

หลักสูตร “นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง” รุ่นที่ 63

อบรมระหว่างวันที่ 2 มีนาคม – 3 เมษายน 2569

อบรม 5 สัปดาห์ (จันทร์ - ศุกร์) ศึกษาดูงานในต่างประเทศ

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 63** เพื่อพัฒนาสมรรถนะด้านการบริหารงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน ทั้งการบริหารองค์กร บุคลากร กระบวนการประชาสัมพันธ์ และนวัตกรรมประชาสัมพันธ์ร่วมสมัย ภายใต้บริบทต่าง ๆ ให้สัมฤทธิ์ผลตามวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อเพิ่มพูนความรู้และเสริมสร้างสมรรถนะด้านการบริหารองค์กร ความเป็นผู้นำองค์กรในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลง ให้เป็นที่ยอมรับจากทุกภาคส่วน

2.2 เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ท่ามกลางสภาวะการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อในโลกดิจิทัล สนับสนุนให้การบริหารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพเกิดสัมฤทธิ์ผลสูงสุด

2.3 เพื่อส่งเสริมให้มีการสร้างเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์สำหรับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ตลอดจนบูรณาการทำงานร่วมกัน

3. กลุ่มเป้าหมาย

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	10 คน
5.2 บุคคลทั่วไป	จำนวน	20 คน
	รวม	30 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 องค์ความรู้...

6.1.2 องค์ความรู้และสมรรถนะด้านการบริหารงานประชาสัมพันธ์ ท่ามกลางสภาวะการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อในโลกดิจิทัล รายละเอียดตามเนื้อหาวิชาและหัวข้อที่กำหนด โดยได้รับเกียรติจากวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญจากสถาบันต่าง ๆ ที่มีประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานและองค์กรภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน และยังเปิดโอกาสให้ผู้อบรมได้แลกเปลี่ยนมุมมองและความคิดเห็นระหว่างกัน

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

6.2.1 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมต้องเข้าร่วมกิจกรรมเสริมสร้างพัฒนาทีมงานการประชาสัมพันธ์ สำหรับผู้บริหาร ในพื้นที่ต่างจังหวัด จำนวน 3 วัน 2 คืน

6.2.2 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมต้องมีส่วนร่วมในกิจกรรมนักบริหารสัมพันธ์ 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 *****

6.4 การศึกษาดูงาน เป็นการศึกษาดูงานเพื่อเปิดโลกทัศน์ด้านการบริหารจัดการงานประชาสัมพันธ์ ตลอดจนให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และความคิดเห็นระหว่างผู้เข้ารับการฝึกอบรมด้วยกัน แบ่งเป็น

6.4.1 การศึกษาดูงานในต่างประเทศ ณ เมืองคุมาโมโตะ (Kumamoto) และเมืองฟูกูโอกะ (Fukuoka) ประเทศญี่ปุ่น

6.4.2 การศึกษาดูงานองค์กรในประเทศ

7. โครงสร้างหลักสูตร

การฝึกอบรมแบ่งเป็น 5 หมวดวิชา	รวมเวลาทั้งสิ้น 129 ชั่วโมง ดังนี้
หมวดที่ 1 หมวดการบริหารองค์กรเชิงกลยุทธ์	จำนวน 6 ชั่วโมง
1.1 Data – Driven PR Strategy	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.2 โลกยุคดิจิทัลกับอีเวนต์รูปแบบใหม่	จำนวน 3 ชั่วโมง
หมวดที่ 2 หมวดการบริหารงานประชาสัมพันธ์	จำนวน 36 ชั่วโมง
2.1 กลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤต	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.2 การสื่อสารองค์กรยุคใหม่ด้วย AI	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.3 การบริหารงานประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.4 การบริหารงานงบประมาณการประชาสัมพันธ์	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.5 การบริหารตราสินค้า	จำนวน 6 ชั่วโมง
2.6 การสื่อสารเชิงกลยุทธ์สำหรับนักบริหาร/ฝึกปฏิบัติ	จำนวน 6 ชั่วโมง
2.7 การวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.8 กลยุทธ์การบริหารงานสื่อโซเชียล	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.9 การสร้างแบรนด์ในตัวบุคคล (Personal Branding)	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.10 บทบาทนักสื่อสารกับการสร้างแบรนด์ประเทศไทยผ่าน Soft Power	จำนวน 3 ชั่วโมง
หมวดที่ 3 หมวดสร้างเสริมทักษะนักบริหาร	จำนวน 9 ชั่วโมง
3.1 Smart Leadership	จำนวน 3 ชั่วโมง
3.2 การบริหารความหลากหลายในองค์กร	จำนวน 3 ชั่วโมง
3.3 การพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับนักบริหาร	จำนวน 3 ชั่วโมง
หมวดที่ 4 หมวดกิจกรรมพิเศษ	จำนวน 36 ชั่วโมง
4.1 ลงทะเบียน / พิธีเปิด / ปฐมนิเทศ / ชี้แจงหลักสูตร	จำนวน 3 ชั่วโมง
4.2 กิจกรรมเสริมสร้างพัฒนาทีมงานการประชาสัมพันธ์สำหรับผู้บริหาร	จำนวน 18 ชั่วโมง
4.3 กิจกรรมนักบริหารสัมพันธ์	จำนวน 6 ชั่วโมง
4.4 Think Tank Workshop : ระดมสมองสร้างหัวข้อเสวนาให้ตอบโจทย์สังคม	จำนวน 3 ชั่วโมง
4.5 ฝึกปฏิบัติเตรียมความพร้อมกิจกรรมเสวนา	จำนวน 3 ชั่วโมง
4.6 ประเมินท้ายหลักสูตร / พิธีมอบประกาศนียบัตร / พิธีปิด	จำนวน 3 ชั่วโมง
หมวดที่ 5 หมวดสร้างเสริมประสบการณ์เชิงประจักษ์	จำนวน 42 ชั่วโมง
5.1 การศึกษาดูงานในต่างประเทศ (จำนวน 6 วัน 4 คืน)	จำนวน 30 ชั่วโมง
5.2 การศึกษาดูงานองค์กรในประเทศ	จำนวน 3 ชั่วโมง
5.3 ฐิ่ปูนศึกษา	จำนวน 3 ชั่วโมง
5.4 กิจกรรมเสวนาทางวิชาการ	จำนวน 6 ชั่วโมง

8. รายละเอียดหลักสูตร

8.1 หมวดการบริหารองค์กรเชิงกลยุทธ์ จำนวน 6 ชั่วโมง

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

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

8.1.2 โลกยุคดิจิทัลกับอีเวนต์รูปแบบใหม่ (3) การเปลี่ยนผ่านจากการจัดกิจกรรมแบบเดิมสู่โลกของอีเวนต์ที่ตอบโจทย์ยุคดิจิทัล ภูมิทัศน์ของอุตสาหกรรมอีเวนต์ที่กำลังพลิกโฉมไปในยุคดิจิทัล รวมถึงโอกาสและความท้าทายที่มาพร้อมกับการเปลี่ยนแปลง การใช้เทคโนโลยี เทคนิคและเครื่องมือ

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 (3) การวิเคราะห์ยุทธศาสตร์องค์กรเพื่อสร้างกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ประเภทของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ กระบวนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายเพื่อจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์องค์กรทั้งในเชิงรุกและเชิงรับ การเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ เทคนิคและเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ การบริหารโครงการและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการแก้ไขปัญหาอุปสรรคต่างๆ

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

8.2.3 การสื่อสารองค์กรยุคใหม่ด้วย AI / ฝึกปฏิบัติ (3) ความรู้เกี่ยวกับ AI ประเภทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงาน PR และการสื่อสารองค์กร AI Tools การใช้ AI ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย การสร้างสรรค์เนื้อหาและการเล่าเรื่องที่น่าสนใจ การบริหารจัดการช่องทางการสื่อสารและ Engagement การวัดผลและประเมินผลกิจกรรมประชาสัมพันธ์ รวมถึงจริยธรรมและความท้าทายของการใช้ AI

8.2.4 การบริหาร...

8.2.4 การบริหารงานประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล (3) ภูมิทัศน์ใหม่ของการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล แนวทางและกลยุทธ์ที่จำเป็นในการปรับตัวให้เท่าทันกับภูมิทัศน์การสื่อสารที่เปลี่ยนไป กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ดิจิทัล เครื่องมือและเทคโนโลยีสำหรับนักประชาสัมพันธ์ยุคใหม่

8.2.5 การบริหารงานงบประมาณการประชาสัมพันธ์ (3) หลักการ เทคนิค และแนวทางปฏิบัติในการวางแผนและควบคุมงบประมาณสำหรับกิจกรรมประชาสัมพันธ์ในทุกมิติ ความสำคัญของการวางแผนงบประมาณการประชาสัมพันธ์ กระบวนการจัดทำงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ

8.2.6 การบริหารตราสินค้า (Branding and Brand Management) (6) หลักการสร้างและบริหารจัดการตราสินค้าให้แข็งแกร่งและยั่งยืนในยุคปัจจุบัน กระบวนการสร้างตราสินค้า กลยุทธ์การบริหารตราสินค้า การวัดและประเมินผลประสิทธิภาพของตราสินค้า

8.2.7 การสื่อสารเชิงกลยุทธ์สำหรับนักบริหาร/ฝึกปฏิบัติ (6) ทักษะและเทคนิคการสื่อสารที่จำเป็นสำหรับนักบริหาร ความสำคัญของการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ องค์ประกอบสำคัญของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ กลยุทธ์การสื่อสารในบทบาทต่างๆ ของนักบริหาร รวมถึงการให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน

8.2.8 กลยุทธ์การบริหารงานสื่อโซเชียล (3) การวางแผน ดำเนินงาน และวัดผลการใช้โซเชียลมีเดียให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อบรรลุเป้าหมายการสื่อสาร ภูมิทัศน์ของโซเชียลมีเดียในปัจจุบัน กลยุทธ์การสร้างสรรคเนื้อหา การบริหารจัดการแพลตฟอร์มและชุมชน

8.2.9 การสร้างแบรนด์ในตัวบุคคล (Personal Branding) (3) แนวคิด กลยุทธ์ และขั้นตอนในการสร้างแบรนด์ส่วนบุคคลที่แข็งแกร่งและเป็นเอกลักษณ์ การค้นหาตัวตนและเอกลักษณ์ของแบรนด์ส่วนบุคคล กลยุทธ์การสร้างและสื่อสารแบรนด์ส่วนบุคคล การบริหารจัดการชื่อเสียงและการรักษาแบรนด์ส่วนบุคคล

8.2.10 บทบาทนักสื่อสารกับการสร้างแบรนด์ประเทศไทยผ่าน Soft Power ความหมายของ Soft Power การออกแบบกลยุทธ์การสื่อสาร ตัวอย่างการใช้ Soft Power ที่ประสบความสำเร็จ

8.3 หมวดสร้างเสริมทักษะนักบริหาร จำนวน 9 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะในการคิดวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ ทักษะการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ บุคลิกภาพที่เหมาะสมในฐานะผู้บริหารและนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ มีรายละเอียดหัวข้อวิชา ดังนี้

8.3.1 Smart Leadership (3) การพัฒนาภาวะผู้นำที่ชาญฉลาด รอบรู้ และสามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงในโลกยุคปัจจุบัน แนวคิดเกี่ยวกับผู้นำ วิธีการสร้างภาวะผู้นำ บทบาทผู้นำด้านกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ การสร้างทีมที่มีประสิทธิภาพและการทำงานร่วมกัน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และบทบาทผู้นำในบริบทต่าง ๆ การดำรงตนเป็นผู้นำที่ดี การพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์สำหรับผู้นำ

8.3.2 การพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับนักบริหาร (3) การพัฒนาบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับลักษณะงาน การพัฒนาความคิด อารมณ์ จิตใจ การบริหารจัดการความเครียด การดูแลสุขภาพองค์รวมทั้งของตนเองและผู้อื่นได้บังคับบัญชา การพัฒนาบุคลิกภาพภายนอก และมารยาทในการเข้าสังคม

8.3.3 การบริหาร...

8.3.3 การบริหารความหลากหลายในองค์กร (Diversity Management in Organizations) (3)

การสร้างเข้าใจและพัฒนาทักษะในการจัดการความหลากหลายในองค์กร ทั้งในด้านวัฒนธรรม ความคิด เชื้อชาติ เพศ อายุ และความแตกต่างของบุคลากร เพื่อสร้างความร่วมมือและความเป็นเอกภาพในทีมงาน การสร้างและรักษาวัฒนธรรมองค์กรที่ยอมรับ เคารพ และให้คุณค่าความแตกต่างหลากหลายของบุคลากร กลยุทธ์และกระบวนการบริหารความหลากหลาย

8.4 หมวดกิจกรรมพิเศษ จำนวน 36 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อระดมความรู้ และทักษะในการพัฒนางานวิชาการ การจัดทำรายงาน (รายงาน บุคคล/กลุ่ม) การเสริมสร้างพัฒนาทีมงานในองค์กร การสร้างและพัฒนาภาวะผู้นำองค์กร

8.4.1 ลงทะเบียน / พิธีเปิด / ปฐมนิเทศ / ชี้แจงหลักสูตร (3)

8.4.2 กิจกรรมเสริมสร้างพัฒนาทีมงานการประชาสัมพันธ์สำหรับผู้บริหาร (Team Development in Public Relations for Executive) (18) ภาวะผู้นำ การทำงานเป็นทีม การสร้างมนุษยสัมพันธ์ การสื่อสารภายใน การสร้างเครือข่าย การใช้กลยุทธ์แก้ไขปัญหาภายใต้สถานการณ์ที่กำหนด

8.4.3 กิจกรรมนักบริหารสัมพันธ์ (6)

8.4.4 Think Tank Workshop : ระดมสมองสร้างหัวข้อเสวนาให้ตอบโจทย์สังคม (3)

8.4.5 ฝึกปฏิบัติเตรียมความพร้อมกิจกรรมเสวนา (3)

8.4.6 ประเมินท้ายหลักสูตร / พิธีมอบประกาศนียบัตร / พิธีปิด (3)

8.5 หมวดสร้างเสริมประสบการณ์เชิงประจักษ์ (การจัดเสวนา/การศึกษาดูงาน) จำนวน 42 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์

- เปิดโอกาสให้ผู้อบรมเป็นผู้กำหนดหัวข้อประเด็นที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ร่วมสมัย เพื่อจัดกิจกรรมเสวนาทางวิชาการนำเสนอสู่สาธารณะ

- ศึกษาดูงานหน่วยงานที่ทันสมัยอย่างเจาะลึก เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์และ เปิดโลกทัศน์ในด้านการบริหารงานประชาสัมพันธ์หรือสื่อสารองค์กร โดยมีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้

เพื่อถอดบทเรียนจากการศึกษาดูงาน พร้อมจัดทำและนำเสนอรายงานจากการศึกษาดูงาน (โดยเน้นให้ เชื่อมโยงและสามารถนำไปใช้ได้จริงในองค์กรของผู้เรียน)

- ศึกษาดูงานองค์กรในประเทศ

- ศึกษาดูงานในต่างประเทศ

- กำหนดผลลัพธ์ของการศึกษาดูงานให้ชัดเจน

- กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อถอดบทเรียนจากการศึกษาดูงาน

9. วิทยาการผู้บรรยาย

วิทยาการผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่มีความเหมาะสมในแต่ละหัวข้อวิชา ทั้งจากกรมประชาสัมพันธ์ และจากหน่วยงานภายนอกที่ได้รับการยอมรับและเชื่อถืออย่างกว้างขวาง

10. ผลสัมฤทธิ์ของโครงการที่คาดหวัง และตัวชี้วัด

ผลลัพธ์ ผู้ผ่านการฝึกอบรมมีศักยภาพในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ภายใต้บริบทต่าง ๆ เพื่อให้สัมฤทธิ์ผลตามวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน รวมทั้งมีเครือข่ายประชาสัมพันธ์เพื่อบูรณาการการทำงานได้อย่างกว้างขวางมากขึ้น

ผลผลิต	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การวัด
1. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมผ่านเกณฑ์การฝึกอบรมที่กำหนดตามหลักสูตร	ร้อยละของผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีคุณสมบัติตามเกณฑ์การประกันคุณภาพการฝึกอบรมของสถาบันพัฒนาการประชาสัมพันธ์	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 75
2. กิจกรรมเสวนา	การจัดเสวนาและสรุปเป็นรายงาน	จำนวน 1 ครั้ง
3. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น	ร้อยละของผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80

11. เงื่อนไขการสำเร็จการอบรม

ในการเข้าร่วมอบรมในหลักสูตร “นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง” รุ่นที่ 63 กำหนดเงื่อนไขการสำเร็จการอบรมไว้ดังต่อไปนี้

11.1 ต้องมีเวลาเข้าฟังและเสนอความคิดเห็นในห้องเรียนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 75 ของเวลาเรียนทั้งหมด ผู้ที่ขาดการอบรมในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ขอความกรุณาส่งใบลา แต่อย่างน้อยเป็นวันขาดเรียน

11.2 ต้องมีส่วนร่วมในกิจกรรมตลอดหลักสูตร และต้องเข้าร่วมกิจกรรมการศึกษาดูงาน การจัดเสวนา

11.3 จัดทำเอกสารสรุปรายวิชา เอกสารสรุปการศึกษาดูงาน และส่งตามระยะเวลาที่กำหนดในหลักสูตร

11.4 หากผู้เข้ารับการฝึกอบรมรายใดไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนด สถาบันพัฒนาการประชาสัมพันธ์ ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาแจ้งไปยังต้นสังกัดว่าท่านไม่ผ่านการฝึกอบรม และไม่คืนค่าลงทะเบียนในการเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรฯ

12. ระยะเวลา...

12. ระยะเวลาและขอบเขตของการฝึกอบรม

การอบรมหลักสูตร “นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง” รุ่นที่ 63 กำหนดระยะเวลาในการอบรม 5 สัปดาห์ (จันทร์ - ศุกร์ ยกเว้นวันหยุดนักขัตฤกษ์) รวมกิจกรรมเสริมสร้างพัฒนาทีมงานการประชาสัมพันธ์สำหรับผู้บริหาร จำนวน 3 วัน 2 คืน และศึกษาดูงานต่างประเทศ (ประเทศญี่ปุ่น) จำนวน 6 วัน 4 คืน

13. สถานที่ฝึกอบรม

สถาบันพัฒนาการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

14. ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม

- ค่าลงทะเบียนฝึกอบรมจากบุคคลภายนอก คนละ 88,000 บาท (แปดหมื่นแปดพันบาทถ้วน)
ค่าใช้จ่ายภายในประเทศ 33,000 บาท
ค่าใช้จ่ายต่างประเทศ 55,000 บาท
- งบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 ภารกิจยุทธศาสตร์ จำนวน 1,045,000 บาท (หนึ่งล้านสี่หมื่นห้าพันบาทถ้วน)

15. การประเมินผลและติดตามผล

- 15.1 การสังเกตการณ์การมีส่วนร่วม และการเรียนรู้ของผู้เข้ารับการฝึกอบรมระหว่างการฝึกอบรม
- 15.2 แบบประเมินผลรายวิชา ประเมินเนื้อหา วิทยากร และการจัดการ
- 15.3 แบบประเมินโครงการ เมื่อเสร็จสิ้นการอบรม
- 15.4 ประเมินหลังการฝึกอบรม 1 เดือน โดยสอบถามไปยังผู้บังคับบัญชาของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

16. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 16.1 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีสมรรถนะในการเป็นผู้นำและผู้บริหารองค์กรที่มีประสิทธิภาพ พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในทุกสถานการณ์
- 16.2 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีศักยภาพและมีความพร้อมในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล
- 16.3 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ที่มีความเข้าใจอันดีระหว่างกัน ให้ความร่วมมือและบูรณาการการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ