

ห้องรองเลขาธิการฯ (2)  
เลขที่ 11958  
วันที่ 16 พ.ย. 2561  
เวลา 08:34 น.

2762  
27 พ.ย. 2561  
1009

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา  
เลขที่ 98708  
วันที่ 15 พ.ย. 2561  
เวลา 12.51



ที่ นร ๐๒๒๘/๑๕๓๖

กรมประชาสัมพันธ์  
ถนนพระรามที่ ๖ แขวงพญาไท  
เขตพญาไท กรุงเทพฯ ๑๐๕๐๐

๑๒ พฤศจิกายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขอเรียนเชิญส่งบุคลากรเข้ารับการฝึกอบรม หลักสูตร "นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง" ตามแผนปฏิรูปประเทศฯ  
เรียน เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา

สิ่งที่ส่งมาด้วย โครงการและตารางฝึกอบรมหลักสูตร "นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง" รุ่นที่ ๕๙

คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ โดยรองนายกรัฐมนตรี นายวิชณุ เครืองาม เป็นประธาน ได้มอบแนวทางการดำเนินงานตามแผนปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ และมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ ๑๑ ตุลาคม ๒๕๕๙ เห็นชอบแนวทางการสร้างความรับรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชนโดยหัวหน้าส่วนราชการ ที่มีฐานะเทียบเท่ากระทรวง กรม ตลอดจนผู้บริหารสูงสุดของรัฐวิสาหกิจและองค์การมหาชน จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาทักษะความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน รวมถึงผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งให้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน โดยมีมติแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศ ให้สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ ดำเนินการพัฒนาหลักสูตรและจัดฝึกอบรม ตั้งแต่โฆษกกระทรวง หัวหน้าส่วนราชการ ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร ตลอดจนบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ของประเทศ

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ ขอเชิญท่านส่งผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ ขององค์กร เข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตร "นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง" รุ่นที่ ๕๙ ซึ่งเป็นหลักสูตรสำคัญ สำหรับผู้บริหาร ที่ดำเนินการตามแผนปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยกำหนดฝึกอบรม ระหว่างวันที่ ๒๑ มกราคม ถึง ๑๕ มีนาคม ๒๕๖๒ สัปดาห์ละ ๓ วัน และศึกษาดูงาน ณ ประเทศญี่ปุ่น ค่าลงทะเบียน ๘๘,๐๐๐ บาท รับสมัครในระบบออนไลน์ โดยสแกน QR code กรอกรายละเอียดสมัครเข้าอบรม (รับจำนวนจำกัด) สำหรับข้าราชการสามารถเบิกค่าลงทะเบียนจากต้นสังกัดได้ตามระเบียบกระทรวงการคลัง ส่วนพนักงานรัฐวิสาหกิจ สามารถเบิกค่าลงทะเบียนได้ตามระเบียบของแต่ละหน่วยงาน สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่นางสาวสุชาดา ฐะมณีนักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ หมายเลขโทรศัพท์ ๐ ๒๖๑๘ ๒๓๒๓ ต่อ ๔๓๐๗ หรือ ๐๙ ๒๒๔๖ ๘๔๙๕ หรือทางเว็บไซต์ <http://training.prd.go.th>

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณาต่อไป จะขอบคุณยิ่ง



ขอแสดงความนับถือ

(นายชัยวัฒน์ บุญสวัสดิ์)

ผู้อำนวยการสถาบันการประชาสัมพันธ์ ปฏิบัติราชการแทน  
เรียน หัวหน้า.....อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์

เพื่อโปรดทราบและพิจารณา

สถาบันการประชาสัมพันธ์  
โทร. ๐ ๒๖๑๘ ๒๓๒๓ ต่อ ๔๓๐๗  
โทรสาร ๐ ๒๒๙๘ ๕๗๗๙

(นางทิพย์ฯ ตั้งสิริสงวน)

15 พ.ย. 2561  
นางทิพย์ฯ ตั้งสิริสงวน  
เลขานุการกรม

(นายพูนลาภ.....)

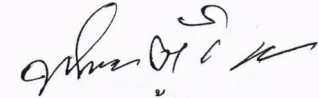
รองเลขาธิการ ปฏิบัติราชการแทน  
เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา  
๑๒ พ.ย. ๒๕๖๑

สำนักยา (อย.)  
เลขรับที่ 13932  
วันที่ 30 พ.ย. 2561 เวลา 14.51

ที่ สธ 1001 / ว ส่งต่อเอกสาร

เรียน ผอ. สำนัก/เลขานุการกรม/ผอ. กอง/ผอ. ศูนย์/  
ผอ. กลุ่ม/หน. กลุ่ม

เพื่อโปรดทราบ



(นางทิพยา ตั้งสิริสงวน)

เลขานุการกรม

29 พ.ย. 2561

- บริหารฯ     พัฒนาระบบ     กำหนดฯ  
 Pre         Post         นโยบายฯ  
 แผนไทยฯ     โปรดทราบ     โปรดพิจารณา  
 โปรดแจ้งเวียน ( ) .....



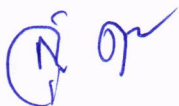
(นายสุชาติ จองประเสริฐ)  
ผู้อำนวยการสำนักยา

คุณ รัชนิวรรณ

โปรด  แจ้งเวียน

ปิดประกาศ

.....



(นางสาวสุกัญญา ทรลัมภ์)  
หัวหน้าฝ่ายบริหารทั่วไป



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

### 1. หลักการและเหตุผล

ตามแผนปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชน และเทคโนโลยี และแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศทุกระดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง ซึ่งต้องเป็นผู้ขับเคลื่อนและสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์ให้เกิดประสิทธิภาพ เพื่อสร้างการยอมรับและความน่าเชื่อถือให้แก่หน่วยงานของตน

ประกอบกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ ทำให้ผู้บริหารงานด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน จำเป็นต้องพัฒนาทักษะ ความรอบรู้ สมรรถนะด้านการบริหารงาน และความเป็นผู้นำให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล

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

### 2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อเพิ่มพูนความรู้และสร้างเสริมสมรรถนะด้านการบริหารองค์กร และความเป็นผู้นำองค์กรในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลง

2.2 เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ท่ามกลางสภาวะการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อในโลกดิจิทัล

2.3 เพื่อส่งเสริมให้มีการสร้างเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ตลอดจนบูรณาการการทำงานร่วมกัน

### 3. กลุ่มเป้าหมาย

บุคลากรภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน ที่รับผิดชอบงานบริหารงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร



#### 4. คุณสมบัติของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

ผู้ที่รับผิดชอบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร หรือปฏิบัติงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน โดยต้องดำรงตำแหน่งปัจจุบันไม่น้อยกว่า 1 ปี นับถึงวันเปิดการอบรม และมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

- 4.1 ข้าราชการพลเรือน ตำแหน่งประเภทวิชาการ ระดับชำนาญการพิเศษ หรือประเภทอำนวยการระดับต้นขึ้นไป
- 4.2 ข้าราชการทหาร ยศเทียบเท่า พันเอก นาวาเอก นาวาอากาศเอก ขึ้นไป
- 4.3 ข้าราชการตำรวจ ยศเทียบเท่า พันตำรวจเอก ขึ้นไป
- 4.4 พนักงานองค์กรอิสระและรัฐวิสาหกิจที่มีตำแหน่งเทียบเท่าผู้บริหารระดับกลาง
- 4.5 ผู้บริหารกิจการของหน่วยงานภาคเอกชน
- 4.6 ไม่เคยผ่านการอบรมหลักสูตร “นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง” ที่จัดโดยสถาบันการประชาสัมพันธ์มาก่อน
- 4.7 มีร่างกายสมบูรณ์ แข็งแรง ไม่มีโรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคในการเข้ารับการฝึกอบรม
- 4.8 เข้ารับการฝึกอบรมเต็มเวลา ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของระยะเวลาฝึกอบรมที่กำหนดในหลักสูตร
- 4.9 ปฏิบัติตามกฎระเบียบของผู้เข้ารับการฝึกอบรมตามที่สถาบันการประชาสัมพันธ์กำหนดได้อย่างเคร่งครัด

#### 5. จำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรม

จำนวน 40 คน (ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ จำนวน 10 คน และจากหน่วยงานภายนอก จำนวน 30 คน)

#### 6. โครงสร้างหลักสูตร

การฝึกอบรมแบ่งเป็น 4 หมวดวิชา รวมเวลาทั้งสิ้น 204 ชั่วโมง ดังนี้

- |  |                  |
|--|------------------|
| 6.1 หมวดการบริหารองค์กรเชิงกลยุทธ์                       | จำนวน 21 ชั่วโมง |
| 6.2 หมวดการบริหารงานประชาสัมพันธ์                        | จำนวน 66 ชั่วโมง |
| 6.3 หมวดสร้างเสริมทักษะนักบริหาร                         | จำนวน 12 ชั่วโมง |
| 6.4 หมวดกิจกรรมพิเศษ                                     | จำนวน 60 ชั่วโมง |
| 6.5 หมวดสร้างเสริมประสบการณ์เชิงประจักษ์ (การศึกษาดูงาน) | จำนวน 45 ชั่วโมง |



## 7. รายละเอียดหลักสูตร

### 7.1 หมวดการบริหารองค์กรเชิงกลยุทธ์ จำนวน 21 ชั่วโมง

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

7.1.1 การปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัล (3) องค์ประกอบในการปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัล ขั้นตอน กระบวนการทำงาน โอกาสและความท้าทายสู่องค์กรดิจิทัล

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

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

7.1.4 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของโลกยุคดิจิทัล (3) ผลกระทบการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคดิจิทัลต่อบุคคล และองค์กร โอกาสและความท้าทายในการปรับเข้าสู่ยุคดิจิทัล

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

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

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

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

### 7.2 หมวดการบริหารงานประชาสัมพันธ์ จำนวน 66 ชั่วโมง

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

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

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



7.2.3 การสื่อสารนโยบายสู่สาธารณะ (3) กระบวนการสื่อสารประเด็นซึ่งนำไปสู่การปฏิบัติ (รับรู้ เข้าใจ ยอมรับ) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร การสื่อสารรณรงค์ และการชี้แจงนโยบาย

7.2.4 การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารยุคดิจิทัล/ฝึกปฏิบัติ (3) หลักการและกระบวนการจัดการข้อมูลข่าวสารขององค์กรและข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร การวิเคราะห์ตรวจสอบคุณภาพ และประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูล การแยกแยะ จัดเก็บ การนำไปใช้เพื่อการตัดสินใจทั้งในเชิงนโยบายและการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับสังคมดิจิทัล แนวทางการสื่อสารกลับ เมื่อถูกวิพากษ์วิจารณ์หรือต่อต้านผ่านสื่อออนไลน์ การเพิ่มและพัฒนาช่องทางให้มีประสิทธิภาพ สามารถเข้าถึงและตอบสนองความต้องการกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารยุคดิจิทัล

7.2.5 อิทธิพลของสื่อโซเชียลต่อการสื่อสาร/ฝึกปฏิบัติ (3) ประเภทของโซเชียล ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการทำงานด้วยโซเชียลทั้งเชิงบวกและเชิงลบ วิกฤติและโอกาสของการใช้โซเชียลในการสื่อสาร

7.2.6 ฝึกปฏิบัติ การสื่อสารด้วยโซเชียล (3) ฝึกปฏิบัติการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารในงานประชาสัมพันธ์

7.2.7 กลยุทธ์ข้อมูลข่าวสารและช่องทางการเผยแพร่ (Content & Channel Strategies) (3) การวางแผนแนวกลยุทธ์ในการสร้างและการบริหาร Content ให้ตรงใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และช่องทางการบริหารจัดการ Content ในยุคดิจิทัล

7.2.8 การปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายยุคดิจิทัล (Digital Engagement) (3) เทคนิค วิธีการเครื่องมือ และกระบวนการสร้างการปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายยุคดิจิทัล การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายขององค์กร ประโยชน์ที่ได้รับ

7.2.9 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC Strategies) (3) หลักการ แนวคิด การวิเคราะห์เครื่องมือทางการตลาด การสื่อสาร การวางแผนเพื่อกำหนดรูปแบบบูรณาการงานประชาสัมพันธ์ และการตลาด การจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action plan) การใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดยุคใหม่

7.2.10 การประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล (Digital PR) (6) รูปแบบการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล ปัจจัยที่มีผลต่อการวางแผนการประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล

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

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

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



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

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

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

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

7.2.18 เทคนิคการบอกเล่าข้อมูลข่าวสารต่อสื่อมวลชนและสาธารณชน (3)

7.2.19 การประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาประเทศ (3)

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

7.3 หมวดสร้างเสริมทักษะนักบริหาร จำนวน 12 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะในการคิดวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ ทักษะการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ บุคลิกภาพที่เหมาะสมในฐานะผู้บริหารและนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ มีรายละเอียดหัวข้อวิชา ดังนี้

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

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

7.3.3 การพัฒนาบุคลิกภาพผู้บริหาร (3) การพัฒนาบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับลักษณะงาน การพัฒนาความคิด อารมณ์ จิตใจ การบริหารจัดการความเครียด และการพัฒนาบุคลิกภาพภายนอก

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



#### 7.4 หมวดกิจกรรมพิเศษ จำนวน 60 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อระดมความรู้ และทักษะในการพัฒนางานวิชาการ การจัดทำรายงาน (รายงานบุคคล/กลุ่ม) การเสริมสร้างพัฒนาทีมงานในองค์กร การสร้างและพัฒนาภาวะผู้นำองค์กร

##### 7.4.1 ลงทะเบียน / พิธีเปิด / ปฐมนิเทศ

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

##### 7.4.3 กิจกรรมเสริมสร้างทีมงานนักบริหาร (18)

##### 7.4.4 ประชุมกลุ่มเตรียมงานการศึกษาดูงานในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน

7.4.5 จัดทำรายงานข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์นโยบาย โครงการ องค์กร ระดับประเทศ (รายงานบุคคล/กลุ่ม) ในประเด็นที่ผู้เรียนเป็นผู้กำหนด นำเสนอ / วิพากษ์ผลงาน / ปรับปรุงรายงาน (18)

##### 7.4.6 ประเมินท้ายหลักสูตร / พิธีมอบประกาศนียบัตร / พิธีปิด

#### 7.5 หมวดสร้างเสริมประสบการณ์เชิงประจักษ์ (การศึกษาดูงาน) จำนวน 45 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ ศึกษาดูงานในหน่วยงานที่ทันสมัยอย่างเจาะลึก เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ และเปิดโลกทัศน์ในด้านการบริหารงานประชาสัมพันธ์หรือสื่อสารองค์กร โดยมีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อถอดบทเรียนจากการศึกษาดูงาน พร้อมจัดทำและนำเสนอรายงานจากการศึกษาดูงาน (โดยเน้นให้เชื่อมโยง และสามารถนำไปใช้ได้จริงในองค์กรของผู้เรียน)

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

#### 8. วิทยากรผู้บรรยาย

วิทยากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่มีความเหมาะสมในแต่ละหัวข้อวิชา ทั้งจากกรมประชาสัมพันธ์ และจากหน่วยงานภายนอกที่ได้รับการยอมรับ และเชื่อถืออย่างกว้างขวาง

#### 9. รูปแบบการฝึกอบรม : การฝึกอบรมมีลักษณะเป็น Active learning ประกอบด้วย

9.1 การบรรยาย กรณีศึกษา และอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยเน้นการเรียนรู้แบบผู้ใหญ่ และการมีส่วนร่วม

9.2 การฝึกปฏิบัติและการนำเสนอ

9.3 การศึกษาดูงานในประเทศและต่างประเทศ

9.4 การวิเคราะห์และสังเคราะห์ ตลอดจนการจัดทำเอกสารวิชาการ





#### 10. ผลสัมฤทธิ์ของโครงการที่คาดหวัง และตัวชี้วัด

ผลลัพธ์ ผู้ผ่านการฝึกอบรมมีศักยภาพในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ภายใต้บริบทต่าง ๆ เพื่อให้สัมฤทธิ์ผลตามวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน รวมทั้งมีเครือข่ายประชาสัมพันธ์เพื่อบูรณาการการทำงานได้อย่างกว้างขวางมากขึ้น

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

#### 11. ระยะเวลาดำเนินการ

ระหว่างวันที่ 21 มกราคม - 15 มีนาคม 2562 (รวมเวลาการศึกษาดูงานในประเทศและต่างประเทศ)

#### 12. สถานที่ฝึกอบรม

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

#### 13. ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม

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

#### 14. การประเมินผลและติดตามผล

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

#### 15. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 15.1 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีสมรรถนะในการเป็นผู้นำและผู้บริหารองค์กรที่มีประสิทธิภาพ พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในทุกสถานการณ์
- 15.2 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีศักยภาพและมีความพร้อมในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล
- 15.3 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ที่มีความเข้าใจอันดีระหว่างกัน ให้ความร่วมมือและบูรณาการการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ





ตารางการฝึกอบรม

หลักสูตร “นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง” รุ่นที่ 59

ระหว่างวันที่ 21 มกราคม - 15 มีนาคม 2562

ณ สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ สำนักงานนายกรัฐมนตรี

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

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

เวลา	วัน	09.00 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.
<b>สัปดาห์ที่ 4</b>			
วันพุธที่ 13 กุมภาพันธ์ 62	การประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล (Digital PR)		
วันพฤหัสบดีที่ 14 กุมภาพันธ์ 62	การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต (Communication in a Crisis)	การบริหารจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data and Analytics)	
วันศุกร์ที่ 15 กุมภาพันธ์ 62	เทคนิคและเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ (PR Tactics and Tools)	การบริหารสื่อมวลชนสัมพันธ์ (Managing Media Relations)	17.00 – 20.00 น.
			กิจกรรม เสริมสร้างทีมงาน นักบริหาร
<b>สัปดาห์ที่ 5</b>			
วันพุธที่ 20 กุมภาพันธ์ 62	เทคนิคการสื่อสารสำหรับผู้บริหารระดับสูง (Media Training for Executives)	การพัฒนาบุคลิกภาพผู้บริหาร	
วันพฤหัสบดีที่ 21 กุมภาพันธ์ 62	ฝึกปฏิบัติ การให้สัมภาษณ์รายการและข่าวโทรทัศน์	ฝึกปฏิบัติ การให้สัมภาษณ์รายการและข่าวโทรทัศน์ / วิพากษ์	
วันศุกร์ที่ 22 กุมภาพันธ์ 62	การเขียนรายงานและบทความทางวิชาการ สำหรับผู้บริหาร	จัดทำรายงานข้อเสนอเชิง นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ นโยบาย โครงการ องค์กร ระดับประเทศ	17.00 – 20.00 น.
			กิจกรรม เสริมสร้างทีมงาน นักบริหาร
<b>สัปดาห์ที่ 6</b>			
<p style="text-align: center;"><b>ศึกษาดูงาน</b></p> <p style="text-align: center;">การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสาร Digital เพื่อการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ในประเทศไทย และ ต่างประเทศ</p> <p style="text-align: center;">วันจันทร์ที่ 25 กุมภาพันธ์ ถึงวันศุกร์ที่ 1 มีนาคม 2562</p>			

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

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

พักรับประทานอาหารว่างและเครื่องดื่ม  
พักรับประทานอาหารกลางวัน

\*\*\* สถาบันการประชาสัมพันธ์ ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงข้อมูล ทั้งนี้เพื่อความเหมาะสม และประโยชน์สูงสุด  
ของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

\*\*\*\*\*