



หลักสูตร “นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง” รุ่นที่ 62
: การบริหารงานประชาสัมพันธ์ยุค New Normal
อบรมระหว่างวันที่ 1 มิถุนายน - 27 กรกฎาคม 2565
อบรม 9 สัปดาห์ ๆ ละ 3 วัน (พุธ พฤหัสบดี และศุกร์) ศึกษาดูงานในประเทศ
จัดโดย สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

1. หลักการและเหตุผล

ตามแผนปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ ได้กำหนดให้ปรับบทบาทสถาบันการประชาสัมพันธ์ให้ดำเนินการเชิงรุกในการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนภาครัฐของประเทศ และแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ได้ให้ความสำคัญในการการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศทุกระดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูงต้องเป็นผู้ขับเคลื่อนและสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์ให้เกิดประสิทธิภาพ เพื่อสร้างการยอมรับและความน่าเชื่อถือให้แก่หน่วยงานของตน

ประกอบกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ ทำให้ผู้บริหารงานด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน จำเป็นต้องพัฒนาทักษะ ความรอบรู้ สมรรถนะด้านการบริหารงาน และความเป็นผู้นำให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล

ด้วยเหตุผลดังกล่าว สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ ในฐานะหน่วยงานที่มีภารกิจในการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนระดับประเทศ จึงได้จัด หลักสูตร “นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง” รุ่นที่ 62 : การบริหารงานประชาสัมพันธ์ยุค New Normal 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 ตำแหน่งประเภทวิชาการ ระดับชำนาญการพิเศษ หรือประเภทอำนวยการระดับต้นขึ้นไป
- 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 เข้ารับการฝึกอบรมเต็มเวลา ไม่น้อยกว่าร้อยละ 75 ของระยะเวลาฝึกอบรมที่กำหนดในหลักสูตร
- 4.8 ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบของผู้เข้ารับการฝึกอบรมตามที่สถาบันการประชาสัมพันธ์กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด

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 และยังเปิดโอกาสให้ผู้อบรมได้แลกเปลี่ยนมุมมองและความคิดเห็นระหว่างกัน



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

6.2.1 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมต้องเข้าร่วมกิจกรรมการเข้าค่ายการเสริมสร้างและพัฒนาทีมงาน ด้านการประชาสัมพันธ์สำหรับผู้บริหาร ณ ค่ายต่างจังหวัด จำนวน 3 วัน 2 คืน

6.2.2 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมต้องมีส่วนร่วมในกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ กิจกรรมสร้างเครือข่าย (รุ่นพี่พรุ่นน้อง) กิจกรรมเสริมสร้างทีมงานนักบริหาร ตามตารางที่กำหนด ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการอบรม ในหลักสูตรนี้

6.3 การเสวนาทางวิชาการ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเป็นผู้กำหนดหัวข้อหรือประเด็น ที่สนใจของสังคม เป็นการจัดเวทีเพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นและประสบการณ์ระหว่างกัน และนำเสนอความคิดเห็นสู่สาธารณะ โดยเปิดโอกาสให้เชิญบุคคลภายนอก นักวิชาการ นักวิชาชีพ หรือผู้มีส่วน เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการนำเสนอความคิดเห็น ข้อเท็จจริง เพื่อนำไปสู่แนวทางแก้ไข หรือข้อเสนอแนะ ที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนร่วมต่อไป

***** ผู้เข้ารับการฝึกอบรมจะต้องร่วมกันดำเนินการจัดกิจกรรมเสวนาทางวิชาการ (Online/On site) ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชนร่วมสมัย โดยกำหนดหัวข้อ เสวนา การเชิญวิทยากร การจัด เตรียมงานทั้งหมด และจัดทำรูปเล่มเอกสารสรุปผลการเสวนา จำนวน 2 เล่ม ส่งก่อนสิ้นสุดการอบรม 1 สัปดาห์ *****

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

6.5 การศึกษาดูงาน เป็นการศึกษาดูงานในองค์การด้านการบริหารจัดการสื่อ บริหารจัดการข้อมูล ข่าวสาร บริหารจัดการงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานอิสระ ภายในประเทศ เพื่อเปิดโลกทัศน์ด้านการบริหารจัดการงานประชาสัมพันธ์ ตลอดจนให้มีการแลกเปลี่ยน ประสบการณ์และความคิดเห็นระหว่างผู้เข้ารับการฝึกอบรมด้วยกัน แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

6.5.1 การศึกษาดูงานภายในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 1 ครั้ง

6.5.2 การศึกษาดูงานในประเทศ (ต่างจังหวัด) จำนวน 4-5 วัน (ค่าใช้จ่ายรวมค่าลงทะเบียน เรียบร้อยแล้ว)

***** ผู้เข้ารับการฝึกอบรมจะต้องมีส่วนร่วมในการศึกษาดูงาน โดยจัดทำรายงานกลุ่ม การศึกษาดูงานเชิงเปรียบเทียบและให้ข้อเสนอเชิงนโยบายในการนำมาปรับใช้ในการบริหารงาน และจัดทำ รูปเล่ม จำนวน 3 เล่ม ส่งให้สถาบันการประชาสัมพันธ์ ก่อนสิ้นสุดการฝึกอบรม 1 สัปดาห์ *****

7. โครงสร้างหลักสูตร

การฝึกอบรมแบ่งเป็น 5 หมวดวิชา	รวมเวลาทั้งสิ้น 227 ชั่วโมง ดังนี้
หมวดที่ 1 หมวดการบริหารองค์กรเชิงกลยุทธ์	จำนวน 30 ชั่วโมง
1.1 มองไทยมองโลก	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.2 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของโลกยุคดิจิทัล	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.3 การสื่อสารทางการเมือง	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.4 การสื่อสารนโยบายสู่สาธารณชน	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.5 การสื่อสารภายในองค์กร	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.6 การปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัล	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.7 การบริหารจัดการข้อมูลขนาดใหญ่	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.8 กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.9 การปฏิบัติการเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.10 คุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณสำหรับผู้บริหาร	จำนวน 3 ชั่วโมง
หมวดที่ 2 หมวดการบริหารงานประชาสัมพันธ์	จำนวน 42 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 การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.12 การบริหารโครงการและประเมินผลการประชาสัมพันธ์	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.13 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.14 การคิดเชิงออกแบบงานประชาสัมพันธ์	จำนวน 3 ชั่วโมง
หมวดที่ 3 หมวดสร้างเสริมทักษะนักบริหาร	จำนวน 24 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 6 ชั่วโมง
3.6 การเขียนรายงานและบทความทางวิชาการ สำหรับผู้บริหาร	จำนวน 3 ชั่วโมง

หมวดที่ 4 หมวดกิจกรรมพิเศษ จำนวน 77 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 5 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 6 วัน 5 คืน) | จำนวน 48 ชั่วโมง |

8. รายละเอียดหลักสูตร

8.1 หมวดหมวดการบริหารองค์กรเชิงกลยุทธ์ จำนวน 30 ชั่วโมง

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

8.1.1 มองไทยมองโลก (3) วิเคราะห์ สถานการณ์รอบด้านระดับประชาคมโลกเชื่อมโยงสู่ประเทศไทย เพื่อก้าวทันการเปลี่ยนแปลง และสามารถปรับตัวเตรียมรับทุกสถานการณ์

8.1.2 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของโลกยุคดิจิทัล (3) ผลกระทบการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคดิจิทัลต่อบุคคล และองค์กร โอกาสและความท้าทายในการปรับเข้าสู่ยุคดิจิทัล

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

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

8.1.5 การสื่อสารภายในองค์กร (Internal PR and Cultivation) (3)

- ปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารภายในองค์กรให้ประสบผลสำเร็จ
- บทบาทและความสำคัญของการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

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

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

8.1.9 การปฏิบัติการเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Persuasion and Attitude Changes) (3)

- แนวคิดและองค์ประกอบการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการโน้มน้าวใจสำหรับผู้บริหาร
- จิตวิทยาแห่งการโน้มน้าวใจและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติกับการประชาสัมพันธ์
- กลยุทธ์การโน้มน้าวใจสร้างความได้เปรียบในการเจรจาต่อรอง
- กระแสสังคมและกลวิธีการโน้มน้าวใจอย่างได้ผลเพื่อการประชาสัมพันธ์
- ประโยชน์ที่บุคคลและองค์กรได้รับจากการโน้มน้าวใจและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ
- การบริหารจัดการและความท้าทายในการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

8.1.10 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 และการนำสาระความรู้มาบูรณาการเพื่อการบริหารงานประชาสัมพันธ์ให้สัมฤทธิ์ผล 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 ความเหมือนและแตกต่าง ระหว่าง IO and Propaganda

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

8.2.6 การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารยุคดิจิทัล/ฝึกปฏิบัติ (3) หลักการและกระบวนการ จัดการข้อมูลข่าวสารขององค์กรและข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร การวิเคราะห์ตรวจสอบคุณภาพ และประเมิน ความน่าเชื่อถือของข้อมูล การแยกแยะ จัดเก็บ การนำไปใช้เพื่อการตัดสินใจทั้งในเชิงนโยบายและการปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับสังคมดิจิทัล แนวทางการสื่อสารกลับ เมื่อถูกวิพากษ์วิจารณ์หรือต่อต้านผ่าน สื่อออนไลน์ การเพิ่มและพัฒนาช่องทางให้มีประสิทธิภาพ สามารถเข้าถึงและตอบสนองความต้องการ กลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารยุคดิจิทัล

8.2.7 การประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล (Digital PR) (3) รูปแบบการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล ปัจจัยที่มีผลต่อการวางแผนการประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ การเข้าถึง กลุ่มเป้าหมาย ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล

8.2.8 กลยุทธ์ข้อมูลข่าวสารและช่องทางการเผยแพร่ (Content & Channel Strategies) (3)

- การวางแผนแนวกลยุทธ์ในการสร้างและการบริหาร Content ให้ตรงใจ เข้าถึง กลุ่มเป้าหมาย 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 การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Event Organization) (3)

- กลยุทธ์การบริหารจัดการกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ในยุค New Normal (On Air Online On Ground และ Virtual)
- ภาพรวมและแนวโน้มธุรกิจกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์
- การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- รูปแบบกิจกรรมและการจัดสรรงบประมาณ
- การประเมินและติดตามการจัดการกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์

8.2.12 การบริหารโครงการและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ (3) หลักการและแนวทางในการบริหารโครงการและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ การออกแบบวิธีการติดตามและประเมินผลโครงการ และกิจกรรมทางสื่อออนไลน์

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

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

8.3 หมวดสร้างเสริมทักษะนักบริหาร จำนวน 24 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) การฝึกปฏิบัติ การให้สัมภาษณ์เพื่อเตรียมความพร้อม (ข้อมูล การเรียบเรียง น้ำเสียง สีตา ความมั่นใจ บุคลิก และการแต่งกาย) สำหรับการสัมภาษณ์แบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เทคนิคการตอบคำถามในทางสร้างสรรค์ การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า การควบคุมอารมณ์ การใช้สื่อประกอบคำพูด ฯลฯ

8.3.5 การพัฒนาบุคลิกภาพผู้บริหาร และทักษะการเข้าสังคม (6) 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 กิจกรรมเสริมสร้างทีมงานนักบริหาร (9)

8.4.4 ประชุมกลุ่มเตรียมงานการจัดเสวนาทางวิชาการ (5)

8.4.5 ประชุมกลุ่มเตรียมงานการศึกษาดูงานในประเทศ (ต่างจังหวัด) (3)

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

8.4.7 ประเมินท้ายหลักสูตร / พิธีมอบประกาศนียบัตร / พิธีปิด (3)

8.5 หมวดสร้างเสริมประสบการณ์เชิงประจักษ์ (รายงานทางวิชาการ/การจัดเสวนา/การศึกษา ดูงาน) จำนวน 54 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์

- เปิดโอกาสให้ผู้อบรมเป็นผู้กำหนดหัวข้อประเด็นที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ร่วมสมัย เพื่อจัดกิจกรรมเสวนาทางวิชาการนำเสนอสู่สาธารณะ

- ศึกษาดูงานหน่วยงานที่ทันสมัยอย่างเจาะลึก เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์และเปิดโลกทัศน์ในด้านการบริหารงานประชาสัมพันธ์หรือสื่อสารองค์กร โดยมีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อถอดบทเรียนจากการศึกษาดูงาน พร้อมจัดทำและนำเสนอรายงานจากการศึกษาดูงาน (โดยเน้นให้เชื่อมโยงและสามารถนำไปใช้ได้จริงในองค์กรของผู้เรียน)



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

9. กรอบเวลาในการจัดทำรายงานเฉพาะบุคคล

การจัดทำเอกสารรายงานเฉพาะบุคคลเป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณาประเมินผลเพื่อผ่านการอบรมในหลักสูตร ผู้เข้ารับการศึกษาอบรมหลักสูตร “นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง” รุ่นที่ 62 : การบริหารงานประชาสัมพันธ์ยุค New Normal กำหนดให้ผู้เข้าอบรมทุกคนจะต้องจัดทำและนำเสนอรายงานเฉพาะบุคคลในหัวข้อที่สนใจและประเด็นที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน ส่วนการพิจารณาจะเป็นไปตามหลักเกณฑ์และมาตรฐานตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร โดยกำหนดรายละเอียดของเวลาในการจัดทำรายงานตั้งแต่ขั้นตอนการนำเสนอหัวข้อและเค้าโครงรายงานเฉพาะบุคคล และช่วงเวลาการจัดส่งรายงานเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้ารับการศึกษาอบรมปรึกษาหารือและขอคำแนะนำเพิ่มเติมจากอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งผู้เข้ารับการศึกษาอบรมต้องนำเสนอรายงานต่อคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร 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 และจากหน่วยงานภายนอกที่ได้รับการยอมรับและเชื่อถืออย่างกว้างขวาง



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 62 : การบริหารงานประชาสัมพันธ์ยุค New Normal กำหนดเงื่อนไขการสำเร็จการอบรมไว้ดังต่อไปนี้

12.1 ต้องมีเวลาเข้าฟังและเสนอความคิดเห็นในห้องเรียนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 75 ของเวลาเรียนทั้งหมด ผู้ที่ขาดการอบรมในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ขอความกรุณาส่งใบลา แต่ยืนยันว่าเป็นวันขาดเรียน

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 62 : การบริหารงานประชาสัมพันธ์ยุค New Normal กำหนดระยะเวลาในการอบรม 9 สัปดาห์ ๆ ละ 3 วัน (พุธ พุธสัปดาห์ ศุกร์) รวมศึกษาดูงานต่างจังหวัด จำนวน 5-6 วัน

14. สถานที่ฝึกอบรม

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

15. ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม

- เงินงบประมาณโครงการพัฒนาบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์
- ค่าลงทะเบียนฝึกอบรมจากบุคคลภายนอก จำนวน 30 คน ๆ ละ 65,000 บาท (หกหมื่นห้าพันบาทถ้วน)

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