

หลักสูตร “นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง” รุ่นที่ 62

อบรมระหว่างวันที่ 11 มิถุนายน – 15 สิงหาคม 2568

อบรม 10 สัปดาห์ ๆ ละ 3 วัน (พุธ พุธหัสบดี และศุกร์)

ศึกษาดูงานในประเทศและต่างประเทศ

จัดโดย สถาบันพัฒนาการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

1. หลักการและเหตุผล

ตามแผนปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ ได้กำหนดให้ปรับบทบาทสถาบันพัฒนาการประชาสัมพันธ์ให้ดำเนินการเชิงรุกในการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนภาครัฐของประเทศ และแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ได้ให้ความสำคัญในการการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศทุกระดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูงต้องเป็นผู้ขับเคลื่อนและสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์ให้เกิดประสิทธิภาพ เพื่อสร้างการยอมรับและความน่าเชื่อถือให้แก่หน่วยงานของตน

ประกอบกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ ทำให้ผู้บริหารงานด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน จำเป็นต้องพัฒนาทักษะ ความรอบรู้ สมรรถนะด้านการบริหารงาน และความเป็นผู้นำให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล

ด้วยเหตุผลดังกล่าว สถาบันพัฒนาการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ ในฐานะหน่วยงานที่มีภารกิจในการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนระดับประเทศ จึงได้จัด หลักสูตร “นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง” รุ่นที่ 62 เพื่อพัฒนาสมรรถนะด้านการบริหารงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน ทั้งการบริหารองค์กร บุคลากร กระบวนการประชาสัมพันธ์ และนวัตกรรมประชาสัมพันธ์ ร่วมสมัย ภายใต้บริบทต่าง ๆ ให้สัมฤทธิ์ผลตามวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อเพิ่มพูนความรู้และเสริมสร้างสมรรถนะด้านการบริหารองค์กร ความเป็นผู้นำองค์กร ในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลง ให้เป็นที่ยอมรับจากทุกภาคส่วน

2.2 เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ท่ามกลางสภาวะการเปลี่ยนแปลง ภูมิทัศน์สื่อในโลกดิจิทัล 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 หรือประเภทอำนวยการ ระดับต้นขึ้นไป
- 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 5 คน
5.2 บุคคลทั่วไป	จำนวน 35 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 ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญจากสถาบันต่าง ๆ ที่มีประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ จากหน่วยงานและองค์กรภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน และยังเปิดโอกาสให้ผู้อบรมได้แลกเปลี่ยนมุมมองและความคิดเห็นระหว่างกัน

6.2 การเสริมสร้างเครือข่ายด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นการเสริมสร้างภาวะผู้นำ ปรับทัศนคติ สร้างความสัมพันธ์เพื่อการทำงานเป็นทีม การอยู่ร่วมกันตลอดหลักสูตร รวมทั้งการสร้างเครือข่ายระหว่างกัน โดยได้รับเกียรติจากวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ด้านการปรับพฤติกรรมมนุษย์ แบ่งเป็น 2 กิจกรรม ดังนี้

6.2.1 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมต้องเข้าร่วมกิจกรรมการเข้าค่ายการเสริมสร้างและพัฒนาทีมงานด้านการประชาสัมพันธ์สำหรับผู้บริหาร ณ ค่ายต่างจังหวัด จำนวน 3 วัน 2 คืน (12 – 14 มิถุนายน 2568)

6.2.2 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมต้องมีส่วนร่วมในกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ กิจกรรมเสริมสร้างทีมงานนักบริหาร ตามตารางที่กำหนด ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการอบรมในหลักสูตรนี้

6.3 การเสวนาทางวิชาการ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเป็นผู้กำหนดหัวข้อหรือประเด็นที่สนใจของสังคม เป็นการจัดเวทีเพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นและประสบการณ์ระหว่างกัน และนำเสนอความคิดเห็นสู่สาธารณะ โดยเปิดโอกาสให้เชิญบุคคลภายนอก นักวิชาการ นักวิชาชีพ หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการนำเสนอความคิดเห็น ข้อเท็จจริง เพื่อนำไปสู่แนวทางแก้ไข หรือข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนร่วมต่อไป

***** ผู้เข้ารับการฝึกอบรมจะต้องร่วมกันดำเนินการจัดกิจกรรมเสวนาทางวิชาการ ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชนร่วมสมัย 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 เป็นการศึกษาดูงานเพื่อเปิดโลกทัศน์ด้านการบริหารจัดการงานประชาสัมพันธ์ ตลอดจนให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และความคิดเห็นระหว่างผู้เข้ารับการฝึกอบรมด้วยกัน แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

6.5.1 การศึกษาดูงานในประเทศ (ต่างจังหวัด) จำนวน 4 วัน 3 คืน (ค่าใช้จ่ายรวมในค่าลงทะเบียน)
(30 กรกฎาคม – 2 สิงหาคม 2568)

6.5.2 การศึกษาดูงานต่างประเทศ จำนวน 5 วัน 4 คืน (6 - 10 กรกฎาคม 2568)

***** ผู้เข้ารับการฝึกอบรมจะต้องมีส่วนร่วมในการศึกษาดูงาน โดยจัดทำรายงานกลุ่ม การศึกษาดูงานเชิงเปรียบเทียบและให้ข้อเสนอเชิงนโยบายในการนำมาปรับใช้ในการบริหารงาน และจัดทำรูปเล่ม จำนวน 3 เล่ม ส่งให้สถาบันพัฒนาการประชาสัมพันธ์ ก่อนสิ้นสุดการฝึกอบรม 1 สัปดาห์ *****

7. โครงสร้างหลักสูตร

การฝึกอบรมแบ่งเป็น 5 หมวดวิชา		รวมเวลาทั้งสิ้น 243 ชั่วโมง ดังนี้
หมวดที่ 1 หมวดการบริหารองค์กรเชิงกลยุทธ์		จำนวน 24 ชั่วโมง
1.1 รู้ทันสื่อ รู้ทันผู้บริโภคในยุคดิจิทัล		จำนวน 3 ชั่วโมง
1.2 Power of Communication		จำนวน 3 ชั่วโมง
1.3 การสื่อสารภายในองค์กรในยุคดิจิทัล		จำนวน 3 ชั่วโมง
1.4 การสร้างภาพลักษณ์องค์กรยุคดิจิทัล		จำนวน 3 ชั่วโมง
1.5 Data – Driven PR Strategy		จำนวน 3 ชั่วโมง
1.6 การปฏิบัติการเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ		จำนวน 3 ชั่วโมง
1.7 คุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณสำหรับผู้บริหาร		จำนวน 3 ชั่วโมง
1.8 การสื่อสารทางการเมือง		จำนวน 3 ชั่วโมง
หมวดที่ 2 หมวดการบริหารงานประชาสัมพันธ์		จำนวน 36 ชั่วโมง
2.1 การวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ / ฝึกปฏิบัติ		จำนวน 6 ชั่วโมง
2.2 กลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤต		จำนวน 3 ชั่วโมง
2.3 การบริหารประเด็นและการจัดการข้อมูลข่าวสารยุคดิจิทัล		จำนวน 3 ชั่วโมง
2.4 การบริหารสื่อมวลชนสัมพันธ์		จำนวน 3 ชั่วโมง
2.5 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ		จำนวน 3 ชั่วโมง
2.6 การสื่อสารองค์กรยุคใหม่ด้วย AI / ฝึกปฏิบัติ		จำนวน 6 ชั่วโมง
2.7 การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล		จำนวน 3 ชั่วโมง



2.8 TikTok เครื่องมือทรงพลังแห่งการสื่อสารยุคดิจิทัล	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.9 ศาสตร์และศิลป์การจัดเสวนาทางวิชาการ	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.10 การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล	จำนวน 3 ชั่วโมง

หมวดที่ 3 หมวดสร้างเสริมทักษะนักบริหาร **จำนวน 33 ชั่วโมง**

3.1 Smart Leadership	จำนวน 6 ชั่วโมง
3.2 การคิดเชิงกลยุทธ์	จำนวน 3 ชั่วโมง
3.3 วาทศิลป์สำหรับผู้บริหาร	จำนวน 3 ชั่วโมง
3.4 เทคนิคการให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน / ฝึกปฏิบัติ / วิพากษ์	จำนวน 6 ชั่วโมง
3.5 การเสริมสร้างบุคลิกภาพสำหรับผู้บริหาร / ฝึกปฏิบัติ	จำนวน 3 ชั่วโมง
3.6 การเขียนรายงานและบทความทางวิชาการสำหรับผู้บริหาร	จำนวน 3 ชั่วโมง
3.7 การบริหารความหลากหลายในองค์กร	จำนวน 3 ชั่วโมง
3.8 Deep Listening เครื่องมือสำคัญสำหรับผู้บริหาร / ฝึกปฏิบัติ	จำนวน 6 ชั่วโมง

หมวดที่ 4 หมวดกิจกรรมพิเศษ **จำนวน 69 ชั่วโมง**

4.1 ลงทะเบียน / พิธีเปิด / ปฐมนิเทศ / ชี้แจงหลักสูตร	จำนวน 6 ชั่วโมง
4.2 กิจกรรมเสริมสร้างพัฒนาทีมงานด้านการประชาสัมพันธ์สำหรับผู้บริหาร	จำนวน 24 ชั่วโมง
4.3 กิจกรรมเสริมสร้างทีมงานนักบริหาร	จำนวน 6 ชั่วโมง
4.4 ประชุมกลุ่มเตรียมงานการจัดเสวนาทางวิชาการ	จำนวน 6 ชั่วโมง
4.5 ประชุมกลุ่มเตรียมงานการศึกษาดูงานในประเทศและต่างประเทศ	จำนวน 3 ชั่วโมง
4.6 จัดทำรายงานข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์นโยบาย โครงการ องค์กร ระดับประเทศ (เฉพาะบุคคล) ในประเด็นที่ผู้เรียนเป็นผู้กำหนด นำเสนอ / วิพากษ์ผลงาน / ปรับปรุงรายงาน	จำนวน 21 ชั่วโมง
4.7 ประเมินท้ายหลักสูตร / พิธีมอบประกาศนียบัตร / พิธีปิด	จำนวน 3 ชั่วโมง

หมวดที่ 5 หมวดสร้างเสริมประสบการณ์เชิงประจักษ์ **จำนวน 81 ชั่วโมง**

5.1 การศึกษาดูงานในประเทศ (ต่างจังหวัด) (จำนวน 4 วัน 3 คืน)	จำนวน 30 ชั่วโมง
5.2 การศึกษาดูงานในต่างประเทศ (จำนวน 5 วัน 4 คืน)	จำนวน 42 ชั่วโมง
5.3 เตรียมพร้อมสู่ญี่ปุ่น : Understanding Japan	จำนวน 3 ชั่วโมง
5.4 กิจกรรมเสวนาทางวิชาการ	จำนวน 6 ชั่วโมง



8. รายละเอียดหลักสูตร

8.1 หมวดการบริหารองค์กรเชิงกลยุทธ์ จำนวน 24 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ด้านการบริหารองค์กร กระบวนการคิด วัฒนธรรม การสื่อสาร และความรู้ด้านอื่น ๆ ที่ช่วยเสริมความรู้ที่เกี่ยวข้องกับหลักการ แนวคิดต่าง ๆ อันเป็นองค์ประกอบของงานประชาสัมพันธ์ มีรายละเอียดหัวข้อวิชา ดังนี้

8.1.1 รู้ทันสื่อ รู้ทันผู้บริโภคในยุคดิจิทัล (3) พลวัตของสื่อไทย ภาพรวมของสื่อไทยในยุคดิจิทัล พฤติกรรมการบริโภคสื่อที่เปลี่ยนแปลงไป การรับรู้ข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดีย แนวโน้มของสื่อแต่ละประเภท ผลกระทบการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคดิจิทัล โอกาสและความท้าทายในงานประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล

8.1.2 Power of Communication (3) บทบาทและความสำคัญของการสื่อสารในปัจจุบัน กระบวนการสื่อสารประเด็นซึ่งนำไปสู่การปฏิบัติ (รับรู้ เข้าใจ ยอมรับ) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร การสื่อสารรณรงค์ การชี้แนะเชิงนโยบาย การสื่อสารเชิงบวก การใช้กลยุทธ์การเล่าเรื่อง (Storytelling) เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและโน้มน้าวใจผู้ฟัง

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

8.1.4 การสร้างภาพลักษณ์องค์กรยุคดิจิทัล (3) การวิเคราะห์องค์กร การบริหารจัดการภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร กระบวนการวางแผนกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กรในยุคดิจิทัล กิจกรรมและช่องทางในการสร้างและประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กร การรักษาภาพลักษณ์องค์กร การวัดผลและประเมินผล พร้อมตัวอย่างองค์กรที่ประสบความสำเร็จในการสร้างภาพลักษณ์

8.1.5 การสื่อสารภายในองค์กรในยุคดิจิทัล (3) บทบาทและความสำคัญของการสื่อสารภายในองค์กรในยุคดิจิทัล การปรับตัวต่อการสื่อสารในยุคดิจิทัล ปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารภายในองค์กรให้ประสบความสำเร็จ เครื่องมือและช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรที่สำคัญในยุคดิจิทัล การสร้างวัฒนธรรมการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การวัดผลความสำเร็จของการสื่อสารภายในองค์กร

8.1.6 Data – Driven PR Strategy (3) การใช้ข้อมูลเชิงลึกในการกำหนดกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ ความสำคัญของข้อมูลเชิงลึกในการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสาร การเก็บและจัดการข้อมูล การวิเคราะห์และการตีความข้อมูล การวางแผน วิเคราะห์พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย การสร้างกลยุทธ์ PR ที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล การติดตามและการประเมินผล



8.1.7 การปฏิบัติการเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Persuasion and Attitude Changes) (3)

- แนวคิดและองค์ประกอบการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการโน้มน้าวใจสำหรับผู้บริหาร
- จิตวิทยาแห่งการโน้มน้าวใจและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติกับการประชาสัมพันธ์
- กลยุทธ์การโน้มน้าวใจสร้างความได้เปรียบในการเจรจาต่อรอง
- กระแสสังคมและกลวิธีการโน้มน้าวอย่างได้ผลเพื่อการประชาสัมพันธ์
- ประโยชน์ที่บุคคลและองค์กรได้รับจากการโน้มน้าวใจและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ
- การบริหารจัดการและความท้าทายในการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

8.1.8 คุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณสำหรับผู้บริหาร (3) ความหมาย ความสำคัญ หลักการ การปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ตามหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ

8.2 หมวดการบริหารงานประชาสัมพันธ์ จำนวน 36 ชั่วโมง

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

8.2.1 การวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Public Relations Planning) / ฝึกปฏิบัติ (6) การวิเคราะห์ยุทธศาสตร์องค์กรเพื่อสร้างกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ประเภทของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ กระบวนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายเพื่อจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์องค์กรทั้งในเชิงรุกและเชิงรับ การเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ เทคนิคและเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ การบริหารโครงการและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการแก้ไขปัญหาอุปสรรคต่างๆ

8.2.2 กลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤต (3) การวิเคราะห์ประเด็นวิกฤติขององค์กร การวางแผนและการปฏิบัติการสื่อสารในภาวะวิกฤติและหลังภาวะวิกฤติ การจัดการสื่อและการประชาสัมพันธ์ เทคนิคการสื่อสารในภาวะวิกฤต รวมถึงการจัดทำคู่มือการสื่อสารในภาวะวิกฤติขององค์กร การเตรียมความพร้อมการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต บทบาทของสื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดียในการจัดการวิกฤต การรับมือกับภาวะวิกฤตบนออนไลน์ และการติดตามประเมินผล

8.2.3 การบริหารสื่อมวลชนสัมพันธ์ (Managing Media Relations) (3) การบริหารความสัมพันธ์กับสื่อ รูปแบบ วิธีการ กิจกรรม เทคนิคการสร้างสัมพันธ์ที่ดีเพื่อครองใจสื่อมวลชน อิทธิพลของการบริหารความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนและภาพลักษณ์องค์กร



8.2.4 การบริหารประเด็นและการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารยุคดิจิทัล (3)

- ความจำเป็นในการสร้างประเด็นการสื่อสารในสภาวะปกติ และสภาวะที่มีความอ่อนไหว
 - การวิเคราะห์ประเด็น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
 - การกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารประเด็นเพื่อป้องกันการเกิดผลกระทบเชิงลบ หรือสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อองค์กร
 - กลยุทธ์การสร้างกระแสให้ประชาชนในสื่อสังคมเป็นกระบอกเสียงให้องค์กร
- แนวทางการสื่อสารกลับ เมื่อถูกวิพากษ์วิจารณ์หรือต่อต้านผ่านสื่อออนไลน์
- หลักการและกระบวนการจัดการข้อมูลข่าวสารขององค์กรและข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร
 - การวิเคราะห์ตรวจสอบคุณภาพและประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูล การแยกแยะ จัดเก็บ การนำไปใช้เพื่อการตัดสินใจทั้งในเชิงนโยบายและการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับสังคมดิจิทัล
 - การเพิ่มและพัฒนาช่องทางให้มีประสิทธิภาพ สามารถเข้าถึงและตอบสนองความต้องการกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารยุคดิจิทัล

8.2.5 การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล (Digital PR) (3) รูปแบบการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล ปัจจัยที่มีผลต่อการวางแผนการประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล กระบวนการสร้างการปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายยุคดิจิทัล

8.2.6 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC Strategies) (3) หลักการแนวคิด การวิเคราะห์เครื่องมือทางการตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การสื่อสาร การวางแผนเพื่อกำหนดรูปแบบบูรณาการงานประชาสัมพันธ์และการตลาด การจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action plan) การใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดยุคใหม่

8.2.7 การสื่อสารองค์กรยุคใหม่ด้วย AI / ฝึกปฏิบัติ (6) ความรู้เกี่ยวกับ AI ประเภทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการงาน PR และการสื่อสารองค์กร AI Tools และ Applications การใช้ AI ในการวิเคราะห์ข้อมูล และการทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย การสร้างสรรค์เนื้อหาและการเล่าเรื่องที่น่าสนใจ การบริหารจัดการช่องทางการสื่อสารและ Engagement การวัดผลและประเมินผลกิจกรรมประชาสัมพันธ์ รวมถึงจริยธรรมและความท้าทายของการใช้ AI

8.2.8 TikTok เครื่องมือทรงพลังแห่งการสื่อสารยุคดิจิทัล (3) การเปลี่ยนแปลงการสื่อสารในยุคที่มี TikTok การใช้แพลตฟอร์ม TikTok ในการสร้างกลยุทธ์การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ คุณสมบัติเด่นของ TikTok การสร้างแบรนด์และการตลาดบน TikTok และการวิเคราะห์ผลการใช้งาน



8.2.9 ศาสตร์และศิลป์การจัดเสวนาทางวิชาการ (3) หลักการและกระบวนการในการจัดเสวนาทางวิชาการ องค์ประกอบในการจัดเสวนา แนวคิด หลักการพิจารณาประเด็นที่เหมาะสมต่อวิชาชีพ เทคนิคการจัดการเสวนาอย่างมีประสิทธิภาพ ทักษะและความคิดสร้างสรรค์ในการดำเนินการ ศิลปะในการสร้างความประทับใจ สร้างเวทีแห่งการเรียนรู้และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่มีคุณค่า และนำไปสู่การต่อยอดองค์ความรู้ในสาขาวิชานั้นๆ ต่อไป

8.2.10 การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล (3) การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการสื่อสารในยุคดิจิทัล หลักการ ทฤษฎี และกลยุทธ์การเขียนเนื้อหาเพื่อการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัลที่มุ่งเน้นการสร้างการรับรู้ สร้างความเข้าใจ สร้างความสัมพันธ์ที่ดี และโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางดิจิทัลต่างๆ พื้นฐานการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ เทคนิคการเขียนสำหรับแพลตฟอร์มดิจิทัลที่หลากหลาย

8.3 หมวดสร้างเสริมทักษะนักบริหาร จำนวน 33 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะในการคิดวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ ทักษะการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ บุคลิกภาพที่เหมาะสมในฐานะผู้บริหารและนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ มีรายละเอียดหัวข้อวิชา ดังนี้

8.3.1 Smart Leadership (6) การพัฒนาภาวะผู้นำที่ชาญฉลาด รอบรู้ และสามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงในโลกยุคปัจจุบัน แนวคิดเกี่ยวกับผู้นำ วิธีการสร้างภาวะผู้นำ บทบาทผู้นำ ด้านกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ การสร้างทีมที่มีประสิทธิภาพและการทำงานร่วมกัน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และบทบาทผู้นำในบริบทต่าง ๆ การดำรงตนเป็นผู้นำที่ดี การพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์สำหรับผู้นำ

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

8.3.3 วาทศิลป์สำหรับผู้นำ (3) ศิลปะการสื่อสารสำหรับผู้นำในสถานการณ์ต่าง ๆ วลีพิฆาตที่ควรหลีกเลี่ยง การสื่อสารที่สร้างสรรค์และส่งเสริมการทำงานเป็นทีมด้วยการสื่อสารที่ดี การวิเคราะห์ปัญหาเพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสาร

8.3.4 เทคนิคการให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน / ฝึกปฏิบัติ / วิพากษ์ (6) การฝึกปฏิบัติการให้สัมภาษณ์เพื่อเตรียมความพร้อม (ข้อมูล การเรียบเรียง น้ำเสียง ลีลา ความมั่นใจ บุคลิก และการแต่งกาย) สำหรับการสัมภาษณ์แบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เทคนิคการตอบคำถามในทางสร้างสรรค์ การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า การควบคุมอารมณ์ การใช้สื่อประกอบคำพูด และการรับมือกับสื่อมวลชน



8.3.5 การเสริมสร้างบุคลิกภาพสำหรับผู้บริหาร / ฝึกปฏิบัติ (3) การพัฒนาบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับลักษณะงาน การพัฒนาความคิด อารมณ์ จิตใจ การบริหารจัดการความเครียด การดูแลสุขภาพองค์รวมทั้งของตนเองและผู้ใต้บังคับบัญชา การพัฒนาบุคลิกภาพภายนอก และมารยาทในการเข้าสังคม

8.3.6 การเขียนรายงานและบทความทางวิชาการสำหรับผู้บริหาร (3) การคิดหัวข้อ/ประเด็น รูปแบบการเขียน องค์ประกอบของการเขียน แหล่งข้อมูล การนำไปใช้ประโยชน์ ช่องทางการเผยแพร่

8.3.7 การบริหารความหลากหลายในองค์กร (Diversity Management in Organizations) (3) การสร้างความเข้าใจและพัฒนาทักษะในการจัดการความหลากหลายในองค์กร ทั้งในด้านวัฒนธรรม ความคิด เชื้อชาติ เพศ อายุ และความแตกต่างของบุคลากร เพื่อสร้างความร่วมมือและความเป็นเอกภาพในทีมงาน การสร้างและรักษาวัฒนธรรมองค์กรที่ยอมรับ เคารพ และให้คุณค่าแก่ความแตกต่างหลากหลายของบุคลากร กลยุทธ์และกระบวนการบริหารความหลากหลาย

8.3.8 Deep Listening เครื่องมือสำคัญสำหรับผู้นำยุคใหม่ / ฝึกปฏิบัติ (6) การพัฒนาทักษะการฟังในระดับที่ลึกซึ้งกว่าการได้ยินทั่วไป เหตุผลและความสำคัญของการพัฒนาทักษะ Deep Listening องค์ประกอบและหลักการ เทคนิคการฝึก อุปสรรค การประยุกต์ใช้ Deep Listening ในสถานการณ์ต่างๆ ของผู้นำ

8.4 หมวดกิจกรรมพิเศษ จำนวน 69 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อระดมความรู้ และทักษะในการพัฒนางานวิชาการ การจัดทำรายงาน (รายงานบุคคล/กลุ่ม) การเสริมสร้างพัฒนาทีมงานในองค์กร การสร้างและพัฒนาภาวะผู้นำองค์กร

8.4.1 ลงทะเบียน / พิธีเปิด / ปฐมนิเทศ / ชี้แจงหลักสูตร (6)

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

8.4.3 กิจกรรมเสริมสร้างทีมงานนักบริหาร (6)

8.4.4 ประชุมกลุ่มเตรียมงานการจัดเสวนาทางวิชาการ (6)

8.4.5 ประชุมกลุ่มเตรียมงานการศึกษาดูงานในประเทศและต่างประเทศ (3)

8.4.6 จัดทำรายงานข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์นโยบาย โครงการองค์กรระดับประเทศ (เฉพาะบุคคล) ในประเด็นที่ผู้เรียนเป็นผู้กำหนด นำเสนอ / วิพากษ์ผลงาน / ปรับปรุงรายงาน (21)

8.4.7 ประเมินท้ายหลักสูตร / พิธีมอบประกาศนียบัตร / พิธีปิด (3)



8.5 หมวดสร้างเสริมประสบการณ์เชิงประจักษ์ (รายงานทางวิชาการ/การจัดเสวนา/การศึกษา ดูงาน) จำนวน 81 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์

- เปิดโอกาสให้ผู้อบรมเป็นผู้กำหนดหัวข้อประเด็นที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ร่วมสมัย เพื่อจัดกิจกรรมเสวนาทางวิชาการนำเสนอสู่สาธารณะ
- ศึกษาดูงานหน่วยงานที่ทันสมัยอย่างเจาะลึก เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์และเปิดโลกทัศน์ในด้านการบริหารงานประชาสัมพันธ์หรือสื่อสารองค์กร โดยมีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อถอดบทเรียนจากการศึกษาดูงาน พร้อมจัดทำและนำเสนอรายงานจากการศึกษาดูงาน (โดยเน้นให้เชื่อมโยงและสามารถนำไปใช้ได้จริงในองค์กรของผู้เรียน)
- ศึกษาดูงานในประเทศ
- ศึกษาดูงานในต่างประเทศ
- กำหนดผลลัพธ์ของการศึกษาดูงานให้ชัดเจน
- กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อถอดบทเรียนจากการศึกษาดูงาน
- จัดทำและนำเสนอรายงานทางวิชาการเฉพาะบุคคล ในประเด็นที่ผู้เรียนเป็นผู้กำหนด

9. ระยะเวลาในการจัดทำรายงานเฉพาะบุคคล

การจัดทำเอกสารรายงานเฉพาะบุคคลเป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณาประเมินผลเพื่อผ่านการอบรมในหลักสูตร ผู้เข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตร “นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง” รุ่นที่ 62 กำหนดให้ผู้เข้าอบรมทุกคนจะต้องจัดทำและนำเสนอรายงานเฉพาะบุคคลในหัวข้อที่สนใจและประเด็นที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน ส่วนการพิจารณาจะเป็นไปตามหลักเกณฑ์และมาตรฐานตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร โดยกำหนดรายละเอียดของเวลาในการจัดทำรายงานตั้งแต่ขั้นตอนการนำเสนอหัวข้อและเค้าโครงรายงานเฉพาะบุคคล และช่วงเวลาการจัดส่งรายงานเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมปรึกษาหารือและขอคำแนะนำเพิ่มเติมจากอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งผู้เข้ารับการฝึกอบรมต้องนำเสนอรายงานต่อคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร ประกอบด้วย ผู้บริหารกรมประชาสัมพันธ์ ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาการประชาสัมพันธ์และอาจารย์ที่ปรึกษาหลักสูตรฯ 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 9 |
| 6. นำเสนอและวิพากษ์ผลงาน | สัปดาห์ที่ 10 |
| 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	ร้อยละของผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีคุณสมบัติตามเกณฑ์การประกันคุณภาพการฝึกอบรมของสถาบันพัฒนาการประชาสัมพันธ์	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 75
2. รายงานการศึกษาที่แสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ (รายงานเฉพาะบุคคล)	รายงานการศึกษา (รายงานเฉพาะบุคคล)	คนละ 3 ฉบับ
3. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น	ร้อยละของผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80



12. เงื่อนไขการสำเร็จการอบรม

ในการเข้าร่วมอบรมในหลักสูตร “นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง” รุ่นที่ 62 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 สถาบันพัฒนาการประชาสัมพันธ์ ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาแจ้งไปยังต้นสังกัดว่าท่านไม่ผ่านการฝึกอบรม และไม่คืนค่าลงทะเบียนในการเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรฯ

13. ระยะเวลาและขอบเขตของการฝึกอบรม

การอบรมหลักสูตร “นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง” รุ่นที่ 62 กำหนดระยะเวลาในการอบรม 10 สัปดาห์ ๆ ละ 3 วัน (พุธ พฤหัสบดี ศุกร์) รวมศึกษาดูงานต่างจังหวัด จำนวน 4 วัน 3 คืน และศึกษาดูงานต่างประเทศ (ประเทศญี่ปุ่น) จำนวน 5 วัน 4 คืน

14. สถานที่ฝึกอบรม

สถาบันพัฒนาการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

15. ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม

- ค่าลงทะเบียนฝึกอบรมจากบุคคลภายนอก จำนวน 35 คน ๆ ละ 99,000 บาท

16. การประเมินผลและติดตามผล

16.1 รายงานเฉพาะบุคคล และรายงานกลุ่ม

16.2 การสังเกตการณ์การมีส่วนร่วม และการเรียนรู้ของผู้เข้ารับการฝึกอบรมระหว่างการศึกษาดูงาน

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 62

ระหว่างวันที่ 11 มิถุนายน – 15 สิงหาคม 2568

ณ สถาบันพัฒนาการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

อบรม 10 สัปดาห์ ๆ ละ 3 วัน (พุธ พฤหัสบดี และศุกร์) ศึกษาดูงานในประเทศและต่างประเทศ

เวลา วัน	09.00 – 12.00 น.	13.00 – 16.00 น.	17.00 – 20.00 น.
สัปดาห์ที่ 1			
วันพุธที่ 11 มิถุนายน 2568	ลงทะเบียน/พิธีเปิด	ปฐมนิเทศ	
วันพฤหัสบดีที่ 12 มิถุนายน 2568	กิจกรรมเสริมสร้างพัฒนาทีมงานด้านการประชาสัมพันธ์สำหรับผู้บริหาร (ต่างจังหวัด) วันที่ 12 – 14 มิถุนายน 2568 (3 วัน 2 คืน)		
วันศุกร์ที่ 13 มิถุนายน 2568			
วันเสาร์ที่ 14 มิถุนายน 2568			
สัปดาห์ที่ 2			
วันพุธที่ 18 มิถุนายน 2568	รู้ทันสื่อ รู้ทันผู้บริโภคในยุคดิจิทัล	การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล	
วันพฤหัสบดีที่ 19 มิถุนายน 2568	Power of Communication	การสื่อสารภายในองค์กรในยุคดิจิทัล	
วันศุกร์ที่ 20 มิถุนายน 2568	การวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ / ฝึกปฏิบัติ		

เวลา วัน	09.00 – 12.00 น.	13.00 – 16.00 น.	17.00 – 20.00 น.
สัปดาห์ที่ 3			
วันพุธที่ 25 มิถุนายน 2568	การสร้างภาพลักษณ์องค์กรยุคดิจิทัล	การบริหารสื่อมวลชนสัมพันธ์	
วันพฤหัสบดีที่ 26 มิถุนายน 2568	Data – Driven PR Strategy	กลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤต	
วันศุกร์ที่ 27 มิถุนายน 2568	กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	การบริหารประเด็นและการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารยุคดิจิทัล	
สัปดาห์ที่ 4			
วันพุธที่ 2 กรกฎาคม 2568	การสื่อสารองค์กรยุคใหม่ด้วย AI / ฝึกปฏิบัติ		
วันพฤหัสบดีที่ 3 กรกฎาคม 2568	ศาสตร์และศิลป์การจัดเสวนาทางวิชาการ	การเสริมสร้างบุคลิกภาพสำหรับผู้บริหาร / ฝึกปฏิบัติ	ประชุมกลุ่มเตรียมงานการศึกษาดูงานในประเทศและต่างประเทศ
วันศุกร์ที่ 4 กรกฎาคม 2568	TikTok เครื่องมือทรงพลังแห่งการสื่อสารยุคดิจิทัล	เตรียมพร้อมสู่ญี่ปุ่น : Understanding Japan	
สัปดาห์ที่ 5			
วันอาทิตย์ที่ 6 กรกฎาคม 2568	ศึกษาดูงาน ณ เมืองฮอกไกโด ประเทศญี่ปุ่น วันที่ 6 - 10 กรกฎาคม 2568 (5 วัน 4 คืน)		
วันจันทร์ที่ 7 กรกฎาคม 2568			
วันอังคารที่ 8 กรกฎาคม 2568			
วันพุธที่ 9 กรกฎาคม 2568			
วันพฤหัสบดีที่ 10 กรกฎาคม 2568			
สัปดาห์ที่ 6			
วันพุธที่ 16 กรกฎาคม 2568	การเขียนรายงานและบทความทางวิชาการสำหรับผู้บริหาร	การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล	
วันพฤหัสบดีที่ 17 กรกฎาคม 2568	เทคนิคการให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน / ฝึกปฏิบัติ	วิพากษ์การให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน	
วันศุกร์ที่ 18 กรกฎาคม 2568	การปฏิบัติการเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ	คุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณสำหรับผู้บริหาร	

เวลา วัน	09.00 – 12.00 น.	13.00 – 16.00 น.	17.00 – 20.00 น.
สัปดาห์ที่ 7			
วันพุธที่ 23 กรกฎาคม 2568	Smart Leadership		ประชุมกลุ่มเตรียม งานการจัดเสวนา ทางวิชาการ
วันพฤหัสบดีที่ 24 กรกฎาคม 2568	การคิดเชิงกลยุทธ์	การบริหารความหลากหลายในองค์กร	ประชุมกลุ่มเตรียม งานการจัดเสวนา ทางวิชาการ
วันศุกร์ที่ 25 กรกฎาคม 2568	การจัดกิจกรรมเสวนาทางวิชาการ โดยผู้เข้ารับการฝึกอบรม * วิทยากร 3 คน		
สัปดาห์ที่ 8			
วันพุธที่ 30 กรกฎาคม 2568	ศึกษาดูงานในประเทศ วันที่ 30 กรกฎาคม – 2 สิงหาคม 2568 (4 วัน 3 คืน)		
วันพฤหัสบดีที่ 31 กรกฎาคม 2568			
วันศุกร์ที่ 1 สิงหาคม 2568			
วันเสาร์ที่ 2 สิงหาคม 2568			
สัปดาห์ที่ 9			
วันพุธที่ 6 สิงหาคม 2568	วาทศิลป์สำหรับผู้ผู้นำ	การสื่อสารทางการเมือง	
วันพฤหัสบดีที่ 7 สิงหาคม 2568	Deep Listening เครื่องมือสำคัญสำหรับผู้นำยุคใหม่ / ฝึกปฏิบัติ		
วันศุกร์ที่ 8 สิงหาคม 2568	จัดทำรายงานข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์		

เวลา วัน	09.00 – 12.00 น.	13.00 – 16.00 น.	17.00 – 20.00 น.
สัปดาห์ที่ 10			
วันพุธที่ 13 สิงหาคม 2568	จัดทำรายงานข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์		กิจกรรมเสริมสร้าง ทีมงาน
วันพฤหัสบดีที่ 14 สิงหาคม 2568	จัดทำรายงานข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์		
วันศุกร์ที่ 15 สิงหาคม 2568	นำเสนอรายงานข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการ ประชาสัมพันธ์ / วิพากษ์	พิธีปิดการฝึกอบรม/มอบใบประกาศนียบัตร พร้อมเข็มวิทยฐานะ	

หมายเหตุ

เวลา 10.30 – 10.45 น. / 14.30-14.45 น.

พักรับประทานอาหารว่างและเครื่องดื่ม

เวลา 12.00 – 13.00 น.

พักรับประทานอาหารกลางวัน

*** สถาบันพัฒนาการประชาสัมพันธ์ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงข้อมูล

ขึ้นเพื่อความเหมาะสมและประโยชน์สูงสุดของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

หลักสูตร "นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง" รุ่นที่ 62

อบรมวันที่ 11 มิถุนายน – 15 สิงหาคม 2568 จำนวน 10 สัปดาห์ ๆ ละ 3 วัน (พุธ พฤหัสบดี ศุกร์)

กลุ่มเป้าหมาย

ข้าราชการพลเรือน ทหาร ตำรวจ องค์กรอิสระ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน ที่รับผิดชอบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร

คุณสมบัติของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

ผู้รับผิดชอบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร หรือปฏิบัติงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน และมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

1. ข้าราชการพลเรือน ตำแหน่งประเภทวิชาการ ระดับชำนาญการพิเศษ หรือประเภทอำนวยการ ระดับต้นขึ้นไป
2. ข้าราชการทหาร ยศเทียบเท่า พันเอก นาวาเอก นาวาอากาศเอก ขึ้นไป
3. ข้าราชการตำรวจ ยศเทียบเท่า พันตำรวจเอก ขึ้นไป
4. พนักงานองค์กรอิสระและรัฐวิสาหกิจที่มีตำแหน่งเทียบเท่าผู้บริหารระดับสูง
5. ผู้บริหารกิจการของหน่วยงานภาคเอกชน

กิจกรรมในหลักสูตร

1. การเสริมสร้างเครือข่ายด้านการประชาสัมพันธ์
การเข้าค่ายการเสริมสร้างและพัฒนาทีมงานด้านการประชาสัมพันธ์สำหรับผู้บริหาร
ต่างจังหวัด จำนวน 3 วัน 2 คืน (12 – 14 มิถุนายน 2568)
2. การศึกษาดูงาน
 - 2.1 การศึกษาดูงานในประเทศ (ต่างจังหวัด) จำนวน 4 วัน 3 คืน (30 กรกฎาคม – 2 สิงหาคม 2568)
(ค่าใช้จ่ายรวมค่าลงทะเบียนเรียบร้อยแล้ว)
 - 2.2 การศึกษาดูงานต่างประเทศ จำนวน 5 วัน 4 คืน ณ เมืองฮอกไกโด ประเทศญี่ปุ่น
(6 - 10 กรกฎาคม 2568)

ค่าลงทะเบียน

คนละ 99,000 บาท (เก้าหมื่นเก้าพันบาทถ้วน)

1. ค่าใช้จ่ายภายในประเทศ 49,000 บาท
2. ค่าใช้จ่ายต่างประเทศ 50,000 บาท

ค่าใช้จ่ายต่างประเทศ (สำหรับจ้างหน่วยงาน)

ค่าตัวเครื่องบิน (ตามที่จ่ายจริง)	26,800
ค่าที่พัก (2,800 บาท*4 คืน)	11,200
ค่าอาหาร	10,000
ค่าพาหนะรถบัสปรับอากาศ	2,000
รวมเป็นเงิน	50,000