



โครงการฝึกอบรม
หลักสูตร “นักประชาสัมพันธ์ดิจิทัล Smart PR” รุ่นที่ ๑๕
อบรมระหว่างวันที่ ๘ - ๑๑ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๘
จัดโดย สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

๑. หลักการและเหตุผล

จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสาร และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปจากเดิม เหล่านี้คือปัจจัยที่ก่อให้เกิดสังคมยุคดิจิทัล มีผู้บริโภคบนสื่อออนไลน์มากขึ้น การเข้าถึงสื่อได้ง่ายและสะดวกมากขึ้น ผู้บริโภคไม่ใช่เป็นเพียงผู้รับสารฝ่ายเดียว แต่สามารถเป็นผู้ผลิตเนื้อหาสาระ และเป็นผู้กำหนดวาระข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อโซเชียลแพลตฟอร์มต่าง ๆ ได้ ซึ่งเรียกว่า user-generated content เหล่านี้สามารถเป็นได้ทั้งคุณและโทษ ประเด็นสำคัญคือ การรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy)

ในฐานะผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน จึงมีความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องพัฒนาการสื่อสารของหน่วยงาน ทั้งเครื่องมือ ช่องทาง เนื้อหา และศักยภาพการทำงานของบุคลากร เพื่อให้สามารถสื่อสารข้อมูลข้อเท็จจริง อธิบายเหตุผลความจำเป็นในการดำเนินงานต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐ ผ่านไปยังสื่อมวลชน นักจัดรายการวิทยุ สื่อโซเชียล หอกระจายข่าว เสียงตามสาย อาสาสมัครประชาสัมพันธ์ประจำหมู่บ้าน (อป.ม.ข.) รวมถึงเครือข่ายประชาสัมพันธ์ดิจิทัล เพื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ไปยังประชาชนที่ติดตามรับสื่อประชาสัมพันธ์ของแต่ละคนต่อไปอย่างถูกต้อง รวดเร็วและครบถ้วน

นับเป็นความจำเป็นเร่งด่วนที่หน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน จำเป็นต้องมีการพัฒนาเครือข่ายผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ไปจนถึงผู้นำชุมชน ให้สามารถผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัลอย่างง่ายด้วยโทรศัพท์มือถือ รวมถึงมีจิตวิทยาในการสื่อสาร การคิดวิเคราะห์ อธิบายความในเนื้อหาต่าง ๆ ให้ประชาชนได้เข้าใจอย่างง่าย สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ จึงได้จัดฝึกอบรม หลักสูตร “นักประชาสัมพันธ์ดิจิทัล Smart PR” รุ่นที่ ๑๕ สำหรับผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน เพื่อเป็นเครือข่ายประชาสัมพันธ์ดิจิทัลในทุกกระดับต่อไป

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑. เพื่อให้ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน หรือผู้นำชุมชน สามารถผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล สื่อสารและอธิบายข้อมูลข่าวสาร นโยบายสำคัญ ให้ประชาชนรับรู้ เข้าใจ เชื่อมั่น และนำไปเผยแพร่ต่อไป

๒.๒. เครือข่ายประชาสัมพันธ์ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง มีช่องทางในการสื่อสาร สอบถาม ในเรื่องต่าง ๆ ของภาครัฐ และนำไปเผยแพร่ต่อไป อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และครบถ้วน

/๒.๓. เพื่อประชาชน...



๒.๓. เพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่อบุคคล และสื่อท้องถิ่น ได้อย่างถูกต้อง รวดเร็วและครบถ้วน

๓. กลุ่มเป้าหมาย

ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ องค์กรอิสระ องค์กรมหาชน องค์กรบริหาร ส่วนท้องถิ่น หรือผู้นำชุมชน เอกชน และภาคประชาชน

๔. คุณสมบัติของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

ผู้ปฏิบัติงาน/ผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ องค์กรอิสระ องค์กรมหาชน องค์กรบริหาร ส่วนท้องถิ่น หรือผู้นำชุมชน เอกชน และภาคประชาชน

๕. จำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรม รวมทั้งสิ้นจำนวน ๓๐ คน

ผู้ปฏิบัติงาน / ผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ องค์กรอิสระ องค์กรมหาชน องค์กรบริหาร ส่วนท้องถิ่น หรือผู้นำชุมชน เอกชน และภาคประชาชน จำนวน ๓๐ คน

๖. โครงสร้างหลักสูตร

การฝึกอบรมแบ่งเป็น ๒ หมวดวิชา	รวมเวลาทั้งสิ้น ๓๐ ชั่วโมง ดังนี้
๖.๑ หมวดวิชาความรู้ทั่วไป ภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ	จำนวน ๒๔ ชั่วโมง
๖.๒ หมวดกิจกรรมพิเศษ	จำนวน ๖ ชั่วโมง
หมวดวิชาความรู้ทั่วไป ภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ	จำนวน ๒๔ ชั่วโมง
- Digital Platform สำหรับการประชาสัมพันธ์	จำนวน ๓ ชั่วโมง
- การสร้างการบอกต่อ (Buzz and Virality)	จำนวน ๓ ชั่วโมง
- Storytelling : เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อการประชาสัมพันธ์	จำนวน ๓ ชั่วโมง
- การสร้างสรรค์เนื้อหาและผลิตสื่อดิจิทัล (คลิปปิโต้)	จำนวน ๖ ชั่วโมง
- การสร้างสรรค์เนื้อหาและผลิตสื่อดิจิทัล (อินโฟกราฟิก)	จำนวน ๓ ชั่วโมง
- การใช้ AI เพื่องานประชาสัมพันธ์	จำนวน ๓ ชั่วโมง
- นำเสนอและวิพากษ์ผลงาน	จำนวน ๓ ชั่วโมง
หมวดกิจกรรมพิเศษ	จำนวน ๖ ชั่วโมง
๑) กิจกรรมเสริมสร้างเครือข่ายนักประชาสัมพันธ์ดิจิทัล	จำนวน ๓ ชั่วโมง
๒) กิจกรรมสร้างสัมพันธ์	จำนวน ๓ ชั่วโมง

๗. รายละเอียดหัวข้อวิชา

- ๗.๑ การสื่อสารในยุคดิจิทัล
- การเปลี่ยนแปลงของโลกดิจิทัลที่มีผลกระทบต่อสื่อ และพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อดิจิทัลและสื่อดั้งเดิม
 - ผลกระทบของสื่อยุคดิจิทัลต่อผู้บริโภค การรู้เท่าทันสื่อ จริยธรรมสื่อ แนวโน้มเทคโนโลยีในอนาคต

/๗.๒. การนำเสนอ...



๗.๒ การนำเสนอข่าวสารยุคดิจิทัล / ปฏิบัติ

เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมปรับปรุงแบบการนำเสนอข่าวสารให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ในยุคดิจิทัล

- ฝึกทักษะการวิเคราะห์ประเด็น เชื่อมโยง สรุปนำเสนอให้ตรงตามสภาพปัญหา ความต้องการ ความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย
- วิเคราะห์หน่วยงาน เครื่องมือ กลุ่มเป้าหมาย
- ฝึกทักษะการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์

๗.๓ Story Telling : เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อการประชาสัมพันธ์/ปฏิบัติ

- การกำหนดประเด็นเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์/การเล่าเรื่องเชื่อมโยงประเด็น
- กระบวนการสร้าง Story
- การใช้ Content เพื่อการเล่าเรื่อง
- เทคนิคการสื่อสารให้เนื้อหาชวนติดตาม
- การเล่าเรื่องแบบต่าง ๆ

๗.๔ ฝึกปฏิบัติการผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล

- การใช้เครื่องมือ
- เทคนิคการเข้าถึงคนหมู่มาก
- การผลิต Content ใน plat form ต่าง ๆ

๘. วิทยากรผู้บรรยาย

วิทยากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่มีความเหมาะสมในแต่ละหัวข้อวิชา ทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน

๙. รูปแบบการฝึกอบรม

การบรรยาย / การฝึกปฏิบัติ

๑๐. ผลสัมฤทธิ์ของโครงการที่คาดหวัง และตัวชี้วัด

ผลลัพธ์ ผู้ผ่านการฝึกอบรมมีศักยภาพในการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางและเครื่องมือ Social Media ได้เหมาะสมและตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มได้

ผลลัพธ์	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การวัด
๑. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความตั้งใจและเข้าร่วมกิจกรรมในการเข้ารับการอบรม	ร้อยละของเวลาฝึกอบรมตลอดหลักสูตรของผู้เข้ารับการฝึกอบรมแต่ละคน	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๘๕
๒. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความพึงพอใจในการเข้ารับการฝึกอบรม	ร้อยละความพึงพอใจในการบริหารจัดการหลักสูตร	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๘๐
๓. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ความเข้าใจ โดยสามารถผลิตสื่อและเผยแพร่สื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้	ร้อยละของผลงานการผลิตสื่อและเผยแพร่สื่อดิจิทัลนำเสนอวิทยากรรายบุคคลผ่านตามเกณฑ์	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๘๐

/๑๑. ระยะเวลา...



๑๑. ระยะเวลาและขอบเขตของการฝึกอบรม

อบรมระหว่างวันที่ ๘ - ๑๑ เมษายน ๒๕๖๘ จำนวน ๔ วัน

๑๒. ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม

ค่าลงทะเบียนฝึกอบรมจากบุคคลภายนอก จำนวน ๓๐ คน ๆ ละ ๖,๐๐๐ บาท (หกพันบาทถ้วน)

๑๓. สถานที่ฝึกอบรม

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

๑๔. การประเมินผลและติดตามผล

๑๔.๑. ผลงานการผลิตสื่อดิจิทัล โดยมีวิทยากรให้ข้อเสนอแนะ

๑๔.๒. การสังเกตการณ์การมีส่วนร่วม และการเรียนรู้ของผู้เข้ารับการฝึกอบรมระหว่างการฝึกอบรม

๑๔.๓. แบบประเมินผลรายวิชาและแบบประเมินท้ายหลักสูตร โดยประเมินเนื้อหา วิทยากรและการจัดการ

๑๕. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๑๕.๑. นักประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ องค์กรอิสระ องค์กรมหาชน องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น หรือผู้นำชุมชน เอกชน และภาคประชาชน สามารถผลิตและแพร่สื่อดิจิทัลให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ได้รับรู้ เข้าใจ เชื่อมั่น และนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้ พร้อมทั้งสามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารสื่อดิจิทัลได้อย่างน่าสนใจ

๑๕.๒. ประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจ เชื่อมั่น และรับข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ องค์กรอิสระ องค์กรมหาชน องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น และเอกชน กิจกรรมของชุมชน และข่าวสารการดำเนินงานที่เป็นประโยชน์จากภาครัฐ

๑๕.๓. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ที่มีความเข้าใจอันดีระหว่างกัน ให้ความร่วมมือและบูรณาการการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

