยกเป็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ : พัฒนากุศลกรให้มีความรู้ ทักษะ และสมรรถนะตามที่กำหนด เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์กรให้บรรลุเป้าหมายพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียน จำนวน ๔ แผนงาน ๒๐ โครงการ มีเป้าหมายเพื่อจัดฝึกอบรมและพัฒนากุศลกรทุกสายงานและทุกระดับ โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน ทั้งในระดับผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง และผู้ปฏิบัติงานทุกสายงานเพื่อให้มีความรู้ ความสามารถ ทักษะ และสมรรถนะที่เหมาะสมและจำเป็นสำหรับเตรียมรองรับตำแหน่งงานสำคัญ และการปฏิบัติงานด้านต่างๆ เช่น ด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน ด้านเทคนิค ด้านคอมพิวเตอร์ ด้านสารบรรณ การเงิน และพัสดุ ฯลฯ รวมทั้งการพัฒนากุศลกรรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนมีการจัดฝึกอบรมพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษผ่านระบบออนไลน์ E-Learning เพื่อประหยัดงบประมาณ สามารถพัฒนากุศลกรได้จำนวนมาก ในคราวเดียวกัน สำหรับยุทธศาสตร์ที่ ๒ และ ๓ เป็นการพัฒนากุณภาพการฝึกอบรม และระบบการพัฒนากุศลกรให้เป็นที่เชื่อถือ ยอมรับ จำนวน ๔ โครงการ และการพัฒนากุศลกรให้มีคุณธรรม จริยธรรม มีวินัย และประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี จำนวน ๔ โครงการ

สำนักส่งเสริมและพัฒนางานเทคนิค ได้รับการจัดสรรงบประมาณในการพัฒนากุศลกรผู้ปฏิบัติงานด้านวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ โดยกำหนดให้ดำเนินการจัดฝึกอบรมกุศลกรด้านเทคนิคหลักสูตรพัฒนาศักยภาพช่างเทคนิควิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ จำนวน ๓๐ คน เพื่อพัฒนาและเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ และสมรรถนะของกุศลกรทุกระดับให้ปฏิบัติงานอย่างมืออาชีพ และเสริมสร้างให้มีวัฒนธรรมการทำงานอย่างมีส่วนร่วม มีคุณธรรม จริยธรรม มีวินัย และมีคุณภาพชีวิตที่ดีด้วย ดังนั้น จึงต้องพัฒนาศักยภาพกุศลกรช่างเทคนิคของกรประชาสัมพันธ์ ให้มีความรู้ ความสามารถ และมีสมรรถนะในการปฏิบัติงานต่อไป

## ๒. วัตถุประสงค์

๑. เพื่อพัฒนาและเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ และสมรรถนะของกุศลกรทุกระดับให้ปฏิบัติงานอย่างมืออาชีพ เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจขององค์กร
๒. เพื่อพัฒนาผู้นำทุกระดับ ให้สามารถเป็นผู้นำตนเอง ผู้นำทีม ผู้นำองค์กร และผู้นำเครือข่าย
๓. เพื่อเสริมสร้างให้กุศลกรมีวัฒนธรรมการทำงานอย่างมีส่วนร่วม มีคุณภาพมีคุณธรรม จริยธรรม มีวินัย และมีคุณภาพชีวิตที่ดี

## ๓. กลุ่มเป้าหมาย

ข้าราชการ พนักงานราชการ และลูกจ้างชั่วคราว ตำแหน่งนายช่างไฟฟ้าและตำแหน่งวิศวกรไฟฟ้า จำนวน ๓๐ คน

#### ๔. ผลสัมฤทธิ์ของงานที่คาดหวังและตัวชี้วัด

ผลลัพธ์ ได้แก่ บุคลากรช่างเทคนิค ของกรมประชาสัมพันธ์ มีความรู้และทักษะเกี่ยวกับการปฏิบัติงานในสถานีวิทยุโทรทัศน มีความสามารถ และมีสมรรถนะที่เหมาะสมเพียงพอแก่การปฏิบัติงานราชการอย่างมืออาชีพ

ผลผลิต	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การวัด
ผู้เข้ารับการฝึกอบรม จำนวน ๓๐ คน มีความรู้ ทักษะ ถูกต้องเหมาะสมและเพียงพอแก่การปฏิบัติงาน	ร้อยละของผลคะแนนทดสอบของผู้เข้ารับการฝึกอบรม	ไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๗๐

#### ๕. แผนการดำเนินงาน

๑. กำหนดแผนปฏิบัติการและผู้รับผิดชอบ
๒. ผู้รับผิดชอบดำเนินการอย่างเป็นระบบตามขั้นตอนของการฝึกอบรมและพัฒนา
๓. รายงานผลการดำเนินงานแก่ผู้บังคับบัญชาและส่วนที่เกี่ยวข้อง

#### ๖. วิธีการฝึกอบรม

การเสริมสร้างองค์ความรู้ จะเน้นหลักการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยใช้วิธีการต่างๆ ดังนี้

- การบรรยาย หรือถ่ายทอดเนื้อหาความรู้หลักวิชาการ โดยวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ

ในห้องฝึกอบรม

- การศึกษาความรู้ และหลักวิชาการจาก เอกสารวิชาการ และอินเทอร์เน็ต
- การแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นระหว่างผู้เข้ารับการฝึกอบรมกับวิทยากรและระหว่างผู้เข้ารับการฝึกอบรมด้วยกัน

ผู้เข้ารับการฝึกอบรมด้วยกัน

- การฝึกภาคปฏิบัตินอกสถานที่ เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมได้ประสบการณ์จาก การใช้งาน

อุปกรณ์จริง

#### ๗. การรับรองผลการฝึกอบรม

๑. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเวลาเข้ารับการฝึกอบรม ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ ของระยะเวลาการฝึกอบรมตลอดหลักสูตร

๒. ผู้ผ่านการทดสอบหลังการฝึกอบรมตามหลักสูตรนี้ จะได้รับวุฒิบัตรโครงการพัฒนาบุคลากรด้านเทคนิค จากสำนักส่งเสริมและพัฒนางานเทคนิค กรมประชาสัมพันธ์

#### ๘. รายละเอียดกิจกรรมในโครงการ

โครงการนี้เป็นการฝึกอบรมหลักสูตรพัฒนาศักยภาพช่างเทคนิควิทยุโทรทัศนสำหรับผู้ปฏิบัติงานด้านเทคนิคประจำสถานีสถานีวิทยุโทรทัศน และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการกิจการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวกของกรมประชาสัมพันธ์ โดยมีรายละเอียดของหลักสูตร ดังนี้  
หลักสูตร “หลักสูตรพัฒนาศักยภาพช่างเทคนิควิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน”

ภาคความรู้เกี่ยวกับทฤษฎีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและระบบสื่อสารโทรคมนาคม	ชั่วโมง นาที
๑) การให้บริการโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียงของ กปส. The Television and Radio Broadcasting Services	๑ ชั่วโมง ๓๐ นาที
๒) โครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล Digital Terrestrial Television Network	๑ ชั่วโมง ๓๐ นาที
๓) การจัดทำเขตบริการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล	๑ ชั่วโมง ๓๐ นาที
๔) การจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ Government Procurement and Supplies Management Act B.E. ๒๕๖๐	๖ ชั่วโมง - นาที
๕) แนวทางการให้บริการวิทยุในระบบดิจิทัลและเทคโนโลยีการรับ-ส่ง วิทยุ ในระบบดิจิทัล Digital Radio Implementation Services and Digital Radio Receiving and Transmitting Techniques	๖ ชั่วโมง - นาที
๖) การตรวจวัดการแผ่คลื่นแปลกปลอม Spurious Emission Measurement	๓ ชั่วโมง - นาที
๗) การบำรุงรักษาเครื่องส่งวิทยุ และโทรทัศน์ Radio and Television Transmitters Maintenance	๓ ชั่วโมง - นาที
ภาคเบ็ดเตล็ด	๔ ชั่วโมง ๓๐ นาที
๑) พิธีเปิด และทดสอบก่อนการฝึกอบรม	๑ ชั่วโมง ๓๐ นาที
๒) การทดสอบหลังการฝึกอบรม	- ชั่วโมง ๓๐ นาที
๓) สรุปและประเมินผล	๑ ชั่วโมง - นาที
๔) การมอบใบประกาศนียบัตรและพิธีปิดการฝึกอบรม	๑ ชั่วโมง ๓๐ นาที
<b>๙. คุณสมบัติของผู้เข้ารับการฝึกอบรม</b>	
๑. เป็นผู้รับผิดชอบการปฏิบัติงานด้านเทคนิค วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ซึ่งมีคุณสมบัติ ดังนี้ - ข้าราชการ ตำแหน่งนายช่างไฟฟ้า ระดับปฏิบัติงาน ชำนาญงาน และอาวุโส ตำแหน่งวิศวกรไฟฟ้า ระดับปฏิบัติการ ชำนาญการ และชำนาญการพิเศษ - พนักงานราชการ ตำแหน่งนายช่างไฟฟ้า - ลูกจ้างชั่วคราว นายช่างไฟฟ้าสื่อสาร	
๒. ในการอบรมทั้งสองรุ่น ผู้สมัครจะต้องเป็นผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการปฏิบัติงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยและในสำนักส่งเสริมและพัฒนางานเทคนิคกรมประชาสัมพันธ์	
๓. ในการอบรม ผู้สมัครจะต้องไม่เคยผ่านการอบรม “หลักสูตรพัฒนาศักยภาพช่างเทคนิควิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์” เป็นระยะเวลา ๒ ปีมาก่อน ซึ่งจัดโดยกรมประชาสัมพันธ์	
๔. สามารถเข้ารับการฝึกอบรมได้อย่างสม่ำเสมอ ตลอดระยะเวลาการฝึกอบรม	
<b>๑๐. จำนวนผู้เข้ารับการอบรม</b>	
จำนวน ๓๐ คน	
<b>๑๑. ระยะเวลาการฝึกอบรม</b>	
ระหว่างเดือน กุมภาพันธ์ - มีนาคม ๒๕๖๒ (๖ วัน)	

๑๒. สถานที่ดำเนินการ

๑. สวท. สุพรรณบุรี ๒๒๘ หมู่ ๑ ถ.สุพรรณบุรี-ป่าโมก ต.โคกโคเตมา อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี ๗๒๐๐๐
๒. สคท. สุพรรณบุรี ต.หนองมะค่าโมง อ.ด่านช้าง จ.สุพรรณบุรี

๑๓. วิทยากร

วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิจากภาครัฐ ภาคเอกชน และกรมประชาสัมพันธ์

๑๔. ค่าใช้จ่าย

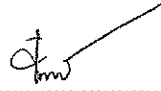
เงินงบประมาณประจำปี ๒๕๖๒ ของกรมประชาสัมพันธ์ จำนวน ๖๕๐,๐๐๐.-บาท (หกแสนห้าหมื่นบาทถ้วน) จำนวน ๑ รุ่น ดังนี้  
ค่าใช้จ่ายต่างๆ สามารถถัวเฉลี่ยจ่ายได้ทุกรายการ

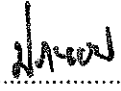
๑๕. การประเมินผล

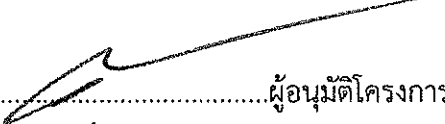
- ประเมินความรู้ก่อนและหลังการฝึกอบรม
  - ผู้เข้ารับการฝึกอบรมกรอกแบบประเมินผลรายวิชาเพื่อประเมินหัวข้อวิชาและวิทยากร
- หลังเสร็จสิ้นการบรรยายในแต่ละหัวข้อวิชา

๑๖. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

บุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์ ที่ปฏิบัติงานด้านเทคนิค มีความรู้ ความเข้าใจ และทักษะ รวมถึงรับรู้ในหลักการเกี่ยวกับเทคนิคของการกระจายเสียงและแพร่ภาพ และสามารถปฏิบัติงานด้านวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ลงชื่อ..........ผู้เขียนโครงการ  
(นางสาวปัทมาพร บุญชู)  
วิศวกรไฟฟ้าปฏิบัติการ

ลงชื่อ..........ผู้เห็นชอบโครงการ  
(นางปรานอม เสือกุลผล)  
รักษาการผู้อำนวยการส่วนวิชาการวิศวกรรม

ลงชื่อ..........ผู้อนุมัติโครงการ  
(นายคเชนทร์ กรรณิกา)  
ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมและพัฒนางานเทคนิค