



ตัวหนังสือ บทที่ ๖ ข้อความ

ส่วนราชการ..... กองการเจ้าหน้าที่ กลุ่มพัฒนาบุคคล โทร. ๐ ๒๖๑๘. ๒๓๒๘ ต่อ. ๑๓๒๑, ๑๓๒๓
ที่ นร ๐๒๐๓.๐๓/๑๓๓๗๙ วันที่ ๒๕ พฤศจิกายน ๒๕๖๓
เรื่อง การรับสมัครบุคลากรเข้ารับการอบรมตามโครงการพัฒนาบุคลากร กปส. ประจำปี
งบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ ครั้งที่ ๑/๒๕๖๔

เรียน ผอ.สำนัก/กอง และหัวหน้าหน่วยงาน

กกจ. กำหนดดำเนินโครงการพัฒนาบุคลากร กปส. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ เพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ทักษะ สมรรถนะ เหมาะสมกับการปฏิบัติงานในหน้าที่และเท่าทันกับสถานการณ์ กำหนดกิจกรรมในการพัฒนาบุคลากรเป็นหลักสูตรฝึกอบรม/โครงการพัฒนาบุคลากรที่จัดโดยหน่วยงานภายนอก กปส. จำนวน ๙ กิจกรรม และหลักสูตรฝึกอบรม/โครงการพัฒนาบุคลากรที่จัดโดยหน่วยงานภายใน กปส. ได้แก่ สปข. สพท. ศสช. สปต. และ กกจ. จำนวน ๒๓ กิจกรรม รวมจำนวนทั้งสิ้น ๓๒ กิจกรรม โดย อปส. ได้เห็นชอบแนวทางการคัดเลือกบุคลากรเข้ารับการฝึกอบรมตามโครงการพัฒนาบุคลากร กปส. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ รายละเอียดตามเอกสารแนบ ๑

ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ สปข. กำหนดหลักสูตรฝึกอบรม จำนวน ๑๗ หลักสูตร โดย กกจ. รับผิดชอบคัดเลือกบุคลากรเข้ารับการฝึกอบรม ซึ่งกำหนดเปิดรับสมัคร ครั้งที่ ๑/๒๕๖๔ สำหรับหลักสูตรที่กำหนดจัดฝึกอบรมในช่วงเดือนมกราคม - มีนาคม ๒๕๖๔ จำนวน ๗ หลักสูตร ได้แก่ หลักสูตรนักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง รุ่นที่ ๖๑ หลักสูตรการบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management) รุ่นที่ ๑๔ หลักสูตรนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพแบบบูรณาการ รุ่นที่ ๑ (สื่อมวลชนสัมพันธ์) หลักสูตรเทคนิคการเป็นพิธีกร รุ่นที่ ๓๙ หลักสูตรพัฒนานักประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียล รุ่นที่ ๑ หลักสูตรพัฒนาการสื่อสารยุคดิจิทัล รุ่นที่ ๘ และหลักสูตรเทคนิคการผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล รุ่นที่ ๑ จึงขอความร่วมมือ สำนัก/กอง และ ส.ปชส. ดำเนินการคัดสรรกลั่นกรองผู้สมัครในเบื้องต้นให้เป็นที่ไปด้วยความเป็นธรรม ตามแนวทางการคัดเลือกฯ ดังกล่าวข้างต้น ดังนี้

๑. แจ้งเวียนให้บุคลากรในสังกัดสมัครเข้ารับการฝึกอบรมในหลักสูตรที่ตนเองมีคุณสมบัติ ซึ่งเป็นประโยชน์โดยตรงต่อการพัฒนาความรู้ ความสามารถ และทักษะในการปฏิบัติภารกิจหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายในปัจจุบัน ส่งรายชื่อให้ต้นสังกัด รายละเอียดตามเอกสารแนบ ๒

๒. สำนัก/กอง และ ส.ปชส. พิจารณาคัดสรรกลั่นกรองผู้สมัครที่มีคุณสมบัติและมีความเหมาะสมเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาทักษะของบุคลากรและเกิดผลสัมฤทธิ์ของหน่วยงาน ให้เข้ารับการฝึกอบรมในแต่ละหลักสูตร โดยจัดเรียงลำดับรายชื่อของผู้สมัครที่เห็นสมควรได้รับการเสนอชื่อเข้ารับการฝึกอบรม จำนวนหลักสูตรละ ๒ - ๓ คน (หลักสูตรพัฒนานักประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียล รุ่นที่ ๑ เสนอชื่อได้ ๔ - ๕ คน)

๓. สำนัก/กอง...

๓. สำนัก/กอง และ ส.ปชส. แจ้งผู้ได้รับการเสนอชื่อฯ กรอกข้อมูลการสมัครที่ QR Code ด้านล่าง หรือ <https://bit.ly/3nG45Zw> โดยระบุลำดับที่ที่ได้รับการเสนอให้ผู้สมัครทราบ และส่งบัญชีรายชื่อผู้ได้รับการเสนอให้สมัครเข้ารับการฝึกอบรม ให้ กกจ. ทาง e-mail : hrdprd.11@prd.go.th ภายในวันพุธที่ ๙ ธันวาคม ๒๕๖๓ เวลา ๑๖.๓๐ น. รายละเอียดตามเอกสารแนบ ๓

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป



(นางวนิดา ชัยประภา)

ร.พอ.กกจ.



<https://bit.ly/3nG45Zw>



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ กองการเจ้าหน้าที่ กลุ่มพัฒนาบุคคล โทร. ๐ ๒๖๑๘ ๒๓๒๘ ต่อ ๑๓๒๑, ๑๓๒๒
 ที่ นร ๐๒๐๓.๐๓/๓๐๓/๐ วันที่ ๖ พฤศจิกายน ๒๕๖๓
 เรื่อง แนวทางการคัดเลือกบุคลากรเข้ารับการฝึกอบรม ตามโครงการพัฒนาบุคลากร กปส. ประจำปี
 งบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔

เรียน อปส.

๑. กกจ. กำหนดดำเนินโครงการพัฒนาบุคลากร กปส. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ เพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ทักษะ สมรรถนะ เหมาะสมกับการปฏิบัติงานในหน้าที่และเท่าทันกับสถานการณ์ โดยจัดเป็นหลักสูตรฝึกอบรม โครงการพัฒนาบุคลากร การเรียนรู้ด้วยตนเองทาง e-Learning ในสาขาวิชาต่าง ๆ ทั้งที่เป็นวิชาชีพในสายงานหลักของ กปส. ในด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านสื่อสารมวลชน ด้านช่างเทคนิค วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ และด้านอื่น ๆ ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน ได้แก่ ภาวะผู้นำ ทักษะดิจิทัล การบริหารงานบุคคล การตรวจสอบภายใน การพัฒนาโครงการ ภาษาต่างประเทศ วินัย คุณธรรมและ จริยธรรม

๒. ข้อเท็จจริง

๒.๑ ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ กกจ. เสนอขอรับการจัดสรรงบประมาณ (งบบุคลากร) โครงการพัฒนาบุคลากร กปส. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ ซึ่งอยู่ระหว่างการดำเนินการตามขั้นตอน การพิจารณาจัดสรรงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๔ ทั้งนี้ตามโครงการฯ กำหนดกิจกรรมในการพัฒนาบุคลากร โดยเป็นหลักสูตรฝึกอบรม/โครงการพัฒนาบุคลากร ที่จัดโดยหน่วยงานภายนอก กปส. จำนวน ๙ กิจกรรม และหลักสูตรฝึกอบรม/โครงการพัฒนาบุคลากร ที่จัดโดยหน่วยงานภายใน กปส. ได้แก่ สปช. สพท. ศสช. สปต. และ กกจ. จำนวน ๒๓ กิจกรรม รวมจำนวนทั้งสิ้น ๓๒ กิจกรรม จึงควรต้องกำหนดแนวทางการคัดเลือก บุคลากรเข้ารับการฝึกอบรมและเข้าร่วมโครงการดังกล่าว และแจ้งให้สำนัก/กอง ต่าง ๆ รับรู้และเตรียมพร้อม เสนอบุคลากรในสังกัดเข้ารับการพัฒนาคความรู้ ทักษะ และสมรรถนะ อย่างเหมาะสม เป็นธรรม เพื่อเป็นขวัญ กำลังใจและเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร รายละเอียดตามเอกสารแนบ

๒.๒ กกจ. ได้มีการกำหนดแนวทางการคัดเลือกบุคลากร กปส. เข้ารับการฝึกอบรม ดังนี้

๒.๒.๑ กกจ. เวียนแจ้งให้ สำนัก/กอง แจ้งให้บุคลากรในสังกัดสมัครเข้ารับการฝึกอบรม ในหลักสูตรที่ตนเองมีคุณสมบัติ ซึ่งจะเป็นประโยชน์โดยตรงต่อการพัฒนาความรู้ ความสามารถ และทักษะ ในการปฏิบัติงานตามภารกิจหน้าที่ โดยเปิดโอกาสให้สมัครอย่างเท่าเทียมกัน

๒.๒.๒ สำนัก/กอง พิจารณาคัดสรรกลุ่มรองผู้สมัครที่มีคุณสมบัติและมีความเหมาะสม เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาทักษะของบุคลากรและเกิดผลสัมฤทธิ์ของหน่วยงาน ให้เข้ารับการฝึกอบรม ในแต่ละหลักสูตร โดยจัดเรียงลำดับรายชื่อของผู้สมัครที่เห็นสมควรได้รับการเสนอเข้ารับการฝึกอบรม หลักสูตรละ จำนวน ๒ - ๓ คน และจัดส่งบัญชีรายชื่อผู้ได้รับการเสนอเข้ารับการฝึกอบรมส่งให้ กกจ. ภายใน ระยะเวลาที่กำหนด

๒.๒.๓ วิธีการคัดเลือกบุคลากรเข้ารับการฝึกอบรม

๒.๒.๓.๑ แต่งตั้งคณะกรรมการคัดเลือกบุคลากรเข้ารับการฝึกอบรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ ประกอบด้วย อปส. เป็นประธาน รปส. ทั้ง ๓ ท่าน ผอ.สปช. เป็นกรรมการและ

ผอ.กกจ. เป็นกรรมการ...

ผอ.กกจ. เป็นกรรมการและเลขานุการ ทำหน้าที่พิจารณาคัดเลือกผู้เข้ารับการอบรมหลักสูตรของ สปช. จำนวน ๓ หลักสูตร ได้แก่ หลักสูตรนักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง รุ่นที่ ๒๑ หลักสูตรการบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management) รุ่นที่ ๑๔ และหลักสูตรนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพแบบบูรณาการ รุ่นที่ ๑ (สื่อมวลชนสัมพันธ์) โดยคัดเลือกจากบัญชีรายชื่อผู้สมัครที่ สำนัก/กอง เสนอ ซึ่งต้องมีคุณสมบัติตามที่หลักสูตรกำหนดประกอบด้วยรายชื่อผู้ที่มีคุณสมบัติที่กำหนดให้ผ่านการฝึกอบรมตามหลักเกณฑ์การแต่งตั้งข้าราชการให้ดำรงตำแหน่งที่ กปส. กำหนด

๒.๒.๓.๒ การคัดเลือกบุคลากรเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรอื่น ๆ นอกเหนือจากหลักสูตรที่กำหนดตาม ๒.๒.๓.๑ ให้ รปส. ที่กำกับดูแล กกจ. พิจารณากลับกรอกรายชื่อผู้สมัครที่ สำนัก/กอง เสนอซึ่งต้องมีคุณสมบัติตามที่หลักสูตรกำหนด เสนอ อปส. พิจารณาคัดเลือกเข้ารับการฝึกอบรม

๒.๒.๔ กรณีในภายหลังกฎหลักสูตรเพิ่มเติม หรือหลักสูตรที่ไม่ได้รับจัดสรรงบประมาณ กกจ. จะดำเนินการชี้แจงให้หน่วยงานรับทราบต่อไป

๓. ข้อพิจารณา

กกจ. พิจารณาแล้ว เห็นว่า การคัดเลือกบุคลากร กปส. เข้ารับการฝึกอบรมในหลักสูตรต่าง ๆ ตามโครงการพัฒนาบุคลากร กปส. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ ควรเป็นไปด้วยความเรียบร้อย โปร่งใส และเป็นธรรม


๔. ข้อเสนอ

เห็นควรดำเนินการ ดังนี้

๔.๑ เห็นชอบแนวทางการคัดเลือกบุคลากรเข้ารับการฝึกอบรม ตามโครงการพัฒนาบุคลากร กปส. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔


๔.๒ ลงนามในคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการคัดเลือกบุคลากรเข้ารับการอบรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ ทำหน้าที่พิจารณาคัดเลือกผู้เข้ารับการอบรมตามหลักสูตรที่กำหนด ตามข้อเท็จจริง ๒.๒

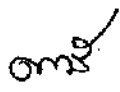
จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาเห็นชอบและลงนามตามเสนอในข้อ ๔


(นางวนิดา ชัยประภา)
ร.ผอ.กกจ.

เรียน อปส.

เพื่อให้การคัดเลือกบุคลากร กปส. เข้ารับการฝึกอบรมในหลักสูตรต่าง ๆ ตามโครงการพัฒนาบุคลากร กปส. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ เป็นไปด้วยความเรียบร้อย โปร่งใสและเป็นธรรม จึงเห็นควร ให้ความเห็นชอบแนวทางการคัดเลือกฯ และลงนามในคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการฯ ตามข้อเสนอ กกจ.

- เห็นชอบ
- ลงนามแล้ว
พตท 
(สรรเสริญ แก้วกำเนิด)
อปส.
๑๐ พ.ย. ๒๕๖๓


(นางพิชญา เมืองเนาว์)
รปส.
- ๕ พ.ย. ๒๕๖๓

ตารางหลักสูตรฝึกอบรม สถาบันการประชาสัมพันธ์ ครั้งที่ ๑/๒๕๖๔

ลำดับที่	ชื่อหลักสูตร	วันที่อบรม	จำนวนผู้เข้าอบรม		คุณสมบัติผู้เข้าอบรม	หน่วยงาน/รายละเอียดหลักสูตร
			บุคลากรภายนอก	บุคลากร กปส.		
๑	หลักสูตรนักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง รุ่นที่ ๖๑ (รวมจำนวนผู้อบรม ๔๐ คน)	๒๐ ม.ค. - ๑๙ มี.ค. ๒๕๖๔ (อบรม สัปดาห์ละ ๓ วัน ทุกวันพุธ - ศุกร์) ศึกษาดูงานในประเทศ	๓๐	๑๐	- ข้าราชการที่ดำรงตำแหน่งประเภทวิชาการ ระดับชำนาญการพิเศษ หรืออำนวยการต้นขึ้นไป - รับผิดชอบในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร หรือปฏิบัติงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ และสื่อสารมวลชน <u>หมายเหตุ</u> - พิจารณาคัดเลือกผู้ดำรงตำแหน่งอำนวยการระดับต้นที่ยังไม่ผ่านการอบรมหลักสูตรดังกล่าว เข้ารับการอบรมเป็นอันดับแรก	- ทุกสำนัก/กอง (ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค) - กปส. พิจารณาบุคลากรในภาพรวม
๒	หลักสูตรการบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ Strategic PR Management รุ่นที่ ๑๔ (รวมจำนวนผู้อบรม ๔๐ คน)	๒๑ เม.ย. - ๒๕ มิ.ย. ๒๕๖๔ (อบรม สัปดาห์ละ ๓ วัน ทุกวันพุธ - ศุกร์) ศึกษาดูงานในประเทศ	๓๕	๕	- ข้าราชการที่ดำรงตำแหน่งประเภทวิชาการ ระดับชำนาญการ หรือเทียบเท่า - ปฏิบัติหน้าที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ขององค์กร หรือปฏิบัติงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง	- ทุกสำนัก/กอง (ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค)
๓	หลักสูตรนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพแบบบูรณาการ รุ่นที่ ๑ (สื่อมวลชนสัมพันธ์) (รวมจำนวนผู้อบรม ๔๐ คน)	๓๐ มิ.ย. - ๒๗ ส.ค. ๒๕๖๔ (อบรม สัปดาห์ละ ๓ วัน ทุกวันพุธ - ศุกร์) ศึกษาดูงานในประเทศ	๓๕	๕	- ข้าราชการตำแหน่งประเภทวิชาการ ระดับปฏิบัติการ หรือประเภททั่วไป ระดับชำนาญงานขึ้นไป - ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ หรือสื่อสารมวลชน หรือปฏิบัติงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ และสื่อสารมวลชน	- ทุกสำนัก/กอง (ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค)

ลำดับที่	ชื่อหลักสูตร	วันที่อบรม	จำนวนผู้เข้าอบรม		คุณสมบัติผู้เข้าอบรม	หน่วยงาน/รายละเอียดหลักสูตร
			บุคลากรภายนอก	บุคลากร กปส.		
๔	หลักสูตรเทคนิคการเป็นพิธีกร รุ่นที่ ๓๙ (รวมจำนวนผู้อบรม ๔๐ คน)	๑๘ - ๒๑ ม.ค. ๒๕๖๔	๓๐	๑๐	- ผู้ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านพิธีกร - ผู้ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวข้องกับการพูดในงานต่าง ๆ และผู้ที่สนใจงานด้านพิธีกร	- ทุกสำนัก/กอง (ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค)
๕	หลักสูตรพัฒนานักประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียล รุ่นที่ ๑ (รวมจำนวนผู้อบรม ๔๐ คน)	๒๕ - ๒๗ ม.ค. ๒๕๖๔	-	๔๐	- ผู้ปฏิบัติหน้าที่จัดรายการวิทยุกระจายเสียงของ หน่วยงาน	- สวท./สพข. ๑ - ๘ (รวม สวค.) - เสนอรายชื่อได้ ๔ - ๕ คน
๖	หลักสูตรพัฒนาการสื่อสารยุคดิจิทัล รุ่นที่ ๘ (รวมจำนวนผู้อบรม ๔๕ คน)	๒๒ - ๒๕ ก.พ. ๒๕๖๔	๓๐	๑๕	- ข้าราชการตำแหน่งประเภทวิชาการ ระดับชำนาญการ และปฏิบัติการ หรือประเภททั่วไป ระดับชำนาญงาน และปฏิบัติงาน - ผู้ปฏิบัติงานด้านการจัดการข้อมูลข่าวสารภาครัฐ ของหน่วยงาน และผู้ปฏิบัติงานด้านแผนงานและ โครงการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน หรือผู้ปฏิบัติที่ มีส่วนเกี่ยวข้อง	- ทุกสำนัก/กอง (ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค)
๗	หลักสูตรเทคนิคการผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล รุ่นที่ ๑ (รวมจำนวนผู้อบรม ๔๐ คน)	๒๙ มี.ค. - ๑ เม.ย. ๒๕๖๔	๓๐	๑๐	- ข้าราชการตำแหน่งประเภทวิชาการ ระดับชำนาญการ และปฏิบัติการ หรือประเภททั่วไป ระดับชำนาญงาน และปฏิบัติงาน - ผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อสารมวลชน ที่ปฏิบัติงานผลิต และเผยแพร่สื่อ	- ทุกสำนัก/กอง (ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค)

บัญชีรายชื่อผู้ได้รับการเสนอให้สมัครเข้ารับการฝึกอบรม
หลักสูตรภายในของกรมประชาสัมพันธ์ ครั้งที่ ๑/๒๕๖๔ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔
ของ สำนัก/กอง.....

ลำดับที่	ชื่อ - สกุล	ตำแหน่ง	สังกัด	หมายเหตุ
๑. หลักสูตรนักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง รุ่นที่ ๖๑ (อบรมระหว่างวันที่ ๒๐ มกราคม - ๑๙ มีนาคม ๒๕๖๔ สัปดาห์ละ ๓ วัน ทุกวันพุธ - ศุกร์) ศึกษาดูงานในประเทศ				
๑				
๒				
๓				
๒. หลักสูตรกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ Strategic PR Management รุ่นที่ ๑๔ (อบรมระหว่างวันที่ ๒๑ เมษายน - ๒๕ มิถุนายน ๒๕๖๔ สัปดาห์ละ ๓ วัน ทุกวันพุธ - ศุกร์) ศึกษาดูงานในประเทศ				
๑				
๒				
๓				
๓. หลักสูตรหลักสูตรนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพแบบบูรณาการ รุ่นที่ ๑ (สื่อมวลชนสัมพันธ์) (อบรมระหว่างวันที่ ๓๐ มิถุนายน - ๒๗ สิงหาคม ๒๕๖๔ อบรมสัปดาห์ละ ๓ วัน ทุกวันพุธ - ศุกร์) ศึกษาดูงานในประเทศ				
๑				
๒				
๓				
๔. หลักสูตรหลักสูตรเทคนิคการเป็นพิธีกร รุ่นที่ ๓๙ (อบรมระหว่างวันที่ ๑๘ - ๒๑ มกราคม ๒๕๖๔)				
๑				
๒				
๓				

ลำดับที่	ชื่อ - สกุล	ตำแหน่ง	สังกัด	หมายเหตุ
๕. หลักสูตรพัฒนานักประชาสัมพันธ์ผ่าน สื่อโซเชียล รุ่นที่ ๑ (อบรมระหว่างวันที่ วันที่ ๒๕ - ๒๗ มกราคม ๒๕๖๔)				
๑				
๒				
๓				
๔				
๕				
๖. หลักสูตรพัฒนาการสื่อสารยุคดิจิทัล รุ่นที่ ๘ (อบรมระหว่างวันที่ วันที่ ๒๒ - ๒๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔)				
๑				
๒				
๓				
๗. หลักสูตรเทคนิคการผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล รุ่นที่ ๑ (อบรมระหว่างวันที่ วันที่ ๒๙ มีนาคม - ๑ เมษายน ๒๕๖๔)				
๑				
๒				
๓				

ผู้ประสานงาน.....

หมายเลขโทรศัพท์.....



หลักสูตร “นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง” รุ่นที่ 61
อบรม 9 สัปดาห์ ๆ ละ 3 วัน (พุธ พฤหัสบดี และศุกร์)
ศึกษาดูงานในประเทศ
จัดโดย สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

1. หลักการและเหตุผล

ตามแผนปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ ได้กำหนดให้ปรับบทบาทสถาบันการประชาสัมพันธ์ให้ดำเนินการเชิงรุกในการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนภาครัฐของประเทศ และแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศทุกระดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูงต้องเป็นผู้ขับเคลื่อนและสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์ให้เกิดประสิทธิภาพ เพื่อสร้างการยอมรับและความน่าเชื่อถือให้แก่หน่วยงานของตน

ประกอบกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ ทำให้ผู้บริหารงานด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน จำเป็นต้องพัฒนาทักษะ ความรอบรู้ สมรรถนะด้านการบริหารงาน และความเป็นผู้นำให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล

ด้วยเหตุผลดังกล่าว สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ ในฐานะหน่วยงานที่มีภารกิจในการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนระดับประเทศ จึงได้จัด หลักสูตร “นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง” รุ่นที่ 61 เพื่อพัฒนาสมรรถนะด้านการบริหารงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน ทั้งการบริหารองค์กร บุคลากร กระบวนการประชาสัมพันธ์ และนวัตกรรมประชาสัมพันธ์ร่วมสมัย ภายใต้บริบทต่าง ๆ ให้สัมฤทธิ์ผลตามวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อเพิ่มพูนความรู้และเสริมสร้างสมรรถนะด้านการบริหารองค์กร ความเป็นผู้นำองค์กร ในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลง ให้เป็นที่ยอมรับจากทุกภาคส่วน

2.2 เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ท่ามกลางสภาวะการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อในโลกดิจิทัล สนับสนุนให้การบริหารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพเกิดสัมฤทธิ์ผลสูงสุด

2.3 เพื่อส่งเสริมให้มีการสร้างเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์สำหรับการแลกเปลี่ยนเรียน ตลอดจนบูรณาการการทำงานร่วมกัน

3. กลุ่มเป้าหมาย

ข้าราชการพลเรือน ทหาร ตำรวจ องค์กรอิสระ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน ที่รับผิดชอบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร



4. คุณสมบัติของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

ผู้ที่รับผิดชอบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร หรือปฏิบัติงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน และมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

- 4.1 ข้าราชการพลเรือน ตำแหน่งประภทวิชากร ระดับชำนาญการพิเศษ หรือประภทอำนวยการระดับต้นขึ้นไป
- 4.2 ข้าราชการทหาร ยศเทียบเท่า พันเอก นาวาเอก นาวาอากาศเอก ขึ้นไป
- 4.3 ข้าราชการตำรวจ ยศเทียบเท่า พันตำรวจเอก ขึ้นไป
- 4.4 พนักงานองค์กรอิสระและรัฐวิสาหกิจที่มีตำแหน่งเทียบเท่าผู้บริหารระดับสูง
- 4.5 ผู้บริหารกิจการของหน่วยงานภาคเอกชน
- 4.6 มีร่างกายสมบูรณ์ แข็งแรง ไม่มีโรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคในการเข้ารับการฝึกอบรม
- 4.7 เข้ารับการฝึกอบรมเป็นเวลา ไม่น้อยกว่าร้อยละ 75 ของระยะเวลาฝึกอบรมที่กำหนดในหลักสูตร
- 4.8 ปฏิบัติตามกฎระเบียบของผู้เข้ารับการฝึกอบรมตามที่สถาบันการประชาสัมพันธ์กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด

5. จำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรม

5.1 ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์	จำนวน	10 คน
5.2 บุคคลทั่วไป	จำนวน	30 คน
	รวม	40 คน

6. รูปแบบและวิธีดำเนินการอบรม

การฝึกอบรมหลักสูตรนี้ มีวิธีการศึกษา ดังนี้

6.1 การบรรยายและอภิปราย เป็นการเสริมสร้างองค์ความรู้และสมรรถนะของผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย

6.1.1 องค์ความรู้และสมรรถนะด้านการบริหารองค์กรและบทบาทภาวะผู้นำที่เชื่อมโยงสัมพันธ์กันในบริบทต่าง ๆ ได้แก่ การบริหารตนและการบริหารคน การบริหารเป้าหมาย การบริหารการเปลี่ยนแปลง การบริหารผลลัพธ์ การบริหารทรัพยากรและเทคโนโลยีการทำงาน เพื่อนำไปสู่ความสามารถในการบริหารจัดการคุณภาพงานและคุณภาพชีวิตให้สอดคล้องต่อการเปลี่ยนแปลงและเหมาะสมในสภาพสังคมที่มีความหลากหลาย

6.1.2 องค์ความรู้และสมรรถนะด้านการบริหารงานประชาสัมพันธ์ ท่ามกลางสภาวะการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อในโลกดิจิทัล

รายละเอียดตามเนื้อหาวิชาและหัวข้อที่กำหนด โดยได้รับเกียรติจากวิทยากร ผู้ทรงคุณวุฒิผู้เชี่ยวชาญจากสถาบันต่าง ๆ ที่มีประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ จากหน่วยงานและองค์กรภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน และยังเปิดโอกาสให้ผู้อบรมได้แลกเปลี่ยนมุมมองและความคิดระหว่างกัน



6.2 การเสริมสร้างเครือข่ายด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นการเสริมสร้างภาวะผู้นำ ปรับทัศนคติ สร้างความสัมพันธ์ เพื่อการทำงานเป็นทีม การอยู่ร่วมกันตลอดหลักสูตร รวมทั้งการสร้างเครือข่ายระหว่างกัน โดยได้รับเกียรติจากวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ด้านการปรับพฤติกรรมมนุษย์ แบ่งเป็น 2 กิจกรรม ดังนี้

6.2.1 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมต้องเข้าร่วมกิจกรรมการเข้าค่ายการเสริมสร้างและพัฒนาทีมงานด้านการประชาสัมพันธ์สำหรับผู้บริหาร ณ ค่ายต่างจังหวัด จำนวน 3 วัน 2 คืน

6.2.2 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมต้องมีส่วนร่วมในกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ กิจกรรมสร้างเครือข่าย (รุ่นพี่พบรุ่นน้อง) กิจกรรมเสริมสร้างทีมงานนักบริหาร ตามตารางที่กำหนด ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการอบรมในหลักสูตรนี้

6.3 การเสวนาทางวิชาการ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเป็นผู้กำหนดหัวข้อหรือประเด็นที่สนใจของสังคม เป็นการจัดเวทีเพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นและประสบการณ์ระหว่างกัน และนำเสนอความคิดเห็นสู่สาธารณะ โดยเปิดโอกาสให้เชิญบุคคลภายนอก นักวิชาการ นักวิชาชีพ หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการนำเสนอความคิดเห็น ข้อเท็จจริง เพื่อนำไปสู่แนวทางแก้ไข หรือข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนร่วมต่อไป

*** ผู้เข้ารับการฝึกอบรมจะต้องร่วมกันดำเนินการจัดกิจกรรมเสวนาทางวิชาการในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชนร่วมสมัย โดยกำหนดหัวข้อเสวนา การเชิญวิทยากร การจัดเตรียมงานทั้งหมด และจัดทำรูปเล่มเอกสารสรุปผลการเสวนา จำนวน 2 เล่ม ส่งก่อนสิ้นสุดการอบรม 1 สัปดาห์ ***

6.4 การจัดทำรายงานเฉพาะบุคคล เป็นส่วนหนึ่งในการประเมินผลของการเข้าร่วมการฝึกอบรมในหลักสูตรนี้ ดังนั้นผู้เข้ารับการฝึกอบรมทุกคนจะต้องจัดทำเอกสารรายงานเฉพาะบุคคล โดยมีหลักเกณฑ์ตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ในหลักสูตร จำนวน 3 เล่ม ก่อนสิ้นสุดการฝึกอบรม 1 สัปดาห์

6.5 การศึกษาดูงาน เป็นการศึกษาดูงานในองค์การด้านการบริหารจัดการสื่อ บริหารจัดการข้อมูล ข่าวสาร บริหารจัดการงานประชาสัมพันธ์ ของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานอิสระภายในประเทศ เพื่อเปิดโลกทัศน์ด้านการบริหารจัดการงานประชาสัมพันธ์ ตลอดจนให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และความคิดเห็นระหว่างผู้เข้ารับการฝึกอบรมด้วยกัน แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

6.5.1 การศึกษาดูงานภายในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 1 ครั้ง

6.5.2 การศึกษาดูงานในประเทศ (ต่างจังหวัด) จำนวน 4-5 วัน (ค่าใช้จ่ายรวมค่าลงทะเบียนเรียบร้อยแล้ว)

*** ผู้เข้ารับการฝึกอบรมจะต้องมีส่วนร่วมในการศึกษาดูงาน โดยจัดทำรายงานกลุ่ม การศึกษาดูงานเชิงเปรียบเทียบและให้ข้อเสนอเชิงนโยบายในการนำมาปรับใช้ในการบริหารงาน และจัดทำรูปเล่ม จำนวน 3 เล่ม ส่งให้สถาบันการประชาสัมพันธ์ ก่อนสิ้นสุดการฝึกอบรม 1 สัปดาห์ ***



7. โครงสร้างหลักสูตร

การฝึกอบรมแบ่งเป็น 5 หมวดวิชา	รวมเวลาทั้งสิ้น 228 ชั่วโมง ดังนี้
หมวดที่ 1 หมวดการบริหารองค์กรเชิงกลยุทธ์	จำนวน 27 ชั่วโมง
1.1 การปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัล /	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.2 กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.3 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของโลกยุคดิจิทัล /	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.4 การสื่อสารภายในองค์กร	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.5 การสื่อสารนโยบายสู่สาธารณะ	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.6 การปฏิบัติการเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ /	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.7 การบริหารจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ /	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.8 การสื่อสารทางการเมือง	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.9 คุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณสำหรับผู้บริหาร	จำนวน 3 ชั่วโมง
หมวดที่ 2 หมวดการบริหารงานประชาสัมพันธ์	จำนวน 48 ชั่วโมง
2.1 การวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.2 การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.3 การบริหารประเด็น	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.4 การปฏิบัติการข่าวสารและโฆษณาชวนเชื่อ	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.5 การบริหารสื่อมวลชนสัมพันธ์	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.6 การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารยุคดิจิทัล /	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.7 การประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล /	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.8 กลยุทธ์ข้อมูลข่าวสารและช่องทางการเผยแพร่	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.9 การปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายยุคดิจิทัล	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.10 เทคนิคและเครื่องมือการประชาสัมพันธ์	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.11 เทคนิคการผลิตและเผยแพร่สื่อโซเชียล	จำนวน 6 ชั่วโมง
2.12 การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.13 การบริหารโครงการและประเมินผลการประชาสัมพันธ์	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.14 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.15 การคิดเชิงออกแบบงานประชาสัมพันธ์	จำนวน 3 ชั่วโมง
หมวดที่ 3 หมวดสร้างเสริมทักษะนักบริหาร	จำนวน 21 ชั่วโมง
3.1 ภาวะผู้นำ	จำนวน 3 ชั่วโมง
3.2 การคิดเชิงกลยุทธ์	จำนวน 3 ชั่วโมง
3.3 เทคนิคการสื่อสารสำหรับผู้บริหารระดับสูง	จำนวน 3 ชั่วโมง
3.4 ฝึกปฏิบัติ การให้สัมภาษณ์รายการและข่าวโทรทัศน์/วิทยุ	จำนวน 6 ชั่วโมง
3.5 การบุคลิกภาพนักบริหารและทักษะการเข้าสังคม	จำนวน 3 ชั่วโมง
3.6 การเขียนรายงานและบทความทางวิชาการ สำหรับผู้บริหาร	จำนวน 3 ชั่วโมง

หมวดที่ 4 หมวดกิจกรรมพิเศษ	จำนวน 78 ชั่วโมง
4.1 ลงทะเบียน / พิธีเปิด / ปฐมนิเทศ / ชี้แจงหลักสูตร	จำนวน 3 ชั่วโมง
4.2 กิจกรรมเสริมสร้างพัฒนาทีมงานด้านการประชาสัมพันธ์สำหรับผู้บริหาร	จำนวน 24 ชั่วโมง
4.3 กิจกรรมเสริมสร้างทีมงานนักบริหาร	จำนวน 9 ชั่วโมง
4.4 ประชุมกลุ่มเตรียมงานการจัดเสวนาทางวิชาการ	จำนวน 6 ชั่วโมง
4.5 ประชุมกลุ่มเตรียมงานการศึกษาดูงานในประเทศ	จำนวน 3 ชั่วโมง
4.6 จัดทำรายงานข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์นโยบาย โครงการ องค์กร ระดับประเทศ (เฉพาะบุคคล) ในประเด็นที่ผู้เรียนเป็นผู้กำหนด นำเสนอ / วิพากษ์ผลงาน / ปรับปรุงรายงาน	จำนวน 30 ชั่วโมง
4.7 ประเมินท้ายหลักสูตร / พิธีมอบประกาศนียบัตร / พิธีปิด	จำนวน 3 ชั่วโมง
หมวดที่ 5 หมวดสร้างเสริมประสบการณ์เชิงประจักษ์	จำนวน 54 ชั่วโมง
5.1 การศึกษาดูงานภายในกรุงเทพฯ และปริมณฑล	จำนวน 6 ชั่วโมง
5.2 การศึกษาดูงานในประเทศ (ต่างจังหวัด) (จำนวน 5 วัน 4 คืน)	จำนวน 48 ชั่วโมง

8. รายละเอียดหลักสูตร

8.1 หมวดหมวดการบริหารองค์กรเชิงกลยุทธ์ จำนวน 27 ชั่วโมง

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

8.1.1 การปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัล (Digital Transformation) (3) องค์ประกอบในการปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัล ขั้นตอน กระบวนการทำงาน โอกาสและความท้าทายสู่องค์กรดิจิทัล ปัจจัยสนับสนุนความสำเร็จ (กลยุทธ์ ผู้นำ บุคลากร วัฒนธรรมองค์กร) / Digital Media Landscape / Digital Media Characteristics / Digital Platforms / Online Crisis Cases

8.1.2 กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร (Image Building Strategies) (3) การวิเคราะห์องค์กร การบริหารจัดการภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร กระบวนการวางแผนกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร กิจกรรมและช่องทางในการสร้างและประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กร การรักษาภาพลักษณ์องค์กร

8.1.3 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของโลกยุคดิจิทัล (3) ผลกระทบการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคดิจิทัลต่อบุคคล และองค์กร โอกาสและความท้าทายในการปรับเข้าสู่ยุคดิจิทัล

หรือ Modern Marketing Management

8.1.4 การสื่อสารภายในองค์กร (Internal PR and Cultivation) (3)

- ปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารภายในองค์กรให้ประสบผลสำเร็จ
- บทบาทและความสำคัญของการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร



8.1.5 การสื่อสารนโยบายสู่สาธารณะ (3) กระบวนการสื่อสารประเด็นซึ่งนำไปสู่การปฏิบัติ (รับรู้ เข้าใจ ยอมรับ) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร การสื่อสารรณรงค์ และการชี้แนะเชิงนโยบาย

8.1.6 การปฏิบัติการเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Persuasion and Attitude Changes) (3)

- แนวคิดและองค์ประกอบการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการโน้มน้าวใจสำหรับผู้บริหาร
- จิตวิทยาแห่งการโน้มน้าวใจและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติกับการประชาสัมพันธ์
- กลยุทธ์การโน้มน้าวใจสร้างความได้เปรียบในการเจรจาต่อรอง
- กระแสสังคมและกลวิธีการโน้มน้าวอย่างได้ผลเพื่อการประชาสัมพันธ์
- ประโยชน์ที่บุคคลและองค์กรได้รับจากการโน้มน้าวใจและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ
- การบริหารจัดการและความท้าทายในการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

8.1.7 การบริหารจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data and Analytics) (3) ความหมาย ความสำคัญ วิธีการรวบรวม การจัดการ การวิเคราะห์ และประโยชน์ของ Big Data / Big Data Concept / Big Data Cases / Analytics Tool Recommendation

8.1.8 การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) (3) ยุทธศาสตร์การสื่อสารทางการเมือง การวิเคราะห์ผลกระทบและแนวโน้มทางการเมือง การจัดการความขัดแย้งทางการเมืองด้วยสันติวิธี ปฏิสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการสื่อสารทางการเมืองกับนักบริหารงานระดับสูง การสื่อสารทางการเมือง ในทัศนะนักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง

8.1.9 คุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณสำหรับผู้บริหาร (3) ความหมาย ความสำคัญ หลักการ การปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ตามหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ

8.2 หมวดการบริหารงานประชาสัมพันธ์ จำนวน 48 ชั่วโมง

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

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

8.2.2 การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต (Communication in a Crisis) (3) การวิเคราะห์ประเด็นวิกฤติขององค์กร การวางแผนและการปฏิบัติการสื่อสารในภาวะวิกฤติและหลังภาวะวิกฤติ รวมถึงการจัดทำคู่มือการสื่อสารในภาวะวิกฤติขององค์กร การเตรียมความพร้อมการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤติ การติดตามประเมินผล



8.2.3 การบริหารประเด็น (Issue Management) (3)

- ความจำเป็นในการสร้างประเด็นการสื่อสารในสภาวะปกติ และสภาวะที่มีความอ่อนไหว
- การวิเคราะห์ประเด็น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- การกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารประเด็นเพื่อป้องกันการเกิดผลกระทบเชิงลบ หรือสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อองค์กร
- กลยุทธ์การสร้างกระแสให้ประชาชนในสื่อสังคมเป็นกระบอกเสียงให้องค์กร

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

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

8.2.6 การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารยุคดิจิทัล/ฝึกปฏิบัติ (3) หลักการและกระบวนการจัดการข้อมูลข่าวสารขององค์กรและข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร การวิเคราะห์ตรวจสอบคุณภาพ และประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูล การแยกแยะ จัดเก็บ การนำไปใช้เพื่อการตัดสินใจทั้งในเชิงนโยบายและการปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับสังคมดิจิทัล แนวทางการสื่อสารกลับ เมื่อถูกวิพากษ์วิจารณ์หรือต่อต้านผ่านสื่อออนไลน์ การเพิ่มและพัฒนาช่องทางให้มีประสิทธิภาพ สามารถเข้าถึงและตอบสนองความต้องการกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารยุคดิจิทัล

8.2.7 การประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล (Digital PR) (3) รูปแบบการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล ปัจจัยที่มีผลต่อการวางแผนการประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล

8.2.8 กลยุทธ์ข้อมูลข่าวสารและช่องทางการเผยแพร่ (Content & Channel Strategies) (3)

- การวางแผนแนวกลยุทธ์ในการสร้างและการบริหาร Content ให้ตรงใจ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และทันต่อการเปลี่ยนแปลง

- ผลกระทบต่อสื่อประชาสัมพันธ์จากการเปลี่ยนแปลง
- ช่องทางการบริหารจัดการ Content ในยุคดิจิทัล
- ช่องทางสื่อประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอก
- การวางแผนกลยุทธ์การเลือกสื่อประชาสัมพันธ์

8.2.9 การปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายยุคดิจิทัล (Digital Engagement) (3) เทคนิค วิธีการ เครื่องมือ และกระบวนการสร้างการปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายยุคดิจิทัล การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายขององค์กร ประโยชน์ที่ได้รับ



8.2.10 เทคนิคและเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ (PR Tactics and Tools) (3)

- เทคนิคการประชาสัมพันธ์ให้ประสบความสำเร็จภายใต้องค์ประกอบต่าง ๆ
- เครื่องมือที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ
- กลวิธีการประชาสัมพันธ์ผ่านผู้ทรงอิทธิพล (Influencer)
- กลวิธีการสร้างเนื้อหา (Content) และการประชาสัมพันธ์ผ่านการเล่าเรื่อง
- กลวิธีการแถลงข่าว ให้ข่าว และการปรากฏตัวต่อสื่อมวลชน

8.2.11 เทคนิคการผลิตและเผยแพร่สื่อโซเชียล (6) ฝึกปฏิบัติการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารในงานประชาสัมพันธ์ Trick & trips Facebook Live แอปพลิเคชันสำหรับงานประชาสัมพันธ์

8.2.12 การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Event Organization) (3)

- การบริหารจัดการกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์
- ภาพรวมและแนวโน้มธุรกิจกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์
- การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- รูปแบบกิจกรรมและการจัดสรรงบประมาณ
- การประเมินและติดตามการจัดการกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์

8.2.13 การบริหารโครงการและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ (3) หลักการและแนวทางการบริหารโครงการและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ การออกแบบวิธีการติดตามและประเมินผลโครงการ และกิจกรรมทางสื่อออนไลน์

8.2.14 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC Strategies) (3) หลักการ แนวคิด การวิเคราะห์เครื่องมือทางการตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การสื่อสาร การวางแผนเพื่อกำหนดรูปแบบบูรณาการงานประชาสัมพันธ์และการตลาด การจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action plan) การใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดยุคใหม่

8.2.15 การคิดเชิงออกแบบงานประชาสัมพันธ์ (Design Thinking) (3) กระบวนการคิดเชิงออกแบบ การบริหารจัดการความคิดเชิงออกแบบ เครื่องมือในการทำงาน การคิดเชิงออกแบบกับการพัฒนางานประชาสัมพันธ์

8.3 หมวดสร้างเสริมทักษะนักบริหาร จำนวน 21 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะในการคิดวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ ทักษะการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ บุคลิกภาพที่เหมาะสมในฐานะผู้บริหารและนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ มีรายละเอียดหัวข้อวิชา ดังนี้

8.3.1 ภาวะผู้นำ (3) แนวคิดเกี่ยวกับผู้นำ วิธีการสร้างภาวะผู้นำ บทบาทผู้นำด้านกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ และบทบาทผู้นำในบริบทต่าง ๆ การดำรงตนเป็นผู้นำที่ดี

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



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

8.3.4 ฝึกปฏิบัติ การให้สัมภาษณ์รายการและข่าวโทรทัศน์/วิทยุ (6) การฝึกปฏิบัติการให้สัมภาษณ์เพื่อเตรียมความพร้อม (ข้อมูล การเรียบเรียง น้ำเสียง สีตา ความมั่นใจ บุคลิก และการแต่งกาย) สำหรับการสัมภาษณ์แบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เทคนิคการตอบคำถามในทางสร้างสรรค์ การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า การควบคุมอารมณ์ การใช้สื่อประกอบคำพูด ฯลฯ

8.3.5 การพัฒนาบุคลิกภาพผู้บริหาร และทักษะการเข้าสังคม (3) การพัฒนาบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับลักษณะงาน การพัฒนาความคิด อารมณ์ จิตใจ การบริหารจัดการความเครียด และการพัฒนาบุคลิกภาพภายนอก

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

8.4 หมวดกิจกรรมพิเศษ จำนวน 78 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อระดมความรู้ และทักษะในการพัฒนางานวิชาการ การจัดทำรายงาน (รายงานบุคคล/กลุ่ม) การเสริมสร้างพัฒนาทีมงานในองค์กร การสร้างและพัฒนาภาวะผู้นำองค์กร

8.4.1 ลงทะเบียน / พิธีเปิด / ปฐมนิเทศ / ชี้แจงหลักสูตร (3)

8.4.2 กิจกรรมเสริมสร้างพัฒนาทีมงานด้านการประชาสัมพันธ์สำหรับผู้บริหาร (Team Development in Public Relations for Executive) (24) ภาวะผู้นำ การทำงานเป็นทีม การสร้างมนุษยสัมพันธ์ การสื่อสารภายใน การสร้างเครือข่าย การใช้กลยุทธ์แก้ไขปัญหาภายใต้สถานการณ์ที่กำหนด

8.4.3 กิจกรรมเสริมสร้างทีมงานผู้บริหาร (9)

8.4.4 ประชุมกลุ่มเตรียมงานการจัดเสวนาทางวิชาการ (6)

8.4.5 ประชุมกลุ่มเตรียมงานการศึกษาดูงานในประเทศ (ต่างจังหวัด) (3)

8.4.6 จัดทำรายงานข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์นโยบาย โครงการ องค์กร ระดับประเทศ (เฉพาะบุคคล) ในประเด็นที่ผู้เรียนเป็นผู้กำหนด นำเสนอ / วิทยุศาสตร์ผลงาน / ปรับปรุงรายงาน (30)

8.4.7 ประเมินท้ายหลักสูตร / พิธีมอบประกาศนียบัตร / พิธีปิด (3)

8.5 หมวดสร้างเสริมประสบการณ์เชิงประจักษ์ (รายงานทางวิชาการ/การจัดเสวนา/การศึกษาดูงาน) จำนวน 54 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์

- เปิดโอกาสให้ผู้อบรมเป็นผู้กำหนดหัวข้อประเด็นที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ร่วมสมัย เพื่อจัดกิจกรรมเสวนาทางวิชาการนำเสนอสู่สาธารณะ

- ศึกษาดูงานหน่วยงานที่ทันสมัยอย่างเจาะลึก เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์และเปิดโลกทัศน์ในด้านการบริหารงานประชาสัมพันธ์หรือสื่อสารองค์กร โดยมีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อถอดบทเรียนจากการศึกษาดูงาน พร้อมจัดทำและนำเสนอรายงานจากการศึกษาดูงาน (โดยเน้นให้เชื่อมโยงและสามารถนำไปใช้ได้จริงในองค์กรของผู้เรียน)



- ศึกษาดูงานในกรุงเทพฯ / ปริมณฑล / ต่างจังหวัด
- กำหนดผลลัพธ์ของการศึกษาดูงานให้ชัดเจน
- กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อถอดบทเรียนจากการศึกษาดูงาน
- จัดทำและนำเสนอรายงานทางวิชาการเฉพาะบุคคล ในประเด็นที่ผู้เรียนเป็นผู้กำหนด

9. กรอบเวลาในการจัดทำรายงานเฉพาะบุคคล

การจัดทำเอกสารรายงานเฉพาะบุคคลเป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณาประเมินผลเพื่อผ่านการอบรม ในหลักสูตร ผู้เข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตร “นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง” รุ่นที่ 61 กำหนดให้ผู้เข้าอบรมทุกคนจะต้องจัดทำและนำเสนอรายงานเฉพาะบุคคลในหัวข้อที่สนใจและประเด็นที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน ส่วนการพิจารณาจะเป็นไปตามหลักเกณฑ์และมาตรฐานตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร โดยกำหนดรายละเอียดของเวลาในการจัดทำรายงานตั้งแต่ขั้นตอนการนำเสนอหัวข้อและเค้าโครงรายงานเฉพาะบุคคล และช่วงเวลาการจัดส่งรายงานเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมปรึกษาหารือและขอคำแนะนำเพิ่มเติมจากอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งผู้เข้ารับการฝึกอบรมต้องนำเสนอรายงานต่อคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร ประกอบด้วย ผู้บริหารกรมประชาสัมพันธ์ ผู้อำนวยการสถาบันการประชาสัมพันธ์ และอาจารย์ที่ปรึกษาหลักสูตรฯ และปรับแก้ไขรายงานฉบับสมบูรณ์ต่อไป

ขั้นตอนการจัดทำรายงานเฉพาะบุคคล

- | | |
|--|--------------|
| 1. ชี้แจงการทำรายงานเฉพาะบุคคล โดยอาจารย์ที่ปรึกษาหลักสูตร | สัปดาห์ที่ 2 |
| 2. ส่งหัวข้อและเค้าโครงเอกสารรายงานเฉพาะบุคคล | สัปดาห์ที่ 3 |
| 3. ส่งบทที่ 1 | สัปดาห์ที่ 5 |
| 4. ส่งบทที่ 2-3 | สัปดาห์ที่ 7 |
| 5. ส่งร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ | สัปดาห์ที่ 8 |
| 6. นำเสนอและวิพากษ์ผลงาน | สัปดาห์ที่ 9 |
| 7. การนำเสนอรายงานเฉพาะบุคคลต่อคณะกรรมการการวิพากษ์หลักสูตร คนละไม่เกิน 5 – 7 นาที | |

10. วิทยากรผู้บรรยาย

วิทยากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่มีความเหมาะสมในแต่ละหัวข้อวิชา ทั้งจากกรมประชาสัมพันธ์ และจากหน่วยงานภายนอกที่ได้รับการยอมรับ และเชื่อถืออย่างกว้างขวาง



11. ผลสัมฤทธิ์ของโครงการที่คาดหวัง และตัวชี้วัด

ผลลัพธ์ ผู้ผ่านการฝึกอบรมมีศักยภาพในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ภายใต้บริบทต่าง ๆ เพื่อให้สัมฤทธิ์ผลตามวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน โดยการจัดทำรายงานเฉพาะบุคคลสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีเครือข่ายประชาสัมพันธ์เพื่อบูรณาการการทำงานได้อย่างกว้างขวางมากขึ้น

ผลผลิต	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การวัด
1. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมผ่านเกณฑ์การฝึกอบรมที่กำหนดตามหลักสูตร	ร้อยละของผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีคุณสมบัติตามเกณฑ์การประกันคุณภาพการฝึกอบรมของสถาบันการประชาสัมพันธ์	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 75
2. รายงานการศึกษาที่แสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ (รายงานเฉพาะบุคคล)	รายงานการศึกษา (รายงานเฉพาะบุคคล)	คนละ 3 ฉบับ
3. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น	ร้อยละของผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80

12. เงื่อนไขการสำเร็จการอบรม

ในการเข้าร่วมอบรมในหลักสูตร “นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง” รุ่นที่ 61 กำหนดเงื่อนไขการสำเร็จการอบรมไว้ดังต่อไปนี้

12.1 ต้องมีเวลาเข้าฟังและเสนอความคิดเห็นในห้องเรียนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 75 ของเวลาเรียนทั้งหมด ผู้ที่ขาดการอบรมในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ขอความกรุณาส่งใบลา แต่อย่างน้อยว่าเป็นวันขาดเรียน

12.2 ต้องมีส่วนร่วมในกิจกรรมตลอดหลักสูตร และต้องเข้าร่วมกิจกรรมการศึกษาดูงาน การจัดเสวนา

12.3 จัดทำเอกสารรายงานเฉพาะบุคคล เอกสารสรุปรายวิชา เอกสารสรุปการศึกษาดูงาน และส่งตามระยะเวลาที่กำหนดในหลักสูตร

12.4 จัดทำรายงานและนำเสนอผลงานหรืองานที่ได้รับมอบหมายตามกำหนดเวลา และจะต้องส่งฉบับสมบูรณ์เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการหลักสูตรในการพิจารณาจบหลักสูตร

12.5 หากผู้เข้ารับการฝึกอบรมรายใดไม่ส่งรายงานเฉพาะบุคคล ภายในสัปดาห์ที่ 8 ของการฝึกอบรม สถาบันการประชาสัมพันธ์ ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาแจ้งไปยังต้นสังกัด ว่าท่านไม่ผ่านการฝึกอบรม และไม่คืนค่าลงทะเบียนในการเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรฯ

13. ระยะเวลาและขอบเขตของการฝึกอบรม

การอบรมหลักสูตร “นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง” รุ่นที่ 61 กำหนดระยะเวลาในการอบรม 9 สัปดาห์ ๆ ละ 3 วัน (พุธ พุธที่สบดี ศุกร์) รวมศึกษาดูงานต่างจังหวัด จำนวน 4-5 วัน

14. สถานที่ฝึกอบรม

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

15. ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม

- เงินงบประมาณโครงการพัฒนาบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ เป็นเงิน 800,000 บาท
 - ค่าลงทะเบียนฝึกอบรมจากบุคคลภายนอก จำนวน 30 คน ๆ ละ 78,000 บาท
เป็นเงิน 2,340,000 บาท
- รวมทั้งสิ้น 3,140,000 บาท
(สามล้านหนึ่งแสนสี่หมื่นบาทถ้วน)

16. การประเมินผลและติดตามผล

- 16.1 รายงานเฉพาะบุคคล และรายงานกลุ่ม
- 16.2 การสังเกตการณ์การมีส่วนร่วม และการเรียนรู้ของผู้เข้ารับการฝึกอบรมระหว่างการฝึกอบรม
- 16.3 แบบประเมินผลรายวิชา ประเมินเนื้อหา วิทยากร และการจัดการ
- 16.4 แบบประเมินโครงการ เมื่อเสร็จสิ้นการอบรม
- 16.5 ประเมินหลังการฝึกอบรม 1 เดือน โดยสอบถามไปยังผู้บังคับบัญชาของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

17. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 17.1 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีสมรรถนะในการเป็นผู้นำและผู้บริหารองค์กรที่มีประสิทธิภาพ พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในทุกสถานการณ์
- 17.2 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีศักยภาพและมีความพร้อมในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล
- 17.3 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ที่มีความเข้าใจอันดีระหว่างกัน ให้ความร่วมมือและบูรณาการการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ





ตารางการฝึกอบรม

หลักสูตร “นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง” รุ่นที่ 61

ระหว่างวันที่ 20 มกราคม - 19 มีนาคม 2564

ณ สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

อบรม 9 สัปดาห์ ๆ ละ 3 วัน (พุธ พฤหัสบดี และศุกร์) ศึกษาดูงานในประเทศ 5 วัน

เวลา	วัน	09.00 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.	
สัปดาห์ที่ 1				
วันพุธที่ 20 มกราคม 64		08.00 น. ลงทะเบียน 09.00 น. - พิธีเปิด - ปฐมนิเทศ - ชี้แจงหลักสูตร	การประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล (Digital PR) การปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัล (Digital Transformation) การปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายยุคดิจิทัล (Digital Engagement)	
กิจกรรมเข้าค่ายพักแรม "เสริมสร้างพัฒนาทีมงานนักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง" ระหว่างวันพฤหัสบดีที่ 21 - วันเสาร์ที่ 23 มกราคม 2564				
วันพฤหัสบดีที่ 21 มกราคม 64		- 8.00 น. ออกเดินทางร่วมกิจกรรม "เสริมสร้างพัฒนาทีมงานนักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง" - กิจกรรมสร้างความคุ้นเคย	13.00 - 16.00 น. กิจกรรมปรับกระบวนการทัศน สู่ความเป็นเลิศในการ บริหารงาน (ฝึกปฏิบัติ)	17.00 - 20.00 น. กิจกรรมสร้างทีมงาน (ฝึกปฏิบัติ)
วันศุกร์ที่ 22 มกราคม 64		กิจกรรมพัฒนาภาวะผู้นำสู่ความเป็นเลิศ ในการบริหารงาน (ฝึกปฏิบัติ)	13.00 - 16.00 น. กิจกรรมการสร้างทีมงาน กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (ฝึกปฏิบัติ)	17.00 - 20.00 น. กิจกรรมเสริมสร้างการ ทำงานเป็นทีม (ฝึกปฏิบัติ)
วันเสาร์ที่ 23 มกราคม 64		กิจกรรมสร้างฝัน/ฝ่าฝันปัญหา/พันธะสัญญา	13.00 น. เดินทางกลับสู่สถาบันการประชาสัมพันธ์	

เวลา	วัน	08.30 - 09.00 น.	09.00 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.
สัปดาห์ที่ 2				
วันพุธที่ 27 มกราคม 64	Morning Talk / Home Room	การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารยุคดิจิทัล		การคิดเชิงออกแบบงานประชาสัมพันธ์ (Design Thinking)
วันพฤหัสบดีที่ 28 มกราคม 64		กลยุทธ์ข้อมูลข่าวสารและ ช่องทางการเผยแพร่/ฝึกปฏิบัติ (Content & Channel Strategies)		เทคนิคและเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ (PR Tactics and Tools)
วันศุกร์ที่ 29 มกราคม 64		การวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Public Relations Planning)		การเขียนรายงานและบทความ ทางวิชาการสำหรับผู้บริหาร
สัปดาห์ที่ 3				
วันพุธที่ 3 กุมภาพันธ์ 64	Morning Talk / Home Room	การสื่อสารนโยบายสู่สาธารณะ		การบริหารประเด็น (Issue Management)
วันพฤหัสบดีที่ 4 กุมภาพันธ์ 64		การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต (Communication in a Crisis)		การบริหารจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data and Analytics)
วันศุกร์ที่ 5 กุมภาพันธ์ 64		กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร (Image Building Strategies)		จัดทำรายงาน ข้อเสนอเชิงนโยบาย ด้านการประชาสัมพันธ์
สัปดาห์ที่ 4				
วันพุธที่ 10 กุมภาพันธ์ 64		การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Event Organization)		จัดทำรายงาน ข้อเสนอเชิงนโยบาย ด้านการประชาสัมพันธ์
วันพฤหัสบดีที่ 11 กุมภาพันธ์ 64	ศึกษาดูงาน ด้านกลยุทธ์การบริหารงานประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล			
วันศุกร์ที่ 12 กุมภาพันธ์ 64	Morning Talk / Home Room	บุคลิกภาพผู้บริหารและทักษะการเข้าสังคม		การสื่อสารภายในองค์กร (Internal PR and Cultivation)

เวลา	วัน	08.30 - 09.00 น.	09.00 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.	
สัปดาห์ที่ 5					
วันพุธที่ 17 กุมภาพันธ์ 64	Morning Talk / Home Room		การบริหารสื่อมวลชนสัมพันธ์ (Managing Media Relations)	จัดทำรายงานข้อเสนอ เชิงนโยบายด้านการ ประชาสัมพันธ์ 16.00 - 17.00 น. ประชุมกลุ่ม เตรียมจัดเสวนา ทางวิชาการ	
วันพฤหัสบดีที่ 18 กุมภาพันธ์ 64			เทคนิคการผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล/ปฏิบัติ		
วันศุกร์ที่ 19 กุมภาพันธ์ 64			การปฏิบัติการข่าวสารและ โฆษณาชวนเชื่อ (IO and Propaganda)	การบริหารโครงการและ ประเมินผลการประชาสัมพันธ์	17.00 - 20.00 น. กิจกรรมเสริมสร้าง ทีมงานนักบริหาร
สัปดาห์ที่ 6					
วันพุธที่ 24 กุมภาพันธ์ 64	Morning Talk / Home Room		การคิดเชิงกลยุทธ์	ประชุมกลุ่มเตรียมจัดเสวนาทางวิชาการ	
วันพฤหัสบดีที่ 25 กุมภาพันธ์ 64			การจัดกิจกรรมเสวนาทางวิชาการในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์ร่วมสมัย ดำเนินการโดยผู้เข้ารับการอบรม		
วันศุกร์ที่ 26 กุมภาพันธ์ 64			เทคนิคการสื่อสารสำหรับผู้บริหารระดับสูง (Media Training for Executives)	กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการ (IMC Strategies)	17.00 - 18.00 น. ประชุมกลุ่ม เตรียมงานการศึกษา ดูงานประเทศ
สัปดาห์ที่ 7					
วันพุธที่ 3 มีนาคม 64	Morning Talk / Home Room		ฝึกปฏิบัติ การให้สัมภาษณ์รายการ และข่าวโทรทัศน์	วิพากษ์การให้สัมภาษณ์รายการและข่าวโทรทัศน์	
วันพฤหัสบดีที่ 4 มีนาคม 64			การปฏิบัติการเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Persuasion and Attitude Changes)	ประชุมกลุ่มเตรียมงานการศึกษา ดูงานในประเทศ	
ศึกษาดูงาน การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสาร Digital เพื่อการตลาดและการประชาสัมพันธ์ วันศุกร์ที่ 5 - วันอังคารที่ 9 มีนาคม 2564					

เวลา	วัน	08.30 - 09.00 น.	09.00 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.
สัปดาห์ที่ 8				
วันพุธที่ 10 มีนาคม 64	Morning Talk / Home Room	จัดทำรายงานข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์		
วันพฤหัสบดีที่ 11 มีนาคม 64		จัดทำรายงานข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์		
วันศุกร์ที่ 12 มีนาคม 64		คุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณ สำหรับผู้บริหาร	ภาวะผู้นำ	
สัปดาห์ที่ 9				
วันพุธที่ 17 มีนาคม 64	Morning Talk / Home Room	การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication)	การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของโลกยุคดิจิทัล	
วันพฤหัสบดีที่ 18 มีนาคม 64		นำเสนอรายงานข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ / วิพากษ์		17.00 - 20.00 น. กิจกรรมเสริมสร้าง ทีมงานผู้บริหาร
วันศุกร์ที่ 19 มีนาคม 64		ปรับปรุงรายงานข้อเสนอเชิงนโยบาย ด้านการประชาสัมพันธ์	พิธีปิดการฝึกอบรม/มอบใบประกาศนียบัตร พร้อมเข็มวิทยฐานะ	

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

พักรับประทานอาหารว่างและเครื่องดื่ม
พักรับประทานอาหารกลางวัน

*** สถาบันการประชาสัมพันธ์ ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงข้อมูล
ทั้งนี้เพื่อความเหมาะสม และประโยชน์สูงสุดของผู้เข้ารับการฝึกอบรม



โครงการฝึกอบรม

หลักสูตร “การบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management)” รุ่นที่ 14
ระหว่างวันที่ 21 เมษายน – วันศุกร์ที่ 18 มิถุนายน พ.ศ. 2564
จัดโดย สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

1. หลักการและเหตุผล

แผนปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ ได้กำหนดให้ปรับบทบาทสถาบันการประชาสัมพันธ์ให้ดำเนินการเชิงรุกในการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนภาครัฐ ของประเทศ และแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ได้ให้ความสำคัญในการการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource) หรือ คน ถือเป็นทรัพยากรสำคัญที่สุด ในทุกองค์การ การพัฒนาทรัพยากรบุคคลจะส่งผลอย่างยิ่งต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของภารกิจขององค์กร โดยเฉพาะยุคการพัฒนาเศรษฐกิจที่ใช้ความรู้เป็นพื้นฐาน ทุกภาคส่วนจึงจำเป็นต้องเร่งพัฒนาการเรียนรู้ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของ “คน” ในสังคมให้สามารถแสวงหาความรู้อย่างต่อเนื่อง กอปรกับปัจจุบันเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว งานด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นกระบวนการปฏิบัติงานที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมาย นับเป็นงานที่สร้างสรรค์ ช่วยสร้างความประทับใจ ให้เกิดขึ้นกับองค์กร ฉะนั้นบุคลากรจึงจำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจในงานประชาสัมพันธ์ และการประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ในยุคดิจิทัล เพื่อสนับสนุนให้งานหลักขององค์กรประสบความสำเร็จ เป็นที่ยอมรับและเชื่อถือของสังคม อันจะนำมาสู่ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรอย่างยั่งยืน

จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ ทำให้บุคลากรที่มีหน้าที่รับผิดชอบงานด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่าง ๆ จำเป็นต้องพัฒนาตนเองเพื่อให้ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล ด้วยเหตุผลดังกล่าว สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ จึงได้จัดหลักสูตร “การบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management)” รุ่นที่ 14 ขึ้น เพื่อพัฒนาบุคลากรทั้งภาครัฐ องค์กรอิสระ ภาคเอกชน และประชาชนทั่วไป ให้มีความรู้และทักษะในการวางแผนและสามารถออกแบบกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภายใต้บริบทต่าง ๆ ให้ประสบความสำเร็จสามารถนำไปประยุกต์ใช้ทั้งกับตนเองและองค์กรได้จริง

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

ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรหรือปฏิบัติงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

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

5. จำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรม

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

6. รูปแบบและวิธีดำเนินการอบรม

การฝึกอบรมหลักสูตรนี้ มีวิธีการศึกษา ดังนี้

1. การบรรยายและอภิปราย เป็นการสร้างความองค์ความรู้ ความเข้าใจและทักษะในการวางแผนกลยุทธ์ที่ถูกต้องเกี่ยวกับเรื่องการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล เทคนิคและเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยียุคดิจิทัล ตามเนื้อหาวิชาและหัวข้อที่กำหนด โดยได้รับเกียรติจากวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญจากสถาบันต่าง ๆ ที่มีประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ จากหน่วยงานและองค์กรภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน และยังเปิดโอกาสให้ผู้อบรมได้แลกเปลี่ยนมุมมองและความคิดเห็นระหว่างกัน

2. การเสริมสร้างเครือข่ายด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นการปรับทัศนคติ พฤติกรรม สร้างความสัมพันธ์เพื่อการทำงานเป็นทีม การอยู่ร่วมกันตลอดหลักสูตร รวมทั้งการสร้างเครือข่ายเพื่อบูรณาการการทำงานร่วมกัน โดยได้รับเกียรติจากวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ด้านการปรับพฤติกรรมมนุษย์ แบ่งเป็น 2 กิจกรรม ดังนี้

2.1 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมต้องเข้าร่วมกิจกรรมการเข้าค่าย การเสริมสร้างและพัฒนาทีมงานด้านการประชาสัมพันธ์ ณ ค่ายต่างจังหวัด จำนวน 3 วัน 2 คืน

2.2 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมต้องมีส่วนร่วมในกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ กิจกรรมสร้างเครือข่ายรุ่นพี่รุ่นน้อง กิจกรรมเสริมสร้างเครือข่าย ตามตารางที่กำหนด ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการอบรมในหลักสูตรนี้

3. การเสวนาทางวิชาการ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเป็นผู้กำหนดหัวข้อหรือประเด็นที่สนใจของสังคม เป็นการจัดเวทีเพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นและประสบการณ์ระหว่างกัน และนำเสนอความคิดเห็นสู่สาธารณะ โดยเปิดโอกาสให้เชิญบุคคลภายนอก ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง หรือผู้ที่ได้รับผลกระทบเข้ามามีส่วนร่วมในการนำเสนอความคิดเห็น ข้อเท็จจริง เพื่อนำไปสู่แนวทางแก้ไข หรือข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมต่อไป

* ผู้เข้ารับการฝึกอบรมจะต้องร่วมกันดำเนินการจัดกิจกรรมเสวนาทางวิชาการในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชนร่วมสมัย โดยกำหนดหัวข้อเสวนา การเชิญวิทยากร การจัดเตรียมงานทั้งหมด และจัดทำรูปเล่มเอกสารสรุปผลการเสวนา จำนวน 2 เล่ม ส่งก่อนสิ้นสุดการอบรม 1 สัปดาห์



4. การจัดทำรายงานเฉพาะบุคคล เป็นส่วนหนึ่งในการประเมินผลของการเข้าร่วมการฝึกอบรม ในหลักสูตรนี้ ดังนั้นผู้เข้ารับการฝึกอบรมทุกคนจะต้องจัดทำเอกสารรายงานเฉพาะบุคคล โดยมีหลักเกณฑ์ ตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ในหลักสูตร จำนวน 3 เล่ม ก่อนสิ้นสุดการฝึกอบรม 1 สัปดาห์

5. การศึกษาดูงาน แบ่งเป็นการศึกษาดูงานในองค์การด้านการบริหารจัดการสื่อขององค์กรหรือ ด้านการประชาสัมพันธ์ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานอิสระที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการสื่อ หรือด้านการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ เปิดโลกทัศน์ด้านสื่อ หรือด้านการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และความคิดเห็นระหว่างผู้เข้ารับการ ฝึกอบรมด้วยกัน แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

5.1 การศึกษาดูงานภายในประเทศ จำนวน 1 ครั้ง

* ผู้เข้ารับการฝึกอบรมจะต้องมีส่วนร่วมในการศึกษาดูงาน จัดทำรายงานกลุ่มการศึกษาดูงาน เปรียบเทียบและให้ข้อเสนอเชิงนโยบายในกานำมาปรับใช้ในการบริหารงาน และจัดทำรูปเล่ม จำนวน 3 เล่ม ส่งให้สถาบันการประชาสัมพันธ์ ก่อนสิ้นสุดการฝึกอบรม 1 สัปดาห์

7. โครงสร้างหลักสูตร

การฝึกอบรมแบ่งเป็น 4 หมวดวิชา

รวมเวลาดังกล่าวทั้งสิ้น 231 ชั่วโมง ดังนี้

หมวดที่ 1 หมวดความรู้ทั่วไป ด้านการประชาสัมพันธ์	จำนวน 51 ชั่วโมง
1.1 การปฏิบัติการเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ✓	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.2 การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.3 การบริหารประเด็น	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.4 การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต/ฝึกปฏิบัติ	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.5 การบริหารจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ ✓	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.6 เทคนิคการบอกเล่าข้อมูลข่าวสารต่อสื่อมวลชนและสาธารณชน	จำนวน 6 ชั่วโมง
1.7 การสื่อสารทางการเมือง	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.8 เทคนิคการผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล ✓	จำนวน 6 ชั่วโมง
1.9 การปฏิบัติการข่าวสารและโฆษณาชวนเชื่อ	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.10 การสื่อสารภายในองค์กร	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.11 การบริหารสื่อมวลชนสัมพันธ์	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.12 การบริหารโครงการและประเมินผลการประชาสัมพันธ์	จำนวน 6 ชั่วโมง
1.13 คุณธรรม จริยธรรม นักประชาสัมพันธ์	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.14 กฎหมายและจริยธรรมในการสื่อสาร	จำนวน 3 ชั่วโมง

หมวดที่ 2 หมวดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

จำนวน 39 ชั่วโมง

2.1 การวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.2 การวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์องค์กร	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.3 ความรับผิดชอบต่อสังคม	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.4 แนวโน้มและสถานการณ์การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล/ การปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัล / การปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายยุคดิจิทัล	จำนวน 3 ชั่วโมง



2.5 อิทธิพลของสื่อโซเชียลต่อการสื่อสาร	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.6 กลยุทธ์ข้อมูลข่าวสารและช่องทางการเผยแพร่	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.7 กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.8 การตลาดธุรกิจบริการ	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.9 เทคนิคและเครื่องมือการประชาสัมพันธ์	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.10 การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.11 กลยุทธ์การสร้างสรรคกิจกรรมงานเสวนา	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.12 การเสวนาทางวิชาการในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ การประชาสัมพันธ์ร่วมสมัย	จำนวน 6 ชั่วโมง
หมวดที่ 3 สร้างเสริมทักษะนักวางแผนกลยุทธ์	จำนวน 9 ชั่วโมง
3.1 ทักษะการเข้าถึงคน	จำนวน 3 ชั่วโมง
3.2 ความคิดเชิงกลยุทธ์	จำนวน 3 ชั่วโมง
3.2 การสร้างภาวะผู้นำ	จำนวน 3 ชั่วโมง
หมวดที่ 4 หมวดกิจกรรมพิเศษ	จำนวน 78 ชั่วโมง
4.1 ลงทะเบียน / พิธีเปิด / ปฐมนิเทศ / ซีแจงหลักสูตร	จำนวน 3 ชั่วโมง
4.2 กิจกรรมเสริมสร้างพัฒนาทีมงานการประชาสัมพันธ์สำหรับ ผู้บริหารระดับกลาง	จำนวน 24 ชั่วโมง
4.3 ประชุมกลุ่มเพื่อเตรียมความพร้อมการจัดเสวนา	จำนวน 9 ชั่วโมง
4.4 ประชุมกลุ่มเตรียมงานการศึกษาดูงานต่างประเทศ	จำนวน 3 ชั่วโมง
4.5 ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดทำรายงาน โดยนำเสนอรายงานจากการศึกษา (รายงานเดี่ยว) นำเสนอและวิพากษ์ผลงาน ฝึกปฏิบัติปรับแก้การจัดทำรายงาน	จำนวน 24 ชั่วโมง
4.6 กิจกรรมเสริมสร้างทีมงานนักประชาสัมพันธ์/สร้างเครือข่าย	จำนวน 12 ชั่วโมง
4.7 ประเมินท้ายหลักสูตร / พิธีมอบประกาศนียบัตร / พิธีปิด	จำนวน 3 ชั่วโมง
หมวดที่ 5 หมวดสร้างเสริมประสบการณ์เชิงประจักษ์ (การศึกษาดูงาน)	จำนวน 54 ชั่วโมง
5.1 การศึกษาดูงานภายในประเทศ (2 สถานที่)	จำนวน 6 ชั่วโมง
5.2 การศึกษาดูงานต่างประเทศ (จำนวน 5 วัน 4 คืน)	จำนวน 48 ชั่วโมง

8. รายละเอียดหลักสูตร

8.1 หมวดความรู้ทั่วไป ด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 54 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ด้านการบริหารงานประชาสัมพันธ์ กระบวนการคิด วัฒนธรรมการสื่อสารและความรู้ด้านอื่น ๆ ที่ช่วยเสริมความรู้ที่เกี่ยวข้องกับหลักการ แนวคิดต่าง ๆ อันเป็นองค์ประกอบของงานประชาสัมพันธ์ มีรายละเอียดหัวข้อวิชา ดังนี้

8.1.1 การปฏิบัติการเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Persuasion and Attitude Changes) (3) แนวคิดและองค์ประกอบการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และการโน้มน้าวใจสำหรับหัวหน้า การเข้าใจสถานการณ์และวิธีเลือกใช้ศาสตร์และศิลป์ในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การวางแผนประชาสัมพันธ์เพื่อโน้มน้าวใจถึงกลุ่มเป้าหมาย เทคนิคการสื่อสารโน้มน้าวใจ ประโยชน์ที่บุคคลและองค์กรได้รับจากการโน้มน้าวใจและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

8.1.2 การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Event Organization) (3) การออกแบบและวางแผนการจัดอีเว้นท์เพื่อการประชาสัมพันธ์ กระบวนการในการจัดอีเว้นท์เพื่อการประชาสัมพันธ์ การสร้างสรรค์และการออกแบบงานอีเว้นท์ให้โดนใจ การเขียนโครงการฯ และคิงงบประมาณ การวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านอีเว้นท์



8.1.3 การบริหารประเด็น (Issue Management) (3) การวิเคราะห์ประเด็น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ความเข้าใจอัตลักษณ์ขององค์กร ความจำเป็นในการสร้างประเด็นการสื่อสารในสภาวะปกติ การกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารประเด็นเพื่อป้องกันการเกิดผลกระทบเชิงลบ หรือสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อองค์กร

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

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

8.1.6 เทคนิคการบอกเล่าข้อมูลข่าวสารต่อสื่อมวลชนและสาธารณชน (Story Telling) (6) การจัดทำโครงสร้าง องค์ประกอบ ขั้นตอน เทคนิคการอุปมาและการเปรียบเทียบ ตลอดจนการออกแบบสื่อ เช่น สไลด์นำเสนอ ข่าวประชาสัมพันธ์ สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น สื่อสังคม (Social media) เหตุการณ์พิเศษ (Special Event) เพื่อให้สามารถเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับเนื้อหาและบริบท

8.1.7 การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) (3) แนวคิดการสื่อสารทางการเมือง การวิเคราะห์ผลกระทบและแนวโน้มทางการเมือง ปฏิสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการสื่อสารทางการเมืองกับนักบริหารงานระดับสูง การสื่อสารทางการเมืองในทัศนะนักบริหารงานประชาสัมพันธ์ ยุทธศาสตร์การสื่อสารทางการเมือง การจัดการความขัดแย้งทางการเมืองด้วยสันติวิธี การสื่อสารทางการเมืองในภาวะวิกฤติ

8.1.8 การสื่อสารภายในองค์กร (Internal PR and Cultivation) (3) บทบาทและความสำคัญของการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร กลยุทธ์การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

8.1.9 เทคนิคการผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล (6) เทคนิค วิธีการ ขั้นตอนการผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัลด้วย Smart Phone

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

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

8.1.12 การบริหารโครงการและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ (6) หลักการและแนวทางในการบริหารโครงการและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ การออกแบบวิธีการติดตามและประเมินผลโครงการ และกิจกรรมทางสื่อออนไลน์

8.1.13 คุณธรรม จริยธรรม นักประชาสัมพันธ์ (3) ความหมาย ความสำคัญ หลักการการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ตามหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ

8.1.14 กฎหมายและจริยธรรมในการสื่อสาร (Law and Ethics in Communication) (3) แนวคิดพื้นฐานเรื่องสิทธิ สิทธิมนุษยชน

8.2 หมวดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ จำนวน 39 ชั่วโมง

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



8.2.1 การวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Public Relations Planning)

(3) การวิเคราะห์ยุทธศาสตร์องค์กรเพื่อสร้างกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ประเภทของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ กระบวนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายเพื่อจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์องค์กรทั้งในเชิงรุกและเชิงรับ ตลอดจนการแก้ไขปัญหาอุปสรรคต่างๆ

8.2.2 การวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์องค์กร (3) การวิเคราะห์อัตลักษณ์ และชื่อเสียง

องค์กร การวิเคราะห์ยุทธศาสตร์องค์กรเพื่อสร้างกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การประยุกต์ใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายเพื่อจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์องค์กรทั้งในเชิงรุกและเชิงรับ และเพื่อสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใต้บริบททางสังคมที่แตกต่างกัน

8.2.3 ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) (3) นิยาม

องค์ประกอบ รูปแบบ การวิเคราะห์และกำหนดกิจกรรมเพื่องาน CSR พร้อมกรณีศึกษา

8.2.4 แนวโน้มและสถานการณ์การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล (Digital PR) / การปรับเปลี่ยนเป็น

องค์กรดิจิทัล (Digital Transformation) / การปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายยุคดิจิทัล (Digital Engagement) (3)

- แนวโน้มและสถานการณ์การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ของโลก อาเซียน และประเทศไทย นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านภาพลักษณ์ของประเทศไทย ลักษณะการสื่อสารของคนไทยในยุคดิจิทัล ที่ส่งผลกระทบต่อประชาสัมพันธ์องค์กร กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสื่อดิจิทัล

- องค์ประกอบในการปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัล ขั้นตอน กระบวนการทำงาน โอกาสและความท้าทายสู่องค์กรดิจิทัล

- เทคนิค วิธีการ เครื่องมือ และกระบวนการสร้างการปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายยุคดิจิทัล การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายขององค์กร ประโยชน์ที่ได้รับ

8.2.5 อิทธิพลของสื่อโซเชียลต่อการสื่อสาร/ฝึกปฏิบัติ (3) ประเภทของโซเชียล มีเดียที่มี

ผลกระทบต่อการทำงานด้วยโซเชียลทั้งเชิงบวกและเชิงลบ วิฤฤติและโอกาสของการใช้โซเชียลในการสื่อสาร

8.2.6 กลยุทธ์ข้อมูลข่าวสารและช่องทางการเผยแพร่ (Content & Channel Strategies)

(3) การวิเคราะห์ผู้รับสารและกลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์องค์กร การวิเคราะห์ช่องทางและแพลตฟอร์มการสื่อสารที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์องค์กร การวางแผนแนวกลยุทธ์ในการสร้างและการบริหาร Content ให้ตรงใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และช่องทางการบริหารจัดการ content ในยุคดิจิทัล

8.2.7 กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร (Image Building Strategies) (3) บทบาท

ความสำคัญและประเภทของภาพลักษณ์ กลยุทธ์ในการออกแบบและสื่อสารภาพลักษณ์ การวิเคราะห์องค์กร หลักการ วิธีการ กระบวนการวางแผนกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร กิจกรรมและช่องทางในการสร้างและประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กร การรักษาภาพลักษณ์องค์กร

8.2.8 การตลาดธุรกิจบริการ (Service Marketing) (3) ความหมาย หลักการ แนวคิด

การแบ่งกลุ่มประเภทสินค้าบริการ การจัดการบริการประเภทต่างๆ คุณภาพงานบริการ การรักษาคุณภาพให้ได้มาตรฐาน ส่วนประสมทางการตลาดแบบธุรกิจบริการ ผลตอบแทนของธุรกิจและบริการ ความสัมพันธ์ระหว่างงานบริการและกำไร

8.2.9 เทคนิคและเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ (PR Tactics and Tools) (3) แนวคิดการ

ประชาสัมพันธ์ ก่อ กั้น แก่ กับการวางแผนเชิงกลยุทธ์ การวางแผนและออกแบบเครื่องมือประชาสัมพันธ์ กลวิธีสร้างเนื้อหา(content)และการสร้างภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์กลวิธีสร้างสรรค์งานประชาสัมพันธ์ด้วยสมาร์ตโฟน เทคนิคการประชาสัมพันธ์ให้ประสบผลสำเร็จภายใต้องค์ประกอบต่าง ๆ เครื่องมือที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ



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

8.2.11 การเสวนาทางวิชาการในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ร่วมสมัย (6) การอภิปราย แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ขององค์กรหลากหลายประเภทในยุคปัจจุบัน แนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์ยุคใหม่ระหว่างนักวิชาการ และผู้มีประสบการณ์ตรง

8.2.12 กลยุทธ์การสร้างสรรค้กิจกรรมเสวนาทางวิชาการ (3)

8.3 หมวดสร้างเสริมทักษะนักวางแผนกลยุทธ์ จำนวน 9 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อเสริมสร้าง และพัฒนาทักษะการนำเสนอ บุคลิกภาพ การเข้าสังคม เพื่อเสริมภาพลักษณ์ที่ดีในฐานะนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ มีรายละเอียดหัวข้อวิชา ดังนี้

8.3.1 การสร้างภาวะผู้นำ (3) แนวคิดเกี่ยวกับผู้นำ วิธีการสร้างภาวะผู้นำ บทบาทผู้นำด้านกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ คุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพของนักกลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์

8.3.2 การคิดเชิงกลยุทธ์ (3) กระบวนการและวิธีคิดที่นำไปสู่การบรรลุเป้าหมายในชีวิต และการทำงานประชาสัมพันธ์ การเสริมสร้างทักษะการคิดเชิงกลยุทธ์ด้วยตนเองด้วยวิธีการสังเกต สังเคราะห์ การประเมินสถานการณ์ภายในและภายนอกองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์ขององค์กร การจัดทำลำดับความสำคัญ การแสวงหามุมมอง ทางเลือก โอกาส และผลลัพธ์ที่แตกต่างกัน

8.3.2 ทักษะการเข้าสังคม (Social Skill Activity) (3) การพัฒนาบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับลักษณะงาน เทคนิคการพูด น้ำเสียง ท่าทาง อากัปกิริยา

8.4 หมวดกิจกรรมพิเศษ จำนวน 78 ชั่วโมง

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

8.4.1 ลงทะเบียน / พิธีเปิด / ปฐมนิเทศ / ชี้แจงหลักสูตร (3)

8.4.2 กิจกรรมเสริมสร้างพัฒนาทีมงานการประชาสัมพันธ์สำหรับผู้บริหารระดับกลาง (24) ภาวะผู้นำ การทำงานเป็นทีม การสร้างมนุษยสัมพันธ์ การสื่อสารภายใน การสร้างเครือข่าย

8.4.3 ประชุมกลุ่มเพื่อเตรียมความพร้อมการจัดเสวนา (9)

8.4.4 ประชุมกลุ่มเตรียมงานการศึกษาดูงานต่างประเทศ (3)

8.4.5 ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดทำรายงาน โดยนำเสนอรายงานจากการศึกษา (รายงานเดี่ยว) นำเสนอและวิพากษ์ผลงาน ฝึกปฏิบัติปรับแก้การจัดทำรายงาน (24)

8.4.6 กิจกรรมเสริมสร้างทีมงานนักประชาสัมพันธ์/สร้างเครือข่าย (12)

8.4.7 ประเมินท้ายหลักสูตร / พิธีมอบประกาศนียบัตร / พิธีปิด (3)

8.5 หมวดการสร้างเสริมประสบการณ์เชิงประจักษ์ (การศึกษาดูงาน) จำนวน 54 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ ศึกษาดูงานในหน่วยงานที่ทันสมัยและเป็นประโยชน์ เพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ ในการวางแผนและออกแบบกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ให้ประสบความสำเร็จ เพื่อเป็นการเพิ่มพูนประสบการณ์



เปิดโลกทัศน์ด้านการบริหารจัดการสื่อขององค์กร การบริหารภาพลักษณ์องค์กรในประเทศ นวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อการประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์องค์กรและการตลาด รวมทั้งสามารถนำมาประยุกต์ให้เข้ากับองค์กรได้

9. กรอบเวลาในการจัดทำรายงานเฉพาะบุคคล

การจัดทำเอกสารรายงานเฉพาะบุคคลเป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณาประเมินผลเพื่อผ่านการอบรม ในหลักสูตร ผู้เข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรการบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management) รุ่นที่ 14 กำหนดให้ผู้เข้าอบรมทุกคนจะต้องทำและนำเสนอรายงานเฉพาะบุคคลในหัวข้อที่สนใจและประเด็นที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ส่วนการพิจารณาจะเป็นไปตามหลักเกณฑ์และมาตรฐานตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร โดยกำหนดรายละเอียดของเวลาในการจัดทำรายงานตั้งแต่ขั้นตอนการนำเสนอหัวข้อและเค้าโครงรายงานเฉพาะบุคคล และช่วงเวลาการจัดส่งรายงานเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมปรึกษาหารือและขอคำแนะนำเพิ่มเติม จากอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งผู้เข้ารับการฝึกอบรมต้องนำเสนอรายงานต่อคณะกรรมการการวิพากษ์หลักสูตร ประกอบด้วย ผู้บริหารกรมประชาสัมพันธ์ ผู้อำนวยการสถาบันการประชาสัมพันธ์ และอาจารย์ที่ปรึกษาหลักสูตร และปรับแก้ไขรายงานฉบับสมบูรณ์ต่อไป

ขั้นตอนการจัดทำรายงานเฉพาะบุคคล

- | | |
|--|--------------|
| 1. ชี้แจงการทำรายงานเฉพาะบุคคล โดยอาจารย์ที่ปรึกษาหลักสูตร | สัปดาห์ที่ 2 |
| 2. ส่งหัวข้อและเค้าโครงเอกสารรายงานเฉพาะบุคคล | สัปดาห์ที่ 3 |
| 3. ส่งบทที่ 1 | สัปดาห์ที่ 4 |
| 4. ส่งบทที่ 2-3 | สัปดาห์ที่ 6 |
| 5. ส่งร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ | สัปดาห์ที่ 8 |
| 6. นำเสนอและวิพากษ์ผลงาน | สัปดาห์ที่ 9 |
| 7. การนำเสนอรายงานเฉพาะบุคคลต่อคณะกรรมการการวิพากษ์หลักสูตร คนละไม่เกิน 5 – 7 นาที | |
- ในวันพฤหัสบดีที่ 17 มิถุนายน 2564 เวลา 09.00 – 16.00 น.

10. วิทยากรผู้บรรยาย

วิทยากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่มีความเหมาะสมในแต่ละหัวข้อวิชา ทั้งจากกรมประชาสัมพันธ์ และจากหน่วยงานภายนอกที่ได้รับการยอมรับ และเชื่อถืออย่างกว้างขวาง

11. ผลสัมฤทธิ์ของโครงการที่คาดหวัง และตัวชี้วัด

ผลลัพธ์ ผู้ผ่านการฝึกอบรมสามารถปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์แบบมืออาชีพ มีมาตรฐาน ทันสมัย และสามารถสร้างนวัตกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ใหม่ ๆ รวมทั้งมีเครือข่ายด้านการประชาสัมพันธ์ที่กว้างขวาง

ผลผลิต	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การวัด
1. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมผ่านเกณฑ์การฝึกอบรมที่กำหนดตามหลักสูตร	ร้อยละของผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีคุณสมบัติตามเกณฑ์การประกันคุณภาพการฝึกอบรมของสถาบันการประชาสัมพันธ์	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 75
2. รายงานการศึกษาเพื่อพัฒนางานด้านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (รายงานเฉพาะบุคคล)	รายงานการศึกษา (รายงานเฉพาะบุคคล)	คนละ 3 ฉบับ
3. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น	ร้อยละของผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80

12. เงื่อนไขการสำเร็จการอบรม

ในการเข้าร่วมอบรมในหลักสูตรการบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management) รุ่นที่ 14 กำหนดเงื่อนไขการสำเร็จการอบรมไว้ดังต่อไปนี้

1. ต้องมีเวลาเข้าฟังและเสนอความคิดเห็นในห้องเรียนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 75 ของเวลาเรียนทั้งหมด ผู้ที่ขาดการอบรมในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ขอความกรุณาส่งใบลา แต่ยืนยันว่าเป็นวันขาดเรียน
2. ต้องมีส่วนร่วมในกิจกรรมตลอดหลักสูตร และต้องเข้าร่วมกิจกรรมการศึกษาดูงาน การจัดเสวนา
3. จัดทำเอกสารรายงานเฉพาะบุคคล เอกสารสรุปรายวิชา เอกสารสรุปการศึกษาดูงาน และส่งตามระยะเวลาที่กำหนดในหลักสูตร
4. จัดทำรายงานและนำเสนอผลงานหรืองานที่ได้รับมอบหมายตามกำหนดเวลา และจะต้องส่งฉบับสมบูรณ์เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการหลักสูตรในการพิจารณาจบหลักสูตร
5. หากผู้เข้ารับการฝึกอบรมรายใดไม่ส่งรายงานเฉพาะบุคคล ภายในสัปดาห์ที่ 9 สถาบันการประชาสัมพันธ์ ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาแจ้งไปยังต้นสังกัด ว่าท่านไม่ผ่านการฝึกอบรม และไม่คืนค่าลงทะเบียนในการเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรฯ

13. ระยะเวลาและขอบเขตของการฝึกอบรม

การอบรมหลักสูตรการบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management) รุ่นที่ 14 กำหนดระยะเวลาในการอบรม 9 สัปดาห์ ๆ ละ 3 วัน (พุธ พุธหลังดี ศุกร์) ระหว่างวันพุธที่ 21 เมษายน - วันศุกร์ที่ 18 มิถุนายน 2564 รวมศึกษาดูงานในประเทศ จำนวน 4-5 วัน

14. สถานที่ฝึกอบรม

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

15. ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม

ค่าลงทะเบียนคนละ 68,000 บาท (รวมศึกษาดูงานในประเทศ 4-5 วัน)

16. การประเมินผลและติดตามผล

- 16.1 รายงานเฉพาะบุคคล และรายงานกลุ่ม
- 16.2 การสังเกตการณ์การมีส่วนร่วม และการเรียนรู้ของผู้เข้ารับการฝึกอบรมระหว่างการฝึกอบรม
- 16.3 แบบประเมินผลรายวิชา ประเมินเนื้อหา วิทยากร และการจัดการ
- 16.4 แบบประเมินโครงการ เมื่อเสร็จสิ้นการอบรม
- 16.5 ประเมินหลังการฝึกอบรม 1 เดือน โดยสอบถามไปยังผู้บังคับบัญชาของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

17. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

17.1 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องในหลักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ การประชาสัมพันธ์แบบมีอาชีพ โดยใช้สื่อยุคใหม่ (New media) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

17.2 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความมั่นใจในศักยภาพของตนเองในการเป็นนักประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ ในทางสร้างสรรค์ สามารถพัฒนารูปแบบงานประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัย ก่อให้เกิดผลดีต่อตนเอง และหน่วยงาน ตลอดจน ประเทศชาติ

17.3 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ที่มีความเข้าใจอันดีระหว่างกัน ให้ความร่วมมือ และบูรณาการการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ





ตารางการฝึกอบรม

หลักสูตร "การบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management) รุ่นที่ 14
ศึกษาดูงานในประเทศ (4 - 5 วัน)

ระหว่างวันที่ 21 เมษายน - วันศุกร์ที่ 18 มิถุนายน 2564 อบรม 9 สัปดาห์ๆ ละ 3 วัน (พุธ พฤหัสบดี ศุกร์)
จัดโดย สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

วัน	เวลา	08.30 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.	
สัปดาห์ที่ 1				
วันพุธที่ 21 เม.ย. 64		08.00 น. - ลงทะเบียน 09.00 น. - พิธีเปิด / Welcome Drinks - ปทุมธานี	การสร้างภาวะผู้นำ	
วันพฤหัสบดีที่ 22 - วันเสาร์ที่ 24 เมษายน 2564 (3 วัน) กิจกรรมการเข้าค่าย "การเสริมสร้างพัฒนาทีมงานผู้บริหารด้านการประชาสัมพันธ์" เข้าค่ายพักแรม ณ				
วันพฤหัสบดีที่ 22 เม.ย. 64		- 8.00 น. ออกเดินทางร่วมกิจกรรมฯ - 10.00 น. ศึกษาดูงาน ณ - 11.30 น. ออกเดินทางไป ณ	13.00 - 16.00 น.	18.00 - 21.00 น.
			กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ (ฝึกปฏิบัติ)	กิจกรรมสร้างทีมงาน (ฝึกปฏิบัติ)
วันศุกร์ที่ 23 เม.ย. 64		กิจกรรมปรับกระบวนการคิดและกิจกรรมเชิงปฏิบัติการสู่ ความเป็นเลิศในการทำงานเป็นทีม (ฝึกปฏิบัติ)	13.00 - 16.00 น.	18.00 - 21.00 น.
			กิจกรรมการสร้างทีมงาน ด้านการประชาสัมพันธ์ (ฝึกปฏิบัติ)	กิจกรรมเสริมสร้าง การทำงานเป็นทีม (ฝึกปฏิบัติ)
วันเสาร์ที่ 24 เม.ย. 64		กิจกรรมสร้างฝัน/ฝ่าฝันปัญหา/ฟันธงสัญญา(ฝึกปฏิบัติ)	13.00 น. เดินทางกลับสู่สถาบันการประชาสัมพันธ์	

วัน	เวลา	09.00 - 12.00 น.		13.00 - 16.00 น.	
		สัปดาห์ที่ 2			
วันพุธที่ 28 เม.ย.64	กิจกรรมสร้างเสริมประสบการณ์นักศึกษาสัมพันธ์	การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication)	การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ / ฝึกปฏิบัติ (Event Organization)		
วันพฤหัสบดีที่ 29 เม.ย.64		การวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์องค์กร การคิดประเด็นและวิจัยวิจัยสำหรับองค์กร / ปฏิบัติ (งานเดี่ยว)	ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) การเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย / ฝึกปฏิบัติ (งานเดี่ยว)		
วันศุกร์ที่ 30 เม.ย.64		การวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Public Relations Planning)	กลยุทธ์การสร้างสรรคกิจกรรมเสวนาทางวิชาการ		
สัปดาห์ที่ 3					
วันพุธที่ 5 พ.ค.64	กิจกรรมสร้างเสริมประสบการณ์นักศึกษาสัมพันธ์	กลยุทธ์ข้อมูลข่าวสารและช่องทางการเผยแพร่/ฝึกปฏิบัติ (Content & Channel Strategies)	การปฏิบัติการข่าวสารและโฆษณาชวนเชื่อ (IO and Propaganda)		
วันพฤหัสบดีที่ 6 พ.ค.64		วันวิสาขบูชา (วันหยุดราชการ)			
วันศุกร์ที่ 7 พ.ค.64		การบริหารประเด็น / ฝึกปฏิบัติ (Issue Management)	การบริหารจัดการข้อมูล ขนาดใหญ่ (Big Data and Analytics)	17.00 – 20.00 น. กิจกรรมสร้างเครือข่าย รุ่นพี่พบรุ่นน้อง	
สัปดาห์ที่ 4					
วันพุธที่ 12 พ.ค.64	กิจกรรมสร้างเสริมประสบการณ์นักศึกษาสัมพันธ์	เทคนิคการผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล/ ฝึกปฏิบัติ (เทคนิคการถ่ายภาพ/ การสืบค้นและการจัดการข้อมูลเพื่อสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์)			
วันพฤหัสบดีที่ 13 พ.ค. 64		ความคิดเชิงกลยุทธ์ (Creative Thinking)	ประชุมเตรียมความพร้อมการจัดเสวนาทางวิชาการ		
วันศุกร์ที่ 14 พ.ค.64		การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ / ฝึกปฏิบัติ (Integrated Marketing Communication : IMC)	อิทธิพลของโซเชียลมีเดียต่อ การสื่อสาร/ฝึกปฏิบัติ	17.00 – 20.00 น. ประชุมเตรียมงาน เสวนาทางวิชาการ	



เวลา วัน	08.30 น.	09.00 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.
สัปดาห์ที่ 5			
วันพุธที่ 19 พ.ค. 64	กิจกรรมเสริมสร้างประสบการณ์กับประชาสัมพันธ์	การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล (Digital PR) การปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัล (Digital Transformation) การปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายยุคดิจิทัล (Digital Engagement)	การตลาดบริการ (Service Marketing) 16.00 - 18.00 น. ประชุมเตรียมงาน การศึกษาดูงานในประเทศ
วันพฤหัสบดีที่ 20 พ.ค. 64		ศึกษาดูงานด้านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การสร้างตราสินค้า (Strategic PR / Brand Enterprises)	ศึกษาดูงานด้านการจัดการสื่อยุคดิจิทัล
วันศุกร์ที่ 21 พ.ค. 64		การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต/ ฝึกปฏิบัติ (Communication in a Crisis)	เทคนิคและเครื่องมือการ ประชาสัมพันธ์ (PR Tactics and Tools) 16.00 - 19.00 น. ประชุมเตรียมงาน เสวนาทางวิชาการ
สัปดาห์ที่ 6			
วันพุธที่ 26 พ.ค. 64	กิจกรรมเสริมสร้างประสบการณ์กับประชาสัมพันธ์	การสื่อสารภายในองค์กร (Internal PR and Cultivation)	ทักษะการเข้าสังคม (Social Skill Activity) การพัฒนาบุคลิกภาพ / ฝึกปฏิบัติ
วันพฤหัสบดีที่ 27 พ.ค. 64		การจัดกิจกรรมเสวนาทางวิชาการในประเด็น ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชนร่วมสมัย ดำเนินการโดยผู้เข้าอบรม	
วันศุกร์ที่ 28 พ.ค. 64		กฎหมายและจริยธรรมในการสื่อสาร (Law and Ethics in Communication)	คุณธรรมจริยธรรมนักประชาสัมพันธ์
สัปดาห์ที่ 7			
วันพุธที่ 2 มิ.ย.64	กิจกรรมเสริมสร้างประสบการณ์กับประชาสัมพันธ์	เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อนำเสนออย่างมืออาชีพ / ฝึกปฏิบัติ (Story Telling)	
วันพฤหัสบดีที่ 3 มิ.ย.64		การปฏิบัติการเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Persuasion and Attitude Changes)	ประชุมกลุ่มเตรียมงาน การศึกษาดูงานในประเทศ
วันศุกร์ที่ 4 มิ.ย.64		ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดทำรายงาน อ.ที่ปรึกษาหลักสูตร / ผู้ช่วยวิทยากร	



วัน	เวลา	08.30 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.
	08.30 น.		
สัปดาห์ที่ 8			
ศึกษารูปร่าง ด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนในประเทศ ระหว่างวันที่ 9 - วันเสาร์ที่ 12 มิถุนายน 2564			
สัปดาห์ที่ 9			
วันพุธที่ 16 มิ.ย. 64	ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดทำรายงาน อ.ที่ปรึกษาหลักสูตร / ผู้ช่วยวิทยากร		
วันพฤหัสบดีที่ 17 มิ.ย. 64	ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดทำรายงาน อ.ที่ปรึกษาหลักสูตร / ผู้ช่วยวิทยากร	กิจกรรมนำเสนองานผลงานและวิพากษ์ ผลงาน	17.00 - 20.00 น.
		รองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์/ อ.ที่ปรึกษาหลักสูตร / ผู้อำนวยการสถาบันการ ประชาสัมพันธ์	กิจกรรม เสริมสร้างทีมงาน นักประชาสัมพันธ์
วันศุกร์ที่ 18 มิ.ย. 64	ฝึกปฏิบัติปรับแก้การจัดทำรายงาน	กิจกรรมสร้างเสริมเครือข่ายนักประชาสัมพันธ์/ ประเมินผลท้ายหลักสูตรที่ปิดการฝึกอบรม / มอบใบประกาศนียบัตร	

หมายเหตุ

เวลา 10.30 - 10.45 น. / 14.30 - 14.45 น.
เวลา 12.00 - 13.00 น.
เวลา 20.00 - 21.00 น.

พักรับประทานอาหารว่างและเครื่องดื่ม
พักรับประทานอาหารกลางวัน
พักรับประทานอาหารเย็น

* **สอบถาม** ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงข้อมูล ทั้งนี้เพื่อความเหมาะสมและประโยชน์สูงสุดของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

update 14/ก.ย./2564





หลักสูตร นักประชาสัมพันธ์มืออาชีพแบบบูรณาการ รุ่นที่ 1
(Integrated Professional Public Relations Officer)

(สื่อมวลชนสัมพันธ์)

ระหว่างวันที่ 30 มิถุนายน – 27 สิงหาคม 2564 อบรม 10 สัปดาห์ ๆ ละ 3 วัน (พุธ พุธสัปดาห์ ศุกร์)

จัดโดย สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

1. หลักการและเหตุผล

แผนปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ ได้กำหนดให้ปรับบทบาทสถาบันการประชาสัมพันธ์ให้ดำเนินการเชิงรุกในการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนภาครัฐของประเทศ และแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ได้ให้ความสำคัญในการการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource) หรือ คน ถือเป็นทรัพยากรสำคัญที่สุดในทุกองค์การ การพัฒนาทรัพยากรบุคคลจะส่งผลอย่างยิ่งต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของภารกิจองค์กร โดยเฉพาะยุคการพัฒนาเศรษฐกิจที่ใช้ความรู้เป็นพื้นฐาน ทุกภาคส่วนจึงจำเป็นต้องเร่งพัฒนาการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของ “คน” ในสังคมให้สามารถแสวงหาความรู้อย่างต่อเนื่อง กอปรกับปัจจุบันเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว งานด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นกระบวนการปฏิบัติงานที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมาย นับเป็นงานที่สร้างสรรค์ ช่วยสร้างความประทับใจ ให้เกิดขึ้นกับองค์กร ฉะนั้นบุคลากรจึงจำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจในงานประชาสัมพันธ์ และการประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ในยุคดิจิทัล เพื่อสนับสนุนให้งานหลักขององค์กรประสบความสำเร็จ เป็นที่ยอมรับและเชื่อถือของสังคม อันจะนำมาสู่ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรอย่างยั่งยืน

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ ในฐานะที่มีบทบาทและหน้าที่หลักในการพัฒนาบุคลากร ด้านวิชาชีพการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน จึงกำหนดจัดฝึกอบรมหลักสูตร นักประชาสัมพันธ์มืออาชีพแบบบูรณาการ รุ่นที่ 1 (Integrated Professional Public Relations Officer) (สื่อมวลชนสัมพันธ์) ขึ้น เพื่อมุ่งหวังให้ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์กร มีความรู้ ความเข้าใจในงานประชาสัมพันธ์ สามารถจัดการข้อมูลข่าวสารภาครัฐได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รู้เท่าทันการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล และมีทักษะในการสื่อสารสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชนและเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ เพื่อสนับสนุนให้ภารกิจหลักขององค์กรบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป รวมทั้งสามารถนำไปปรับใช้ในการพัฒนางานทางวิชาชีพของตนเองและประเทศชาติต่อไป

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. คุณสมบัติของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

ข้าราชการพลเรือน ทหาร ตำรวจ องค์กรอิสระ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน ระดับปฏิบัติการขึ้นไป ที่ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์หรืองานด้านสื่อสารมวลชน หรือ ปฏิบัติงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

3.1 ข้าราชการพลเรือน ตำแหน่งประเภทราชการ ระดับปฏิบัติการ หรือตำแหน่งประเภททั่วไป ระดับปฏิบัติงานขึ้นไป

3.2 ข้าราชการทหาร ยศเทียบเท่าร้อยตรี เรือตรี หรือเรืออากาศตรี ขึ้นไป

3.3 ข้าราชการตำรวจ ยศร้อยตำรวจตรี ขึ้นไป

3.4 พนักงานองค์กรอิสระและรัฐวิสาหกิจ ระดับปฏิบัติการขึ้นไป

3.5 พนักงานบริษัทเอกชน ผู้ประกอบการอิสระ และผู้สนใจทั่วไป

3.6 ผู้ที่มีร่างกายสมบูรณ์ แข็งแรง ไม่มีโรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคในการเข้ารับการฝึกอบรม

3.7 สามารถเข้ารับการอบรมเต็มเวลา ไม่น้อยกว่าร้อยละ 75 ของระยะเวลาอบรมที่กำหนดในหลักสูตร

3.8 ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบของผู้เข้ารับการอบรมตามที่สถาบันการประชาสัมพันธ์กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด

4. จำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรม

4.1 ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์	จำนวน	5	คน
4.2 บุคคลทั่วไป	จำนวน	35	คน
	รวม	40	คน

5. การบริหารจัดการหลักสูตร

5.1 การพัฒนาหลักสูตร

ด้วยเทคโนโลยีและการสื่อสารมวลชนในยุคดิจิทัลมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จำเป็นต้องมีการพัฒนาหลักสูตรเป็นประจำทุกปี โดยนำผลการประเมินผู้เข้ารับการฝึกอบรม และสภาพการเปลี่ยนแปลงของสื่อ นำเสนอคณะอนุกรรมการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศ เพื่อพิจารณาพัฒนาหลักสูตรอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

5.2 การรับสมัครผู้เข้ารับการฝึกอบรม

5.2.1 ผ่านการคัดเลือกจากส่วนราชการ ที่มีความจำเป็นในการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน เพื่อให้ทันต่อการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนในยุคดิจิทัล จึงกรมประชาสัมพันธ์ได้ตั้งงบประมาณจัดฝึกอบรมปีงบประมาณละ 1 รุ่น ๆ ละ 5-10 คน



5.2.2 ลงทะเบียนเข้ารับการฝึกอบรม โดยสถาบันการประชาสัมพันธ์ เปิดหลักสูตรให้ทุกหน่วยงานสามารถส่งบุคลากรเข้ารับการฝึกอบรม ซึ่งสามารถเบิกจ่ายค่าลงทะเบียนจากต้นสังกัดได้ตามระเบียบราชการ ปีงบประมาณละ 1 รุ่น 30-40 คน

5.3 วิทยากร

มีกระบวนการสรรหาวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์สูง สามารถบรรยาย ถ่ายทอด ฝึกปฏิบัติการเรียนรู้โดยผู้เข้ารับการฝึกอบรมเป็นศูนย์กลางได้ โดยคณะอนุกรรมการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศ จากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ และผู้ทรงคุณวุฒิในสายงานวิชาชีพการประชาสัมพันธ์ และภาคธุรกิจการโฆษณาดิจิทัล

5.4 วิธีการฝึกอบรม

5.4.1 การบรรยายและอภิปราย เป็นการสร้างความองค์ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับเรื่องการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล การวางแผนการประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์ เทคนิค และเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยียุคดิจิทัล ตามเนื้อหาวิชาและหัวข้อที่กำหนด โดยได้รับเกียรติจากวิทยากร ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญจากสถาบันต่าง ๆ ที่มีประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ จากหน่วยงานและองค์กรภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน และยังเปิดโอกาสให้ผู้อบรมได้แลกเปลี่ยนมุมมองและความคิดเห็นระหว่างกัน

5.4.2 การเสริมสร้างเครือข่ายด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นการปรับทัศนคติ พฤติกรรม สร้างความสัมพันธ์ เพื่อการทำงานเป็นทีม การอยู่ร่วมกันตลอดหลักสูตร รวมทั้งการสร้างเครือข่ายระหว่างกัน โดยได้รับเกียรติจากวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ด้านการปรับพฤติกรรมมนุษย์ แบ่งเป็น 2 กิจกรรม ดังนี้

(1) ผู้เข้ารับการฝึกอบรมต้องเข้าร่วมกิจกรรมการเข้าค่าย การเสริมสร้างและพัฒนาทีมงาน ด้านการประชาสัมพันธ์ ณ ค่ายต่างจังหวัด จำนวน 3 วัน 2 คืน

(2) ผู้เข้ารับการฝึกอบรมต้องมีส่วนร่วมในกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ กิจกรรมสร้างเครือข่ายรุ่นพี่กับรุ่นน้อง กิจกรรมเสริมสร้างเครือข่าย ตามตารางที่กำหนด ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการอบรมในหลักสูตรนี้

5.4.3 การเสวนาทางวิชาการ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเป็นผู้กำหนดหัวข้อหรือประเด็นที่สนใจของสังคม เป็นการจัดเวทีเพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นและประสบการณ์ระหว่างกัน และนำเสนอความคิดเห็นสู่สาธารณะ โดยเปิดโอกาสให้เชิญบุคคลภายนอก ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง หรือผู้ที่ได้รับผลกระทบ เข้ามามีส่วนร่วมในการนำเสนอความคิดเห็น ข้อเท็จจริง เพื่อนำไปสู่แนวทางแก้ไข หรือข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมต่อไป

* ผู้เข้ารับการฝึกอบรมจะต้องร่วมกันดำเนินการจัดกิจกรรมเสวนาทางวิชาการในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชนร่วมสมัย โดยกำหนดหัวข้อเสวนา การเชิญวิทยากร การจัดเตรียมงานทั้งหมด และจัดทำรูปเล่มเอกสารสรุปผลการเสวนา จำนวน 2 เล่ม ส่งก่อนสิ้นสุดการอบรม 1 สัปดาห์



5.4.4 การจัดทำรายงานเฉพาะบุคคล เป็นส่วนหนึ่งในการประเมินผลของการเข้าร่วม การฝึกอบรมในหลักสูตรนี้ ดังนั้นผู้เข้ารับการฝึกอบรมทุกคนจะต้องจัดทำเอกสารรายงานเฉพาะบุคคล โดยมี หลักเกณฑ์ตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ในหลักสูตร จำนวน 3 เล่ม ก่อนสิ้นสุดการฝึกอบรม 1 สัปดาห์

5.4.5 การศึกษาดูงาน แบ่งเป็นการศึกษาดูงานในองค์การด้านการบริหารจัดการสื่อขององค์กร หรือด้านการประชาสัมพันธ์ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานอิสระที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการสื่อ หรือด้านการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ เปิดโลกทัศน์ด้านสื่อ หรือด้านการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และความคิดเห็นระหว่างผู้เข้ารับการ ฝึกอบรมด้วยกัน แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

(1) การศึกษาดูงานภายในประเทศ จำนวน 1 ครั้ง

(2) การศึกษาดูงานภายในประเทศ (ต่างจังหวัด) จำนวน 4-5 วัน (ค่าใช้จ่ายรวม ค่าลงทะเบียนเรียบร้อยแล้ว)

* ผู้เข้ารับการฝึกอบรมจะต้องมีส่วนร่วมในการศึกษาดูงาน จัดทำรายงานกลุ่มการศึกษาดูงาน เปรียบเทียบและให้ข้อเสนอเชิงนโยบายในกานำมาปรับใช้ในการบริหารงาน และจัดทำรูปเล่ม จำนวน 3 เล่ม ส่งให้สถาบันการประชาสัมพันธ์ ก่อนสิ้นสุดการฝึกอบรม 1 สัปดาห์

สัดส่วนและระยะเวลาในการเรียนรู้ในแต่ละเนื้อหาวิชา

การฝึกอบรมแบ่งเป็น 4 หมวดวิชา

รวมเวลาทั้งสิ้น 237 ชั่วโมง ดังนี้

หมวดที่ 1 หมวดความรู้ทั่วไป ด้านการประชาสัมพันธ์

จำนวน 57 ชั่วโมง

1.1 การคิดสร้างสรรค์เชิงประชาสัมพันธ์	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.2 การปฏิบัติการเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.3 อิทธิพลของสื่อโซเชียลต่อการสื่อสาร	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.4 การวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.5 กลยุทธ์ข้อมูลข่าวสารและช่องทางการเผยแพร่	จำนวน 6 ชั่วโมง
1.6 การวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์องค์กร/การคิดประเด็นและวิธีวิจัยสำหรับองค์กร	จำนวน 6 ชั่วโมง
1.7 กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.8 การบริหารประเด็น	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.9 การบริหารโครงการและประเมินผลการประชาสัมพันธ์	จำนวน 6 ชั่วโมง
1.10 การสื่อสารภายในองค์กร	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.11 เทคนิคและเครื่องมือการประชาสัมพันธ์	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.12 การบริหารจัดการข้อมูลขนาดใหญ่	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.13 ทักษะการเข้าถึงคน	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.14 คุณธรรม จริยธรรม นักประชาสัมพันธ์	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.15 กฎหมายและจริยธรรมในการสื่อสาร	จำนวน 3 ชั่วโมง



8.1.16 แนวปฏิบัติเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาการล่วงละเมิดหรือคุกคามทางเพศในการทำงาน
จำนวน 3 ชั่วโมง

ร้อยละ 80 บรรยาย และอภิปราย

ร้อยละ 20 แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้เข้าอบรม

หมวดที่ 2 หมวดส่งเสริมทักษะนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ จำนวน 45 ชั่วโมง

2.1 การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ จำนวน 3 ชั่วโมง

2.2 การตลาดธุรกิจบริการ จำนวน 3 ชั่วโมง

2.3 การผลิตสื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ จำนวน 12 ชั่วโมง

2.4 การสื่อสารทางการเมือง จำนวน 3 ชั่วโมง

2.5 การปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัลกับการปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายยุคดิจิทัล
จำนวน 3 ชั่วโมง

2.6 การปฏิบัติการข่าวสารและโฆษณาชวนเชื่อ จำนวน 3 ชั่วโมง

2.7 การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต จำนวน 3 ชั่วโมง

2.8 สื่อมวลชนสัมพันธ์ จำนวน 3 ชั่วโมง

2.9 เทคนิคการบอกเล่าเรื่องเพื่อนำเสนออย่างมืออาชีพ จำนวน 6 ชั่วโมง

2.10 การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ จำนวน 3 ชั่วโมง

2.11 กลยุทธ์การสร้างสรรคกิจกรรมเสวนาทางวิชาการ จำนวน 3 ชั่วโมง

ร้อยละ 60 บรรยาย และอภิปราย

ร้อยละ 20 แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้เข้าอบรม

ร้อยละ 20 ฝึกปฏิบัติ

หมวดที่ 3 หมวดกิจกรรมพิเศษ จำนวน 81 ชั่วโมง

3.1 การลงทะเบียน / พิธีเปิด / ปฐมนิเทศ / ชี้แจงหลักสูตร จำนวน 3 ชั่วโมง

3.2 การเสริมสร้างพัฒนาทีมงานด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 24 ชั่วโมง

3.3 กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ จำนวน 3 ชั่วโมง

3.4 ประชุมกลุ่มเพื่อเตรียมความพร้อมการจัดเสวนา จำนวน 12 ชั่วโมง

3.5 ประชุมกลุ่มเตรียมงานการศึกษาดูงานต่างประเทศ จำนวน 6 ชั่วโมง

3.6 ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูล การจัดทำรายงาน นำเสนอผลงาน
และวิพากษ์ผลงาน (รายงานเดี่ยว) จำนวน 21 ชั่วโมง

3.7 กิจกรรมสร้างเสริมสร้างเครือข่าย จำนวน 9 ชั่วโมง

3.8 ประเมินท้ายหลักสูตร / พิธีมอบประกาศนียบัตร / พิธีปิด จำนวน 3 ชั่วโมง

ร้อยละ 60 ฝึกปฏิบัติ

ร้อยละ 40 แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้เข้าอบรม

หมวดที่ 4 หมวดการสร้างเสริมประสบการณ์เชิงประจักษ์	จำนวน 54 ชั่วโมง
4.1 การศึกษาดูงานภายในประเทศ (2 สถานที่)	จำนวน 6 ชั่วโมง
4.2 การศึกษาดูงานต่างประเทศ (จำนวน 4 – 5 วัน)	จำนวน 48 ชั่วโมง

5.5 การประเมินผลสัมฤทธิ์ของการฝึกอบรม

5.5.1 ประเมินจากแบบสอบถามประเมินผลการฝึกอบรมรายวิชา ทั้งด้านเนื้อหา วิทยากร การบริหารจัดการ ประโยชน์การนำไปใช้ และประเมินในภาพรวมทั้งหลักสูตร

5.5.2 ประเมินจากผลการฝึกปฏิบัติการจัดทำรายงานเฉพาะบุคคล และการนำเสนอผลงาน

5.5.3 ติดตามประเมินผลการนำความรู้ของผู้ผ่านการฝึกอบรมไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน

5.5.4 หลังสิ้นสุดการฝึกอบรมในแต่ละปีงบประมาณ จะนำผลการประเมินนำเสนอในที่ประชุม คณะอนุกรรมการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศ เพื่อพิจารณาพัฒนาหลักสูตร

5.6 ฐานข้อมูลการฝึกอบรม

ในการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศ จะมีการรวบรวมจัดทำเป็นฐานข้อมูล เพื่อประโยชน์ในการวางแผน บริหารจัดการ พัฒนาบุคลากรให้เป็นระบบ ประกอบด้วย

5.6.1 ฐานข้อมูลทำเนียบผู้เข้ารับการฝึกอบรม

5.6.2 ฐานข้อมูลวิทยากรฝึกอบรม

5.6.3 ฐานข้อมูลรายงานผลการฝึกอบรม

5.6.3 ฐานข้อมูลอื่นๆ ที่จำเป็น

5.7 สถานที่ฝึกอบรม

สถาบันการประชาสัมพันธ์ ซอยอารีย์สัมพันธ์ เขตพญาไท กรุงเทพฯ

6. ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

6.1 ผู้ผ่านการอบรมมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีความสามารถและมีทักษะเพิ่มขึ้นในการปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์และการสร้างสัมพันธ์กับสื่อมวลชน

6.2 ผู้ผ่านการอบรมมีทักษะในการคิดเชิงสร้างสรรค์ สามารถนำไปพัฒนางานในความรับผิดชอบได้

6.3 ผู้ผ่านการอบรมมีความมั่นใจและมีประสบการณ์เพิ่มขึ้นในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ

6.4 ผู้ผ่านการอบรมมีเครือข่ายในการประสานงานด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนกว้างขวางมากยิ่งขึ้น

7. งบประมาณดำเนินงาน

งบประมาณจากกรมประชาสัมพันธ์ และค่าลงทะเบียนเข้ารับการฝึกอบรมจากหน่วยงานต่าง ๆ คนละ 58,000 บาท (รวมศึกษาดูงานภายในประเทศ 4 - 5 วัน)



8. เนื้อหาหลักสูตร

เนื้อหาหลักสูตรนักประชาสัมพันธ์มีอาชีพแบบบูรณาการมีความสอดคล้องกับแผนปฏิรูปประเทศ ด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ และแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ที่ต้องการให้บุคลากรภาครัฐได้รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์กร มีความรู้ ความเข้าใจในงานประชาสัมพันธ์ สามารถจัดการข้อมูลข่าวสารภาครัฐ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รู้เท่าทันการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล และมีทักษะในการสื่อสาร สร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชนและเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ เพื่อสนับสนุนให้ภารกิจหลักขององค์กร บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป รวมทั้งสามารถนำไปปรับใช้ในการพัฒนางานทางวิชาชีพของตนเองและประเทศชาติ ในหลักสูตรจึงได้กำหนดหัวข้อวิชาในการฝึกอบรมหลักไว้ 4 หมวดวิชา สามารถนำไปใช้ในการฝึกอบรมทั้งหลักสูตร หรือเลือกสรรวิชาที่เหมาะสมกับหลักสูตรและระดับการนำไปใช้ของผู้เข้ารับการศึกษา ดังนี้

8.1 หมวดความรู้ทั่วไป ด้านการประชาสัมพันธ์ (รวม 54 ชั่วโมง)

วัตถุประสงค์ เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ บทบาท หน้าที่ ความสำคัญของสื่อมวลชน และนักประชาสัมพันธ์ การปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี การคิดเชิงสร้างสรรค์ การเปลี่ยนแปลงแนวคิด วิธีการ รูปแบบ การวางแผน การใช้กลยุทธ์ ช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ รวมถึงคุณธรรม จริยธรรมและจิตวิทยาการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ เกิดการประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ที่ทันต่อยุคสมัย สามารถตอบสนองกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และทันเหตุการณ์ มีรายละเอียดหัวข้อวิชา ดังนี้

8.1.1 การคิดสร้างสรรค์เชิงประชาสัมพันธ์ 3 ชั่วโมง

การคิดเชิงบวก มองปัญหาหรือสถานการณ์ในรูปแบบใหม่ การสร้างแรงบันดาลใจจากภายในบุคคล เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ สามารถพัฒนาทักษะในการบูรณาการ กระบวนการและวิธีคิดที่นำไปสู่การบรรลุเป้าหมายในชีวิต และการทำงานประชาสัมพันธ์ การเสริมสร้างทักษะการคิดด้วยวิธีการสังเกต สังเคราะห์ การประเมินสถานการณ์ภายในและภายนอกองค์กร การจัดลำดับความสำคัญ การแสวงหามุมมองใหม่ ทางเลือกใหม่

8.1.2 การปฏิบัติการเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Persuasion and Attitude Changes) 3 ชั่วโมง

แนวคิดและองค์ประกอบของการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการโน้มน้าวใจสำหรับผู้ปฏิบัติการเข้าใจด้านจิตวิทยากับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การพูด การเขียน เพื่อการโน้มน้าวใจในงานประชาสัมพันธ์ ประโยชน์ที่บุคคลและองค์กรได้รับจากการโน้มน้าวใจและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

8.1.3 อิทธิพลของสื่อโซเชียลต่อการสื่อสาร (High Order Social Communication) 3 ชั่วโมง

ประเภทของสื่อ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการทำงานด้วยสื่อโซเชียลทั้งเชิงบวกและเชิงลบ วิกฤติ และโอกาสของการใช้สื่อโซเชียลในการสื่อสาร



8.1.4 การวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Public Relations Planning) 3 ชั่วโมง

ความสำคัญและองค์ประกอบของแผนการประชาสัมพันธ์ การวิเคราะห์ยุทธศาสตร์องค์กร การวิเคราะห์สถานการณ์ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย กำหนดวัตถุประสงค์ เครื่องมือ งบประมาณ ระยะเวลา และการประเมินผล เพื่อจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์องค์กรทั้งในเชิงรุกและเชิงรับ สามารถแก้ไขปัญหาได้ทันตามสถานการณ์

8.1.5 กลยุทธ์ข้อมูลข่าวสารและช่องทางการเผยแพร่ (Content & Channel Strategies) 6 ชั่วโมง

Content : บทบาทและความสำคัญของกลยุทธ์การสร้างสรรค์เนื้อหาสำหรับงานประชาสัมพันธ์ กระบวนการออกแบบ ผลิต และสื่อสารเนื้อหาสำหรับงานประชาสัมพันธ์

Channel : กลยุทธ์การหลอมรวมสื่อออฟไลน์-ออนไลน์ ช่องทางการประชาสัมพันธ์แบบออฟไลน์-ออนไลน์ การหลอมรวมสื่อกับการประชาสัมพันธ์

เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ตรงใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย อย่างถูกต้อง รวดเร็ว

8.1.6 การวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์องค์กร / การคิดประเด็นและวิธีวิจัยสำหรับองค์กร

3 ชั่วโมง

การวิเคราะห์อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ และชื่อเสียงองค์กร การวิเคราะห์ยุทธศาสตร์องค์กร เพื่อสร้างกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การประยุกต์ใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เพื่อจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์องค์กรทั้งในเชิงรุกและเชิงรับ และเพื่อสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ภายใต้บริบททางสังคมที่แตกต่างกัน

8.1.7 กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร (Image Building Strategies) 3 ชั่วโมง

บทบาท ความสำคัญและประเภทของภาพลักษณ์ แนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ การวิเคราะห์องค์กร หลักการ วิธีคิดการสร้างภาพลักษณ์องค์กร กิจกรรมและช่องทางในการประชาสัมพันธ์และรักษาภาพลักษณ์ขององค์กร

8.1.8 การบริหารประเด็น (Issue Management) 3 ชั่วโมง

แนวคิดหลักของงานสื่อสารองค์กร และภาพลักษณ์ขององค์กร การเข้าใจอัตลักษณ์ขององค์กร การสร้างประเด็นการสื่อสารในสภาวะปกติ การวิเคราะห์ประเด็น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อป้องกันการเกิดผลกระทบเชิงลบ หรือสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อองค์กร

8.1.9 การบริหารโครงการและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ 6 ชั่วโมง

หลักการและแนวทางในการบริหารโครงการและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ การออกแบบวิธีการติดตามและประเมินผลโครงการ และกิจกรรมทางสื่อออนไลน์

8.1.10 การสื่อสารภายในองค์กร (Internal PR and Cultivation) 3 ชั่วโมง

บทบาทและความสำคัญของการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร สื่อและช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร ให้ประสบผลสำเร็จ



8.1.11 เทคนิคและเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ (PR Tactics and Tools) 3 ชั่วโมง

กลวิธีและเครื่องมือประชาสัมพันธ์สู่การปฏิบัติงาน แนวคิดการประชาสัมพันธ์ ก่อ กั้น แก่ กับ การปฏิบัติงาน กลวิธีการเลือกเครื่องมือประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ กลวิธีการสร้างภาพเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ และกลวิธีสร้างสรรค์งานประชาสัมพันธ์ด้วยสมาร์ทโฟน

8.1.12 การบริหารจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data and Analytics) 3 ชั่วโมง

ความหมาย ความสำคัญ วิธีการรวบรวม การจัดการ การวิเคราะห์ และประโยชน์ของ Big Data Big Data Concept/Big Data Cases/Analytics Tool Recommendation

8.1.13 ทักษะการเข้าสังคม (Social Skill Activity) 3 ชั่วโมง

การพัฒนาบุคลิกภาพนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ ทักษะการเป็นพิธีกร ศิลปะการพูดเพื่อการ ประชาสัมพันธ์

8.1.14 คุณธรรม จริยธรรม นักประชาสัมพันธ์ 3 ชั่วโมง

ความหมาย ความสำคัญ หลักการการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ตามหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ

8.1.15 กฎหมายและจริยธรรมในการสื่อสาร (Law and Ethics in Communication) 3 ชั่วโมง

สิทธิ หน้าที่ และเสรีภาพของบุคคลตามกฎหมาย / กฎหมายที่สำคัญในการสื่อสารยุคดิจิทัล / การตัดสินใจเชิงจริยธรรมด้านการสื่อสาร

8.1.16 แนวปฏิบัติเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาการล่วงละเมิดหรือคุกคามทางเพศในการทำงาน

3 ชั่วโมง

แนวทางการปฏิบัติ สร้างความรู้ความเข้าใจ เพื่อป้องกันแก้ไขปัญหาการล่วงละเมิดหรือคุกคาม ทางเพศในการทำงาน และการปฏิบัติเมื่อเกิดการล่วงละเมิดหรือคุกคามทางเพศในการทำงาน เพื่อให้บุคลากร ปฏิบัติต่อกันอย่างให้เกียรติและเคารพซึ่งกันและกัน

8.2 ทหวมวดการประชาสัมพันธ์แบบบูรณาการ (รวม 45 ชั่วโมง)

วัตถุประสงค์ เพื่อเพิ่มทักษะ ความรู้ เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรม การตลาด การผลิต สื่อออนไลน์ การเปลี่ยนผ่านองค์กรดิจิทัล การรับมือกับสื่อมวลชน การปรับตัวในภาวะวิกฤตด้านประชาสัมพันธ์ และสื่อสารมวลชน สามารถนำไปใช้บูรณาการร่วมกัน และพร้อมรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล มีรายละเอียดหัวข้อวิชา ดังนี้

8.2.1 การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ (Integrated Marketing Communication : IMC) 3 ชั่วโมง

แนวคิดเบื้องต้นของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เครื่องมือ การสื่อสารการตลาด การวางแผนการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การนำเสนอแผนการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การใช้ IT และเครื่องมือสื่อสารการตลาดยุคใหม่



8.2.2 การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Event Organization) 3 ชั่วโมง

แนวคิด ความรู้ และความสำคัญการจัดกิจกรรมกับการประชาสัมพันธ์ การคิดรูปแบบกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เทคนิคและเครื่องมือออฟไลน์-ออนไลน์ ในการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ ทักษะการประสานงานและการเตรียมตัวรับสถานการณ์ในการจัดกิจกรรม

8.2.3 การตลาดธุรกิจบริการ (Service Marketing) 3 ชั่วโมง

ความหมาย หลักการ แนวคิด การแบ่งกลุ่มประเภทสินค้าบริการ การจัดการบริการประเภทต่างๆ คุณภาพงานบริการ การรักษาคูณภาพให้ได้มาตรฐาน ส่วนประสมทางการตลาดแบบธุรกิจบริการ ผลตอบแทนของธุรกิจและบริการ ความสัมพันธ์ระหว่างงานบริการและกำไร

8.2.4 การผลิตสื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ 12 ชั่วโมง

ความหมาย ความสำคัญ บทบาท และประเภทของสื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ฝึกปฏิบัติการการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) เพื่อการประชาสัมพันธ์ การใช้ Smart Phone การสร้างเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ การสืบค้นและการจัดเก็บข้อมูลเพื่อสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์ การจัดทำสื่อ Info Graphics การถ่ายวิดีโอและตัดต่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

8.2.5 การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) 3 ชั่วโมง

แนวคิดและกระบวนการสื่อสารทางการเมือง การเขียนแผนรณรงค์การประชาสัมพันธ์ทางการเมือง การเลือกใช้สื่อและการสร้างเครือข่ายการสื่อสารทางการเมือง

8.2.6 การปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัล (Digital Transformation) กับ การปฏิสัมพันธ์กับ

กลุ่มเป้าหมายยุคดิจิทัล (Digital Engagement) 3 ชั่วโมง

ภูมิทัศน์สื่อ ลักษณะของสื่อ แนวโน้มและสถานการณ์การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ของโลก ในยุคดิจิทัลที่ส่งผลต่อการประชาสัมพันธ์องค์กร องค์ประกอบในการปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัล การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การสร้างการปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายยุคดิจิทัล

8.2.7 การปฏิบัติการข่าวสารและโฆษณาชวนเชื่อ (IO and Propaganda) 3 ชั่วโมง

ความหมาย ประเภท องค์ประกอบ รูปแบบ ช่วงเวลา และสถานการณ์เพื่อการปฏิบัติการข่าวสาร ความเหมือนและแตกต่างระหว่าง IO and Propaganda

8.2.8 การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต (Crisis Public Relations) 3 ชั่วโมง

แนวคิดเรื่องสื่อสารและกระบวนการสื่อสารในภาวะวิกฤติ ความเสี่ยง เทคนิคการสื่อสารในภาวะวิกฤติ การวิเคราะห์ประเด็นวิกฤติขององค์กร การวางแผนและการปฏิบัติการสื่อสารในภาวะวิกฤติ

8.2.9 สื่อมวลชนสัมพันธ์ (Media Relations) 3 ชั่วโมง

ความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันสื่อมวลชน องค์กร-สังคม บทบาทและความสำคัญของกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ในงานประชาสัมพันธ์ การจัดการกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์สำหรับองค์กร การสร้างความสัมพันธ์กับสื่อ รูปแบบ วิธีการ เทคนิคการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี เพื่อครองใจสื่อมวลชน



8.2.10 เทคนิคการบอกเล่าเรื่องเพื่อนำเสนออย่างมืออาชีพ (Story Telling) 6 ชั่วโมง
การจัดทำโครงสร้าง องค์ประกอบ ขั้นตอน หลักการ เทคนิคการออกแบบสื่อ การนำเสนอ การเล่าเรื่องให้น่าสนใจ เหมาะสมกับเนื้อหาและบริบท

8.2.11 กลยุทธ์การสร้างสรรค้กิจกรรมเสวนาทางวิชาการ 3 ชั่วโมง
แนวคิด วิธีการ หลักการ การจัดกิจกรรมเสวนาทางวิชาการ เพื่อประโยชน์ของบุคคล องค์กร และประเทศชาติ

8.3 หมวดกิจกรรมพิเศษ จำนวน 78 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อชี้แจงแนวทางการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อการจัดทำรายงานการนำเสนอ ผลงาน ตลอดจนการเสริมสร้างการทำงานเป็นทีม มีรายละเอียดหัวข้อวิชา ดังนี้

8.3.1 การลงทะเบียน / พิธีเปิด / ปฐมนิเทศ / Pre-test 3 ชั่วโมง

8.3.2 การเสริมสร้างพัฒนาทีมงานด้านการประชาสัมพันธ์ 24 ชั่วโมง

คุณธรรม จริยธรรม ความมีระเบียบวินัย ความรับผิดชอบต่อหน้าที่และเพื่อนร่วมงาน รวมทั้งการจัดกิจกรรมสร้างสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการทำงานเป็นทีม

8.3.3 ประชุมกลุ่มเพื่อเตรียมความพร้อมการจัดเสวนา 6 ชั่วโมง

8.3.4 ประชุมกลุ่มเตรียมงานการศึกษาดูงานต่างประเทศ 6 ชั่วโมง

8.3.5 ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูล การจัดทำรายงาน นำเสนอผลงาน และวิพากษ์ผลงาน จากการศึกษาดูงาน 24 ชั่วโมง

8.3.6 กิจกรรมสร้างเสริมสร้างเครือข่าย 12 ชั่วโมง

8.3.7 ประเมินท้ายหลักสูตร / พิธีมอบประกาศนียบัตร / พิธีปิด 3 ชั่วโมง

8.4 หมวดการสร้างเสริมประสบการณ์เชิงประจักษ์ (รวม 54 ชั่วโมง)

วัตถุประสงค์ เพื่อเป็นการเพิ่มพูนประสบการณ์ เปิดโลกทัศน์ด้านการบริหารจัดการสื่อขององค์กร การบริหารภาพลักษณ์องค์กรในประเทศ นวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อการประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์องค์กร และการตลาด รวมทั้งสามารถนำมาประยุกต์ให้เข้ากับองค์กร ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์ด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนกับองค์กรชั้นนำ

9. กรอบเวลาในการจัดทำรายงานเฉพาะบุคคล

การจัดทำเอกสารรายงานเฉพาะบุคคลเป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณาประเมินผลเพื่อผ่านการอบรม ในหลักสูตร ผู้เข้ารับการศึกษาอบรมหลักสูตรนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพแบบบูรณาการ รุ่นที่ 1 (Integrated Professional Public Relations Officer) (สื่อมวลชนสัมพันธ์) กำหนดให้ผู้เข้าอบรมทุกคนจะต้องทำและนำเสนอรายงานเฉพาะบุคคลในหัวข้อที่สนใจและประเด็นที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน ส่วนการพิจารณาจะเป็นไปตามหลักเกณฑ์และมาตรฐานตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร โดยกำหนดรายละเอียดของเวลาในการจัดทำรายงานตั้งแต่ขั้นตอนการนำเสนอหัวข้อและเค้าโครงรายงานเฉพาะบุคคล และช่วงเวลาการจัดส่งรายงานเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้ารับการศึกษาอบรมปรึกษาหารือและขอคำแนะนำเพิ่มเติม



จากอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งผู้เข้ารับการฝึกอบรมต้องนำเสนอรายงานต่อคณะกรรมการการวิพากษ์หลักสูตร ประกอบด้วย ผู้บริหารกรมประชาสัมพันธ์ ผู้อำนวยการสถาบันการประชาสัมพันธ์ และอาจารย์ที่ปรึกษาหลักสูตร และปรับแก้ไขรายงานฉบับสมบูรณ์ต่อไป

ขั้นตอนการจัดทำรายงานเฉพาะบุคคล

- | | |
|--|---------------|
| 1. ชี้แจงการทำรายงานเฉพาะบุคคล โดยอาจารย์ที่ปรึกษาหลักสูตร | สัปดาห์ที่ 2 |
| 2. ส่งหัวข้อและเค้าโครงเอกสารรายงานเฉพาะบุคคล | สัปดาห์ที่ 3 |
| 3. ส่งบทที่ 1 | สัปดาห์ที่ 5 |
| 4. ส่งบทที่ 2-3 | สัปดาห์ที่ 7 |
| 5. ส่งร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ | สัปดาห์ที่ 9 |
| 6. นำเสนอและวิพากษ์ผลงาน | สัปดาห์ที่ 10 |
| 7. การนำเสนอรายงานเฉพาะบุคคลต่อคณะกรรมการการวิพากษ์หลักสูตร คนละไม่เกิน 5 – 7 นาที | |

ในวันก่อนปิดการฝึกอบรม 1 วัน

10. ระยะเวลาและขอบเขตของการฝึกอบรม

การอบรมหลักสูตรนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพแบบบูรณาการ รุ่นที่ 1 (Integrated Professional Public Relations Officer) (สื่อมวลชนสัมพันธ์) กำหนดระยะเวลาในการอบรม 10 สัปดาห์ ๆ ละ 3 วัน (พุธ พุธที่สบัติ ศุกร์) ระหว่างวันที่ 30 มิถุนายน – 27 สิงหาคม 2564 รวมถึงศึกษาดูงานภายในประเทศ จำนวน 4 - 5 วัน

11. ผลสัมฤทธิ์ของโครงการที่คาดหวัง และตัวชี้วัด

ผลลัพธ์ ผู้ผ่านการฝึกอบรมมีความรู้ ความเข้าใจงานด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนถูกต้องตามหลักวิชาการ โดยการจัดทำรายงานเฉพาะบุคคล และสามารถประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลผลิต	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การวัด
1. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมผ่านเกณฑ์การฝึกอบรมที่กำหนดตามหลักสูตร	ร้อยละของผู้เข้าฝึกอบรมมีคุณสมบัติตามเกณฑ์การประกันคุณภาพการฝึกอบรมของสถาบันฯ	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 75
2. รายงานการศึกษาเพื่อพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ (รายงานเฉพาะบุคคล)	รายงานการศึกษา (รายงานเฉพาะบุคคล)	คนละ 3 ฉบับ
3. ผู้เข้ารับการอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนเพิ่มขึ้น	ร้อยละของผู้เข้ารับการอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนเพิ่มขึ้น	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80

12. เงื่อนไขการสำเร็จการอบรม

ในการเข้าร่วมอบรมในหลักสูตรนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพแบบบูรณาการ รุ่นที่ 1 (Integrated Professional Public Relations Officer) (สื่อมวลชนสัมพันธ์) กำหนดเงื่อนไขการสำเร็จการอบรมไว้ดังต่อไปนี้

1. ต้องมีเวลาเข้าฟังและเสนอความคิดเห็นในห้องเรียนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 75 ของเวลาเรียนทั้งหมด ผู้ที่ขาดการอบรมในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ขอความกรุณาส่งใบลา แต่ยงนับว่าเป็นวันขาดเรียน
2. ต้องมีส่วนร่วมในกิจกรรมตลอดหลักสูตร และต้องเข้าร่วมกิจกรรมการศึกษาดูงาน การจัดเสวนา
3. จัดทำเอกสารรายงานเฉพาะบุคคล เอกสารสรุปรายวิชา เอกสารสรุปการศึกษาดูงาน และส่งตามระยะเวลาที่กำหนดในหลักสูตร
4. จัดทำรายงานและนำเสนอผลงานหรืองานที่ได้รับมอบหมายตามกำหนดเวลา และจะต้องส่งฉบับสมบูรณ์เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการหลักสูตรในการพิจารณาจบหลักสูตร
5. หากผู้เข้ารับการฝึกอบรมรายใดไม่ส่งรายงานเฉพาะบุคคล ภายในสัปดาห์ที่ 9 สถาบันการประชาสัมพันธ์ ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาแจ้งไปยังต้นสังกัด ว่าท่านไม่ผ่านการฝึกอบรม และไม่คืนค่าลงทะเบียนในการเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรฯ

13. การรับรองหลักสูตร

- 13.1 จัดทำรายละเอียดหลักสูตร นักประชาสัมพันธ์มืออาชีพแบบบูรณาการ
- 13.2 จัดทำรายงานผลการประเมินการฝึกอบรมหลักสูตร นักประชาสัมพันธ์มืออาชีพแบบบูรณาการ ในรอบปีงบประมาณที่ผ่านมา
- 13.3 จัดทำฐานข้อมูลผู้ผ่านการฝึกอบรม
- 13.4 นำเสนอคณะกรรมการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศ พิจารณาให้ข้อเสนอแนะ การปรับปรุง และให้การรับรอง





ตารางการฝึกอบรม
หลักสูตร นักประชาสัมพันธ์มืออาชีพแบบบูรณาการ รุ่นที่ 1
(Integrated Professional Public Relations Officer)
(เลื่อนวชนสัมพันธ์)

ศึกษาดูงานในประเทศ (ต่างจังหวัด) 4-5 วัน
 ระหว่างวันพุธที่ 30 มิถุนายน - วันศุกร์ที่ 27 สิงหาคม 2564 อบรม 9 สัปดาห์ ๆ ละ 3 วัน (พุธ พุธที่สบัติ ศุกร์)
 จัดโดย สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

เวลา	08.30 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.	
วัน	สัปดาห์ที่ 1		
วันพุธที่ 30 มิ.ย. 64	08.00 น. - ลงทะเบียน 09.00 น. - พิธีเปิด / Welcome Drinks - ปฐมนิเทศ ชี้แจงหลักสูตร โดย ผอ.สปช.	ความคิดสร้างสรรค์เชิงประชาสัมพันธ์	
วันพฤหัสบดีที่ 1 - วันเสาร์ที่ 3 มิถุนายน 2564 (3 วัน) กิจกรรมการเข้าค่าย "การเสริมสร้างพัฒนาทีมงานด้านการประชาสัมพันธ์" (คุณธรรม จริยธรรม ความมีระเบียบวินัย ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ การทำงานเป็นทีม ฯลฯ) เข้าค่ายพักแรม ณ			
วันพฤหัสบดีที่ 1 ก.ค. 64	- 8.00 น. ออกเดินทางร่วมกิจกรรมมา - 10.00 น. ศึกษาดูงาน ณ - 11.30 น. ออกเดินทางไป ณ	13.00 - 16.00 น.	18.00 - 21.00 น.
		กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ (ฝึกปฏิบัติ)	กิจกรรมสร้างทีมงาน (ฝึกปฏิบัติ)
วันศุกร์ที่ 2 ก.ค. 64	กิจกรรมปรับกระบวนทัศน์และกิจกรรมเชิงปฏิบัติการสู่ความเป็น เลิศในการทำงานเป็นทีม (ฝึกปฏิบัติ)	13.00 - 16.00 น.	18.00 - 21.00 น.
		กิจกรรมการสร้างทีมงาน ด้านการประชาสัมพันธ์ (ฝึกปฏิบัติ)	กิจกรรมเสริมสร้าง การทำงานเป็นทีม (ฝึกปฏิบัติ)
วันเสาร์ที่ 3 ก.ค. 64	กิจกรรมสร้างฝัน/ฝ่าฟันปัญหา/พันธะสัญญา(ฝึกปฏิบัติ)	13.00 น. เดินทางกลับสู่สถาบันการประชาสัมพันธ์	

วัน	เวลา	80.30 น.	09.00 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.	
สัปดาห์ที่ 2					
วันพุธที่ 7 ก.ค.64	กิจกรรมสร้างเสริมประสบการณ์แก่ประชาสัมพันธ		อิทธิพลของโซเชียลมีเดียต่อการสื่อสาร (High Order Social Communication)	การปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัล (Digital Transformation) กับ การปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายยุคดิจิทัล (Digital Engagement)	
วันพฤหัสบดีที่ 8 ก.ค.64			การวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์องค์กร การคิดประเด็นและวิธีวิจัยสำหรับองค์กร / ปฏิบัติ (งานเดี่ยว)		
วันศุกร์ที่ 9 ก.ค.64			การวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Public Relations Planning)	กลยุทธ์การสร้างสรรค กิจกรรมเสวนาทางวิชาการ	17.00 - 20.00 น. ประชุมเตรียมงาน เสวนาทางวิชาการ
สัปดาห์ที่ 3					
วันพุธที่ 14 ก.ค.64	กิจกรรมสร้างเสริมประสบการณ์แก่ประชาสัมพันธ		กลยุทธ์ข้อมูลข่าวสารและช่องทางการเผยแพร่ (Content & Channel Strategies)	การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication)	
วันพฤหัสบดีที่ 15 ก.ค.64			การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ / ฝึกปฏิบัติ	การสื่อสารภายในองค์กร (Internal PR and Cultivation)	
วันศุกร์ที่ 16 ก.ค.64			การบริหารโครงการและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ / ฝึกปฏิบัติ		17.00 - 20.00 น. กิจกรรมสร้างเครือข่าย รุ่นพี่พบรุ่นน้อง
สัปดาห์ที่ 4					
วันพุธที่ 21 ก.ค.64	กิจกรรมสร้างเสริมประสบการณ์แก่ประชาสัมพันธ		การปฏิบัติการเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Persuasion and Attitude Changes)	การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ (Integrated Marketing Communication : IMC)	
วันพฤหัสบดีที่ 22 ก.ค.64			เทคนิคการผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล/ ฝึกปฏิบัติ (เทคนิคการถ่ายภาพ/ การสืบค้นและการจัดการข้อมูลเพื่อสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์) (การจัดทำสื่อ info graphics / การถ่ายวิดีโอและตัดต่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์ด้วย Smartphone)		17.00 - 20.00 น. ประชุมเตรียมงาน เสวนาทางวิชาการ
วันศุกร์ที่ 23 ก.ค.64			วันอาสาฬหบูชา		

เวลา วัน	08.30 น.	09.00 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.
สัปดาห์ที่ 5			
วันพุธที่ 28 ก.ค.64		วันเฉลิมพระชนมพรรษาพระบาทสมเด็จพระปรเมนทรรามาธิบดีศรีสินทรมหาวชิราลงกรณพระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว	
วันพฤหัสบดีที่ 29 ก.ค.64	กิจกรรมเสริมสร้างประสบการณ์กับประชาชนสัมพันธ์	การศึกษาดูงานในประเทศ ด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creative) และการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ (PR Event)	การศึกษาดูงานในประเทศ ด้านการปรับตัวของสื่อในยุคดิจิทัล กลยุทธ์การวางแผน วิธีการและรูปแบบ การผลิตและเผยแพร่สื่อในยุคดิจิทัล
วันศุกร์ที่ 30 ก.ค.64		การตลาดบริการ (Service Marketing)	ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูล การจัดทำรายงาน อ.ที่ปรึกษาหลักสูตร /ผู้ช่วยวิทยากร
สัปดาห์ที่ 6			
วันพุธที่ 4 ส.ค.64	กิจกรรมเสริมสร้างประสบการณ์กับประชาชนสัมพันธ์	เทคนิคและเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ (PR Tactics and Tools)	ประชุมเตรียมงานเสวนาทงวิชาการ
วันพฤหัสบดีที่ 5 ส.ค.64		การจัดกิจกรรมเสวนาทงวิชาการในประเด็น ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชนร่วมสมัย ดำเนินการโดยผู้เข้าอบรม	
วันศุกร์ที่ 6 ส.ค.64		กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร (Image Building Strategies)	การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต (Communication in a Crisis)
สัปดาห์ที่ 7			
ศึกษาดูงาน ด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชน ณ จังหวัด..... ระหว่างวันที่ 11 - 14 สิงหาคม 2564 (4 วัน 3 คืน)			

วัน	เวลา	08.30 น.	08.30 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.	
สัปดาห์ที่ 8					
วันพุธที่ 18 ส.ค.64	กิจกรรมเสริมสร้างประสบการณ์แก่ประชาสัมพันธ์	เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อนำเสนออย่างมีอาชีพ (Story Telling)		การบริหารประเด็น / ฝึกปฏิบัติ (Issue Management)	
วันพฤหัสบดีที่ 19 ส.ค.64		การบริหารจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data and Analytics)		การปฏิบัติการข่าวสารและโฆษณาชวนเชื่อ (IO and Propaganda)	
วันศุกร์ที่ 20 ส.ค.64		Social Skill Activity/ฝึกปฏิบัติ		ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดทำรายงาน อ.ที่ปรึกษาหลักสูตร / ผู้ช่วยวิทยากร	
สัปดาห์ที่ 9					
วันพุธที่ 25 ส.ค.64		กฎหมายและจริยธรรมในการสื่อสาร (Law and Ethics in Communication)		คุณธรรมจริยธรรมนักประชาสัมพันธ์	
วันพฤหัสบดีที่ 26 ส.ค.64		กิจกรรมนำเสนอผลงานและวิพากษ์ผลงาน รองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์/ อ. ที่ปรึกษาหลักสูตร / ผู้อำนวยการสถาบันการประชาสัมพันธ์			17.00 – 20.00 น. กิจกรรมเสริมสร้างทีมงาน นักประชาสัมพันธ์
วันศุกร์ที่ 27 ส.ค.64		ฝึกปฏิบัติปรับแก้การจัดทำรายงาน		การพัฒนาบุคลิกภาพนักประชาสัมพันธ์ กิจกรรมเสริมเสริมเครือข่ายนักประชาสัมพันธ์/ ประเมินผลท้ายหลักสูตรพิธีปิดการฝึกอบรม / มอบใบประกาศนียบัตร	

หมายเหตุ เวลา 10.30 - 10.45 น. / 14.30 - 14.45 น. พักรับประทานอาหารว่างและเครื่องดื่ม
เวลา 12.00 - 13.00 น. พักรับประทานอาหารกลางวัน
เวลา 20.00 - 21.00 น. พักรับประทานอาหารเย็น

* สถาบันฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงข้อมูล ทั้งนี้เพื่อความเหมาะสมและประโยชน์สูงสุดของผู้เข้ารับการฝึกอบรม



โครงการฝึกอบรม
หลักสูตร “เทคนิคการเป็นพิธีกร” รุ่นที่ ๓๙
ระหว่างวันที่ ๑๘ – ๒๑ มกราคม ๒๕๖๔
จัดโดย สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

๑. หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันนี้มีหน่วยงานจำนวนมากที่บุคลากรไม่มีทักษะในการพูดในที่ชุมชน ประกอบกับบุคลากรบางคนมีภารกิจที่จะต้องทำหน้าที่ในการพูดบนเวที และมีหลายคนที่ยังขาดทักษะในการพูด ทั้งในฐานะผู้ได้รับเชิญให้พูด หรือผู้ที่ทำหน้าที่เป็นพิธีกรบนเวที

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

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรม มีความรู้ ทักษะด้านพิธีกร สามารถพูด และทำหน้าที่พิธีกรในงานพิธีการต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง และมีหลักการ

๒.๒ เพื่อพัฒนาผู้ที่เข้าฝึกอบรมให้เกิดความมั่นใจในการทำหน้าที่พิธีกรมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งเป็นการส่งเสริมให้เกิดการประสานงาน การสร้างเครือข่าย การแลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำงานระหว่างผู้เข้าร่วมอบรมด้วยกัน และการพัฒนาบุคลิกภาพให้เหมาะสมกับหน้าที่พิธีกร

๓. กลุ่มเป้าหมาย

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

๔. คุณสมบัติของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

- ๔.๑ มีอายุ ๑๘ ปี ขึ้นไป
- ๔.๒ เป็นผู้ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการประชาสัมพันธ์ด้านพิธีกร และผู้เกี่ยวข้องกับการพูดบนเวที
- ๔.๓ เป็นผู้มีความประพฤติดี มีสุขภาพแข็งแรง ไม่มีโรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคในการเข้ารับการอบรมตลอดหลักสูตร
- ๔.๔ เป็นผู้ไม่ปฏิบัติหรือได้รับมอบหมายภารกิจอื่นใดในช่วงของการฝึกอบรม
- ๔.๕ ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบของผู้เข้ารับการอบรม ตามที่สถาบันการประชาสัมพันธ์กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด



๕. จำนวนผู้เข้ารับการอบรม จำนวนทั้งสิ้น ๔๐ คน

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

๖. โครงสร้างหลักสูตร

การฝึกอบรมแบ่งเป็น ๒ หมวดวิชา รวมระยะเวลาทั้งสิ้น ๒๗ ชั่วโมง ดังนี้

- ๖.๑ หมวดความรู้พื้นฐานสำหรับงานพิธีกร เทคนิคการเป็นพิธีกร การพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับการเป็นพิธีกร และรู้เท่าทันสื่อพิธีกรในยุคดิจิทัล จำนวน ๑๒ ชั่วโมง
- ๖.๒ หมวดกิจกรรมพิเศษ ฝึกการเขียนสคริปต์ ฝึกปฏิบัติ และวิพากษ์ผลงาน จำนวน ๑๕ ชั่วโมง

๗. รายละเอียดหลักสูตร (รวม ๒๗ ชั่วโมง)

- ๗.๑ ความรู้พื้นฐานสำหรับงานพิธีกร ๓ ชั่วโมง
 - ความหมายและความสำคัญของพิธีกร
 - บทบาทหน้าที่ของพิธีกร
 - คุณสมบัติของพิธีกร
 - การเตรียมตัวในการทำหน้าที่พิธีกร
- ๗.๒ เทคนิคการเป็นพิธีกร ๓ ชั่วโมง
 - การพูดในสถานการณ์ต่าง ๆ และโน้มน้าวผู้ฟัง
 - การใช้ไมโครโฟน
 - การใช้เสียงในบรรยากาศต่าง ๆ
- ๗.๓ การพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับการเป็นพิธีกร ๓ ชั่วโมง
 - บุคลิกภาพของพิธีกร
 - การเตรียมตัว เสื้อผ้า หน้าผมให้เหมาะสมกับงาน และโอกาส
 - การแสดงสีหน้า และกริยาท่าทาง (การยืน การเดิน การใช้มือ การเคลื่อนไหว)
 - การมีมนุษยสัมพันธ์ และมารยาท
- ๗.๔ การเขียนสคริปต์ และฝึกปฏิบัติ ๓ ชั่วโมง
 - การกำหนดรูปแบบ ขั้นตอน ลำดับการจัดงาน
 - การออกแบบกำหนดการในพิธีต่าง ๆ
 - เทคนิคการดึงความสนใจ/การสร้างความประทับใจ
 - การพูดภายใต้สถานการณ์ที่กำหนด
 - ปัจจัยที่ช่วยให้การพูดสัมฤทธิ์ผล
- ๗.๕ ฝึกการเตรียมความพร้อมการเป็นพิธีกร เดี่ยว/คู่ (เป็นทางการและไม่เป็นทางการ) ๓ ชั่วโมง
 - ฝึกบุคลิกภาพการเป็นพิธีกร
 - ฝึกการพูดอ่านออกเสียงที่ถูกต้องทั้งจังหวะและอักขรวิธี
 - ฝึกการใช้ไหวพริบปฏิภาณในการเป็นพิธีกร
- ๗.๖ ฝึกปฏิบัติการเป็นพิธีกรบนเวทีในงานที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ๙ ชั่วโมง
- ๗.๗ รู้เท่าทันสื่อพิธีกรในยุคดิจิทัล ๓ ชั่วโมง
 - ความรู้พื้นฐานเรื่องสื่อดิจิทัล
 - รู้เท่าทันสื่อ ยกตัวอย่างพิธีกรรายการต่าง ๆ ที่มีผลกระทบ
 - สถานการณ์พิธีกรในปัจจุบัน (ออกสื่อตลอดเวลา อาทิ การไลฟ์สด เฟสบุ๊กไลฟ์)



๘. วิทยากรผู้บรรยาย

ผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ด้านงานพิธีกร จากกรมประชาสัมพันธ์ และหน่วยงานภายนอก

๙. รูปแบบการฝึกอบรม

การบรรยาย ฝึกปฏิบัติ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และระดมความคิดเห็น

๑๐. ผลสัมฤทธิ์ของโครงการที่คาดว่าจะได้รับและตัวชี้วัด

ผลลัพธ์ ผู้ที่ผ่านการฝึกอบรมสามารถทำหน้าที่พิธีกรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และถูกหลักการ

ผลผลิต	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การวัด
๑. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ ความเข้าใจ สามารถทำหน้าที่ พิธีกร ในพิธีการต่างๆ ได้อย่าง ถูกต้อง	ร้อยละการนำเสนอผลงาน ที่นำเสนอ ให้วิทยากรวิพากษ์ ผ่านตามเกณฑ์	ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๐
๒. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความพึงพอใจ ในการเข้ารับการ ฝึกอบรม	ร้อยละของผู้เข้ารับการฝึกอบรม ที่พึงพอใจในการบริหารจัดการ หลักสูตร	ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐
๓. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความ ตั้งใจในการเข้ารับการฝึกอบรม	ร้อยละของเวลาฝึกอบรมตลอด หลักสูตรของผู้เข้ารับการฝึกอบรม แต่ละคน	ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐

๑๑. ระยะเวลาดำเนินการฝึกอบรม

วันที่ ๓๙ ระหว่างวันที่ ๑๘ - ๒๑ มกราคม ๒๕๖๔

๑๒. สถานที่ฝึกอบรม

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

๑๓. งบประมาณในการฝึกอบรม

- งบประมาณบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์
- เงินค่าลงทะเบียน (จำนวน ๓๐ คน ๆ ละ ๕,๙๐๐.- บาท)

๑๔. การประเมินผลและติดตามผล

- ๑๔.๑ การซักถาม การสังเกต และการสัมภาษณ์
- ๑๔.๒ การฝึกปฏิบัติ การระดมความคิดเห็น และการนำเสนอผลการศึกษา
- ๑๔.๓ การประเมินผลรายวิชา และการประเมินผลท้ายหลักสูตร



๑๕. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๑๕.๑ ผู้เข้ารับการฝึกอบรมสามารถทำหน้าที่พิธีกรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๑๕.๒ ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้เพิ่มศักยภาพ และยกฐานะตนเองให้เป็นพิธีกรแบบมืออาชีพ

๑๕.๓ ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และแสดงความคิดเห็นระหว่างกัน ซึ่งจะ
เป็นประโยชน์ในการปฏิบัติหน้าที่ต่อไปในอนาคต

๑๖. ผู้รับผิดชอบโครงการ

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์





ตารางฝึกอบรม

หลักสูตร “เทคนิคการเป็นพิธีกร” รุ่นที่ 39

ระหว่างวันที่ 18 - 21 มกราคม 2564 ณ สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

วัน - เวลา	08.00 - 09.00 น.	09.00 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.	16.00 - 19.00 น.
วันจันทร์ที่ 18 มกราคม 2564	- ลงทะเบียน - พิธีเปิด - แนะนำคณะทำงานและ กฎเกณฑ์การฝึกอบรม	ความรู้พื้นฐาน สำหรับงานพิธีกร	เทคนิคการเป็นพิธีกร	กิจกรรม การเลือกคณะกรรมการบริหารรุ่น
วันอังคารที่ 19 มกราคม 2564	09.00 - 12.00 น.		13.00 - 16.00 น.	
	รู้เท่าทันสื่อพิธีกรในยุคดิจิทัล		การพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับการเป็นพิธีกร/ฝึกปฏิบัติ	
วันพุธที่ 20 มกราคม 2564	09.00 - 12.00 น.		13.00 - 16.00 น.	17.00 - 20.00 น.
	การเขียนสคริปต์ และฝึกปฏิบัติพิธีกร		แบ่งกลุ่ม ฝึกการเตรียมความพร้อมการเป็น พิธีกรเดี่ยว /คู่	แบ่งกลุ่ม ฝึกปฏิบัติการเป็นพิธีกร ในงานไม่เป็นทางการ และกิจกรรมการสร้างเครือข่าย
วันพฤหัสบดีที่ 21 มกราคม 2564	09.00 - 12.00 น.		13.00 - 16.00 น.	16.00 - 16.30 น.
	แบ่งกลุ่ม ฝึกปฏิบัติการเป็นพิธีกร ในงานที่เป็นทางการ		วิพากษ์ผลงาน	- ประเมินผลท้ายหลักสูตร - พิธีปิด - มอบประกาศนียบัตร

หมายเหตุ พักรับประทานอาหารกลางวัน เวลา 12.00-13.00 น.
 พักรับประทานอาหารว่างและเครื่องดื่ม เวลา 10.30-10.45 น. และ 14.30 14.45 น.
 ตารางฝึกอบรมอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม



โครงการฝึกอบรม
หลักสูตร “พัฒนานักประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียล” รุ่นที่ ๑
ระหว่างวันที่ ๒๕ - ๒๗ มกราคม ๒๕๖๔
จัดโดย สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

๑. หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันแม้จะมีสื่อดิจิทัลเข้ามามีบทบาทในการประชาสัมพันธ์ แต่สื่อวิทยุกระจายเสียงได้พิสูจน์ให้เห็นว่าเป็นสื่อที่จะไม่มีวันถูกกลืนหายไปซึ่งพิสูจน์ให้เห็นแล้วว่าหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนทั้งหลายยังใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงในการให้ข้อมูลข่าวสารภายในและภายนอกองค์กรแต่ยุคสมัยที่เปลี่ยนจึงมีการปรับปรุงรูปแบบการทำวิทยุกระจายเสียงให้เหมาะกับยุคสมัยที่เป็นยุคดิจิทัล ด้วยการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงที่มีความแปลกใหม่สามารถเผยแพร่บนหน้าเว็บไซต์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ พอดคาสต์ ได้อีกด้วย

ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเนื้อหาและรูปแบบรายการซึ่งผู้ผลิตรายการต้องปรับตัวและวางแผนจัดการกับเนื้อหารายการที่ไม่ซับซ้อน โดยสามารถใช้ประโยชน์จากการเห็นภาพของการจัดรายการมาสร้างเป็นกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับผู้ฟัง ทั้งในรายการแบบ Real Time และกิจกรรมนอกสถานที่ต่างๆ เพิ่มมากขึ้น นักจัดรายการวิทยุสมัยใหม่จึงต้องเข้าใจและควบคุมคุณภาพของเนื้อหารายการด้วยการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงที่มีคุณค่าและมีประโยชน์ต่อสังคมและการใช้เครื่องมือยุคดิจิทัลให้มากขึ้น

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ จึงได้จัดฝึกอบรมหลักสูตร “พัฒนานักประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียล” รุ่นที่ ๑ ขึ้นเพื่อเพิ่มพูนความรู้เพื่อทำรายการให้เข้าถึงกลุ่มผู้ฟัง รวมไปถึงการสร้างคอนเทนต์ การเลือกใช้เครื่องมือในการเผยแพร่ ให้น่าสนใจในยุคดิจิทัลมีมาตรฐานวิชาชีพมากยิ่งขึ้นเป็นการสนองความต้องการในการประกอบวิชาชีพด้านการจัดรายการวิทยุกระจายเสียง ด้วยระบบดิจิทัล ไปอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

๒. วัตถุประสงค์ของโครงการ

๒.๑ พัฒนาเทคนิคการผลิตและเผยแพร่สื่อโซเชียลด้านวิทยุกระจายเสียงให้น่าสนใจ และสามารถเข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง

๒.๒ พัฒนาเครือข่ายผู้รับผิดชอบงานด้านวิทยุกระจายเสียงและเผยแพร่สื่อโซเชียล ของกรมประชาสัมพันธ์ ให้สามารถนำคอนเทนต์ที่อบรมไปถ่ายทอดขยายผลให้กับสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ในแต่ละภูมิภาคเพื่อประโยชน์กับประชาชนในแง่มุมต่างๆ

๒.๓ เพื่อประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางสื่อโซเชียลได้อย่างน่าสนใจ ถูกต้อง รวดเร็ว ครอบคลุมทุกพื้นที่ และทุกกลุ่มเป้าหมาย

๓. กลุ่มเป้าหมาย

บุคลากร กปส. ผู้ปฏิบัติหน้าที่ปฏิบัติหน้าที่จัดรายการวิทยุกระจายเสียงของหน่วยงาน ทั่วประเทศ จำนวน ๔๐ คน

๔. คุณสมบัติของผู้เข้ารับการอบรม

๔.๑ เป็นข้าราชการหรือบุคลากร กรมประชาสัมพันธ์

๔.๒ ผู้ปฏิบัติหน้าที่ปฏิบัติหน้าที่จัดรายวิทยุกระจายเสียง ของหน่วยงาน

๕. ขั้นตอนการดำเนินงาน

- ๕.๑ จัดทำโครงการฝึกอบรม
- ๕.๒ ขออนุมัติดำเนินการฝึกอบรม
- ๕.๓ เตรียมการฝึกอบรม
- ๕.๔ ดำเนินการฝึกอบรม วัตถุประสงค์ ประเมินผล ฯลฯ
- ๕.๕ สรุปผลการฝึกอบรม ปัญหาอุปสรรค แนวทางแก้ไขเสนอผู้บริหารกรมประชาสัมพันธ์

๖. หัวข้อวิชา

- ๖.๑ การสร้างคอนเทนต์ในยุคดิจิทัล ๓ ชม.
- ๖.๒ การสร้างแบรนด์ในยุคดิจิทัลฝึกปฏิบัติ ๓ ชม.
- ๖.๓ การใช้เครื่องมือผลิตสื่อดิจิทัล ๖ ชม.
- ๖.๔ กิจกรรมเครือข่ายประชาสัมพันธ์สื่อโซเชียล ๓ ชม.
- ๖.๕ ฝึกปฏิบัติการใช้เครื่องมือผลิตสื่อดิจิทัล ๓ ชม.
- ๖.๖ นำเสนอผลงานสื่อโซเชียล/วิพากษ์ ๓ ชม.

๗. รายละเอียดหัวข้อวิชา

๗.๑ การสร้างคอนเทนต์ในยุคดิจิทัล

คอนเทนต์ในยุคนี้จะมีลักษณะเป็นเรื่องเล่า เป็นการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นวิชาการมาสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมาย ไม่ว่าจะป็นข้อความ เสียง หรือภาพ สามารถทำผู้รับส่ายเข้าใจได้ง่ายกระชับได้ใจความ

๗.๒ การสร้างแบรนด์ในยุคดิจิทัลฝึกปฏิบัติ

เป็นการฝึกปฏิบัติ เพื่อสร้างแบรนด์เน้นการปฏิบัติทำให้กลุ่มเป้าหมายเห็นคุณค่าของคอนเทนต์เพื่อให้ประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก กลุ่มเป้าหมายที่ได้รับการสื่อสารสามารถนำไปพัฒนาตนเองในรูปแบบต่างๆต่อไปได้

๗.๓ การใช้เครื่องมือผลิตสื่อดิจิทัล

เครื่องมือเป็นอุปกรณ์สำคัญในการเผยแพร่คอนเทนต์ ดังนั้นการเลือกใช้ และเข้าใจฟังก์ชันต่างๆของเครื่องมือจึงมีความสำคัญในการทำให้คอนเทนต์เราได้รับการเผยแพร่อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

๗.๔ กิจกรรมเครือข่ายประชาสัมพันธ์สื่อโซเชียล

กิจกรรมเครือข่ายการประชาสัมพันธ์จะได้ประสิทธิภาพต้องผ่านการร่วมกิจกรรม และมีการแสดงออกอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อสามารถนำสิ่งที่ฝึกมามาใช้ในร่วมในกิจกรรมเพื่อวัตถุประสงค์

๗.๕ ฝึกปฏิบัติการใช้เครื่องมือผลิตสื่อดิจิทัล

ฝึกการผสมผสานการสร้างคอนเทนต์ การสร้างแบรนด์ และการใช้เครื่องมืออย่างเข้มข้นเพื่อเตรียมนำเสนอ ทีมวิพากษ์ผลงาน

๗.๖ นำเสนอผลงานสื่อโซเชียล/วิพากษ์

นำเสนอผลงานสื่อโซเชียล รับการวิพากษ์จากทีมผู้บริหาร คณาจารย์ และเพื่อประกวดคัดเลือกนำไปเผยแพร่ในสื่อโซเชียลอย่างเป็นรูปธรรม เป็นการวัดผลในโลกโซเชียลต่อไป

๘. รูปแบบการฝึกอบรม

- ๘.๑ การบรรยาย
- ๘.๒ การฝึกปฏิบัติ
- ๘.๓ สัมมนาเชิงปฏิบัติการ

๙. ผลสัมฤทธิ์ของโครงการที่คาดหวังและตัวชี้วัด

ผลผลิต	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การวัด
๙.๑ ผู้เข้าฝึกอบรม	ผ่านการฝึกอบรม	ร้อยละ ๑๐๐
๙.๒ ผลผลิตสื่อโซเชียลจากการฝึกปฏิบัติของผู้เข้ารับการฝึกอบรม	สื่อโซเชียลที่ผลิตผ่านมาตรฐาน	ร้อยละ ๑๐๐

๑๐. ระยะเวลาการฝึกอบรม วันที่ ๒๕ - ๒๗ มกราคม ๒๕๖๔

๑๑. สถานที่ฝึกอบรม สถาบันการประชาสัมพันธ์

๑๒. ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม

งบประมาณ ๒๐๐,๐๐๐ บาท (สองแสนบาทถ้วน) ถัวจ่ายทุกรายการ

๑๓. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๑๓.๑ กรมประชาสัมพันธ์ สามารถพัฒนาการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของรัฐ ด้วยสื่อดิจิทัล ทั้งในรูปแบบวิทยุ โทรทัศน์ สื่อผสม และเผยแพร่ผ่านสื่อโซเชียล

๑๓.๒ ประชาชนให้ความสนใจ เชื่อมัน และรับข้อมูลข่าวสาร ของกรมประชาสัมพันธ์ ผ่านผ่านสื่อโซเชียล ได้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย

๑๔. ผู้รับผิดชอบโครงการ

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

ตารางการฝึกอบรม
หลักสูตร “พัฒนานักประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียล” ประจำปี ๒๕๖๔
ระหว่างวันที่ ๒๕ - ๒๗ มกราคม ๒๕๖๔
ณ สถาบันการประชาสัมพันธ์

วัน / เวลา	๐๘.๓๐ น.	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.	๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.	๑๗.๐๐ - ๒๐.๐๐ น.
วันจันทร์ที่ ๒๕ มกราคม ๒๕๖๔	พิธีเปิด โดย อปล.	การสร้างคอนเทนต์ในยุคดิจิทัล (๑)	การสร้างแบรนด์ในยุคดิจิทัลฝึกปฏิบัติ (๔)	
วันอังคารที่ ๒๖ มกราคม ๒๕๖๔		การใช้เครื่องมือผลิตสื่อดิจิทัล (๔)	การใช้เครื่องมือผลิตสื่อดิจิทัล (๔)	กิจกรรมเครือข่ายประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อโซเชียล (๔)
วันพุธที่ ๒๗ มกราคม ๒๕๖๔		ฝึกปฏิบัติการใช้เครื่องมือผลิตสื่อดิจิทัล (๓)	นำเสนอผลงานผลิตสื่อโซเชียล/วิพากษ์ (๓)	๑๖.๐๐ - ๑๗.๐๐ น. มอบประกาศนียบัตร และปิดการฝึกอบรมฯ โดย อปล.

หมายเหตุ : พักรับประทานอาหารว่าง - เครื่องดื่ม (เช้า) เวลา ๑๐.๓๐ - ๑๐.๔๕ น. และ (บ่าย) เวลา ๑๔.๓๐ - ๑๔.๔๕ น.
 : พักรับประทานอาหารกลางวัน เวลา ๑๒.๐๐ - ๑๓.๐๐ น. และอาหารเย็น เวลา ๑๖.๐๐ - ๑๗.๐๐ น.
 ตารางฝึกอบรมอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม



โครงการฝึกอบรม
หลักสูตร “พัฒนาการสื่อสารยุคดิจิทัล” รุ่นที่ ๘
ระหว่างวันที่ ๒๒ - ๒๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔
จัดโดย สถาบันการประชาสัมพันธ กรมประชาสัมพันธ

๑. หลักการและเหตุผล

จากการเปลี่ยนแปลงด้านการสื่อสารในยุคดิจิทัล ทั้งด้านเทคโนโลยี พฤติกรรมการรับสื่อของประชาชนที่ทุกคนสามารถเผยแพร่ส่งต่อข้อมูลข่าวสารได้เอง ส่งผลกระทบอย่างมากประชาชนผู้รับสื่อและสื่อมวลชน คณะกรรมการปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ ได้ให้ความสำคัญกับการปฏิรูประบบการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารภาครัฐ ซึ่งจะต้องปรับเข้าสู่ยุคดิจิทัล จึงได้กำหนดเป้าหมาย การพัฒนาบุคลากรของรัฐในด้านการสื่อสารและ การประชาสัมพันธในยุคดิจิทัล ให้สถาบันการประชาสัมพันธ พัฒนาหลักสูตร “การสื่อสารในยุคดิจิทัล” เพื่อบรรจุในการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ของภาครัฐหน่วยงานต่าง ๆ ให้สามารถดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารภาครัฐได้ถูกต้อง น่าสนใจ ตอบสนองกลุ่มเป้าหมายประชาชนในยุคดิจิทัล ทั้งด้านการนำเสนอเนื้อหาที่ต้องสั้นกระชับ เข้าใจง่าย เป็นการลำดับเล่าเรื่องราว เชื่อมโยงข้อมูลให้เห็น เป็นรูปธรรมและรู้เท่าทันสื่อในยุคดิจิทัล

แผนปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ ได้กำหนดให้ปรับบทบาทสถาบันการประชาสัมพันธ ให้ดำเนินการเชิงรุกในการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธและสื่อสารมวลชนภาครัฐของประเทศ และพัฒนาหลักสูตร “การสื่อสารในยุคดิจิทัล” เพื่อบรรจุในการฝึกอบรมบุคลากรภาครัฐหน่วยงานต่าง ๆ โดยคณะกรรมการประชาสัมพันธแห่งชาติ ได้แต่งตั้งคณะอนุกรรมการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธและสื่อสารมวลชนของประเทศ มี รศ.เสรี วงษ์มณฑา เป็นประธานอนุกรรมการ มีหน้าที่กำหนดแผนปฏิบัติการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธของประเทศ พัฒนาหลักสูตร และดำเนินการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธภาครัฐ ซึ่งในปีงบประมาณ ๒๕๖๒ ได้พัฒนาหลักสูตร “การสื่อสารในยุคดิจิทัล” พร้อมจัดฝึกอบรม หลักสูตร “พัฒนาการสื่อสารยุคดิจิทัล” จำนวน ๕ รุ่น ผู้เข้ารับการฝึกอบรมรวม ๖๒๕ คน และได้นำผลการฝึกอบรมมาพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรให้ได้มาตรฐาน จำแนกเป็น ๕ รายวิชา คือ ๑. การสื่อสารในยุคดิจิทัล ๒. การประชาสัมพันธในยุคดิจิทัล ๓. การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารยุคดิจิทัล ๔. การนำเสนอข้อมูลข่าวสารยุคดิจิทัล ๕. การผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล โดยได้นำเสนอที่ประชุมคณะอนุกรรมการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธและสื่อสารมวลชนของประเทศ ครั้งที่ ๒/๒๕๖๒ เมื่อวันที่ ๙ กรกฎาคม ๒๕๖๒ ได้มีมติเห็นชอบมาตรฐานหลักสูตร “การสื่อสารในยุคดิจิทัล” พร้อมนำเสนอ ในการประชุมคณะกรรมการประชาสัมพันธแห่งชาติ ครั้งที่ ๑/๒๕๖๒ ในวันที่ ๓ ตุลาคม ๒๕๖๒ ซึ่งมีมติให้ความเห็นชอบนำเสนอหลักสูตร “การสื่อสารยุคดิจิทัล” ให้หน่วยงานภาครัฐ บรรจุในการฝึกอบรมทั้งหลักสูตร หรือเลือกเฉพาะบางเนื้อหาวิชาที่เหมาะสมไปบรรจุในหลักสูตรที่มีอยู่เดิม โดยเฉพาะหลักสูตรผู้บริหารระดับสูงของประเทศ ได้แก่ หลักสูตร การบริหารราชการแผ่นดินตามกรอบการปฏิรูปประเทศ ยุทธศาสตร์ชาติ และการสร้างความสามัคคีปรองดอง (ป.ย.ป.) หลักสูตร นักบริหารระดับสูง (นบส.) การป้องกันราชอาณาจักร (วปอ.)

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อให้บุคลากรภาครัฐได้รู้เท่าทันสื่อยุคดิจิทัล และสามารถวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร มาใช้ในการประชาสัมพันธ์องค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๒.๒ เพื่อให้บุคลากรภาครัฐ สามารถดำเนินการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารขององค์กร ให้ตรงตามความต้องการ และเข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายในยุคดิจิทัล

๒.๓ เพื่อให้บุคลากรภาครัฐ สามารถผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล ในการประชาสัมพันธ์ได้

๒.๔ เพื่อให้บุคลากรภาครัฐสามารถใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในยุคดิจิทัล ในการสร้างความรับรู้ความเข้าใจต่อการดำเนินงานของภาครัฐ การปลูกฝังค่านิยม และวัฒนธรรม ของคนในสังคม

๓. กลุ่มเป้าหมาย

๓.๑ บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านสื่อสารมวลชน ด้านการจัดการข้อมูลข่าวสารภาครัฐและผู้ปฏิบัติงานด้านแผนงานและโครงการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน หรือ ผู้ปฏิบัติงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง กรมประชาสัมพันธ์

๓.๒ ข้าราชการพลเรือน ทหาร ตำรวจ องค์กรอิสระ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน และหน่วยงานภาครัฐรูปแบบใหม่ ผู้ปฏิบัติงานด้านการจัดการข้อมูลข่าวสารภาครัฐของหน่วยงาน และภาคเอกชน

๔. คุณสมบัติของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

ผู้ที่ปฏิบัติงานด้านสื่อสารมวลชน ด้านการจัดการข้อมูลข่าวสารภาครัฐและผู้ปฏิบัติงานด้านแผนงานและโครงการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน หรือ ผู้ปฏิบัติงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง กับการจัดการข้อมูลข่าวสารภาครัฐของหน่วยงาน และภาคเอกชน

๔.๑ ข้าราชการพลเรือน ตำแหน่งประเภทวิชาการ ระดับปฏิบัติการ ระดับชำนาญการ และประเภททั่วไป ระดับปฏิบัติงาน ระดับชำนาญงาน

๔.๒ ข้าราชการทหาร ยศเทียบเท่าสิบตรี ขึ้นไปแต่ไม่สูงกว่ายศพันตรี

๔.๓ ข้าราชการตำรวจ สิบตำรวจตรีขึ้นไปแต่ไม่สูงกว่าพันตำรวจตรี

๔.๔ พนักงานองค์กรอิสระและรัฐวิสาหกิจ ระดับปฏิบัติการ

๔.๕ ผู้ที่มีร่างกายสมบูรณ์ แข็งแรง ไม่มีโรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคในการเข้ารับการฝึกอบรม

๔.๖ เข้ารับการอบรมเต็มเวลา ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ ของระยะเวลาอบรมที่กำหนดในหลักสูตร

๔.๗ ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบของผู้เข้ารับการอบรมตามที่สถาบันการประชาสัมพันธ์กำหนดไว้ อย่างเคร่งครัด

๔.๘ จะต้องไม่เป็นผู้ที่เกษียณอายุราชการในปีงบประมาณที่เข้ารับการฝึกอบรม

๔.๙ เป็นผู้มีส่วนราชการต้นสังกัดคัดเลือกและเสนอชื่อให้เข้ารับการฝึกอบรม

๔.๑๐ ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านแผนงานการสื่อสารองค์กร ในภาคเอกชน

๕. จำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรม

๕.๑ บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านสื่อสารมวลชน หรือด้านแผนงานโครงการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ จำนวน ๑๕ คน

๕.๒ ข้าราชการ ข้าราชการพลเรือน ทหาร ตำรวจ องค์กรอิสระ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน และหน่วยงานภาครัฐรูปแบบใหม่ ผู้ปฏิบัติงานด้านการจัดการข้อมูลข่าวสารภาครัฐของหน่วยงานและภาคเอกชน จำนวน ๓๐ คน

๖. โครงสร้าง...

๖. โครงสร้างหลักสูตร

โครงสร้างหลักสูตรประกอบด้วย ๔ ช่วง ดังนี้

ช่วงที่ ๑ ปฐมนิเทศ ประกอบด้วยกิจกรรมการชี้แจงรายละเอียดหลักสูตร และวิธีการ
ฝึกอบรม

ช่วงที่ ๒ การฝึกอบรม รวม ๔ หมวดวิชา ประกอบด้วย

- หมวดวิชาที่ ๑ การสื่อสารในยุคดิจิทัล
- หมวดวิชาที่ ๒ การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล
- หมวดวิชาที่ ๓ การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารยุคดิจิทัล
- หมวดวิชาที่ ๔ การนำเสนอข้อมูลข่าวสารยุคดิจิทัล
- หมวดวิชาที่ ๕ การผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล

ช่วงที่ ๓ สร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ภาครัฐ ประกอบด้วยกิจกรรมเสริมสร้าง
ความสัมพันธ์ การทำงานเป็นทีม และการเครือข่ายประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล

ช่วงที่ ๔ ปัจฉิมนิเทศ ประกอบด้วย การนำเสนอและวิพากษ์ผลงาน การสรุปสาระการเรียนรู้
และประเมินผลการฝึกอบรม

๗. รายละเอียดหลักสูตร

รายละเอียดหลักสูตร ภาคทฤษฎี ภาคปฏิบัติ จำนวน ๔ วัน

ระยะเวลาการฝึกอบรมตลอดหลักสูตร ๒๙ ชั่วโมง ดังนี้

ช่วงที่ ๑ ปฐมนิเทศ ๑ ชั่วโมง

ช่วงที่ ๒ การฝึกอบรม รวม ๔ หมวดวิชา ประกอบด้วย

หมวดวิชาที่ ๑ การสื่อสารในยุคดิจิทัล ๓ ชั่วโมง

- เทคนิคการสื่อสารในยุคดิจิทัล (๓ ช.ม.)

การเปลี่ยนแปลงของสื่อยุคดิจิทัลพฤติกรรมผู้บริโภคของประชาชนการรู้เท่า
ทันสื่อการสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในยุคดิจิทัล

หมวดวิชาที่ ๒ การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล ๓ ชั่วโมง

- การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล / ฝึกอบรมปฏิบัติ (๓ ช.ม.)

หลักการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล การวางแผนประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล
กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต และการบริหารงานประชาสัมพันธ์ในยุค
ดิจิทัล

หมวดวิชาที่ ๓...

หมวดวิชาที่ ๓ การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารยุคดิจิทัล ๖ ชั่วโมง

- การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารยุคดิจิทัล /ฝึกปฏิบัติ (๖ ช.ม.)

การรู้เท่าทันสื่อยุคดิจิทัล รู้หลักการคิดวิเคราะห์ กลั่นกรอง เชื่อมโยงข้อมูล ข่าวสารให้รอบด้าน การสร้างแผนที่ความคิดเพื่อการค้นหาและสรุปสาระสำคัญของข้อมูล การลำดับเชื่อมโยง เรื่องราว ให้สั้น กระชับ เข้าใจง่าย ตรงประเด็น นำไปสู่การตัดสินใจ และนำไปปฏิบัติหรือขยายผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

หมวดวิชาที่ ๔ การนำเสนอข้อมูลข่าวสารยุคดิจิทัล ๖ ชั่วโมง

- การนำเสนอข้อมูลข่าวสารยุคดิจิทัล /ฝึกปฏิบัติ (๖ ช.ม.)

เทคนิคในการวิเคราะห์ เรียบเรียง เชื่อมโยง สรุปเนื้อหา มานำเสนอแบบการเล่า เรื่องราว ที่สั้นกระชับ เข้าใจง่าย และน่าสนใจ

หมวดวิชาที่ ๕ การผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล ๖ ชั่วโมง

- การผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล /ฝึกปฏิบัติ (๖ ช.ม.)

เทคนิคการผลิตสื่อดิจิทัลให้เหมาะสมกับการสื่อสาร การวางแผนการใช้สื่อ การเตรียมตัว เตรียมข้อมูล การลำดับเรียบเรียงเรื่องราวในการนำเสนอประกอบสื่อ การผลิตสื่อดิจิทัลอย่างง่าย

ช่วงที่ ๓ นำเสนอการประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล /วิพากษ์ (๓ ช.ม.) ๓ ชั่วโมง

ช่วงที่ ๔ ปัจฉิมนิเทศ ๑ ชั่วโมง

๘. วิทยากรผู้บรรยาย

มีกระบวนการสรรหาวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์สูง สามารถบรรยาย ถ่ายทอด ฝึกปฏิบัติการเรียนรู้โดยผู้เข้ารับการฝึกอบรมเป็นศูนย์กลางได้ โดยคณะอนุกรรมการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศ จากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ และผู้ทรงคุณวุฒิในสายงานวิชาชีพการประชาสัมพันธ์ และภาคธุรกิจการโฆษณาดิจิทัล วิทยากรที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในแต่ละหัวข้อวิชา ทั้งจากกรมประชาสัมพันธ์ และจากหน่วยงานภายนอกที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง

๙. รูปแบบการอบรม

เน้นผู้เข้ารับการฝึกอบรมเป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้ เน้นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การประยุกต์ไปใช้ในการปฏิบัติงาน การฝึกปฏิบัติให้ทุกคนได้ลงมือทำทั้งรายบุคคล และกระบวนการกลุ่ม พร้อมนำเสนอและวิพากษ์ผลงาน เพื่อวัดผลสัมฤทธิ์จากการเรียนรู้ โดยมีสัดส่วนและระยะเวลาในการเรียนรู้แต่ละเนื้อหาวิชา ดังนี้

เนื้อหาวิชา ๑. การสื่อสารในยุคดิจิทัล และ ๒. การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล วิชาละ ๓

ชั่วโมง

ร้อยละ ๘๐ บรรยาย และนำเสนอกรณีตัวอย่าง
ร้อยละ ๒๐ แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้เข้าอบรม

เนื้อหาวิชา ๓....

เนื้อหาวิชา ๓. การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารยุคดิจิทัล ๔. การนำเสนอข้อมูลข่าวสารยุคดิจิทัล และ ๕. การผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล วิชาละ ๖ ชั่วโมง

- ร้อยละ ๓๐ บรรยาย นำเสนอกรณีตัวอย่าง
- ร้อยละ ๑๐ แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้เข้าอบรม
- ร้อยละ ๖๐ แบ่งกลุ่มฝึกปฏิบัติ

๑๐. ผลสัมฤทธิ์ของโครงการที่คาดหวัง และตัวชี้วัด

ผลลัพธ์	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การวัด
๑. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ความสามารถทักษะ การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล	๑. ร้อยละของผู้เข้าฝึกอบรมที่ผ่านเกณฑ์การประเมินความรู้ทักษะที่กำหนดไว้ในหลักสูตร	ไม่ต่ำกว่า ร้อยละ ๘๐
๒. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความพึงพอใจในการเข้ารับการฝึกอบรม	๒. ร้อยละของผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่พึงพอใจในการบริหารจัดการหลักสูตร	ไม่ต่ำกว่า ร้อยละ ๘๐

๑๑. ระยะเวลาดำเนินการ

ระหว่างวันที่ ๒๒ - ๒๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔ จำนวน ๔ วัน

๑๒. สถานที่ฝึกอบรม

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

๑๓. ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม

๑๓.๑ งบประมาณของกรมประชาสัมพันธ์

๑๓.๑ ค่าลงทะเบียน จำนวน ๓๐ คน ๆ ละ ๕,๘๐๐ บาท เป็นเงิน ๑๗๗,๐๐๐.- บาท (หนึ่งแสนเจ็ดหมื่นเจ็ดพันบาทถ้วน)

๑๔. การประเมินผลและติดตามผล

๑๔.๑ ประเมินจากแบบสอบถามประเมินผลการฝึกอบรมรายวิชา ทั้งด้านเนื้อหา วิทยากร ประโยชน์ การนำไปใช้ และประเมินในภาพรวมทั้งหลักสูตร

๑๔.๒ ประเมินจากผลการฝึกปฏิบัติรายบุคคล และผลงานกลุ่มที่มานำเสนอ

๑๕.๓ หลังสิ้นสุดการฝึกอบรมในแต่ละปีงบประมาณ จะนำผลการประเมินนำเสนอในที่ประชุม คณะอนุกรรมการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศ เพื่อพิจารณาพัฒนาหลักสูตร

๑๔.๔ จากการตอบแบบสอบถามรายวิชา และแบบสอบถามเมื่อสิ้นสุดโครงการ

๑๔.๕ จากการสัมภาษณ์ พูดคุย และการสังเกต

๑๔.๖ ติดตามประเมินผลการนำความรู้ของผู้ผ่านการฝึกอบรมไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานเมื่อสิ้นสุดโครงการแล้วภายหลัง ๑ ปีงบประมาณ

๑๕. ฐานข้อมูลการฝึกอบรม

ในการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศ จะมีการรวบรวมจัดทำเป็นฐานข้อมูล เพื่อประโยชน์ในการวางแผน บริหารจัดการ พัฒนาบุคลากรให้เป็นระบบ ประกอบด้วย

๑๕.๑ ฐานข้อมูล...

๑๕.๑ ฐานข้อมูลทำเนียบผู้เข้ารับการฝึกอบรม

๑๕.๒ ฐานข้อมูลวิทยากรฝึกอบรม

๑๕.๓ ฐานข้อมูลรายงานผลการฝึกอบรม

๑๕.๔ ฐานข้อมูลอื่นๆที่จำเป็น

๑๕. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้ผ่านการฝึกอบรม สามารถรู้เท่าทันสื่อยุคดิจิทัล และสามารถวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร มาใช้ในการประชาสัมพันธ์องค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ บริหารจัดการข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ขององค์กร ให้ตรงตามความต้องการ และเข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายในยุคดิจิทัล สามารถผลิต และเผยแพร่สื่อดิจิทัล ในการประชาสัมพันธ์ได้ และใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในยุคดิจิทัล ในการสร้างความรับรู้ ความเข้าใจต่อการดำเนินงานของภาครัฐ การปลูกฝังค่านิยม และวัฒนธรรม ของคนในสังคม



ตารางการฝึกอบรม
หลักสูตร “พัฒนาการสื่อสารยุคดิจิทัล” รุ่นที่ ๘
ระหว่างวันที่ ๒๒ - ๒๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔
ณ สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

วัน / เวลา	๐๘.๐๐-๐๙.๐๐ น.	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.	๑๒.๐๐ - ๑๓.๐๐ น.	๑๓.๐๐ - ๑๙.๐๐ น.		
				๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.	๑๖.๐๐ - ๑๙.๐๐ น.	
วันอังคารที่ ๒๒ ก.พ. ๖๔	ลงทะเบียนเข้าอบรม พิธีเปิดการอบรม	การสื่อสารยุคดิจิทัล (๓ ช.ม.)	รับประทานอาหารกลางวัน รับประทาน	กิจกรรมสร้างเครือข่ายสื่อสารยุคดิจิทัล My set เพื่อความสำเร็จในการปฏิบัติงาน	การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล (๓ ช.ม.)	
วันพุธที่ ๒๓ ก.พ. ๖๔	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.			๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.	การนำเสนอข้อมูลข่าวสารยุคดิจิทัล	
	การนำเสนอข้อมูลข่าวสารยุคดิจิทัล			๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.		
วันพฤหัสบดี ที่ ๒๔ ก.พ. ๖๔	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.			๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.	การผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล/ฝึกปฏิบัติ (การถ่ายวิดีโอและตัดต่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ด้วย smartphone)	กิจกรรมสร้างเครือข่าย สื่อสารยุคดิจิทัล (๓ ช.ม.)
	การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารยุคดิจิทัล					
วันศุกร์ที่ ๒๕ ก.พ. ๖๔	การผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล/ฝึกปฏิบัติ (การจัดทำสื่อ Infographics เพื่อการประชาสัมพันธ์ด้วย smartphone (เทคนิคการ Live Facebook) (๓ ช.ม.)		การผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล/ นำเสนอและวิพากษ์ผลงาน (๓ ช.ม.)	พิธีมอบประกาศนียบัตร และพิธีปิดการฝึกอบรมฯ		

หมายเหตุ

พักรับประทานอาหารกลางวัน ๑๒.๐๐ - ๑๓.๐๐ น.

พักรับประทานอาหารว่างและเครื่องดื่ม ๑๐.๓๐ น. และ ๑๔.๓๐ น.

ตารางอบรมอาจมีการแก้ไขเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ต่อราชการและผู้อบรมเป็นสำคัญ

โครงการฝึกอบรม

หลักสูตร “เทคนิคการผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล” รุ่นที่ ๑

ระหว่างวันที่ ๒๙ มีนาคม - ๑ เมษายน ๒๕๖๔

ณ สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

๑. หลักการและเหตุผล

จากการเปลี่ยนแปลงด้านการสื่อสารในยุคดิจิทัล ทั้งด้านเทคโนโลยี พฤติกรรมการรับสื่อของประชาชนที่ทุกคนสามารถเผยแพร่ส่งต่อข้อมูลข่าวสารได้เอง ส่งผลกระทบต่อหน่วยงานภาครัฐที่จะต้องดำเนินการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ ตามยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ด้านที่ ๖ โดยแผนปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ ได้กำหนดประเด็นการปฏิรูประบบการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารภาครัฐ ด้านการพัฒนาบุคลากรด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล ได้มอบหมายให้กรมประชาสัมพันธ์ โดยสถาบันการประชาสัมพันธ์ พัฒนาหลักสูตร “การสื่อสารในยุคดิจิทัล” เพื่อบรรจุในการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ของภาครัฐหน่วยงานต่าง ๆ ให้สามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารภาครัฐได้ถูกต้อง น่าสนใจ ตอบสนองกลุ่มเป้าหมายประชาชนในยุคดิจิทัล

เพื่อพัฒนาความรู้และทักษะด้านการผลิตและเผยแพร่สื่อในยุคดิจิทัล ให้บุคลากรภาครัฐ และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์สร้างความรับรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ต่อการดำเนินงานพัฒนาประเทศของภาครัฐและทุกภาคส่วน ตามตัวชี้วัดแนวทางการสร้างความรับรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน สถาบันการประชาสัมพันธ์ จึงได้จัดโครงการฝึกอบรมหลักสูตร “เทคนิคการผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล”

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมสามารถผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล ได้อย่างสร้างสรรค์ มีคุณภาพ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายยุคดิจิทัล ในแพลตฟอร์มต่างๆ ได้แก่ Facebook Youtube Twitter Tiktok Podcast เป็นต้น

๒.๓ เพื่อให้สามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารภาครัฐได้ถูกต้อง น่าสนใจ ตอบสนองกลุ่มเป้าหมายประชาชนในยุคดิจิทัล

๓. กลุ่มเป้าหมาย

๓.๑ บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านการผลิตและเผยแพร่สื่อ กรมประชาสัมพันธ์

๓.๒ ข้าราชการพลเรือน ทหาร ตำรวจ องค์กรอิสระ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน และหน่วยงานภาครัฐรูปแบบใหม่ ผู้ปฏิบัติงานด้านการจัดการข้อมูลข่าวสารภาครัฐของหน่วยงาน และภาคเอกชน

๔. คุณสมบัติของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

ผู้ที่ปฏิบัติงานด้านสื่อสารมวลชน บุคลากรที่ปฏิบัติงานผลิตและเผยแพร่สื่อ ด้านการจัดการข้อมูลข่าวสารภาครัฐ หรือ ผู้ปฏิบัติงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง กับการจัดการข้อมูลข่าวสารภาครัฐของหน่วยงาน และภาคเอกชน

๔.๑ ข้าราชการพลเรือน ตำแหน่งประเพณีวิชาการ ระดับปฏิบัติการ ระดับชำนาญการ และประเภททั่วไป ระดับปฏิบัติงาน ระดับชำนาญงาน หรือพนักงานราชการ

๔.๒ ข้าราชการทหาร ยศเทียบเท่าสิบตรี ขึ้นไปแต่ไม่สูงกว่ายศพันตรี

๔.๓ ข้าราชการตำรวจ สิบตำรวจตรีขึ้นไปแต่ไม่สูงกว่าพันตำรวจตรี

๔.๔ พนักงานองค์กรอิสระและรัฐวิสาหกิจ ระดับปฏิบัติการ

๔.๕ ผู้ที่มีร่างกายสมบูรณ์ แข็งแรง ไม่มีโรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคในการเข้ารับการฝึกอบรม

๔.๖ เข้ารับการอบรมเต็มเวลา ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ ของระยะเวลาอบรมที่กำหนดในหลักสูตร

๔.๗ ปฏิบัติตามกฎระเบียบของผู้เข้ารับการอบรมตามที่สถาบันการประชาสัมพันธ์กำหนดไว้
อย่างเคร่งครัด

๔.๘ จะต้องไม่เป็นผู้ที่เกี่ยวเนื่องอายุราชการในปีงบประมาณที่เข้ารับการฝึกอบรม

๔.๙ เป็นผู้มีส่วนราชการต้นสังกัดคัดเลือกและเสนอชื่อให้เข้ารับการฝึกอบรม

๔.๑๐ ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านแผนงานการสื่อสารองค์กร ในภาคเอกชน

๕. จำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรม

๕.๑ บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านการผลิตและเผยแพร่สื่อ กรมประชาสัมพันธ์ จำนวน ๑๐ คน

๕.๒ ข้าราชการข้าราชการพลเรือน ทหาร ตำรวจ องค์กรอิสระ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน และ
หน่วยงานภาครัฐรูปแบบใหม่ ผู้ปฏิบัติงานด้านการผลิตและเผยแพร่สื่อภาครัฐของหน่วยงานและภาคเอกชน
จำนวน ๓๐ คน

๖. รายละเอียดหลักสูตร

รายละเอียดหลักสูตร ภาคทฤษฎี ภาคปฏิบัติ จำนวน ๔ วัน

หมวดวิชาที่ ๑ การสื่อสารในยุคดิจิทัล ๓ ชั่วโมง

- เทคนิคการสื่อสารในยุคดิจิทัล (๓ ชม.)

การเปลี่ยนแปลงของสื่อยุคดิจิทัลพฤติกรรมผู้บริโภคของประชาชนการรู้เท่า
ทันสื่อการสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในยุคดิจิทัล

หมวดวิชาที่ ๒ การนำเสนอข้อมูลข่าวสารยุคดิจิทัล ๒ ชั่วโมง

- การนำเสนอข้อมูลข่าวสารยุคดิจิทัล (๒ ชม.)

เทคนิคในการวิเคราะห์ กำหนดประเด็น เรียบเรียง เชื่อมโยง สรุปเนื้อหา มา
นำเสนอแบบการเล่าเรื่องราว ที่สั้นกระชับ เข้าใจง่าย และน่าสนใจ

หมวดวิชาที่ ๓ การผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล ๑๕ ชั่วโมง

- การผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล / ฝึกปฏิบัติ (๑๕ ชม.)

เทคนิคการผลิตสื่อดิจิทัลให้เหมาะสมกับการสื่อสาร การวางแผนการใช้สื่อ การ
เตรียมตัว เตรียมข้อมูล การลำดับเรียงเรียงเรื่องราวในการนำเสนอประกอบสื่อ การผลิตสื่อดิจิทัลอย่างง่าย

๗. วิทยากรผู้บรรยาย

คณะอนุกรรมการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศ โดยสถาบัน
การประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ เป็นที่ปรึกษาในการสรรหาวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ ที่มีความรู้
ความสามารถและประสบการณ์สูง สามารถบรรยาย ถ่ายทอด ฝึกปฏิบัติการเรียนรู้โดยผู้เข้ารับการฝึกอบรม
เป็นศูนย์กลางได้ จากสถาบันการศึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิในสายงานวิชาชีพการประชาสัมพันธ์ และภาคธุรกิจ
การโฆษณาดิจิทัล

๘. รูปแบบการอบรม

เน้นผู้เข้ารับการฝึกอบรมเป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้ เน้นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การประยุกต์
ไปใช้ในการปฏิบัติงาน การฝึกปฏิบัติให้ทุกคนได้ลงมือทำทั้งรายบุคคล และกระบวนการกลุ่ม พร้อมนำเสนอและ
วิพากษ์ผลงาน เพื่อวัดผลสัมฤทธิ์จากการเรียนรู้

๙. ผลสัมฤทธิ์ของโครงการที่คาดหวัง และตัวชี้วัด

ผลลัพธ์	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การวัด
๑. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ความสามารถทักษะการผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล	๑. ร้อยละของผู้เข้าฝึกอบรมที่ผ่านเกณฑ์การประเมินความรู้ทักษะที่กำหนดไว้ในหลักสูตร	ไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๘๐
๒. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความพึงพอใจในการเข้ารับการฝึกอบรม	๒. ร้อยละของผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่พึงพอใจในการบริหารจัดการหลักสูตร	ไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๘๐
๓. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีผลการฝึกปฏิบัติรายบุคคล และผลงานกลุ่มที่มานำเสนอเห็นผลได้อย่างประจักษ์ ชัดเจน ในเชิงคุณภาพ	๓. ร้อยละของผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีผลการฝึกปฏิบัติรายบุคคล และผลงานกลุ่มที่มานำเสนอเห็นผลได้อย่างประจักษ์ ชัดเจน ในเชิงคุณภาพ	ไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๘๐

๑๐. ระยะเวลาดำเนินการ

ระหว่างวันที่ ๒๙ มีนาคม - ๑ เมษายน ๒๕๖๔ จำนวน ๔ วัน

๑๑. สถานที่ฝึกอบรม

สถาบันการประชาสัมพันธ์

๑๒. ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม

๑๒.๑ งบประมาณของกรมประชาสัมพันธ์

๑๒.๑ ค่าลงทะเบียน จำนวน ๓๐ คน ๆ ละ ๕,๙๐๐ บาท เป็นเงิน ๑๗๗,๐๐๐.- บาท (หนึ่งแสนเจ็ดหมื่นเจ็ดพันบาทถ้วน)

๑๓. การประเมินผลและติดตามผล

๑๒.๑ ประเมินจากแบบสอบถามประเมินผลการฝึกอบรมรายวิชา ทั้งด้านเนื้อหา วิทยากร ประโยชน์การนำไปใช้ และประเมินในภาพรวมทั้งหลักสูตร

๑๒.๒ ประเมินจากผลการฝึกปฏิบัติรายบุคคล และผลงานกลุ่มที่มานำเสนอ

๑๒.๓ จากการสัมภาษณ์ พูดคุย และการสังเกต

๑๒.๔ ติดตามประเมินผลการนำความรู้ของผู้ผ่านการฝึกอบรมไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานเมื่อสิ้นสุดโครงการแล้วภายหลัง

๑๔. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้ผ่านการฝึกอบรม สามารถดำเนินการการผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัลได้อย่างสร้างสรรค์และมีคุณภาพ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารขององค์กร ให้ตรงตามความต้องการและเข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายในยุคดิจิทัล อย่างรู้เท่าทันสื่อในยุคดิจิทัล โดยใช้สื่อและสื่อสารมวลชน ในการสร้างความรับรู้ความเข้าใจต่อการดำเนินงานของภาครัฐ



ตารางการฝึกอบรม

หลักสูตร เทคนิคการผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล รุ่นที่ ๑

ระหว่างวันที่ ๒๙ มีนาคม - ๑ เมษายน ๒๕๖๔

ณ สถาบันการประชาสัมพันธ์

วัน /เวลา	๐๘.๐๐-๐๙.๐๐ น.	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.	๑๒.๐๐ - ๑๓.๐๐ น.	๑๓.๐๐ - ๑๙.๐๐ น.	
				๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.	๑๖.๐๐ - ๑๙.๐๐ น.
วันที่ ๒๙ มี.ค. ๖๔	ลงทะเบียนเข้าอบรม พิธีเปิดการอบรม	การสื่อสารในยุคดิจิทัล (๓ ช.ม.)	รับประทานอาหารกลางวัน	การนำเสนอข้อมูลข่าวสารยุคดิจิทัล (๓ ช.ม.)	กิจกรรมสร้างเครือข่ายสื่อสารยุคดิจิทัล เพื่อความสำเร็จในการปฏิบัติงาน (๓ ช.ม.)
วันที่ ๓๐ มี.ค. ๖๔	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น. การนำเสนอข้อมูลข่าวสารยุคดิจิทัล / ฝึกปฏิบัติ (๓ ช.ม.)			๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น. การผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล (๓ ช.ม.)	
วันที่ ๓๑ มี.ค. ๖๔	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น. การผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล / ฝึกปฏิบัติ (๓ ช.ม.)			๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น. การผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล / ฝึกปฏิบัติ (๓ ช.ม.)	กิจกรรมสร้างเครือข่าย สื่อสารยุคดิจิทัล (๓ ช.ม.)
วันที่ ๑ เม.ย. ๖๔	การผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล / ฝึกปฏิบัติ (๓ ช.ม.)			การผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล / นำเสนอ วิพากษ์ผลงาน (๓ ช.ม.)	พิธีมอบประกาศนียบัตร และพิธีปิดการฝึกอบรมฯ

หมายเหตุ

พักรับประทานอาหารกลางวัน ๑๒.๐๐ - ๑๓.๐๐ น. / พักรับประทานอาหารว่างและเครื่องดื่ม ๑๐.๓๐ น. และ ๑๔.๓๐ น.
ตารางอบรมอาจมีการแก้ไขเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ต่อราชการและผู้อบรมเป็นสำคัญ