



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สถาบันการประชาสัมพันธ์ ส่วนเทคโนโลยีการฝึกอบรม โทร. ๐ ๒๒๔๘ ๕๓๕๕ - ๕๕ ต่อ ๔๓๐๓

ที่ นร ๐๒๒๘/๗๖๖

วันที่ ๒๖ มิถุนายน ๒๕๖๔

เรื่อง แจ้งข้อปฏิบัติแก่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตร "การบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management)" รุ่นที่ ๑๔

เรียน ผอ.สำนัก/กอง และหัวหน้าหน่วยงาน

ตามคำสั่ง กปส. ที่ ๖๘๖/๒๕๖๔ ลงวันที่ ๑๘ มิถุนายน ๒๕๖๔ เรื่อง ให้ข้าราชการเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตร "การบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management)" รุ่นที่ ๑๔ อบรมระหว่างวันที่ ๓๐ มิถุนายน - วันที่ ๑๘ สิงหาคม ๒๕๖๔ อบรม ๘ สัปดาห์ รวมศึกษาดูงาน ๔ วัน รูปแบบ Online โดยใช้แอปพลิเคชัน Zoom และ Onsite ณ อาคารสถาบันการประชาสัมพันธ์ ผู้เข้ารับการอบรมเป็นข้าราชการ กปส. ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จำนวน ๑๐ คน และบุคลากรจากหน่วยงานภายนอก จำนวน ๑๕ คน รวมทั้งสิ้น ๒๕ คน โดยมีบุคลากรในหน่วยงานของท่านได้รับการคัดเลือกเข้ารับการฝึกอบรมด้วย (รายละเอียดตามเอกสารแนบ)

สพข. ขอความร่วมมือหน่วยงานต้นสังกัดและขอให้ผู้มีรายชื่อตามคำสั่ง กปส. ดังกล่าวข้างต้น ซึ่งเป็นข้าราชการในสังกัดของท่านดำเนินการดังนี้

๑. การอบรมดังกล่าวถือเป็นการปฏิบัติราชการ ผู้เข้ารับการอบรมต้องมีส่วนร่วมในการเรียนตลอดหลักสูตรตามวัน เวลาที่กำหนด โดยไม่ต้องปฏิบัติงานอื่นระหว่างการอบรม

๒. สนับสนุนสถานที่ที่ส่งเสริมและเอื้ออำนวยการเรียนรู้ (กรณีที่ผู้อบรมประสงค์จะเรียน Online ณ ที่ตั้งหน่วยงาน) และอุปกรณ์พื้นฐานสำหรับการอบรม Online เช่น คอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก อินเทอร์เน็ต กล้อง ไมโครโฟน เป็นต้น

๓. กรณีเดินทางมาอบรม ณ สถาบันการประชาสัมพันธ์ ให้เบิกค่าใช้จ่ายการเดินทางเข้ารับการฝึกอบรมตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม การจัดงานและการประชุมระหว่างประเทศ (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๕๕ งดการเบิกจ่ายค่าเดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล สำหรับค่าเบี้ยเลี้ยงระหว่างการฝึกอบรมให้เบิกจากต้นสังกัด

๔. หนังสืออนุมัติเดินทางฉบับจริง เพื่อใช้ประกอบการเบิกค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการฯ ในกรณีเดินทางโดยเครื่องบิน กรุณาแนบใบเสร็จรับเงิน Boarding Pass และ E-ticket

๕. สพข. ได้ประสานการจองห้องพักอาคารหอพักกระดังงาและอาคารหอพักการเวกในวันที่ ๒๘ กรกฎาคม - วันที่ ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๔ และให้บริการอาหารกลางวัน อาหารเย็น และอาหารว่างตลอดระยะเวลาการฝึกอบรม ตามตารางการฝึกอบรมไว้เรียบร้อยแล้ว

๖. การแต่งกาย ชุดสุภาพ ตลอดการฝึกอบรม/พิธีปิดชุดสุทนต์

๗. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมกรุณากรอกใบสมัครออนไลน์และเข้ากลุ่มไลน์ ตาม QR CODE ที่แนบมาพร้อมนี้ ภายในวันศุกร์ที่ ๒๕ มิถุนายน ๒๕๖๔

ทั้งนี้ หากมีข้อสงสัยกรุณาติดต่อสอบถาม นางสาวบังอร ดุจเฉลิม ผู้บริหารหลักสูตรฯ โทรศัพท์หมายเลข ๐ ๒๒๔๘ ๕๓๕๕-๕๕ ต่อ ๔๓๐๓, ๐๘ ๘๕๐๕ ๙๒๕๕ และนางสาวธิดารัตน์ อภัยภาวี เจ้าหน้าที่ด้านการเงิน โทรศัพท์หมายเลข ๐ ๒๒๔๘ ๕๓๕๕-๕๕ ต่อ ๔๑๐๓, ๐๘ ๓๖๖๒ ๔๕๑๔

จึงเรียนมาเพื่อโปรดมอบหมายผู้เกี่ยวข้องดำเนินการต่อไปด้วย



ใบสมัคร

ศราภรณ์

(นางสาวรีย์ อัมภสุวรรณ์)

ผอ.สปข.



ไลน์กลุ่ม

(สำเนา)

คำสั่งกรมประชาสัมพันธ์

ที่ ๖๘๖/๒๕๖๔

เรื่อง ให้ข้าราชการเข้ารับการฝึกอบรม

หลักสูตร “การบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management)” รุ่นที่ ๑๔

กรมประชาสัมพันธ์ กำหนดจัดฝึกอบรมหลักสูตร “การบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management)” รุ่นที่ ๑๔ ระหว่างวันที่ ๓๐ มิถุนายน - ๑๘ สิงหาคม ๒๕๖๔ ณ สถาบันการประชาสัมพันธ์ และในรูปแบบออนไลน์ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้รับความรู้ ความเข้าใจ และทักษะในการวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล เสริมศักยภาพการคิดเชิงกลยุทธ์ เชิงสร้างสรรค์ และเชิงบูรณาการ เพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดและส่งเสริมการสร้างเครือข่ายเพื่อบูรณาการการทำงานร่วมกันซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายผู้เข้ารับการฝึกอบรมเป็นผู้ที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ของหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ ภาคเอกชน และข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์

ดังนั้น จึงให้ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการคัดเลือก จำนวน ๑๐ คน เข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรดังกล่าว ดังรายชื่อแนบท้ายนี้

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ ๓๐ มิถุนายน ๑๘ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๔

สั่ง ณ วันที่ ๑๘ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๔

(ลงชื่อ) พลโท สรรเสริญ แก้วกำเนิด

(สรรเสริญ แก้วกำเนิด)

อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์

สำเนาถูกต้อง



(นายจักรพงษ์ นภาสกุลคุ)

นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการ

๒๑ มิถุนายน ๒๕๖๔

จักรพงษ์/ร่าง/พิมพ์

สมณวรรณ/ทาน

บัญชีรายชื่อผู้เข้ารับการฝึกอบรม
หลักสูตร “การบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management)” รุ่นที่ ๑๔
ระหว่างวันที่ ๓๐ มิถุนายน - ๑๘ สิงหาคม ๒๕๖๔
ณ สถาบันการประชาสัมพันธ์ และในรูปแบบออนไลน์

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย

๑. นางสาวชัยศิลป์ คนค่อง

นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ
ส่วนกระจายเสียงในประเทศ

สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

๒. นางสาวสิริเสาวภา เอกเอี่ยมสิน

นักสื่อสารมวลชนชำนาญการ
ส่วนจัดและควบคุมรายการ

สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์

๓. นางสาวศิริลักษณ์ รัตนโรภาส

นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ
รักษาการในตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ
ส่วนแผนงานโครงการและงบประมาณ
ปฏิบัติหน้าที่ประจำศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลข่าวสาร
เพื่อการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์
สำนักข่าว

สำนักประชาสัมพันธ์เขต ๒ (อุบลราชธานี)

๔. นายภาณุ มัชฌิมา

นักสื่อสารมวลชนชำนาญการ
รักษาการในตำแหน่งนักสื่อสารมวลชนชำนาญการพิเศษ
ส่วนข่าวและรายการภูมิภาค

สำนักประชาสัมพันธ์เขต ๔ (พิษณุโลก)

๕. นางสาวมัทธิดา ธรรมราช ดินะมาตร

นักสื่อสารมวลชนชำนาญการ
สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย
จังหวัดพิษณุโลก

สำนักประชาสัมพันธ์เขต ๕ (สุราษฎร์ธานี)

๖. นางพัชรา ชื่นอารมณ

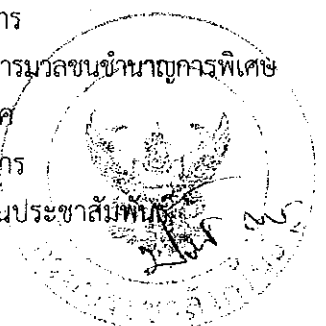
นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ
ส่วนแผนงานและพัฒนางานประชาสัมพันธ์

สำนักประชาสัมพันธ์เขต ๖ (สงขลา)

๗. นายปฐมพงศ์ แก้วบัณฑิต

นักสื่อสารมวลชนชำนาญการ
รักษาการในตำแหน่งนักสื่อสารมวลชนชำนาญการพิเศษ
ส่วนข่าวและรายการภูมิภาค
นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ
ส่วนแผนงานและพัฒนางานประชาสัมพันธ์

๘. นายสุพจน์ อารักขาโรจน์



สำนักประชาสัมพันธ์เขต ๘ (กาญจนบุรี)

๙. นายอภิชาติ อบอวย

สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดศรีสะเกษ

๑๐. นายวีรพล สุธารรรถ

นายช่างไฟฟ้าอาวุโส

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย

อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี

นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ





โครงการฝึกอบรม

หลักสูตร “การบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management)” รุ่นที่ 14

ระหว่างวันที่ 30 มิถุนายน - วันที่ 18 สิงหาคม พ.ศ. 2564

จัดโดย สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

1. หลักการและเหตุผล

แผนปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ ได้กำหนดให้ปรับบทบาทสถาบันการประชาสัมพันธ์ให้ดำเนินการเชิงรุกในการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนภาครัฐของประเทศ และแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource) หรือ คน ถือเป็นทรัพยากรสำคัญที่สุดในทุกองค์การ การพัฒนาทรัพยากรบุคคลจะส่งผลอย่างยิ่งต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของภารกิจองค์กร โดยเฉพาะยุคการพัฒนาเศรษฐกิจที่ใช้ความรู้เป็นพื้นฐาน ทุกภาคส่วนจึงจำเป็นต้องเร่งพัฒนาการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของ “คน” ในสังคมให้สามารถแสวงหาความรู้อย่างต่อเนื่อง ประกอบกับปัจจุบันเทคโนโลยี มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว งานด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นกระบวนการปฏิบัติงานที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมาย นับเป็นงานที่สร้างสรรค์ช่วยสร้างความประทับใจ 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

ผู้ที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรหรือปฏิบัติงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง 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 ปฏิบัติตามกฎระเบียบของผู้เข้ารับการฝึกอบรมตามที่สถาบันการประชาสัมพันธ์กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด

5. จำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรม

จำนวน 25 คน (ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ จำนวน 10 คน และจากหน่วยงานภายนอก จำนวน 15 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 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมต้องเข้าร่วมกิจกรรม การเสริมสร้างและพัฒนาทีมงาน ด้านการประชาสัมพันธ์ ณ ต่างจังหวัด จำนวน 4 วัน 3 คืน

2.2 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมต้องมีส่วนร่วมในกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ เป็นการเสริมสร้างเครือข่าย ตามตารางที่กำหนด ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการอบรมในหลักสูตรนี้

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

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

4. การจัดทำรายงานเฉพาะบุคคล เป็นส่วนหนึ่งในการประเมินผลของการเข้าร่วมการฝึกอบรม ในหลักสูตรนี้ ดังนั้นผู้เข้ารับการฝึกอบรมทุกคนจะต้องจัดทำเอกสารรายงานเฉพาะบุคคล โดยมีหลักเกณฑ์ตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ในหลักสูตร ซึ่งผู้เข้ารับการฝึกอบรมต้องนำเสนอรายงานเดี่ยวต่อคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร ประกอบด้วย ผู้บริหารกรมประชาสัมพันธ์ ผู้อำนวยการสถาบันการประชาสัมพันธ์ และอาจารย์ที่ปรึกษาหลักสูตร และจัดทำรูปเล่ม จำนวน 3 เล่ม ส่งให้สถาบันการประชาสัมพันธ์ ก่อนสิ้นสุดการฝึกอบรม 1 สัปดาห์

5. ทักษะศึกษา เป็นการ เปิดโลกทัศน์ด้านสื่อ เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ หรือด้านการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และความคิดเห็นระหว่างผู้เข้ารับการฝึกอบรมด้วยกัน ได้แก่ การศึกษาดูงานภายในประเทศ จำนวน 4 วัน 3 คืน

7. โครงสร้างหลักสูตร

การฝึกอบรมแบ่งเป็น 4 หมวดวิชา

รวมเวลาทั้งสิ้น 159 ชั่วโมง ดังนี้

หมวดที่ 1 หมวดความรู้ทั่วไป ด้านการประชาสัมพันธ์	จำนวน 49 ชั่วโมง
1.1 การปฏิบัติการเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.2 การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์	จำนวน 6 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 การบริหารโครงการและประเมินผลการประชาสัมพันธ์	จำนวน 6 ชั่วโมง
1.12 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 การเสวนาทางวิชาการในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ร่วมสมัย | จำนวน 6 ชั่วโมง |

หมวดที่ 3 สร้างเสริมทักษะนักวางแผนกลยุทธ์

จำนวน 12 ชั่วโมง

- | | |
|--------------------------|-----------------|
| 3.1 ทักษะการเข้าถึงสังคม | จำนวน 6 ชั่วโมง |
| 3.2 ความคิดเชิงกลยุทธ์ | จำนวน 3 ชั่วโมง |
| 3.3 การสร้างภาวะผู้นำ | จำนวน 3 ชั่วโมง |

หมวดที่ 4 หมวดกิจกรรมพิเศษ

จำนวน 36 ชั่วโมง

- | | |
|--|------------------|
| 4.1 ลงทะเบียน / พิธีเปิด / ปฐมนิเทศ / ชี้แจงหลักสูตร | จำนวน 3 ชั่วโมง |
| 4.2 ประชุมกลุ่มเพื่อเตรียมความพร้อมการจัดเสวนา | จำนวน 9 ชั่วโมง |
| 4.3 ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดทำรายงาน โดยนำเสนอรายงานจากการศึกษา (รายงานเดี่ยวและรายงานกลุ่ม) นำเสนอและวิพากษ์ผลงาน ฝึกปฏิบัติปรับแก้การจัดทำรายงาน | จำนวน 18 ชั่วโมง |
| 4.4 กิจกรรมเสริมสร้างทีมงานนักประชาสัมพันธ์/สร้างเครือข่าย | จำนวน 3 ชั่วโมง |
| 4.5 ประเมินท้ายหลักสูตร / พิธีมอบประกาศนียบัตร / พิธีปิด | จำนวน 3 ชั่วโมง |

หมวดที่ 5 หมวดสร้างเสริมประสบการณ์เชิงประจักษ์ (ทัศนศึกษา) จำนวน 24 ชั่วโมง

- | | |
|-----------------------------------|------------------|
| 5.1 ทัศนศึกษา (จำนวน 4 วัน 3 คืน) | จำนวน 24 ชั่วโมง |
|-----------------------------------|------------------|

8. รายละเอียดหลักสูตร

8.1 หมวดความรู้ทั่วไป ด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 51 ชั่วโมง

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

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

8.1.2 การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Event Organization) (6) การออกแบบและวางแผนการจัดอีเว้นท์เพื่อการประชาสัมพันธ์ กระบวนการในการจัดอีเว้นท์เพื่อการประชาสัมพันธ์ การสร้างสรรค์และการออกแบบงานอีเว้นท์ให้โดนใจ การเขียนโครงการฯ และคิดงบประมาณ 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 การออกแบบวิธีการติดตามและประเมินผลโครงการและกิจกรรมทางสื่อออนไลน์

8.1.13 กฎหมายและจริยธรรมในการสื่อสาร (Law and Ethics in Communication) (3) ความหมาย ความสำคัญ หลักการ การปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ตามหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ แนวคิดพื้นฐานเรื่องสิทธิ สิทธิมนุษยชน

8.2 หมวดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ จำนวน 42 ชั่วโมง

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

8.2.1 การวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Public Relations Planning) (3) การวิเคราะห์ยุทธศาสตร์องค์กรเพื่อสร้างกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ประเภทของการวางแผน การประชาสัมพันธ์ กระบวนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายเพื่อจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์องค์กรทั้งในเชิงรุกและเชิงรับ ตลอดจนการแก้ไขปัญหาอุปสรรคต่างๆ

8.2.2 การวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์องค์กร (3) การวิเคราะห์อัตลักษณ์ และชื่อเสียงองค์กร การวิเคราะห์ยุทธศาสตร์องค์กรเพื่อสร้างกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การประยุกต์ใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายเพื่อจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์องค์กรทั้งในเชิงรุกและเชิงรับ และเพื่อสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใต้บริบททางสังคมที่แตกต่างกัน

8.2.3 ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) (3) นิยามองค์ประกอบ รูปแบบ การวิเคราะห์และกำหนดกิจกรรมเพื่องาน CSR พร้อมกรณีศึกษา

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

- แนวโน้มและสถานการณ์การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ของโลก อาเซียน และประเทศไทย นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านภาพลักษณ์ของประเทศไทย ลักษณะการสื่อสารของคนไทยในยุคดิจิทัลที่ส่งผลต่อการประชาสัมพันธ์องค์กร กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสื่อดิจิทัล

- องค์ประกอบในการปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัล ขั้นตอน กระบวนการทำงาน โอกาสและความท้าทายสู่องค์กรดิจิทัล

- เทคนิค วิธีการ เครื่องมือ และกระบวนการสร้างการปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายยุคดิจิทัล การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายขององค์กร ประโยชน์ที่ได้รับ

8.2.5 อิทธิพลของสื่อโซเชียลต่อการสื่อสาร/ฝึกปฏิบัติ (3) ประเภทของสื่อโซเชียล ปัจจัยที่มีผลกระทบต่องานด้วยสื่อโซเชียลทั้งเชิงบวกและเชิงลบ วิฤติและโอกาสของการใช้สื่อโซเชียลในการสื่อสาร

8.2.6 กลยุทธ์ข้อมูลข่าวสารและช่องทางการเผยแพร่ (Content & Channel Strategies) (6) การวิเคราะห์ผู้รับสารและกลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์องค์กร การวิเคราะห์ช่องทางและแพลตฟอร์มการสื่อสารที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์องค์กร การวางแผนแนวกลยุทธ์ในการสร้างและการบริหาร Content ให้ตรงใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และช่องทางการบริหารจัดการ content ในยุคดิจิทัล

8.2.7 กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร (Image Building Strategies) (3) บทบาทความสำคัญและประเภทของภาพลักษณ์ กลยุทธ์ในการออกแบบและสื่อสารภาพลักษณ์ การวิเคราะห์องค์กณ์หลัก การวิเคราะห์กระบวนการวางแผนกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร 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) แนวคิดการประชาสัมพันธ์ ก่อ กั้น แก่ กับการวางแผนเชิงกลยุทธ์ การวางแผนและออกแบบเครื่องมือประชาสัมพันธ์ กลวิธี สร้างเนื้อหา(content)และการสร้างภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์กลวิธีสร้างสรรคงานประชาสัมพันธ์ด้วยสมาร์ตโฟน 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 กลยุทธ์การสร้างสรรคกิจกรรมเสวนาทางวิชาการ (3)

8.3 หมวดสร้างเสริมทักษะนักวางแผนกลยุทธ์ จำนวน 12 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อเสริมสร้าง และพัฒนาทักษะการนำเสนอ บุคลิกภาพ การเข้าสังคม เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีในฐานะนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ มีรายละเอียดหัวข้อวิชา ดังนี้

8.3.1 การสร้างภาวะผู้นำ (3) แนวคิดเกี่ยวกับผู้นำ วิธีการสร้างภาวะผู้นำ บทบาทผู้นำด้านกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ คุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพของนักกลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์



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

8.3.2 ทักษะการเข้าสังคม (Social Skill Activity) (6) การพัฒนาบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับ ลักษณะงาน เทคนิคการพูด น้ำเสียง ท่าทาง อากัปกิริยา

8.4 หมวดกิจกรรมพิเศษ จำนวน 36 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 ประชุมกลุ่มเพื่อเตรียมความพร้อมการจัดเสวนา (9)

8.4.3 ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดทำรายงาน โดยนำเสนอรายงานจากการศึกษา (รายงานเดี่ยวและรายงานกลุ่ม) นำเสนอและวิพากษ์ผลงาน ฝึกปฏิบัติปรับแก้การจัดทำรายงาน (18)

8.4.4 กิจกรรมเสริมสร้างทีมงานนักประชาสัมพันธ์/สร้างเครือข่าย (3)

8.4.5 ประเมินท้ายหลักสูตร / พิธีมอบประกาศนียบัตร / พิธีปิด (3)

8.5 หมวดการสร้างเสริมประสบการณ์เชิงประจักษ์ (ทัศนศึกษา) จำนวน 24 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อเป็นการเพิ่มพูนประสบการณ์ เปิดโลกทัศน์ด้านการบริหารจัดการสื่อขององค์กร เป็นการ เปิดโลกทัศน์ด้านสื่อ เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ หรือด้านการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนให้มีการแลกเปลี่ยน ประสบการณ์และความคิดเห็นระหว่างผู้เข้ารับการฝึกอบรมด้วยกัน รวมทั้งสามารถนำมาประยุกต์ให้เข้ากับองค์กรได้

9. กรอบเวลาในการจัดทำรายงานเฉพาะบุคคล

การจัดทำเอกสารรายงานเฉพาะบุคคลเป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณาประเมินผลเพื่อผ่านการอบรม ในหลักสูตร ผู้เข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรการบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management) รุ่นที่ 14 กำหนดให้ผู้เข้าอบรมทุกคนจะต้องทำและนำเสนอรายงานเฉพาะบุคคลในหัวข้อที่สนใจและประเด็นที่ เกี่ยวข้องกับงานด้านการวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ส่วนการพิจารณาจะเป็นไปตามหลักเกณฑ์ และมาตรฐานตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร โดยกำหนดรายละเอียดของเวลาในการจัดทำรายงานตั้งแต่ ขั้นตอนการนำเสนอหัวข้อและเค้าโครงรายงานเฉพาะบุคคล และช่วงเวลาการจัดส่งรายงานเพื่อเปิดโอกาส ให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมปรึกษาหารือและขอคำแนะนำเพิ่มเติมจากอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งผู้เข้ารับการฝึกอบรม ต้องนำเสนอรายงานต่อคณะกรรมการการวิพากษ์หลักสูตร ประกอบด้วย ผู้บริหารกรมประชาสัมพันธ์ ผู้อำนวยการสถาบันการประชาสัมพันธ์ และอาจารย์ที่ปรึกษาหลักสูตร และปรับแก้ไขรายงานฉบับสมบูรณ์ต่อไป

ขั้นตอนการจัดทำรายงานเฉพาะบุคคล

1. ชี้แจงการทำรายงานเฉพาะบุคคล โดยอาจารย์ที่ปรึกษาหลักสูตร สัปดาห์ที่ 3
2. ส่งหัวข้อและเค้าโครงเอกสารรายงานเฉพาะบุคคล สัปดาห์ที่ 4
3. ส่งรายงานฉบับสมบูรณ์ สัปดาห์ที่ 8
4. นำเสนอและวิพากษ์ผลงาน (รายงานเดี่ยว) สัปดาห์ที่ 8
5. การนำเสนอรายงานเฉพาะรายงานเดี่ยวต่อคณะกรรมการการวิพากษ์หลักสูตร คนละไม่เกิน 8 นาที
ในวันอังคารที่ 17 สิงหาคม 2564 เวลา 13.00 – 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 1 เรื่อง
3. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น	ร้อยละของผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80

12. เงื่อนไขการสำเร็จการอบรม

ในการเข้าร่วมอบรมในหลักสูตรการบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management) รุ่นที่ 14 กำหนดเงื่อนไขการสำเร็จการอบรมไว้ดังต่อไปนี้

1. ต้องมีเวลาเข้าฟังและเสนอความคิดเห็นในห้องเรียนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 75 ของเวลาเรียนทั้งหมด ผู้ที่ขาดการอบรมในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ขอความกรุณาส่งใบลา แต่ยืนยันว่าเป็นวันขาดเรียน
2. ต้องมีส่วนร่วมในกิจกรรมตลอดหลักสูตร และต้องเข้าร่วมกิจกรรมทัศนศึกษานอกสถานที่ การจัดเสวนา
3. จัดทำเอกสารรายงานเฉพาะบุคคล เอกสารสรุปรายวิชา และส่งตามระยะเวลาที่กำหนดในหลักสูตร



4. จัดทำรายงานและนำเสนอผลงานหรืองานที่ได้รับมอบหมายตามกำหนดเวลา และจะต้องส่งฉบับสมบูรณ์เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการหลักสูตรในการพิจารณาจบหลักสูตร

5. หากผู้เข้ารับการฝึกอบรมรายใดไม่ส่งรายงานเฉพาะบุคคล ภายในสัปดาห์ที่ 8 สถาบันการประชาสัมพันธ์ ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาแจ้งไปยังต้นสังกัด ว่าท่านไม่ผ่านการฝึกอบรม และไม่คืนค่าลงทะเบียนในการเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรฯ

13. ระยะเวลาและขอบเขตของการฝึกอบรม

การอบรมหลักสูตรการบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management) รุ่นที่ 14 กำหนดระยะเวลาในการอบรม 8 สัปดาห์ ระหว่างวันพุธที่ 30 มิถุนายน - วันพุธที่ 18 สิงหาคม 2564

14. สถานที่ฝึกอบรม

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

15. ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม

ค่าลงทะเบียนคนละ 68,000 บาท

16. การประเมินผลและติดตามผล

16.1 รายงานเฉพาะบุคคล

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 การประชาสัมพันธ์แบบมืออาชีพ โดยใช้สื่อยุคใหม่ (New media) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

17.2 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความมั่นใจในศักยภาพของตนเองในการเป็นนักประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ ในทางสร้างสรรค์ สามารถพัฒนารูปแบบงานประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัย ก่อให้เกิดผลดีต่อตนเอง และหน่วยงาน ตลอดจนประเทศชาติ

17.3 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ที่มีความเข้าใจอันดีระหว่างกัน ให้ความร่วมมือ และบูรณาการการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ





ตารางการฝึกอบรม

หลักสูตร "การบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management) รุ่นที่ 14

ศึกษาดูงานในประเทศ (2 - 3 วัน)

ระหว่างวันที่ 30 มิถุนายน - วันที่ 18 สิงหาคม 2564

อบรม 8 สัปดาห์

จัดโดย สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

เวลา วัน	08.30 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.
สัปดาห์ที่ 1 (Online)		
วันพุธที่ 30 มิ.ย. 64	08.00 น. - ลงทะเบียนผ่านระบบออนไลน์ 08.30 น. - ประมุขนิเทศ /ชี้แจงข้อมูลการอบรมในหลักสูตร 09.00 น. - พิธีเปิด - กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ อ.พิศาล อุตสาหพงษ์	การสร้างภาวะผู้นำ (ดร.ประชัย เปี่ยมสมบูรณ์)
วันพฤหัสบดีที่ 1 ก.ค. 64	การตลาดบริการ (Service Marketing) ผศ.ดร.วสุพงศ์ ลาภเจริญ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	การบริหารจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data and Analytics) อ.เอกพล เขียวถาวร (อาจารย์ประจำสาขาวิชาวารสารศาสตร์ ม.ธรรมศาสตร์)
วันศุกร์ที่ 2 ก.ค. 64	การจัดกิจกรรมและการวางแผนเพื่อการประชาสัมพันธ์ / ฝึกปฏิบัติ (Event Organization) รศ.ดร.กุลทิพย์ ศาสตรระจุ รองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ/ รศ.ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว ผู้ช่วยอธิการบดีสื่อสารองค์กร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	16.00 - 19.00 น. กิจกรรมสร้าง เครือข่าย/ เลือกคณะกรรมการรุ่น
สัปดาห์ที่ 2 (Online)		
วันพุธที่ 7 ก.ค. 64	อิทธิพลของสื่อโซเชียลต่อการสื่อสาร/ฝึกปฏิบัติ อ.สกุลศรี ศรีสารคาม (หัวหน้าสาขาวิชาวารสารศาสตร์ คอนเวนเจอร์ คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันจัดการปัญญาภิวัฒน์)	เทคนิคและเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ (PR Tactics and Tools) ผศ.ดร.สิงห์ สิงห์ขจร / ม.ราชภัฏสมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ
วันพฤหัสบดีที่ 8 ก.ค. 64	กฎหมายและจริยธรรมในการสื่อสาร (Law and Ethics in Communication) ดร.อิทธิพล วรานุสุกุล สถาบันจัดการปัญญาภิวัฒน์	กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร (Image Building Strategies) กรกช อนันตสมบูรณ์
วันศุกร์ที่ 9 ก.ค. 64	การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต / (Communication in a Crisis) ดร.จอย ทองกล่อมสี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	การสื่อสารภายในองค์กร (Internal PR and Cultivation) ผศ.อัญรินทร์ อมรอิสริยาชัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



เวลา วัน	08.30 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.	
สัปดาห์ที่ 3 (Online)			
วันพุธที่ 14 ก.ค. 64	การวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์องค์กร การคิดประเด็นและวิธีวิจัยสำหรับองค์กร /ปฏิบัติ (งานเดี่ยว) ดร.พนม คลี่ฉายา (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย) / ดร.พงษ์พันธุ์ กิรติวศิน/อ.กมลรัตน์ กิจรุ่งไพศาล	ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) การเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย / ฝึกปฏิบัติ (งานเดี่ยว) ดร.พนม คลี่ฉายา (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)/ ดร.พงษ์พันธุ์ กิรติวศิน/อ.กมลรัตน์ กิจรุ่งไพศาล	
วันพฤหัสบดีที่ 15 ก.ค. 64	การปฏิบัติการข่าวสารและโฆษณาชวนเชื่อ (IO and Propaganda) พ.อ. เกียรติชัย โอภาโส	การปฏิบัติการเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Persuasion and Attitude Changes) ศ.ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์	
วันศุกร์ที่ 16 ก.ค. 64	การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) รศ.ดร.เจษฎ์ โทณะวณิก	การบริหารประเด็น / ฝึกปฏิบัติ (Issue Management) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประไพพิศ มุฑิตาเจริญ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	16.00 - 19.00 น. กิจกรรม ประชุมเตรียมงาน เสวนาทางวิชาการ
สัปดาห์ที่ 4 (Online)			
วันพุธที่ 21 ก.ค. 64	การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ / ฝึกปฏิบัติ (Integrated Marketing Communication : IMC) ดร.ทรงชนะ บุญขวัญ	การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล (Digital PR) การปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัล (Digital Transformation) การปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายยุคดิจิทัล (Digital Engagement) อ.ชวนา ทิรติยุดอมรกุล General Manager / Strategic Planning Director CJ WORK	
วันพฤหัสบดีที่ 22 ก.ค. 64	เทคนิคการผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล/ ฝึกปฏิบัติ (เทคนิคการถ่ายภาพ/ การสืบค้นและการจัดการข้อมูลเพื่อสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์) อ.สราวุฒิ ทองศรีคำ และวิทยากรผู้ช่วย		
วันศุกร์ที่ 23 ก.ค. 64	กลยุทธ์ข้อมูลข่าวสารและช่องทางการเผยแพร่ (Content & Channel Strategies) อ.ระวี ตะวันธรงค์ (นายกสมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์และสปริงนิวส์)	กิจกรรม ประชุมเตรียมงานเสวนาทางวิชาการ	
สัปดาห์ที่ 5 (Onsite)			
วันพุธที่ 28 ก.ค. 64	(วันหยุดราชการ) วันเฉลิมพระชนมพรรษา พระบาทสมเด็จพระปรเมนทรรามาธิบดีศรีสินทรมหาวชิราลงกรณ์ พระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว		
วันพฤหัสบดีที่ 29 ก.ค. 64	การวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Public Relations Planning) รศ.ดร.เสรี วงษ์มณฑา/และวิทยากรผู้ช่วย	ความคิดเชิงกลยุทธ์ (Creative Thinking) อ.รัชเขต วิสเพ็ญ นักพูดสร้างแรงบันดาลใจ	
วันศุกร์ที่ 30 ก.ค. 64	ทักษะการเข้าสังคม (Social Skill Activity) การพัฒนาบุคลิกภาพ / ฝึกปฏิบัติ อ.พิมพ์วิรี พึ่งบุญ ณ อยุธยา	16.00 - 19.00 น. กิจกรรม ประชุมเตรียมงานเสวนาทางวิชาการ	



เวลา วัน	08.30 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.	
สัปดาห์ที่ 6 (Onsite)			
วันจันทร์ที่ 2 ส.ค.64	การบริหารโครงการและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ / ฝึกปฏิบัติ ดร.พนม คลีณา (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)		
วันอังคารที่ 3 ส.ค.64	เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อนำเสนออย่างมืออาชีพ / ฝึกปฏิบัติ (Story Telling) อ.ชุตินธรา วัฒนกุล/อ.นันท์สิทธิ์ นิตยเมธา (สถานีโทรทัศน์ PPTV)		
วันพุธที่ 4 ส.ค.64	ประชุมเตรียมความพร้อมการจัดเสวนา		
วันพฤหัสบดีที่ 5 ส.ค.64	การจัดกิจกรรมเสวนาทางวิชาการ ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชนร่วมสมัย ดำเนินการโดยผู้เข้าอบรม		
วันศุกร์ที่ 6 ส.ค.64	ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดทำรายงาน ดร.พนม คลีณา (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย) / ดร.พงษ์พันธุ์ กิรติวสิน/อ.กมลรัตน์ กิจรุ่งไพศาล	16.00 - 17.00 น.	
		ชี้แจงการศึกษาดูงาน	
สัปดาห์ที่ 7			
กิจกรรมสร้างเสริมประสบการณ์และศึกษาดูงาน ด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนในประเทศ ระหว่างวันจันทร์ที่ 9 – วันพฤหัสบดีที่ 12 สิงหาคม 2564 (4 วัน 3 คืน) ต่างจังหวัด			
วันศุกร์ที่ 13 ส.ค.64	ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดทำรายงาน (Onsite)		
สัปดาห์ที่ 8 (Onsite)			
จันทร์ที่ 16 ส.ค.64	ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดทำรายงาน ดร.พนม คลีณา (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย) / ดร.พงษ์พันธุ์ กิรติวสิน/อ.กมลรัตน์ กิจรุ่งไพศาล		
วันอังคารที่ 17 ส.ค. 64	ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดทำรายงาน ดร.พนม คลีณา (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย) / ดร.พงษ์พันธุ์ กิรติวสิน/อ.กมลรัตน์ กิจรุ่งไพศาล	กิจกรรมนำเสนอผลงานและวิพากษ์ผลงาน รองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์/ ดร.พนม คลีณา (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)/ ผู้อำนวยการสถาบันการประชาสัมพันธ์	17.00 - 20.00 น.
		กิจกรรม เสริมสร้างทีมงาน นักประชาสัมพันธ์	
วันพุธที่ 18 ส.ค. 64	ฝึกปฏิบัติปรับแก้การจัดทำรายงาน ดร.พนม คลีณา (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย) / ดร.พงษ์พันธุ์ กิรติวสิน/อ.กมลรัตน์ กิจรุ่งไพศาล	กิจกรรมสร้างเสริมเครือข่ายนักประชาสัมพันธ์/ ประเมินผลท้ายหลักสูตรพิธีปิดการฝึกอบรม / มอบใบประกาศนียบัตร	

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

* สถาบันฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงข้อมูล ทั้งนี้เพื่อความเหมาะสมและประโยชน์สูงสุดของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

Update 16 มิ.ย. 64



สถาบันการประชาสัมพันธ์

INSTITUTE OF PUBLIC RELATIONS

๑๒๕ ซอยพลโยธิน ๗ (อารีย์) ถนนพลโยธิน เขตพญาไท กรุงเทพฯ ๑๐๔๐๐
โทร. ๐ ๒๒๙๘ ๕๗๙๕ ต่อ ๕๓๐๕ โทรสาร ๐ ๒๒๙๘ ๕๗๗๐

กำหนดการพิธีเปิด

การฝึกอบรมหลักสูตร “การบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์
(Strategic PR Management)” รุ่นที่ ๑๔

วันพุธที่ ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๔ เวลา ๐๙.๐๐ น.

ณ ห้องประชุม อ.สะอาด ตันศุภผล ชั้น ๒ อาคารสถาบันการประชาสัมพันธ์
รูปแบบ Online (Application Zoom)

- เวลา ๐๘.๐๐ น. - เปิดระบบห้องเรียนออนไลน์
- เวลา ๐๘.๓๐ น. - ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเข้าร่วมพิธีในระบบพร้อมกันครบถ้วน
ณ ห้องเรียนออนไลน์
- พิธีกรกล่าวต้อนรับแจ้งกำหนดการ ณ ห้องเรียนออนไลน์
- เวลา ๐๙.๐๐ น. - ผู้อำนวยการสถาบันการประชาสัมพันธ์
(นางสาวริย์ อัมภสุวรรณ์) กล่าวรายงาน
- รองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ (นางพิชญา เมืองเนา)
- ประธานในพิธีกล่าวเปิดการจัดฝึกอบรมหลักสูตร
- ผู้อำนวยการสถาบันการประชาสัมพันธ์
(นางสาวริย์ อัมภสุวรรณ์) ชี้แจงหลักสูตร
- นางสาวบังอร ดุจเฉลิม ผู้บริหารหลักสูตร
- แนะนำรายละเอียดเพิ่มเติมในการเตรียมพร้อมในการเข้ารับการฝึกอบรม
- ณ ห้องเรียนออนไลน์ สถาบันการประชาสัมพันธ์

หมายเหตุ : สุภาพบุรุษ : ชุดสุภาพ
สุภาพสตรี : ชุดสุภาพ
ข้าราชการทหาร ตำรวจ : ชุดสุภาพ