



กระทรวงศึกษาธิการ

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สถาบันการประชาสัมพันธ์ ส่วนอำนวยการ โทร ๐ ๒๖๑๘ ๒๓๒๓ ต่อ ๔๑๐๔

ที่ นร ๐๒๒๘/๗๒๓

วันที่ ๑ พฤษภาคม ๒๕๖๒

เรื่อง แจ้งข้อปฏิบัติแก่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตร "กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management)" รุ่นที่ ๑๓

เรียน ผอ.สวท ผอ.สปช.๑ ผอ.สปช.๓ ผอ.สปช.๔ และ ผอ.สปช.๖

ตามคำสั่ง กปส. ที่ ๕๒๒/๒๕๖๒ ลงวันที่ ๒๖ เมษายน ๒๕๖๒ เรื่อง ให้ข้าราชการเข้ารับการฝึกอบรม หลักสูตร "กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management)" รุ่นที่ ๑๓ อบรมระหว่างวันที่ ๗ พฤษภาคม - ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๒ ณ สปช. ผู้เข้ารับการอบรมเป็นข้าราชการ กปส. จำนวน ๕ คน ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยมีบุคลากรในหน่วยงานของท่านได้รับการคัดเลือกเข้ารับการฝึกอบรมด้วย (รายละเอียดตามเอกสารแนบ)

สปช. ขอให้ผู้มีรายชื่อตามคำสั่ง กปส. ดังกล่าวข้างต้น ซึ่งเป็นข้าราชการในสังกัดของท่าน ดำเนินการดังนี้

๑. ให้เบิกค่าใช้จ่ายการเดินทางเข้ารับการฝึกอบรมตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม การจัดงานและการประชุมระหว่างประเทศ (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๕๕ งดการเบิกจ่ายค่าเดินทาง โดยรถยนต์ส่วนบุคคล สำหรับค่าเบี้ยเลี้ยงระหว่างการฝึกอบรมให้เบิกจาก ต้นสังกัด

๒. นำหนังสืออนุมัติเดินทางฉบับจริงมอบให้เจ้าหน้าที่การเงิน สปช. เพื่อใช้ประกอบการเบิกค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการฯ

๓. สปช. ได้ประสานการจองห้องพักอาคารหอพักกระดังงาและอาคารหอพักการเวกสำหรับผู้เข้ารับการฝึกอบรม และให้บริการอาหารเช้า อาหารกลางวัน อาหารเย็น และอาหารว่าง ตลอดระยะเวลาการอบรม ตามตารางการฝึกอบรมไว้เรียบร้อยแล้ว

๔. ผู้เข้าอบรมทุกท่านกรุณาเตรียมหนังสือเดินทางราชการ (พาสปอร์ตเล่มสีน้ำเงิน)

๕. การแต่งกายระหว่างการฝึกอบรม ขอความร่วมมือสวมชุดสุภาพ

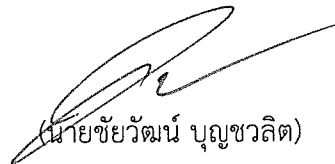
๖. ผู้เข้าอบรมทุกท่าน กรุณาเตรียมสิ่งของสำหรับการเข้าค่ายกิจกรรม "เสริมสร้างพัฒนาทีมงานผู้บริหารด้านการประชาสัมพันธ์" ระหว่างวันที่ ๘ - ๑๐ พฤษภาคม ๒๕๖๒ ตามกำหนดการเดินทางที่แนบ

๗. ผู้เข้ารับการฝึกอบรม กรุณาสแกน QR code เพื่อกรอกข้อมูลส่วนตัวในใบสมัครออนไลน์ และสแกน QR code เข้ากลุ่ม Line ที่แนบมาพร้อมนี้ ภายในวันศุกร์ที่ ๓ พฤษภาคม ๒๕๖๒

/ทั้งนี้...

ทั้งนี้ หากมีข้อสงสัยกรุณาติดต่อสอบถาม นางสาวสุชาดา ฐะมะลิ ผู้บริหารหลักสูตร โทรศัพท์
หมายเลข ๐๙ ๗๒๑๖ ๑๔๔๔ และนางวันเพ็ญ ภูช่วงทอง นักทรัพยากรบุคคล โทร ๐๙ ๐๓๐๖ ๙๙๖๕

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ และมอบหมายผู้เกี่ยวข้องดำเนินการต่อไปด้วย



(นายชัยวัฒน์ บุญชาลิต)

ผอ.สปช.



กรอกใบสมัคร



กลุ่ม Line

(สำเนา)

คำสั่งกรมประชาสัมพันธ์

ที่ ๕๒๒/๒๕๖๒

เรื่อง ให้ข้าราชการเข้ารับการฝึกอบรม

หลักสูตร “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management)” รุ่นที่ ๑๓

กรมประชาสัมพันธ์ กำหนดจัดฝึกอบรมหลักสูตร “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management)” รุ่นที่ ๑๓ ระหว่างวันที่ ๗ พฤษภาคม - ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๒ ณ สถาบันการประชาสัมพันธ์ โดยผู้เข้ารับการฝึกอบรมเป็นผู้ที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ของหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ ภาคเอกชน และข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้รับความรู้ ความเข้าใจ และทักษะในการวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล เสริมศักยภาพการคิดเชิงกลยุทธ์ เชิงสร้างสรรค์ และเชิงบูรณาการ เพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดและเสริมสร้างเครือข่ายเพื่อบูรณาการการทำงานร่วมกัน

ดังนั้น จึงให้ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการคัดเลือก จำนวน ๕ คน เข้ารับการฝึกอบรม หลักสูตรดังกล่าว ดังรายชื่อแนบท้ายนี้

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ ๗ พฤษภาคม - ๒๑ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๒

สั่ง ณ วันที่ ๒๖ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๒

(ลงชื่อ) พลโท สรรเสริญ แก้วกำเนิด

(สรรเสริญ แก้วกำเนิด)

อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์

สำเนาถูกต้อง

จิกรพงษ์

(นายจักรพงษ์ นภาสกุลคุ)

นักทรัพยากรบุคคลปฏิบัติการ

๒๖ เมษายน ๒๕๖๒

จักรพงษ์/ร่าง/พิมพ์

กัลยรัตน์/ทาน

บัญชีรายชื่อผู้เข้ารับการฝึกอบรม
หลักสูตร “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management)” รุ่นที่ ๑๓
ระหว่างวันที่ ๗ พฤษภาคม - ๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๒

.....

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย

๑. นายสุรศักดิ์ จำลองกุล

นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ
ส่วนกระจายเสียงในประเทศ

สำนักประชาสัมพันธ์เขต ๑ (ขอนแก่น)

๒. นายธีรยุทธ ดวงมณี

นักสื่อสารมวลชนชำนาญการ
สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย
จังหวัดชัยภูมิ

สำนักประชาสัมพันธ์เขต ๓ (เชียงใหม่)

๓. นางสาวเดือน อินต๊ะ

นักสื่อสารมวลชนชำนาญการ
สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย
จังหวัดเชียงใหม่

สำนักประชาสัมพันธ์เขต ๔ (พิษณุโลก)

๔. นายพิพัฒน์ สัสดีแพง

นักสื่อสารมวลชนชำนาญการ
สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย
จังหวัดพิษณุโลก

สำนักประชาสัมพันธ์เขต ๖ (สงขลา)

๕. นางสุภาวดี ชัยวิเศษ

นักสื่อสารมวลชนชำนาญการ
ส่วนข่าวและรายการภูมิภาค



หมายเหตุ : ภายหลังจากเสร็จสิ้นการฝึกอบรมแล้ว ขอให้ผู้ผ่านการฝึกอบรมดำเนินการบันทึกข้อมูลประวัติการฝึกอบรมของตนเองทางระบบ Intranet ที่เมนูของ กกจ. ในหัวข้อ “ข้อมูลบุคลากร” พร้อมส่งสำเนาใบประกาศนียบัตรให้ กกจ. ทางโทรสารหมายเลข ๐ ๒๖๑๘ ๒๓๗๖ หรือ e-mail : hrdprd.๑๑@prd.go.th ด้วย



โครงการฝึกอบรม

หลักสูตร “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management)” รุ่นที่ 13

ระหว่างวันที่ 7 พฤษภาคม – 21 มิถุนายน พ.ศ. 2562

จัดโดย สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

1. หลักการและเหตุผล

ตามแผนปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชน และเทคโนโลยี และแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาทักษะความรู้ให้กับบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศทุกระดับเพื่อการสร้างความรับรู้ ความเข้าใจในบทบาทและภารกิจของหน่วยงานแก่ประชาชนทุกกลุ่มเป้าหมาย

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ เป็นหน่วยงานภาครัฐที่มีภารกิจในการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของกรมประชาสัมพันธ์ 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 ขึ้นเพื่อพัฒนาบุคลากรทั้งภาครัฐ องค์กรอิสระ ภาคเอกชน และประชาชนทั่วไป ให้มีความรู้และทักษะในการวางแผน และสามารถออกแบบกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภายใต้บริบทต่าง 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 นับถึงวันเปิดการอบรมและมีคุณสมบัติ 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 ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบของผู้เข้ารับการฝึกอบรมตามที่สถาบันการประชาสัมพันธ์กำหนดไว้

อย่างเคร่งครัด

5. จำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรม

จำนวน 40 คน (ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ จำนวน 5 คน และจากหน่วยงานภายนอก จำนวน 35 คน)

6. โครงสร้างหลักสูตร

การฝึกอบรมแบ่งเป็น 5 หมวดวิชา รวมเวลาทั้งสิ้น 237 ชั่วโมง ดังนี้

- | | |
|--|------------------|
| 6.1 หมวดความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ | จำนวน 51 ชั่วโมง |
| 6.2 หมวดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ | จำนวน 45 ชั่วโมง |
| 6.3 หมวดสร้างเสริมทักษะนักวางแผนกลยุทธ์ | จำนวน 12 ชั่วโมง |
| 6.4 หมวดกิจกรรมพิเศษ | จำนวน 78 ชั่วโมง |
| 6.5 หมวดสร้างเสริมประสบการณ์เชิงประจักษ์ (การศึกษาดูงาน) | จำนวน 51 ชั่วโมง |

7. รายละเอียดหลักสูตร

- 7.1 หมวดความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 51 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ด้านการบริหารงานประชาสัมพันธ์ กระบวนการคิด วัฒนธรรมการสื่อสารและความรู้ด้านอื่น ๆ ที่ช่วยเสริมความรู้ที่เกี่ยวข้องกับหลักการ แนวคิดต่าง ๆ อันเป็นองค์ประกอบของงานประชาสัมพันธ์ มีรายละเอียดหัวข้อวิชา ดังนี้



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

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

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

7.1.4 การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต (Crisis Public Relations) (3) การวิเคราะห์ประเด็นวิกฤติขององค์กร การวางแผนและการปฏิบัติการสื่อสารในภาวะวิกฤติ และหลังภาวะวิกฤติ รวมถึงการจัดทำคู่มือการสื่อสารในภาวะวิกฤติขององค์กร การเตรียมความพร้อมการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต การติดตามประเมินผล ฝึกปฏิบัติหรือกรณีศึกษา

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

7.1.6 เทคนิคการบอกเล่าข้อมูลข่าวสารต่อสื่อมวลชนและสาธารณชน (Story Telling) (6)

7.1.7 การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) (3) แนวคิดการสื่อสารทางการเมือง การวิเคราะห์ผลกระทบและแนวโน้มทางการเมือง ปฏิสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการสื่อสารทางการเมือง กับนักบริหารงานระดับสูง การสื่อสารทางการเมืองในทัศนะนักบริหารงานประชาสัมพันธ์

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

7.1.9 เทคนิคการผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล (6) เทคนิค วิธีการ ขั้นตอนการผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัลด้วย Smart Phone

7.1.10 การปฏิบัติการข่าวสารและโฆษณาชวนเชื่อ (IO and Propaganda) (3) ความหมาย ประเภท องค์ประกอบ รูปแบบ ช่วงเวลา และสถานการณ์เพื่อการปฏิบัติการข่าวสาร ความเหมือนและแตกต่างระหว่าง IO and Propaganda

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

7.1.12 การบริหารสื่อมวลชนสัมพันธ์ (Managing Media Relations) (3) การบริหารความสัมพันธ์กับสื่อ รูปแบบ วิธีการ กิจกรรม เทคนิคการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อครองใจสื่อมวลชน



7.1.13 การบริหารโครงการและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ (6) หลักการและแนวทางในการบริหารโครงการและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ การออกแบบวิธีการติดตามและประเมินผลโครงการ และกิจกรรมทางสื่อออนไลน์

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

7.2 หมวดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ จำนวน 45 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาดในยุคดิจิทัล ทั้งในด้านกลยุทธ์ วิธีการวางแผน กระบวนการปฏิบัติงาน การประเมิน การรู้จักคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ และนำข้อมูลความรู้มาบูรณาการในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีรายละเอียดหัวข้อวิชา ดังนี้

7.2.1 การวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Public Relations Planning) (3) การวิเคราะห์ยุทธศาสตร์องค์กรเพื่อสร้างกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ประเภทของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ กระบวนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายเพื่อจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์องค์กรทั้งในเชิงรุกและเชิงรับ ตลอดจนการแก้ไขปัญหาอุปสรรคต่างๆ

7.2.2 การวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์องค์กร (6) การวิเคราะห์อัตลักษณ์ และชื่อเสียงองค์กร การวิเคราะห์ยุทธศาสตร์องค์กรเพื่อสร้างกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การประยุกต์ใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายเพื่อจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์องค์กรทั้งในเชิงรุกและเชิงรับ และเพื่อสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใต้บริบททางสังคมที่แตกต่างกัน

7.2.3 ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) (6) นิยามองค์ประกอบ รูปแบบ การวิเคราะห์และกำหนดกิจกรรมเพื่องาน CSR พร้อมกรณีศึกษา

7.2.4 แนวโน้มและสถานการณ์การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล (Digital PR) / การปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัล (Digital Transformation) / การปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายยุคดิจิทัล (Digital Engagement) (3)

- แนวโน้มและสถานการณ์การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ของโลก อาเซียน และประเทศไทย นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านภาพลักษณ์ของประเทศไทย ลักษณะการสื่อสารของคนไทยในยุคดิจิทัล ที่ส่งผลต่อการประชาสัมพันธ์องค์กร กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสื่อดิจิทัล

- องค์ประกอบในการปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัล ขั้นตอน กระบวนการทำงาน โอกาสและความท้าทายสู่องค์กรดิจิทัล

- เทคนิค วิธีการ เครื่องมือ และกระบวนการสร้างการปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายยุคดิจิทัล การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายขององค์กร ประโยชน์ที่ได้รับ



7.2.5 อิทธิพลของสื่อโซเชียลต่อการสื่อสาร/ฝึกปฏิบัติ (3) ประเภทของสื่อโซเชียล ปัจจัยที่มีผลกระทบต่องานด้วยสื่อโซเชียลทั้งเชิงบวกและเชิงลบ วิฤติและโอกาสของการใช้สื่อโซเชียลในการสื่อสาร

7.2.6 กลยุทธ์ข้อมูลข่าวสารและช่องทางการเผยแพร่ (Content & Channel Strategies) (6) การวางแผนแนวกลยุทธ์ในการสร้างและการบริหาร Content ให้ตรงใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และช่องทางการบริหารจัดการ Content ในยุคดิจิทัล

7.2.7 กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร (Image Building Strategies) (3) การวิเคราะห์องค์กร หลักการ วิธีการ กระบวนการวางแผนกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร กิจกรรมและช่องทางการสร้างและประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กร การรักษาภาพลักษณ์องค์กร

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

7.2.9 เทคนิคและเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ (PR Tactics and Tools) (3) เทคนิคการประชาสัมพันธ์ให้ประสบผลสำเร็จภายใต้องค์ประกอบต่าง ๆ เครื่องมือที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ

7.2.10 การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ (Integrated Marketing Communication : IMC) (3) หลักการ แนวคิด การวิเคราะห์เครื่องมือทางการตลาด การสื่อสาร การวางแผนสามารถกำหนดรูปแบบบูรณาการงานประชาสัมพันธ์และการตลาด การใช้ IT และเครื่องมือสื่อสารการตลาดยุคใหม่ การจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action plan) พร้อมทั้งฝึกปฏิบัติ

7.2.11 การเสวนาทางวิชาการในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ร่วมสมัย (6) การอภิปราย แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ขององค์กรหลากหลายประเภทในยุคปัจจุบัน แนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์ยุคใหม่ระหว่างนักวิชาการ และผู้มีประสบการณ์ตรง

7.3 หมวดสร้างเสริมทักษะนักวางแผนกลยุทธ์ จำนวน 12 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อเสริมสร้าง และพัฒนาทักษะการนำเสนอ บุคลิกภาพ การเข้าสังคม เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีในฐานะนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ มีรายละเอียดหัวข้อวิชา ดังนี้

7.3.1 การสร้างภาวะผู้นำ (3) แนวคิดเกี่ยวกับผู้นำ วิธีการสร้างภาวะผู้นำ บทบาทผู้นำด้านกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ คุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพของนักกลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์

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



7.3.3 ทักษะการเข้าสังคม (Social Skill Activity) (6) การพัฒนาบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับลักษณะงาน เทคนิคการพูด น้ำเสียง ท่าทาง อากัปกิริยา

7.4 หมวดกิจกรรมพิเศษ จำนวน 78 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 กิจกรรมเสริมสร้างพัฒนาทีมงานการประชุมสัมพันธสำหรับผู้บริหารระดับกลาง (24) ภาวะผู้นำ การทำงานเป็นทีม การสร้างมนุษยสัมพันธ์ การสื่อสารภายใน การสร้างเครือข่าย

7.4.3 ประชุมกลุ่มเพื่อเตรียมความพร้อมการจัดเสวนา (9)

7.4.4 ประชุมกลุ่มเตรียมงานการศึกษาดูงานต่างประเทศ (3)

7.4.5 ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดทำรายงาน โดยนำเสนอรายงานจากการศึกษา (รายบุคคล/กลุ่ม) ในประเด็นที่ผู้เรียนเป็นผู้กำหนด นำเสนอและวิพากษ์ผลงาน ฝึกปฏิบัติปรับแก้การจัดทำรายงาน (24)

7.4.6 กิจกรรมเสริมสร้างทีมงานนักประชุมสัมพันธ/สร้างเครือข่าย (12)

7.4.7 ประเมินท้ายหลักสูตร / พิธีมอบประกาศนียบัตร / พิธีปิด (3)

7.5 หมวดการสร้างเสริมประสบการณ์เชิงประจักษ์ (การศึกษาดูงาน) จำนวน 51 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ ศึกษาดูงานในหน่วยงานที่ทันสมัยและเป็นประโยชน์ เพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ ในการวางแผนและออกแบบกลยุทธ์การประชุมสัมพันธให้ประสบความสำเร็จ โดยมีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อ ถอดบทเรียนจากการศึกษาดูงาน พร้อมจัดทำและนำเสนอรายงานจากการศึกษาดูงานในประเด็นที่ผู้เรียน เป็นผู้กำหนด (เน้นเชื่อมโยงและสามารถนำไปใช้ได้จริงในองค์กรของผู้เรียน)

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

8. วิทยากรผู้บรรยาย

วิทยากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่มีความเหมาะสมในแต่ละหัวข้อวิชา ทั้งจากกรมประชุมสัมพันธ และจาก หน่วยงานภายนอกที่ได้รับการยอมรับ 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 ทันท่วงที และสามารถสร้างนวัตกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ใหม่ ๆ รวมทั้งมีเครือข่ายด้านการประชาสัมพันธ์ที่กว้างขวาง

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

11. ระยะเวลาดำเนินการ

ระหว่างวันที่ 7 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 และการเรียนรู้ของผู้เข้ารับการฝึกอบรมระหว่างฝึกอบรม
- 14.3 แบบประเมินผลรายวิชา ประเมินเนื้อหา วิทยากร และวิธีการฝึกอบรม
- 14.4 แบบประเมินโครงการ เมื่อเสร็จสิ้นการอบรม



15. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

15.1 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องในหลักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ การประชาสัมพันธ์แบบมีอาชีพ โดยใช้สื่อยุคใหม่ (New media) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

15.2 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความมั่นใจในศักยภาพของตนเองในการเป็นนักประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ ในทางสร้างสรรค์ สามารถพัฒนารูปแบบงานประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัย ก่อให้เกิดผลดีต่อตนเอง และหน่วยงาน ตลอดจน ประเทศชาติ

15.3 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ที่มีความเข้าใจอันดีระหว่างกัน ให้ความร่วมมือ และบูรณาการการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ





ตารางการฝึกอบรม

หลักสูตร “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management)” รุ่นที่ 13

ระหว่างวันที่ 7 พฤษภาคม – 21 มิถุนายน 2562

ณ สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ สำนักงานนายกรัฐมนตรี

วัน เวลา	09.00 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.	
สัปดาห์ที่ 1			
วันอังคารที่ 7 พฤษภาคม 62	เวลา 08.00 น. - ลงทะเบียน เวลา 09.00 น. - พิธีเปิด / Welcome Drink - ปฐมนิเทศ	อิทธิพลของสื่อโซเชียลต่อการสื่อสาร (High Order Social Communication) อ.เตมณีน โสมคำ	
กิจกรรมเข้าค่ายพักแรม “เสริมสร้างพัฒนาทีมงานผู้บริหารด้านการประชาสัมพันธ์” ระหว่างวันที่ 8 – 10 พฤษภาคม 2562 ณ โรงแรม เอกไพลิน ริเวอร์แคว อ.เมือง จ.กาญจนบุรี			
วันพุธที่ 8 พฤษภาคม 62	- 8.30 น. ออกเดินทางร่วมกิจกรรม “เสริมสร้างพัฒนาทีมงานผู้บริหารด้าน การประชาสัมพันธ์” - กิจกรรมสร้างความคุ้นเคย / อ.พิศาล อุตสาหพงษ์ และทีมงาน	13.00 – 16.00 น.	17.00 – 20.00 น.
		กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ (ฝึกปฏิบัติ) อ.พิศาล อุตสาหพงษ์ และทีมงาน	กิจกรรมสร้างทีมงาน (ฝึกปฏิบัติ) อ.พิศาล อุตสาหพงษ์ และทีมงาน
วันพฤหัสบดีที่ 9 พฤษภาคม 62 (วันพืชมงคล)	กิจกรรมปรับกระบวนการทัศนและกิจกรรมเชิงปฏิบัติ การสู่ความเป็นเลิศในการทำงานเป็นทีม (ฝึกปฏิบัติ)/ อ.พิศาล อุตสาหพงษ์ และทีมงาน	13.00 – 16.00 น.	17.00 – 20.00 น.
		กิจกรรมการสร้างทีมงาน ด้านกลยุทธ์การ ประชาสัมพันธ์ (ฝึกปฏิบัติ) อ.พิศาล อุตสาหพงษ์ และทีมงาน	กิจกรรมเสริมสร้างการ ทำงานเป็นทีม (ฝึกปฏิบัติ) อ.พิศาล อุตสาหพงษ์ และทีมงาน
วันศุกร์ที่ 10 พฤษภาคม 62	กิจกรรมสร้างฝัน/ฝ่าฝันปัญหา/พันธะสัญญา (ฝึกปฏิบัติ)/ อ.พิศาล อุตสาหพงษ์ และทีมงาน	13.00 น. เดินทางกลับสู่สถาบันการประชาสัมพันธ์	

เวลา \ วัน	09.00 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.	
สัปดาห์ที่ 2			
วันจันทร์ที่ 13 พฤษภาคม 62	การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) รศ.ดร.เจษฎ์ โทณะวณิก	การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ / ฝึกปฏิบัติ (Event Organization) รศ.ดร.กุลทิพย์ ศาสตรระจุ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	
วันอังคารที่ 14 พฤษภาคม 62	การวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์องค์กร การคิดประเด็นและวิธีวิจัยสำหรับองค์กร / ปฏิบัติ (งานเดี่ยว/งานกลุ่ม) ผศ.ดร.สุภาภรณ์ ศรีดี และ อ.ดร.หัสพร ทองแดง		
วันพุธที่ 15 พฤษภาคม 62	ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) การเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย / ฝึกปฏิบัติ (งานเดี่ยว/งานกลุ่ม) ผศ.ดร.สุภาภรณ์ ศรีดี และ อ.ดร.หัสพร ทองแดง		
วันพฤหัสบดีที่ 16 พฤษภาคม 62	การวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Public Relations Planning) รศ.ดร.เสวี วงษ์มณฑา	การปฏิบัติการข่าวสารและโฆษณาชวนเชื่อ (IO and Propaganda) พ.อ. เกียรติชัย โอภาโส	
วันศุกร์ที่ 17 พฤษภาคม 62	กลยุทธ์ข้อมูลข่าวสารและช่องทางการเผยแพร่/ฝึกปฏิบัติ (Content & Channel Strategies) อ.พิเศศ ต้นติมาลา	17.00 – 20.00 น.	
		กิจกรรมสร้าง เครือข่าย รุ่นพี่พบรุ่นน้อง	
สัปดาห์ที่ 3			
วันจันทร์ที่ 20 พฤษภาคม 62	วันหยุดชดเชยวันวิสาขบูชา		
วันอังคารที่ 21 พฤษภาคม 62	การบริหารประเด็น / ฝึกปฏิบัติ (Issue Management) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประไพพิศ มุฑิตาเจริญ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	การปฏิบัติการเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Persuasion and Attitude Changes) ศ.ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์	
วันพุธที่ 22 พฤษภาคม 62	ศึกษาดูงานด้านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การสร้างตราสินค้า (Strategic PR / Brand Enterprises) ศูนย์ธุรกิจคาเฟ่ อเมซอน Amazon Inspiring Campus ต.วังน้อย จ.พระนครศรีอยุธยา	ศึกษาดูงานด้านการจัดการสื่อยุคดิจิทัล สำนักสื่อใหม่ สถานีโทรทัศน์ Thai PBS	
วันพฤหัสบดีที่ 23 พฤษภาคม 62	การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต (Communication in a Crisis) อ.อรธณ สีหะอำไพ	ประชุมกลุ่มเตรียมความพร้อม การจัดเสวนา	
วันศุกร์ที่ 24 พฤษภาคม 62	การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ / ฝึกปฏิบัติ (Integrated Marketing Communication : IMC) ดร.ทรงชนะ บุญขวัญ ผู้อำนวยการวิทยาลัยเทคโนโลยีวิศวกรรมแหลมฉบัง	ประชุมกลุ่ม เตรียมความพร้อม การจัดเสวนา	17.00 – 20.00 น.
			กิจกรรมเสริมสร้าง ทีมงานนัก ประชาสัมพันธ์

เวลา \ วัน	09.00 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.
สัปดาห์ที่ 4		
วันจันทร์ที่ 27 พฤษภาคม 62	การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล (Digital PR) การปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัล (Digital Transformation) การปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายยุคดิจิทัล (Digital Engagement) อ.ชวนา กิริยุดอมรกุล General Manager / Strategic Planning Director CJ WORK	17.00 – 19.00 น. ประชุมกลุ่มเตรียมความพร้อมการจัดเสวนา ประชุมกลุ่มเตรียมงานการศึกษาดูงานต่างประเทศ
วันอังคารที่ 28 พฤษภาคม 62	เทคนิคการผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล / ฝึกปฏิบัติ อ.สราวุฒิ ทองศรีคำ	
วันพุธที่ 29 พฤษภาคม 62	การจัดกิจกรรมเสวนาทางวิชาการในประเด็น ที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ร่วมสมัย ดำเนินการโดยผู้เข้าอบรม	
วันพฤหัสบดีที่ 30 พฤษภาคม 62	การบริหารโครงการและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ / ฝึกปฏิบัติ ผศ.อรสา ปานขาว / วิทยากรผู้ช่วย	
วันศุกร์ที่ 31 พฤษภาคม 62	เทคนิคและเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ (PR Tactics and Tools) อ.อนันท์ ธีระบุรณะพงษ์ Digital Director บ. เฟรมไลน์ จำกัด	ประชุมกลุ่มเตรียมงาน การศึกษาดูงานต่างประเทศ
สัปดาห์ที่ 5 ศึกษาดูงานด้านการบริหารจัดการกลยุทธ์การตลาด และการประชาสัมพันธ์สมัยใหม่ ณ กรุงปักกิ่ง สาธารณรัฐประชาชนจีน ระหว่างวันเสาร์ที่ 1 – วันพุธที่ 5 มิถุนายน 2562		

วัน เวลา	09.00 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.	
วันพฤหัสบดีที่ 6 มิถุนายน 62	ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดทำรายงาน		
วันศุกร์ที่ 7 มิถุนายน 62	กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร (Image Building Strategies) อ.กรกช อนันตสมบูรณ์ Associate Director, Enterprise Brand Management SCG	การบริหารสื่อมวลชนสัมพันธ์ (Managing Media Relations) อ.ทวิพันธ์ คงคราญ ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารองค์กร สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก	
สัปดาห์ที่ 6			
วันจันทร์ที่ 10 มิถุนายน 62	Social Skill Activity/ฝึกปฏิบัติ อ.สนธยา ศรีเวียงวัช / อ.ภาวิณี ตันติโกวิทย์ ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาการพูดและบุคลิกภาพ		
วันอังคารที่ 11 มิถุนายน 62	ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดทำรายงาน ผศ.ดร.สุภาภรณ์ ศรีดี อ.ดร.หัสพร ทองแดง		
วันพุธที่ 12 มิถุนายน 62	ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดทำรายงาน ผศ.ดร.สุภาภรณ์ ศรีดี อ.ดร.หัสพร ทองแดง		
วันพฤหัสบดีที่ 13 มิถุนายน 62	การบริหารจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data and Analytics)	การตลาดธุรกิจบริการ (Service Marketing) ผศ.ดร.วรุพงษ์ ลากเจริญ	
วันศุกร์ที่ 14 มิถุนายน 62	การสร้างภาวะผู้นำ ศ.ร.ต.อ.ดร.ปุระชัย เปี่ยมสมบูรณ์	คุณธรรมจริยธรรมนัก ประชาสัมพันธ์ ศาสตราจารย์พิเศษ หม่อมหลวง ไกรฤกษ์ เกษมสันต์	17.00 – 20.00 น.
			กิจกรรมเสริมสร้าง ทีมงาน นักประชาสัมพันธ์

	09.00 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.	
สัปดาห์ที่ 7			
วันจันทร์ที่ 17 มิถุนายน 62	เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อนำเสนออย่างมืออาชีพ / ฝึกปฏิบัติ (Story Telling) อ.ชุตินธรา วัฒนกุล / อ.นันท์สิทธิ์ นิตยเมธา สถานีโทรทัศน์ PPTV		
วันอังคารที่ 18 มิถุนายน 62	ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดทำรายงาน ผศ.ดร.สุภาภรณ์ ศรีดี อ.ดร.หัสพร ทองแดง		
วันพุธที่ 19 มิถุนายน 62	กิจกรรมนำเสนอผลงานและวิพากษ์ผลงาน รองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ อ. ที่ปรึกษาหลักสูตร / ผู้อำนวยการสถาบันการประชาสัมพันธ์	ฝึกปฏิบัติปรับแก้การจัดทำรายงาน ผศ.ดร.สุภาภรณ์ ศรีดี อ.ดร.หัสพร ทองแดง	
วันพฤหัสบดีที่ 20 มิถุนายน 62	การสื่อสารภายในองค์กร (Internal PR and Cultivation) ผศ.ญาณิศา บุญประสิทธิ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	13.00 - 16.00 น.	17.00 – 20.00 น.
		กิจกรรมสร้างเสริมประสบการณ์ นักประชาสัมพันธ์ (ฝึกทักษะการใช้เสียง) ดร.วินัย พันธุรักษ์	กิจกรรมเสริมสร้างทีมงาน นักประชาสัมพันธ์
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 29/04/62



สถาบันการประชาสัมพันธ์

INSTITUTE OF PUBLIC RELATIONS

๑๒๕ ซอยอารีย์ ถนนพหลโยธิน เขตพญาไท กรุงเทพฯ ๑๐๔๐๐

โทร. ๐ ๒๒๙๘ ๕๗๗/๐-๔ โทรสาร ๐ ๒๒๙๘ ๕๗๗/๕, ๐ ๒๒๙๘ ๕๗๗/๙

กำหนดการพิธีเปิด

การฝึกอบรมหลักสูตร “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management)” รุ่นที่ ๑๓

วันอังคารที่ ๗ พฤษภาคม ๒๕๖๒ เวลา ๐๙.๐๐ น.

ณ ห้องประชุมอาจารย์สะอาด ตันสุกผล ชั้น ๒ อาคารสถาบันการประชาสัมพันธ์

- เวลา ๐๘.๐๐ น. - ผู้เข้ารับการฝึกอบรมลงทะเบียน และรับเอกสาร
- เวลา ๐๘.๔๕ น. - ผู้เข้ารับการฝึกอบรม และแขกผู้มีเกียรติ
พร้อมกัน ณ ห้องประชุมอาจารย์สะอาด ตันสุกผล
- เวลา ๐๙.๐๐ น. - อธิบติกรมประชาสัมพันธ์ (พลโท สรรเสริญ แก้วกำเนิด)
ประธานในพิธีเดินทางมาถึง
- ประธานในพิธีจุดธูปเทียนบูชาพระรัตนตรัย
- ผู้อำนวยการสถาบันการประชาสัมพันธ์
(นายชัยวัฒน์ บุญขวลิต) กล่าวรายงาน
- ประธานในพิธีกล่าวเปิดการฝึกอบรม และให้โอวาทแก่ผู้เข้ารับการฝึกอบรม
- ประธานในพิธีและผู้เข้ารับการฝึกอบรม ถ่ายภาพหมู่ร่วมกัน
- ณ บริเวณโถงวงกลม ชั้น ๑ อาคารสถาบันการประชาสัมพันธ์

หมายเหตุ : สุภาพบุรุษ : สวมสูทสีดำ/ผูกเนคไท/สีเข้ม กางเกงสแลค
สุภาพสตรี : สวมสูทสีดำ/สีเข้ม กระโปรง

* ทั้งนี้ อาจมีการปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสม *



กำหนดการเดินทาง

กิจกรรมเข้าค่าย “เสริมสร้างพัฒนาทีมงานผู้บริหารด้านการประชาสัมพันธ์”
หลักสูตร “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management)” รุ่นที่ 13
ระหว่างวันที่ 8 – 10 พฤษภาคม 2562
ณ โรงแรม เอกไพลิน ริเวอร์แคว อ.เมือง จ.กาญจนบุรี

วันพุธที่ 8 พฤษภาคม 2562

- เวลา 08.00 น. - ผู้เข้าอบรมลงทะเบียน ณ ห้องนันทนาการ 1 ชั้น 1
อาคารสถาบันการประชาสัมพันธ์ / รับประทานอาหารเช้า
- เวลา 08.30 น. - ออกเดินทางไปยัง โรงแรม เอกไพลิน ริเวอร์แคว อ.เมือง จ.กาญจนบุรี
- เวลา 09.00 น. - กิจกรรมสร้างความคุ้นเคย
- เวลา 12.00 น. - เดินทางถึง โรงแรม เอกไพลิน ริเวอร์แคว อ.เมือง จ.กาญจนบุรี
- Welcome Drink / Check In เข้าที่พัก
- รับประทานอาหารกลางวัน (บุฟเฟต์) ณ ห้องอาหารชมวิมาน
- เวลา 13.00 น. - นั้ดรวมพลร่วมกิจกรรม ณ ห้องประชุมเอกมณี
กิจกรรม “เสริมสร้างพัฒนาทีมงานผู้บริหารด้านการประชาสัมพันธ์”
กิจกรรมที่ 1 ปรับกระบวนทัศน์สู่ความเป็นเลิศในการทำงาน
- เวลา 15.00 น. - พักรับประทานอาหารว่าง
กิจกรรม 2 ปรับกระบวนทัศน์สู่ความเป็นเลิศในการทำงาน
(แบ่งกลุ่ม/เก็บคะแนน)
- เวลา 18.00 น. - รับประทานอาหารเย็น ณ ห้องอาหารชมวิมาน
- เวลา 19.00 น. กิจกรรมที่ 3 Teamwork Heart ทำงานด้วยใจ ไปด้วยกัน (เก็บคะแนน)
- เวลา 22.00 น. - เข้าที่พัก / พักผ่อนตามอัธยาศัย

วันพฤหัสบดีที่ 9 พฤษภาคม 2562

- เวลา 07.00 น. - ตื่นนอน / Team Strong ออกกำลังกาย
- เวลา 08.00 น. - รับประทานอาหารเช้า ณ ห้องอาหารชมวิมาน
- เวลา 09.00 น. - รวมพลทำกิจกรรม ณ ห้องประชุมเอกมณี
- กิจกรรมที่ 4 Teamwork Heart ทำงานด้วยใจ ไปด้วยกัน (เก็บคะแนน) (ต่อ)
- เวลา 10.30 น. - พักรับประทานอาหารว่าง
- เวลา 12.00 น. - รับประทานอาหารกลางวัน ณ ห้องอาหารชมวิมาน
- เวลา 13.00 น. - กิจกรรมที่ 5 ปฏิบัติการสร้างความเป็นเลิศในการทำงาน (เก็บคะแนน)
ณ แคมป์ช้างทวีชัย อ.เมือง จ.กาญจนบุรี
- เวลา 15.00 น. - พักรับประทานอาหารว่าง
- เวลา 18.00 น. - พิธีบายศรีสู่ขวัญ ณ ห้องชมวิมาน
ประธานในพิธี
- รองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์
ผู้ร่วมในพิธี
- ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์เขต ๘
- ประชาสัมพันธ์จังหวัดกาญจนบุรี
- ผู้อำนวยการสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดกาญจนบุรี
- ผู้อำนวยการสถาบันการประชาสัมพันธ์ (นายชัยวัฒน์ บุญชวลิต)
- เวลา 19.00 น. - งานเลี้ยง “Color Flower Night Party”
- การแสดง show & share ทีมดี มีโชว์ (การแสดงของแต่ละกลุ่ม)
- มอบรางวัลผู้แต่งกายสร้างสรรค์ตรงตาม concept ของงาน
- เวลา 22.00 น. - เข้าที่พัก / พักผ่อนตามอัธยาศัย

วันศุกร์ที่ 10 พฤษภาคม 2562

- เวลา 07.00 น. - ตื่นนอน / Team Strong ออกกำลังกาย
- เวลา 08.00 น. - รับประทานอาหารเช้า ณ ห้องอาหารชมวิมาน
- เวลา 09.00 น. - รวมพลทำกิจกรรม ณ ห้องประชุมเอกมณี
- กิจกรรมที่ 6 สร้างฝัน ฝ่าฟันปัญหา พันธสัญญา
- เวลา 10.30 น. - พักรับประทานอาหารว่าง
- สรุปผลการทำกิจกรรม
- กิจกรรมเลือกประธานรุ่น และคณะกรรมการรุ่นของหลักสูตร
- “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management)” รุ่นที่ 13
- เวลา 12.00 น. - รับประทานอาหารกลางวัน ณ ห้องอาหารชมวิมาน
- Check Out
- เวลา 13.00น. - ออกเดินทางกลับสู่สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรุงเทพฯ
- เวลา 18.00 น. - เดินทางถึง สถาบันการประชาสัมพันธ์ โดยสวัสดิภาพ

.....

หมายเหตุ กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม

ผู้เข้ารับการอบรมโปรดเตรียมสิ่งของสำหรับกิจกรรมการเข้าค่าย ดังต่อไปนี้

1. กิจกรรมในห้องสัมมนา

- การแต่งกาย - ชุดลำลอง สุภาพ ตามอัธยาศัย
- รองเท้าสวมใส่สบายคล่องตัว

2. กิจกรรมการทำงานเป็นทีม ณ แคมป์ช้างทวีชัย

- การแต่งกาย - ชุดลำลอง สุภาพ ตามอัธยาศัย
- รองเท้าสวมใส่สบายคล่องตัว

3. กิจกรรม Team Strong ออกกำลังกาย

- การแต่งกาย - ชุดออกกำลังกาย
- รองเท้าผ้าใบ/รองเท้ารัดส้น ที่เหมาะสมกับกิจกรรมออกกำลังกาย

4. กิจกรรมงาน “Color Flower Night Party” (พฤหัสบดีที่ 9 พฤษภาคม 2562)

- การแต่งกาย - เสื้อผ้าลายดอก สีสันสดใส
- หมายเหตุ - ประกวดผู้ที่แต่งตัวได้สร้างสรรค์ ตรงตาม concept ของงานเลี้ยง

5. ของใช้อื่นๆ - ยาประจำตัว / ของใช้ส่วนตัว

**** ไม่ควรนำของมีค่าติดตัวมาในการเข้าค่ายทำกิจกรรม**

**** ท่านใดมีข้อจำกัดใด ๆ โปรดแจ้งคณะทำงาน**

.....