

โครงการฝึกอบรม
หลักสูตร “นักประชาสัมพันธ์ดิจิทัล Smart PR” รุ่นที่ ๑๖
อบรมระหว่างวันที่ ๙ – ๑๒ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๙
จัดโดย สถาบันพัฒนาการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

๑. หลักการและเหตุผล

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

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

นับเป็นความจำเป็นเร่งด่วนที่หน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน จำเป็นต้องมีการพัฒนาเครือข่ายผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ไปจนถึงผู้นำชุมชน ให้สามารถผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัลอย่างง่ายด้วยโทรศัพท์มือถือ รวมถึงมีจิตวิทยาในการสื่อสาร การคิดวิเคราะห์ อธิบายความในเนื้อหาต่าง ๆ ให้ประชาชนได้เข้าใจอย่างง่าย สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ จึงได้จัดฝึกอบรม **หลักสูตร “นักประชาสัมพันธ์ดิจิทัล Smart PR” รุ่นที่ ๑๖** สำหรับผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน เพื่อเป็นเครือข่ายประชาสัมพันธ์ดิจิทัลในทุกกระดับต่อไป

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑. เพื่อให้ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน หรือผู้นำชุมชนสามารถผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล สื่อสารและอธิบายข้อมูลข่าวสาร นโยบายสำคัญ ให้ประชาชนรับรู้ เข้าใจ เชื่อมั่น และนำไปเผยแพร่ต่อไป

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

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 องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น หรือผู้นำชุมชน เอกชน และภาคประชาชน

๕. จำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรม รวมทั้งสิ้นจำนวน ๓๐ คน

ผู้ปฏิบัติงาน / ผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ องค์กรอิสระ องค์กรมหาชน องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น และภาคประชาชน จำนวน ๓๐ คน

๖. โครงสร้างหลักสูตร

การฝึกอบรมแบ่งเป็น ๒ หมวดวิชา รวมเวลาดังสิ้น ๓๐ ชั่วโมง ดังนี้

๖.๑ หมวดวิชาความรู้ทั่วไป จำนวน ๒๑ ชั่วโมง

๖.๒ หมวดกิจกรรมพิเศษ จำนวน ๙ ชั่วโมง

๗. รายละเอียดหัวข้อวิชา

หมวดวิชาความรู้ทั่วไป จำนวน ๒๑ ชั่วโมง

๗.๑ Storytelling : เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อการประชาสัมพันธ์ จำนวน ๓ ชั่วโมง

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

๗.๒ การสร้างการบอกต่อ (Buzz and Virality) จำนวน ๓ ชั่วโมง

- เทคนิคการสื่อสารให้เนื้อหาชวนติดตาม
- การใช้บุคคลที่มีอิทธิพลในการสร้างการบอกต่อ
- การเล่าเรื่องแบบต่าง ๆ
- การสร้างคอนเทนต์เพื่อการเล่าเรื่อง

๗.๓ การใช้ AI เพื่องานประชาสัมพันธ์ จำนวน ๖ ชั่วโมง

- การสร้างเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับข่าวประชาสัมพันธ์
- การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์เบื้องต้น
- การเขียนเนื้อหาตามคำสั่งและการปรับแต่งเนื้อหาให้เหมาะสม
- การตรวจสอบข่าวปลอม
- การใช้ AI ในการผลิตสื่อ

๗.๔ การสร้างสรรค์เนื้อหาและผลิตสื่อดิจิทัล (อินโฟกราฟิก/คลิปปวีดีโอ) จำนวน ๖ ชั่วโมง

- การใช้เครื่องมือ Canva
- การผลิตสื่อดิจิทัล infographic
- การผลิต Content ใน platform ต่าง ๆ
- การออกแบบภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว
- การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลด้วยแอปพลิเคชัน Capcut

๗.๕ Digital Platform สำหรับการประชาสัมพันธ์ จำนวน ๓ ชั่วโมง

- การประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียล
- การเปลี่ยนแปลงของโลกดิจิทัลที่มีผลกระทบต่อสื่อ
- การใช้โครงข่ายสังคมออนไลน์ Facebook, IG, Tw
- ช่องทางการเผยแพร่ที่ง่ายบนแพลตฟอร์มออนไลน์

หมวดกิจกรรมพิเศษ จำนวน ๙ ชั่วโมง

๑. กิจกรรมเสริมสร้างเครือข่ายนักประชาสัมพันธ์ดิจิทัล จำนวน ๓ ชั่วโมง
๒. กิจกรรมสร้างสัมพันธ์ จำนวน ๓ ชั่วโมง
๓. นำเสนอและวิพากษ์ผลงาน จำนวน ๓ ชั่วโมง

๘. วิทยากรผู้บรรยาย

วิทยากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่มีความเหมาะสมในแต่ละหัวข้อวิชา ทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน

๙. รูปแบบการฝึกอบรม

การบรรยาย / การฝึกปฏิบัติ

๑๐. ผลสัมฤทธิ์ของโครงการที่คาดหวัง และตัวชี้วัด

ผลลัพธ์ ผู้ผ่านการฝึกอบรมมีศักยภาพในการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางและเครื่องมือ Social Media ได้เหมาะสมและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มได้

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

๑๑. ระยะเวลาและขอบเขตของการฝึกอบรม

อบรมระหว่างวันที่ ๙ - ๑๒ มิถุนายน ๒๕๖๙ จำนวน ๔ วัน

๑๒. ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม

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

๑๓. สถานที่ฝึกอบรม

สถาบันพัฒนาการประชาสัมพันธ์ 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 สามารถผลิตและแพร่สื่อดิจิทัลให้ประชาชน กลุ่มเป้าหมาย ได้รับรู้ เข้าใจ เชื่อมั่น และนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้ พร้อมทั้งสามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสาร สื่อดิจิทัลได้อย่างน่าสนใจ

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

๑๕.๓. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ที่มีความเข้าใจอันดีระหว่างกัน ให้ความร่วมมือ และบูรณาการการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ