



โครงการฝึกอบรม
หลักสูตร “นักประชาสัมพันธ์ดิจิทัล Smart PR” รุ่นที่ 13
อบรมระหว่างวันที่ 14 – 17 มีนาคม พ.ศ. 2565
จัดโดย สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

1. หลักการและเหตุผล

จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสาร และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปจากเดิม เหล่านี้คือปัจจัยที่ก่อให้เกิดสังคมยุคดิจิทัล มีผู้บริโภคบนสื่อออนไลน์มากขึ้น การเข้าถึงสื่อได้ง่ายและสะดวกมากขึ้น ผู้บริโภคไม่ใช่เป็นเพียงผู้รับสารฝ่ายเดียว แต่สามารถเป็นผู้ผลิตเนื้อหาสาร และเป็นผู้กำหนดวาระข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อโซเชียลแพลตฟอร์มต่าง ๆ ได้ ซึ่งเรียกว่า user-generated content เหล่านี้สามารถเป็นได้ทั้งคุณและโทษ ประเด็นสำคัญคือการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy)

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

นับเป็นความจำเป็นเร่งด่วนที่หน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน จำเป็นต้องมีการพัฒนาเครือข่ายผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ไปจนถึงผู้นำชุมชน ให้สามารถผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัลอย่างง่ายด้วยโทรศัพท์มือถือ รวมถึงมีจิตวิทยาในการสื่อสาร การคิดวิเคราะห์ อธิบายความในเนื้อหาต่าง ๆ ให้ชาวบ้านได้เข้าใจอย่างง่าย สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ จึงได้จัดฝึกอบรม หลักสูตร “นักประชาสัมพันธ์ดิจิทัล Smart PR” รุ่นที่ 13 สำหรับผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน เพื่อเป็นเครือข่ายประชาสัมพันธ์ดิจิทัลในทุกระดับ ต่อไป

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อให้ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน หรือผู้นำชุมชน สามารถผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล สื่อสารและอธิบายข้อมูลข่าวสาร นโยบายสำคัญ ให้ประชาชนรับรู้ เข้าใจ เชื่อมั่นและนำไปเผยแพร่ต่อไป

2.2 เครือข่ายประชาสัมพันธ์ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง มีช่องทางในการสื่อสาร สอบถาม ในเรื่องต่าง ๆ ของภาครัฐ และนำไปเผยแพร่ต่อไป อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และครบถ้วน

2.3 เพื่อประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่อบุคคล และสื่อท้องถิ่น ได้อย่างถูกต้อง รวดเร็วและครบถ้วน

3. กลุ่มเป้าหมาย

ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน หรือผู้นำชุมชน

4. คุณสมบัติของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

ผู้ปฏิบัติงาน / ผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน

5. จำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรม

5.1 ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์	จำนวน	10 คน
5.2 บุคคลทั่วไป	จำนวน	30 คน
	รวม	40 คน

6. โครงสร้างหลักสูตร

การฝึกอบรมแบ่งเป็น 2 หมวดวิชา	รวมเวลาดังกล่าว	33 ชั่วโมง ดังนี้
6.1 หมวดวิชาความรู้ทั่วไป ภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ	จำนวน	24 ชั่วโมง
6.2 หมวดกิจกรรมพิเศษ	จำนวน	9 ชั่วโมง

หมวดวิชาความรู้ทั่วไป ภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ	จำนวน	24 ชั่วโมง
1) การสื่อสารในยุคดิจิทัล	จำนวน	3 ชั่วโมง
2) การนำเสนอข่าวสารยุคดิจิทัล	จำนวน	3 ชั่วโมง
3) Story Telling : เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อการประชาสัมพันธ์/ปฏิบัติ	จำนวน	6 ชั่วโมง
4) การผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล/ฝึกปฏิบัติ	จำนวน	9 ชั่วโมง
5) นำเสนอผลการฝึกปฏิบัติและวิพากษ์ผลงาน	จำนวน	3 ชั่วโมง
หมวดกิจกรรมพิเศษ	จำนวน	9 ชั่วโมง
1) กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์	จำนวน	3 ชั่วโมง
2) กิจกรรมเสริมสร้างทีมงานนักประชาสัมพันธ์	จำนวน	3 ชั่วโมง
3) ลงทะเบียน/พิธีเปิด/ประเมินท้ายหลักสูตร พิธีมอบประกาศนียบัตร/พิธีปิด	จำนวน	3 ชั่วโมง

7. รายละเอียดหัวข้อวิชา

7.1 การสื่อสารในยุคดิจิทัล

- การเปลี่ยนแปลงของโลกดิจิทัลที่มีผลกระทบต่อสื่อ และพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อดิจิทัลและสื่อ
ดั้งเดิม

- ผลกระทบของสื่อยุคดิจิทัลต่อผู้บริโภค การรู้เท่าทันสื่อ จริยธรรมสื่อ แนวโน้มเทคโนโลยีใน
อนาคต

7.2 การนำเสนอข่าวสารยุคดิจิทัล

เพื่อให้ผู้เข้ารับอบรมปรับรูปแบบการนำเสนอข่าวสารให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ในยุคดิจิทัล
และได้ฝึกทักษะการวิเคราะห์ประเด็น เชื่อมโยง สรุปนำเสนอให้ตรงตามสภาพปัญหา ความต้องการ ความสนใจ
ของกลุ่มเป้าหมาย

7.3 Story Telling : เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อการประชาสัมพันธ์/ปฏิบัติ

7.4 ฝึกปฏิบัติการผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล

7.5 เสนอผลการฝึกปฏิบัติและวิพากษ์ผลงาน

8. วิทยากรผู้บรรยาย

วิทยากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่มีความเหมาะสมในแต่ละหัวข้อวิชา ทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน

9. รูปแบบการฝึกอบรม

การบรรยาย / การฝึกปฏิบัติ / การนำเสนอและวิพากษ์ผลงาน

10. ผลสัมฤทธิ์ของโครงการที่คาดหวัง และตัวชี้วัด

ผลลัพธ์ ผู้ผ่านการฝึกอบรมมีศักยภาพในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ภายใต้บริบทต่าง ๆ เพื่อให้
สัมฤทธิ์ผลตามวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน โดยการจัดทำรายงานเฉพาะบุคคลสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมี
ประสิทธิภาพ รวมทั้งมีเครือข่ายประชาสัมพันธ์เพื่อบูรณาการการทำงานได้อย่างกว้างขวางมากขึ้น

ผลผลิต	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การวัด
1. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล เพื่อการประชาสัมพันธ์ได้	ร้อยละของผลงานการผลิตสื่อดิจิทัลผ่าน เกณฑ์การวิพากษ์ของวิทยากร	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 75
2. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความพึงพอใจในการเข้ารับ การฝึกอบรม	ร้อยละความพึงพอใจในการบริหารจัดการ หลักสูตร	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80
3. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ เพิ่มขึ้น	ร้อยละของผู้เข้ารับการฝึกอบรมมี เครือข่ายงานประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80

11. ระยะเวลาและขอบเขตของการฝึกอบรม

อบรมระหว่างวันที่ 14 – 17 มีนาคม 2564 จำนวน 4 วัน

12. ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม

- เงินงบประมาณโครงการพัฒนาบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์
- ค่าลงทะเบียนฝึกอบรมจากบุคคลภายนอก จำนวน 30 คน ๆ ละ 5,900 บาท (ห้าพันเก้าร้อยบาทถ้วน)

13. สถานที่ฝึกอบรม

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

14. การประเมินผลและติดตามผล

- 14.1 ผลงานการผลิตสื่อดิจิทัล โดยมีวิทยากรเป็นผู้วิพากษ์ผลงาน
- 14.2 การสังเกตการณ์การมีส่วนร่วม และการเรียนรู้ของผู้เข้ารับการฝึกอบรมระหว่างการฝึกอบรม
- 14.3 แบบประเมินผลรายวิชาและแบบประเมินท้ายหลักสูตร โดยประเมินเนื้อหา วิทยากร และการจัดการ

15. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

15.1 นักประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน หรือผู้นำชุมชน สามารถผลิตและแพร่สื่อดิจิทัลให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ได้รับรู้ เข้าใจ เชื่อมั่น และนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้ พร้อมทั้งสามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารสื่อดิจิทัลได้อย่างน่าสนใจ

15.2 ประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจ เชื่อมั่น และรับข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน กิจกรรมของชุมชน และข่าวสารการดำเนินงานที่เป็นประโยชน์จากภาคราชการ

15.3 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ที่มีความเข้าใจอันดีระหว่างกัน ให้ความร่วมมือและบูรณาการการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ