

ศูนย์ฝึกพัฒนาฝีมือ
เลขรับ 7379
วันที่ ๒๕ พ.ย. ๒๕๖๓
เวลา ๐๙.๒๖ น.



สำนักงานเลขาธิการกรม
เลขที่ ๓๒๒๙
วันที่ ๑๗ พ.ย. ๒๕๖๓
เวลา ๑๖.๑๓ น.

รับที่ 16270
วันที่ ๑๗ พ.ย. ๒๕๖๓
เวลา 14-42 ๙๖.

กลุ่มงานพัฒนาบุคคล
วันที่ 18/11/2563
เวลา 12.45

ที่ นร ๐๒๒๘/ ๑ ๑๘๘๗

กรมประชาสัมพันธ์
ถนนพระรามที่ ๒ แขวงพญาไท
เขตพญาไท กรุงเทพฯ ๑๐๔๐๐

๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเรียนเชิญส่งบุคลากรเข้ารับการฝึกอบรม หลักสูตร "นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง" ตามแผนปฏิรูปประเทศฯ

เรียน อธิบดีกรมเจ้าท่า

สิ่งที่ส่งมาด้วย โครงการและตารางฝึกอบรมหลักสูตร "นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง" รุ่นที่ ๖๑

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

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ ขอเชิญท่านส่งผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร เข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตร "นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง" รุ่นที่ ๖๑ : การบริหารงานประชาสัมพันธ์ยุค New Normal ซึ่งเป็นหลักสูตรสำคัญสำหรับผู้บริหารที่ดำเนินการตามแผนปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ และแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ โดยกำหนดฝึกอบรมระหว่างวันที่ ๒๐ มกราคม - ๑๙ มีนาคม ๒๕๖๔ อบรม ๙ สัปดาห์ ๆ ละ ๓ วัน (พุธ พุธสัปดาห์ และศุกร์) และศึกษาดูงานในประเทศ ค่าลงทะเบียน ๗๘,๐๐๐ บาท รับสมัครในระบบออนไลน์ โดยสแกน QR code กรอกรายละเอียดสมัครเข้าอบรม (รับจำนวนจำกัด) สำหรับข้าราชการสามารถเบิกค่าลงทะเบียนจากต้นสังกัดได้ตามระเบียบกระทรวงการคลัง ส่วนพนักงานรัฐวิสาหกิจสามารถเบิกค่าลงทะเบียนได้ตามระเบียบของแต่ละหน่วยงาน สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ นางสาวสุชาดา ฐมะลิ นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ หมายเลขโทรศัพท์ ๐ ๒๖๑๘ ๒๓๒๓ ต่อ ๔๓๐๗ หรือ ๐๙ ๒๒๔๖ ๘๔๙๕ หรือทางเว็บไซต์ <http://training.prd.go.th>

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณาต่อไป จะขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ



QR code ใบสมัคร

นางสาวรัชฎา อัมภสุวรรณ์

(นางสาวรัชฎา อัมภสุวรรณ์)

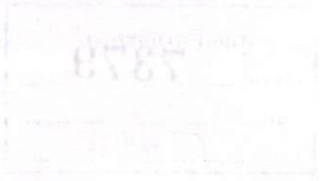
ผู้อำนวยการสถาบันการประชาสัมพันธ์ ปฏิบัติราชการแทน
อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์

เขียน นพ. ธีรพงษ์ ชัยรัตน์

นางสาววรรณพร บุญไทย
ทจ.ร.ร.ส.น.
๑๗ พ.ย. ๒๕๖๓

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

นางสาวรัชฎา อัมภสุวรรณ์
(นางกนกพร ชาตรี)
นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการ
ร.ร.ท.พ.ง.
๑๗ พ.ย. ๒๕๖๓



เรียน สก. (ผ่าน ทพ.)

ด้วยกรมประชาสัมพันธ์ ขอเชิญข้าราชการระดับชำนาญการพิเศษ หรือประเภทอำนวยการระดับต้นขึ้นไป สมัครอบรมหลักสูตร "นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง" รุ่นที่ ๖๑ ตามแผนปฏิรูปประเทศฯ ระหว่างวันที่ ๒๐ ม.ค. - ๑๙ มี.ค. ๖๔ (อบรมทุกวันพุธ พุธที่สวด และศุกร์) โดยมีค่าลงทะเบียน ๗๘,๐๐๐ บาท เนื่องจากไม่มีงบประมาณรองรับ ผู้เข้ารับการอบรมรับผิดชอบค่าลงทะเบียนด้วยตนเอง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาแจ้งให้หน่วยงานส่วนกลาง และ จก.๑-๗ เพื่อทราบ หากมีผู้ประสงค์เข้ารับการอบรมโปรดแจ้ง ทพ. เพื่อดำเนินการต่อไป

(นางสาวปวีธิดา สอนวิจารณ์)
นักทรัพยากรบุคคล
๒๓ พ.ย. ๖๓

(นายรัชชัย สมน้อย)
หัวหน้ากลุ่มงานพัฒนาบุคคล
๒๓ พ.ย. ๖๓

เรียน ผอ. (คณ.ก, ก๐๖), ผอ.จ. ๑-๗, ข.ท.น, ข.พ.อ
เพื่อโปรดพิจารณาแจ้งแก่หน่วยงานในสังกัด
ทางกรมจัดเก็บค่าธรรมเนียมไม่เอาเงิน ผ.น. เพื่อ
ดำเนินการต่อไป

(นางสาววรรณพร บุญไธย)
ทพ. รร.ก.สก.น
๒๓ พ.ย. ๖๓

เรียน ผอ. (คณ.ก, ก๐๖)
เพื่อโปรดพิจารณาแจ้งแก่หน่วยงานในสังกัด
ทางกรมจัดเก็บค่าธรรมเนียมไม่เอาเงิน ผ.น. เพื่อ
ดำเนินการต่อไป

๑.๕
(นายสุชิน รัตนเสถียร)
ทพ.
๒๖ พ.ย. ๖๓

๗๘๓๓๓ / ๖๕๓๓



หลักสูตร “นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง” รุ่นที่ 61
: การบริหารงานประชาสัมพันธ์ยุค New Normal
อบรมระหว่างวันที่ 20 มกราคม – 19 มีนาคม 2564
อบรม 9 สัปดาห์ ๆ ละ 3 วัน (พุธ พุธที่สบัติ 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 61 : 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 เพื่อส่งเสริมให้มีการสร้างเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์สำหรับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 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 ท่ามกลางสถานะการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อในโลกดิจิทัล

รายละเอียดตามเนื้อหาวิชาและหัวข้อที่กำหนด โดยได้รับเกียรติจากวิทยากร ผู้ทรงคุณวุฒิผู้เชี่ยวชาญจากสถาบันต่าง ๆ ที่มีประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ จากหน่วยงานและองค์กรภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน และยังเปิดโอกาสให้ผู้อบรมได้แลกเปลี่ยนมุมมองและความคิดเห็นระหว่างกัน

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 บริหารจัดการงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ 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 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 การสื่อสารนโยบายสู่สาธารณะ	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 5 วัน 4 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)

- แนวคิดและองค์ประกอบของการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการโน้มน้าวใจสำหรับผู้บริหาร
- 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) การวิเคราะห์

ประเด็นวิกฤติขององค์กร 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 อิทธิพลของ การบริหารความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนและภาพลักษณ์องค์กร

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)

- เทคนิคการประชาสัมพันธ์ให้ประสบผลสำเร็จภายใต้องค์ประกอบต่าง ๆ
- เครื่องมือที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ
- กลวิธีการประชาสัมพันธ์ผ่านผู้ทรงอิทธิพล (Influencer)
- กลวิธีการสร้างเนื้อหา (Content) และการประชาสัมพันธ์ผ่านการเล่าเรื่อง
- กลวิธีการแกล้งข่าว ให้ข่าว และการปรากฏตัวต่อสื่อมวลชน

8.2.11 การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Event Organization) (3)

- การบริหารจัดการกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์
- ภาพรวมและแนวโน้มธุรกิจกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์
- การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- 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

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

9. กรอบเวลาในการจัดทำรายงานเฉพาะบุคคล

การจัดทำเอกสารรายงานเฉพาะบุคคลเป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณาประเมินผลเพื่อผ่านการอบรม ในหลักสูตร ผู้เข้ารับการศึกษาอบรมหลักสูตร “นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง” รุ่นที่ 61 : การบริหารงาน ประชาสัมพันธ์ยุค New Normal กำหนดให้ผู้เข้าอบรมทุกคนจะต้องจัดทำและนำเสนอรายงานเฉพาะบุคคล ในหัวข้อที่สนใจและประเด็นที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน ส่วนการพิจารณา จะเป็นไปตามหลักเกณฑ์และมาตรฐานตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร โดยกำหนดรายละเอียดของเวลาในการ จัดทำรายงานตั้งแต่ขั้นตอนการนำเสนอหัวข้อและเค้าโครงรายงานเฉพาะบุคคล และช่วงเวลาการจัดส่งรายงาน เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้ารับการศึกษาอบรมปรึกษาหารือและขอคำแนะนำเพิ่มเติมจากอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งผู้เข้ารับ การศึกษาอบรมต้องนำเสนอรายงานต่อคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร ประกอบด้วย ผู้บริหารกรมประชาสัมพันธ์ ผู้อำนวยการสถาบันการประชาสัมพันธ์ และอาจารย์ที่ปรึกษาหลักสูตรฯ และปรับแก้ไขรายงานฉบับสมบูรณ์ ต่อไป

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 และจาก หน่วยงานภายนอกที่ได้รับการยอมรับและเชื่อถืออย่างกว้างขวาง

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 : การบริหารงานประชาสัมพันธ์ยุค New Normal กำหนดเงื่อนไขการสำเร็จการอบรมไว้ดังต่อไปนี้

12.1 ต้องมีเวลาเข้าฟังและเสนอความคิดเห็นในห้องเรียนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 75 ของเวลาเรียนทั้งหมด ผู้ที่ขาดการอบรมในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง 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 61 : การบริหารงานประชาสัมพันธ์ยุค New Normal กำหนดระยะเวลาในการอบรม 9 สัปดาห์ ๆ ละ 3 วัน (พุธ พฤหัสบดี ศุกร์) รวมศึกษาดูงานต่างจังหวัด จำนวน 4-5 วัน

14. สถานที่ฝึกอบรม

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์



15. ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม

- เงินงบประมาณโครงการพัฒนาบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์
- ค่าลงทะเบียนฝึกอบรมจากบุคคลภายนอก จำนวน 30 คน ๆ ละ 78,000 บาท

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

: การบริหารงานประชาสัมพันธ์ยุค New Normal

ระหว่างวันที่ 20 มกราคม - 19 มีนาคม 2564

ณ สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

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

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	มองไทย มองโลก ยุค New Normal	
กิจกรรมเข้าค่ายพักแรม "เสริมสร้างพัฒนาทีมงานนักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง" ระหว่างวันพฤหัสบดีที่ 21 - วันเสาร์ที่ 23 มกราคม 2564			
วันพฤหัสบดีที่ 21 มกราคม 64	- 8.00 น. ออกเดินทางร่วมกิจกรรม “เสริมสร้างพัฒนาทีมงานนักบริหารงาน ประชาสัมพันธ์ระดับสูง” - กิจกรรมสร้างความคุ้นเคย	13.00 - 16.00 น. กิจกรรมปรับกระบวนการ ทัศนศึกษาความเป็นเลิศใน การบริหารงาน (ฝึก ปฏิบัติ)	17.00 - 20.00 น. กิจกรรมสร้างทีมงาน (ฝึกปฏิบัติ)
วันศุกร์ที่ 22 มกราคม 64	กิจกรรมพัฒนาภาวะผู้นำสู่ความเป็นเลิศ ในการบริหารงาน (ฝึกปฏิบัติ)	13.00 - 16.00 น. กิจกรรมการสร้างทีมงาน กลยุทธ์การ ประชาสัมพันธ์ (ฝึกปฏิบัติ)	17.00 - 20.00 น. กิจกรรมเสริมสร้างการ ทำงานเป็นทีม (ฝึกปฏิบัติ)
วันเสาร์ที่ 23 มกราคม 64	กิจกรรมสร้างฝัน/ฝ่าฝันปัญหา/พันธะ สัญญา	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	การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication)	การสื่อสารนโยบายสู่สาธารณะ	
วันพฤหัสบดีที่ 28 มกราคม 64		การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสาร ยุคดิจิทัล	การคิดเชิงกลยุทธ์	
วันศุกร์ที่ 29 มกราคม 64		กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการ (IMC Strategies)	การเขียนรายงานและบทความ ทางวิชาการสำหรับผู้บริหาร	16.00 - 17.00 น. ประชุมกลุ่ม เตรียมจัดเสวนา ทางวิชาการ
สัปดาห์ที่ 3				
วันพุธที่ 3 กุมภาพันธ์ 64	Morning Talk / Home Room	การวางแผนการประชาสัมพันธ์ เชิงกลยุทธ์ (Strategic Public Relations Planning)	การคิดเชิงออกแบบงานประชาสัมพันธ์ (Design Thinking)	
วันพฤหัสบดีที่ 4 กุมภาพันธ์ 64		การบริหารประเด็น (Issue Management)	การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต (Communication in a Crisis)	
วันศุกร์ที่ 5 กุมภาพันธ์ 64		กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร (Image Building Strategies)	จัดทำรายงาน ข้อเสนอเชิงนโยบาย ด้านการประชาสัมพันธ์	17.00 - 20.00 น. กิจกรรมเสริมสร้าง เครือข่าย นักบริหาร (รุ่นพี่ที่ปรุ่นน้อง)

เวลา	วัน	08.30 - 09.00 น.	09.00 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.
สัปดาห์ที่ 4				
วันพุธที่ 10 กุมภาพันธ์ 64		การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ ยุค New Normal (Event Organization)	จัดทำรายงาน ข้อเสนอเชิงนโยบาย ด้านการประชาสัมพันธ์	16.00 - 17.00 น. ประชุมกลุ่มเตรียม จัดเสวนาทาง วิชาการ
วันพฤหัสบดีที่ 11 กุมภาพันธ์ 64		ศึกษาดูงาน ด้านกลยุทธ์การบริหารงานประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล		
วันศุกร์ที่ 12 กุมภาพันธ์ 64		การประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล (Digital PR) การปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัล (Digital Transformation) การปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายยุคดิจิทัล (Digital Engagement)	กลยุทธ์ข้อมูลข่าวสารและ ช่องทางการเผยแพร่/ฝึกปฏิบัติ (Content & Channel Strategies)	
สัปดาห์ที่ 5				
วันพุธที่ 17 กุมภาพันธ์ 64		การบริหารโครงการและ ประเมินผลการประชาสัมพันธ์	ประชุมกลุ่ม เตรียมจัดเสวนาทางวิชาการ	
วันพฤหัสบดีที่ 18 กุมภาพันธ์ 64	Morning Talk / Home Room	การจัดกิจกรรมเสวนาทางวิชาการในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์ร่วมสมัย ดำเนินการโดยผู้เข้ารับการอบรม		
วันศุกร์ที่ 19 กุมภาพันธ์ 64		การปฏิบัติการข่าวสารและ โฆษณาชวนเชื่อ (IO and Propaganda)	การบริหารสื่อมวลชนสัมพันธ์ (Managing Media Relations)	17.00 - 20.00 น. กิจกรรมเสริมสร้าง ทีมงานนักบริหาร
สัปดาห์ที่ 6				
วันพุธที่ 24 กุมภาพันธ์ 64	Morning Talk / Home Room	ภาวะผู้นำ	จัดทำรายงานข้อเสนอ เชิงนโยบายด้านการ ประชาสัมพันธ์	17.00 - 18.00 น. ประชุมกลุ่ม เตรียมงาน การศึกษาดูงาน ประเทศ
วันพฤหัสบดีที่ 25 กุมภาพันธ์ 64		เทคนิคและเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ (PR Tactics and Tools)	การบริหารจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data and Analytics)	
วันศุกร์ที่ 26 กุมภาพันธ์ 64	วันมาฆบูชา (วันหยุดราชการ)			

เวลา	วัน	08.30 - 09.00 น.	09.00 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.
วันศุกร์ที่ 26 กุมภาพันธ์ 64		วันมาฆบูชา (วันหยุดราชการ)		
สัปดาห์ที่ 7				
วันพุธที่ 3 มีนาคม 64	Morning Talk / Home Room	เทคนิคการสื่อสาร สำหรับผู้บริหารระดับสูง (Media Training for Executives)		การสื่อสารภายในองค์กร (Internal PR and Cultivation)
วันพฤหัสบดีที่ 4 มีนาคม 64		ฝึกปฏิบัติ การให้สัมภาษณ์รายการ และข่าวโทรทัศน์		วิพากษ์การให้สัมภาษณ์รายการและข่าวโทรทัศน์
วันศุกร์ที่ 5 มีนาคม 64		การปฏิบัติการเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Persuasion and Attitude Changes)		ศึกษาดูงานในประเทศ
ศึกษาดูงาน การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสาร Digital เพื่อการตลาดและการประชาสัมพันธ์ วันศุกร์ที่ 5 - วันอังคารที่ 9 มีนาคม 2564				
สัปดาห์ที่ 8				
วันพุธที่ 10 มีนาคม 64	Morning Talk / Home Room	จัดทำรายงานข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์		
วันพฤหัสบดีที่ 11 มีนาคม 64		จัดทำรายงานข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์		
วันศุกร์ที่ 12 มีนาคม 64		คุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณ สำหรับผู้บริหาร	การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของโลกยุคดิจิทัล	
สัปดาห์ที่ 9				
วันพุธที่ 17 มีนาคม 64	Morning Talk / Home Room	บุคลิกภาพผู้บริหารและทักษะการเข้าสังคม		
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.

พักรับประทานอาหารว่างและเครื่องดื่ม

- เวลา 12.00 - 13.00 น.

พักรับประทานอาหารกลางวัน

*** สถาบันการประชาสัมพันธ์ ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงข้อมูล
ทั้งนี้เพื่อความเหมาะสม และประโยชน์สูงสุดของผู้เข้ารับการฝึกอบรม
