



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สำนักงานเลขาธิการกรม ส่วนบริหารทรัพยากรบุคคล โทร. ๐ ๒๒๓๑ ๖๐๐๐ ต่อ ๖๔๐๔

ที่ ทส ๐๖๐๑.๒/ ๑.๖๖๐

วันที่ ๑๐ มีนาคม ๒๕๖๓

เรื่อง หลักสูตร “การบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management)” รุ่นที่ ๑๔

เรียน อธิบดีกรมทรัพยากรน้ำ รองอธิบดีกรมทรัพยากรน้ำ หัวหน้าผู้ตรวจราชการกรม ผู้อำนวยการสำนัก

ผู้อำนวยการศูนย์ ผู้อำนวยการสำนักงานทรัพยากรน้ำภาค ๑ - ๑๑

ผู้อำนวยการกลุ่ม และผู้อำนวยการส่วนในสำนักงานเลขาธิการกรม

สำนักงานปลัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีหนังสือ ที่ ทส ๐๒๒๕.๒/ว ๓๕๘ ลงวันที่ ๒ มีนาคม ๒๕๖๓ นำส่งหนังสือกรมประชาสัมพันธ์ ที่ นร ๐๒๒๘/๔๐๕ ลงวันที่ ๒๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓ เรื่อง ขออนุญาตเชิญส่งบุคลากรเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตร “การบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management)” รุ่นที่ ๑๔ ระหว่างวันพุธที่ ๒๒ เมษายน - วันศุกร์ที่ ๑๙ มิถุนายน ๒๕๖๓ มีค่าลงทะเบียนคนละ ๗๘,๐๐๐ บาท (เจ็ดหมื่นแปดพันบาทถ้วน) สามารถเข้าชมรายละเอียดได้ที่ <http://training.prd.go.th> หรือดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ www.dwr.go.th หัวข้ออบรม สัมมนา

ในการนี้ หากท่านประสงค์จะสมัครเข้ารับการอบรมหลักสูตรดังกล่าว โปรดส่งแบบฟอร์มการสมัครไปที่ส่วนบริหารทรัพยากรบุคคล สำนักงานเลขาธิการกรม ภายในวันจันทร์ที่ ๑๖ มีนาคม ๒๕๖๓ เพื่อจะได้ดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

(นายกิตติ จันทรส่อง)

เลขาธิการกรม

ส่วนบริหารทรัพยากรบุคคล
เลขที่รับ 1429
วันที่ - ๕ มี.ค. ๒๕๖๓
เวลา 11.23



กรมทรัพยากรน้ำ
รับที่ 02335
วันที่ ๓ มี.ค. ๒๕๖๓
เวลา 10-30
สำนักงานอธิบดี
เลขที่รับ 1940
วันที่ ๓ มี.ค. ๒๕๖๓
เวลา 12:04 น.

ที่ ทส ๐๒๒๕.๒/ว ท ๕ ๘

ถึง กรมทุกกรม ทน

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

สำนักงานปลัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ขอส่งสำเนาหนังสือกรมประชาสัมพันธ์ ที่ นร ๐๒๒๘/๔๐๕ ลงวันที่ ๒๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓ เรื่อง ขอเรียนเชิญส่งบุคลากร เข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตร “การบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management)” รุ่นที่ ๑๔ มาเพื่อทราบและพิจารณาประชาสัมพันธ์บุคลากรในสังกัดในสังกัดที่มีคุณสมบัติตามที่หลักสูตรกำหนด หน่วยงานละ ๑ ราย ทั้งนี้ หากสนใจสมัครเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรดังกล่าว สามารถเข้าชมรายละเอียดได้ที่ <http://training.prd.go.th> พร้อมสแกน QR code กรอกรายละเอียดสมัครเข้าอบรมในระบบออนไลน์ และจัดทำเอกสารประกอบการพิจารณาการขึ้นกรองและคัดเลือกบุคลากรเข้ารับการฝึกอบรม และหนังสือยืนยันค่าลงทะเบียนและ/หรือค่าใช้จ่ายอื่นๆ ซึ่งเอกสารดังกล่าวจะต้องส่งถึงสถาบันพัฒนาทรัพยากรบุคคล ภายในวันที่ ๒๗ มีนาคม ๒๕๖๓ เวลา ๑๖.๓๐ น. เพื่อจกได้ดำเนินการต่อไป

เรียน

- ☒ เพื่อโปรดพิจารณาดำเนินการ
☐ เพื่อโปรดทราบ
☐

(นายภาณุ ธารฤกษ์รัตน์)
อธิบดีกรมทรัพยากรน้ำ
- ๓ มี.ค. ๒๕๖๓

สำนักงานปลัดกระทรวง
ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
๒ มีนาคม ๒๕๖๓

- เรียน ☐ ผอ.สสบ. ☒ ผอ.สบค. ☐ ผอ.สค.
☐ ผอ.สขอ. ☐ ผอ.สพค. ☐ ผอ.สยส.
☒ ผอ.สปส.
☐ เรียน ☐ เพื่อทราบ
☐ ถ้อยปฏิบัติ ☒ พิจารณาดำเนินการ
☐ อื่นๆ

สถาบันพัฒนาทรัพยากรบุคคล
ส่วนแผนและพัฒนาศูนย์กลาง
โทรศัพท์ ๐ ๒๒๖๕ ๖๓๔๑
โทรสาร ๐ ๒๒๖๕ ๖๑๘๐

(นายกิตติ จันทร์ส่อง)

เลขานุการกรม
- ๕ มี.ค. ๒๕๖๓

- เรียน ☐ ผ.บริหาร ☐ ผ.สรรหา ☐ ผ.ทะเบียน
☒ ผ.พัฒนา ☐ ผ.โครงสร้าง ☐ ผ.สวัสดิการ
☐ เรียน ☐ เพื่อทราบ ☒ ดำเนินการ
☐ อื่นๆ

- เรียน ☒ อธิบดีฯ ☐ ปลัดฯ ☐ พรมฯ ☐ จิตอาสา
☐ เรียน ☐ ประชาสัมพันธ์
☒ ดำเนินการ ☐ เพื่อทราบ
☐ อื่นๆ

(นายณพพร หิรัญทรัพย์)

ผู้อำนวยการส่วนบริหารทรัพยากรบุคคล
- ๕ มี.ค. ๒๕๖๓

(นางสาวสินันท์ กำเนิดสินธุ์กุล)
นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการ
๙/๓/๖๓

เรื่องกลับ กสน
วันที่ 4 มี.ค. 63
เวลา 8:50

ที่ นร ๐๒๒๘/๕๖๕



สำนักงานปลัดกระทรวง
วิทยาการธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
เลขรับ 5868
วันที่ 28 เม.พ. 2563
เวลา 14.44 น.

กรมประชาสัมพันธ์
เลขที่ ๙ ถนนพระรามที่ ๖
แขวงพญาไท เขตพญาไท
กรุงเทพฯ ๑๐๔๐๐

๒๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเรียนเชิญส่งบุคลากรเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตร “การบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management)” รุ่นที่ ๑๔

เรียน ปลัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงการฝึกอบรม และตารางการฝึกอบรม
๒. QR code ใบสมัคร

ด้วยสถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ กำหนดจัดฝึกอบรมหลักสูตร “การบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management)” รุ่นที่ ๑๔ ให้แก่ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจและภาคเอกชน ระดับปฏิบัติการถึงผู้บริหารระดับต้น เข้ารับการอบรมพร้อมฝึกปฏิบัติ เพื่อเพิ่มพูนความรู้และทักษะการประชาสัมพันธ์ สมัยใหม่ในยุคดิจิทัล การเขียนแผน และดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างครบวงจร พร้อมสร้างเครือข่ายด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน

ในโอกาสนี้ สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ จึงขอเชิญท่านส่งบุคลากรในสังกัด เข้ารับการฝึกอบรมในหลักสูตร “การบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management)” รุ่นที่ ๑๔ สามารถอ่านรายละเอียดตามเอกสารแนบมาพร้อมนี้ หรือเข้าชมรายละเอียดได้ทางเว็บไซต์ <http://training.prd.go.th> พร้อมสแกน QR code กรอกรายละเอียดสมัครเข้าอบรมในระบบออนไลน์ (รับจำนวนจำกัด) สำหรับข้าราชการสามารถเบิกค่าลงทะเบียนจากต้นสังกัดได้ตามระเบียบกระทรวงการคลัง ส่วนพนักงานรัฐวิสาหกิจสามารถเบิกค่าลงทะเบียนได้ตามระเบียบของแต่ละหน่วยงาน สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๒๒๔๖ ๘๔๙๕, ๐๘ ๙๑๑๕ ๓๓๖๗, ๐ ๒๖๑๘ ๒๓๒๓ ต่อ ๔๓๐๕ โทรสาร ๒๒๔๘ ๕๗๗๔

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาส่งบุคลากรเข้ารับการฝึกอบรม จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

นายชัยวัฒน์ บุญขลิต)

ผู้อำนวยการสถาบันการประชาสัมพันธ์ ปฏิบัติราชการแทน
อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์



สถาบันการประชาสัมพันธ์

โทร. ๐ ๒๖๑๘ ๒๓๒๓ ต่อ ๔๓๐๗ - ๘

โทรสาร ๐ ๒๒๔๘ ๕๗๗๔



โครงการฝึกอบรม

หลักสูตร “การบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management)” รุ่นที่ 14

ระหว่างวันที่ 22 เมษายน – วันที่ 19 มิถุนายน พ.ศ. 2563

จัดโดย สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

1. หลักการและเหตุผล

แผนปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ ได้กำหนดให้ปรับบทบาทสถาบันการประชาสัมพันธ์ให้ดำเนินการเชิงรุกในการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนภาครัฐ ของประเทศ และแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ได้ให้ความสำคัญในการการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource) หรือ คน ถือเป็นทรัพยากรสำคัญที่สุด ในทุกองค์การ การพัฒนาทรัพยากรบุคคลจะส่งผลอย่างยิ่งต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของภารกิจองค์กร โดยเฉพาะยุคการพัฒนาเศรษฐกิจที่ใช้ความรู้เป็นพื้นฐาน ทุกภาคส่วนจึงจำเป็นต้องเร่งพัฒนาการเรียนรู้ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของ “คน” ในสังคมให้สามารถแสวงหาความรู้อย่างต่อเนื่อง กอปรกับปัจจุบันเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว งานด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นกระบวนการปฏิบัติงานที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมาย นับเป็นงานที่สร้างสรรค์ ช่วยสร้างความประทับใจ ให้เกิดขึ้นกับองค์กร ฉะนั้นบุคลากรจึงจำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจในงานประชาสัมพันธ์ และการประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ในยุคดิจิทัล เพื่อสนับสนุนให้งานหลักขององค์กรประสบความสำเร็จ เป็นที่ยอมรับ และเชื่อถือของสังคม อันจะนำมาสู่ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรอย่างยั่งยืน

จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ ทำให้บุคลากรที่มีหน้าที่รับผิดชอบงานด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่าง ๆ จำเป็นต้องพัฒนาตนเองเพื่อให้ทันการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล ด้วยเหตุผลดังกล่าว สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ จึงได้จัดหลักสูตร “การบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management)” รุ่นที่ 14 ขึ้น เพื่อพัฒนาบุคลากรทั้งภาครัฐ องค์กรอิสระ ภาคเอกชน และประชาชนทั่วไป ให้มีความรู้และทักษะในการวางแผนและสามารถออกแบบกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภายใต้บริบทต่าง ๆ ให้ประสบความสำเร็จสามารถนำไปประยุกต์ใช้ทั้งกับตนเองและองค์กรได้จริง

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ ความเข้าใจ และทักษะในการวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล

2.2 เพื่อเสริมศักยภาพการคิดเชิงกลยุทธ์เชิงสร้างสรรค์ และเชิงบูรณาการ เพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดต่อตนเองและหน่วยงาน

2.3 เพื่อส่งเสริมให้มีการสร้างเครือข่ายเพื่อบูรณาการการทำงานร่วมกัน

3. กลุ่มเป้าหมาย

ข้าราชการพลเรือน ทหาร ตำรวจ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน ที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ขององค์กร



สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

4. คุณสมบัติของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

ผู้ที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรหรือปฏิบัติงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- 4.1 ข้าราชการพลเรือน ตำแหน่งประเภทวิชาการ ระดับชำนาญการ หรือเทียบเท่าขึ้นไป
- 4.2 ข้าราชการทหาร ยศเทียบเท่าพันโท นาวาโท นาวาอากาศโท ขึ้นไป
- 4.3 ข้าราชการตำรวจ ยศพันตำรวจโท ขึ้นไป
- 4.4 พนักงานองค์กรอิสระและรัฐวิสาหกิจที่มีตำแหน่งเทียบเท่าผู้บริหารระดับต้น
- 4.5 ผู้แทนหน่วยงานภาคเอกชน
- 4.6 ไม่เคยผ่านการอบรมหลักสูตร “การบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management)” ที่จัดโดยสถาบันการประชาสัมพันธ์มาก่อน
- 4.7 มีร่างกายสมบูรณ์ แข็งแรง ไม่มีโรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคในการเข้ารับการฝึกอบรม
- 4.8 เข้ารับการฝึกอบรมเต็มเวลา ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของระยะเวลาฝึกอบรมที่กำหนดในหลักสูตร
- 4.9 ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบของผู้เข้ารับการฝึกอบรมตามที่สถาบันการประชาสัมพันธ์กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด

5. จำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรม

จำนวน 40 คน (ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ จำนวน 5 คน และจากหน่วยงานภายนอก จำนวน 35 คน)

6. รูปแบบและวิธีดำเนินการอบรม

การฝึกอบรมหลักสูตรนี้ มีวิธีการศึกษา ดังนี้

1. การบรรยายและอภิปราย เป็นการสร้างความองค์ความรู้ ความเข้าใจและทักษะในการวางแผนกลยุทธ์ที่ถูกต้องเกี่ยวกับเรื่องการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล เทคนิคและเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยียุคดิจิทัล ตามเนื้อหาวิชาและหัวข้อที่กำหนด โดยได้รับเกียรติจากวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญจากสถาบันต่าง ๆ ที่มีประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ จากหน่วยงานและองค์กรภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน และยังเปิดโอกาสให้ผู้อบรมได้แลกเปลี่ยนมุมมองและความคิดเห็นระหว่างกัน

2. การเสริมสร้างเครือข่ายด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นการปรับทัศนคติ พฤติกรรม สร้างความสัมพันธ์เพื่อการทำงานเป็นทีม การอยู่ร่วมกันตลอดหลักสูตร รวมทั้งการสร้างเครือข่ายเพื่อบูรณาการการทำงานร่วมกัน โดยได้รับเกียรติจากวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ด้านการปรับพฤติกรรมมนุษย์ แบ่งเป็น 2 กิจกรรม ดังนี้

2.1 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมต้องเข้าร่วมกิจกรรมการเข้าค่าย การเสริมสร้างและพัฒนาทีมงานด้านการประชาสัมพันธ์ ณ ค่ายต่างจังหวัด จำนวน 3 วัน 2 คืน

2.2 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมต้องมีส่วนร่วมในกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ กิจกรรมสร้างเครือข่ายรุ่นพี่พบรุ่นน้อง กิจกรรมเสริมสร้างเครือข่าย ตามตารางที่กำหนด ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการอบรมในหลักสูตรนี้

3. การเสวนาทางวิชาการ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเป็นผู้กำหนดหัวข้อหรือประเด็นที่สนใจของสังคม เป็นการจัดเวทีเพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นและประสบการณ์ระหว่างกัน และนำเสนอความคิดเห็นสู่สาธารณะ โดยเปิดโอกาสให้เชิญบุคคลภายนอก ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง หรือผู้ที่ได้รับผลกระทบเข้ามามีส่วนร่วมในการนำเสนอความคิดเห็น ข้อเท็จจริง เพื่อนำไปสู่แนวทางแก้ไข หรือข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมต่อไป

* ผู้เข้ารับการฝึกอบรมจะต้องร่วมกันดำเนินการจัดกิจกรรมเสวนาทางวิชาการในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชนร่วมสมัย โดยกำหนดหัวข้อเสวนา การเชิญวิทยากร การจัดเตรียมงานทั้งหมด และจัดทำรูปเล่มเอกสารสรุปผลการเสวนา จำนวน 2 เล่ม ส่งก่อนสิ้นสุดการอบรม 1 สัปดาห์



4. การจัดทำรายงานเฉพาะบุคคล เป็นส่วนหนึ่งในการประเมินผลของการเข้าร่วมการฝึกอบรม ในหลักสูตรนี้ ดังนั้นผู้เข้ารับการฝึกอบรมทุกคนจะต้องจัดทำเอกสารรายงานเฉพาะบุคคล โดยมีหลักเกณฑ์ ตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ในหลักสูตร จำนวน 3 เล่ม ก่อนสิ้นสุดการฝึกอบรม 1 สัปดาห์

5. การศึกษาดูงาน แบ่งเป็นการศึกษาดูงานในองค์การด้านการบริหารจัดการสื่อขององค์กรหรือ ด้านการประชาสัมพันธ์ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานอิสระที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการสื่อ หรือด้านการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ เปิดโลกทัศน์ด้านสื่อ หรือด้านการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และความคิดเห็นระหว่างผู้เข้ารับการ ฝึกอบรมด้วยกัน แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

5.1 การศึกษาดูงานภายในประเทศ จำนวน 1 ครั้ง

5.2 การศึกษาดูงานต่างประเทศ (อาเซียนบวกสาม) จำนวน 4-5 วัน (ค่าใช้จ่ายรวม ค่าลงทะเบียนเรียบร้อยแล้ว)

* ผู้เข้ารับการฝึกอบรมจะต้องมีส่วนร่วมในการศึกษาดูงาน จัดทำรายงานกลุ่มการศึกษาดูงาน เปรียบเทียบและให้ข้อเสนอเชิงนโยบายในกานำมาปรับใช้ในการบริหารงาน และจัดทำรูปเล่ม จำนวน 3 เล่ม ส่งให้สถาบันการประชาสัมพันธ์ ก่อนสิ้นสุดการฝึกอบรม 1 สัปดาห์

7. โครงสร้างหลักสูตร

การฝึกอบรมแบ่งเป็น 4 หมวดวิชา

รวมเวลาทั้งสิ้น 231 ชั่วโมง ดังนี้

หมวดที่ 1 หมวดความรู้ทั่วไป ด้านการประชาสัมพันธ์	จำนวน 51 ชั่วโมง
1.1 การปฏิบัติการเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.2 การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.3 การบริหารประเด็น	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.4 การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต/ฝึกปฏิบัติ	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.5 การบริหารจัดการข้อมูลขนาดใหญ่	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.6 เทคนิคการบอกเล่าข้อมูลข่าวสารต่อสื่อมวลชนและสาธารณชน	จำนวน 6 ชั่วโมง
1.7 การสื่อสารทางการเมือง	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.8 เทคนิคการผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล	จำนวน 6 ชั่วโมง
1.9 การปฏิบัติการข่าวสารและโฆษณาชวนเชื่อ	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.10 การสื่อสารภายในองค์กร	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.11 การบริหารสื่อมวลชนสัมพันธ์	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.12 การบริหารโครงการและประเมินผลการประชาสัมพันธ์	จำนวน 6 ชั่วโมง
1.13 คุณธรรม จริยธรรม นักประชาสัมพันธ์	จำนวน 3 ชั่วโมง
1.14 กฎหมายและจริยธรรมในการสื่อสาร	จำนวน 3 ชั่วโมง

หมวดที่ 2 หมวดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ จำนวน 39 ชั่วโมง

2.1 การวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.2 การวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์องค์กร	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.3 ความรับผิดชอบต่อสังคม	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.4 แนวโน้มและสถานการณ์การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล/ การปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัล / การปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายยุคดิจิทัล	จำนวน 3 ชั่วโมง



สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

2.5 อิทธิพลของสื่อโซเชียลต่อการสื่อสาร	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.6 กลยุทธ์ข้อมูลข่าวสารและช่องทางการเผยแพร่	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.7 กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.8 การตลาดธุรกิจบริการ	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.9 เทคนิคและเครื่องมือการประชาสัมพันธ์	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.10 การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.11 กลยุทธ์การสร้างสรรคกิจกรรมงานเสวนา	จำนวน 3 ชั่วโมง
2.12 การเสวนาทางวิชาการในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์	
การประชาสัมพันธ์ร่วมสมัย	จำนวน 6 ชั่วโมง
หมวดที่ 3 สร้างเสริมทักษะนักวางแผนกลยุทธ์	จำนวน 9 ชั่วโมง
3.1 ทักษะการเข้าถึงคน	จำนวน 3 ชั่วโมง
3.2 ความคิดเชิงกลยุทธ์	จำนวน 3 ชั่วโมง
3.2 การสร้างภาวะผู้นำ	จำนวน 3 ชั่วโมง
หมวดที่ 4 หมวดกิจกรรมพิเศษ	จำนวน 78 ชั่วโมง
4.1 ลงทะเบียน / พิธีเปิด / ปฐมนิเทศ / ชี้แจงหลักสูตร	จำนวน 3 ชั่วโมง
4.2 กิจกรรมเสริมสร้างพัฒนาทีมงานการประชาสัมพันธ์สำหรับ	
ผู้บริหารระดับกลาง	จำนวน 24 ชั่วโมง
4.3 ประชุมกลุ่มเพื่อเตรียมความพร้อมการจัดเสวนา	จำนวน 9 ชั่วโมง
4.4 ประชุมกลุ่มเตรียมงานการศึกษาดูงานต่างประเทศ	จำนวน 3 ชั่วโมง
4.5 ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดทำรายงาน โดยนำเสนอรายงานจากการศึกษา	
(รายงานเดี่ยว)นำเสนอและวิพากษ์ผลงาน ฝึกปฏิบัติปรับแก้การจัดทำรายงาน	จำนวน 24 ชั่วโมง
4.6 กิจกรรมเสริมสร้างทีมงานนักประชาสัมพันธ์/สร้างเครือข่าย	จำนวน 12 ชั่วโมง
4.7 ประเมินท้ายหลักสูตร / พิธีมอบประกาศนียบัตร / พิธีปิด	จำนวน 3 ชั่วโมง
หมวดที่ 5 หมวดสร้างเสริมประสบการณ์เชิงประจักษ์ (การศึกษาดูงาน)	จำนวน 54 ชั่วโมง
5.1 การศึกษาดูงานภายในประเทศ (2 สถานที่)	จำนวน 6 ชั่วโมง
5.2 การศึกษาดูงานต่างประเทศ (จำนวน 5 วัน 4 คืน)	จำนวน 48 ชั่วโมง

8. รายละเอียดหลักสูตร

8.1 หมวดความรู้ทั่วไป ด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 54 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ด้านการบริหารงานประชาสัมพันธ์ กระบวนการคิด วัฒนธรรม การสื่อสารและความรู้ด้านอื่น ๆ ที่ช่วยเสริมความรู้ที่เกี่ยวข้องกับหลักการ แนวคิดต่าง ๆ อันเป็นองค์ประกอบของงานประชาสัมพันธ์ มีรายละเอียดหัวข้อวิชา ดังนี้

8.1.1 การปฏิบัติการเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Persuasion and Attitude Changes) (3) แนวคิดและองค์ประกอบของการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และการโน้มน้าวใจสำหรับหัวหน้า การเข้าใจสถานการณ์และวิธีเลือกใช้ศาสตร์และศิลป์ในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การวางแผนประชาสัมพันธ์เพื่อโน้มน้าวใจถึงกลุ่มเป้าหมาย เทคนิคการสื่อสารโน้มน้าวใจ ประโยชน์ที่บุคคลและองค์กรได้จากการโน้มน้าวใจและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

8.1.2 การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Event Organization) (3) การออกแบบและวางแผนการจัดอีเว้นท์เพื่อการประชาสัมพันธ์ กระบวนการในการจัดอีเว้นท์เพื่อการประชาสัมพันธ์ การสร้างสรรค์และการออกแบบงานอีเว้นท์ให้โดนใจ การเขียนโครงการฯ และคิดงบประมาณ การวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านอีเว้นท์



8.1.3 การบริหารประเด็น (Issue Management) (3) การวิเคราะห์ประเด็น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ความเข้าใจอัตลักษณ์ขององค์กร ความจำเป็นในการสร้างประเด็นการสื่อสารในสภาวะปกติ การกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารประเด็นเพื่อป้องกันการเกิดผลกระทบเชิงลบ หรือสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อองค์กร

8.1.4 การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต (Crisis Public Relations) (3) การวิเคราะห์ประเด็นวิกฤติขององค์กร การวางแผนและการปฏิบัติการสื่อสารในภาวะวิกฤติ และหลังภาวะวิกฤติ รวมถึงการจัดทำคู่มือการสื่อสารในภาวะวิกฤติขององค์กร การเตรียมความพร้อมการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤติ การติดตามประเมินผล ฝึกปฏิบัติหรือกรณีศึกษา

8.1.5 การบริหารจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data and Analytics) (3) ความหมาย ความสำคัญ วิธีการรวบรวม การจัดการ การวิเคราะห์ และประโยชน์ของ Big Data

8.1.6 เทคนิคการบอกเล่าข้อมูลข่าวสารต่อสื่อมวลชนและสาธารณชน (Story Telling) (6) การจัดทำโครงสร้าง องค์ประกอบ ขั้นตอน เทคนิคการอุปมาและการเปรียบเทียบ ตลอดจนการออกแบบสื่อ เช่น สไลด์นำเสนอ ข่าวประชาสัมพันธ์ สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น สื่อสังคม (Social media) เหตุการณ์พิเศษ (Special Event) เพื่อให้สามารถเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับเนื้อหาและบริบท

8.1.7 การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) (3) แนวคิดการสื่อสารทางการเมือง การวิเคราะห์ผลกระทบและแนวโน้มทางการเมือง ปฏิสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการสื่อสารทางการเมืองกับนักบริหารงานระดับสูง การสื่อสารทางการเมืองในทัศนะนักบริหารงานประชาสัมพันธ์ ยุทธศาสตร์การสื่อสารทางการเมือง การจัดการความขัดแย้งทางการเมืองด้วยสันติวิธี การสื่อสารทางการเมืองในภาวะวิกฤติ

8.1.8 การสื่อสารภายในองค์กร (Internal PR and Cultivation) (3) บทบาทและความสำคัญของการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร กลยุทธ์การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

8.1.9 เทคนิคการผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล (6) เทคนิค วิธีการ ขั้นตอนการผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัลด้วย Smart Phone

8.1.10 การปฏิบัติการข่าวสารและโฆษณาชวนเชื่อ (IO and Propaganda) (3) ความหมาย ประเภท องค์ประกอบ รูปแบบ ช่วงเวลา และสถานการณ์เพื่อการปฏิบัติการข่าวสาร ความเหมือนและแตกต่างระหว่าง IO and Propaganda

8.1.11 การบริหารสื่อมวลชนสัมพันธ์ (Managing Media Relations) (3) การบริหารความสัมพันธ์กับสื่อ รูปแบบ วิธีการ กิจกรรม เทคนิคการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อครองใจสื่อมวลชน

8.1.12 การบริหารโครงการและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ (6) หลักการและแนวทางในการบริหารโครงการและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ การออกแบบวิธีการติดตามและประเมินผลโครงการ และกิจกรรมทางสื่อออนไลน์

8.1.13 คุณธรรม จริยธรรม นักประชาสัมพันธ์ (3) ความหมาย ความสำคัญ หลักการการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ตามหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ

8.1.14 กฎหมายและจริยธรรมในการสื่อสาร (Law and Ethics in Communication) (3) แนวคิดพื้นฐานเรื่องสิทธิ สิทธิมนุษยชน

8.2 หมวดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ จำนวน 39 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาดในยุคดิจิทัล ทั้งในด้านกลยุทธ์ วิธีการวางแผน กระบวนการปฏิบัติงาน การประเมิน การรู้จักคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ และนำข้อมูลความรู้มาบูรณาการในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีรายละเอียดหัวข้อวิชา ดังนี้



8.2.1 การวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Public Relations Planning) (3) การวิเคราะห์ยุทธศาสตร์องค์กรเพื่อสร้างกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ประเภทของการวางแผน การประชาสัมพันธ์ กระบวนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายเพื่อจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์องค์กร ทั้งในเชิงรุกและเชิงรับ ตลอดจนการแก้ไขปัญหาอุปสรรคต่างๆ

8.2.2 การวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์องค์กร (3) การวิเคราะห์อัตลักษณ์ และชื่อเสียง องค์กร การวิเคราะห์ยุทธศาสตร์องค์กรเพื่อสร้างกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การประยุกต์ใช้กลยุทธ์ การประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายเพื่อจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์องค์กรทั้งในเชิงรุกและเชิงรับ และเพื่อสร้าง และรักษาความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใต้บริบททางสังคมที่แตกต่างกัน

8.2.3 ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) (3) นิยาม องค์กรประกอบ รูปแบบ การวิเคราะห์และกำหนดกิจกรรมเพื่องาน CSR พร้อมกรณีศึกษา

8.2.4 แนวโน้มและสถานการณ์การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล (Digital PR) / การปรับเปลี่ยนเป็น องค์กรดิจิทัล (Digital Transformation) / การปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายยุคดิจิทัล (Digital Engagement) (3)

- แนวโน้มและสถานการณ์การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ของโลก อาเซียน และ ประเทศไทย นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านภาพลักษณ์ของประเทศไทย ลักษณะการสื่อสารของคนไทยในยุคดิจิทัล ที่ส่งผลต่อการประชาสัมพันธ์องค์กร กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสื่อดิจิทัล

- องค์กรประกอบในการปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัล ขั้นตอน กระบวนการทำงาน โอกาส และความท้าทายสู่องค์กรดิจิทัล

- เทคนิค วิธีการ เครื่องมือ และกระบวนการสร้างการปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย ยุคดิจิทัล การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายขององค์กร ประโยชน์ที่ได้รับ

8.2.5 อิทธิพลของสื่อโซเชียลต่อการสื่อสาร/ฝึกปฏิบัติ (3) ประเภทของสื่อโซเชียล ปัจจัยที่มี ผลกระทบต่อการทำงานด้วยโซเชียลทั้งเชิงบวกและเชิงลบ วิฤติและโอกาสของการใช้โซเชียลในการสื่อสาร

8.2.6 กลยุทธ์ข้อมูลข่าวสารและช่องทางการเผยแพร่ (Content & Channel Strategies) (3) การวิเคราะห์ผู้รับสารและกลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์องค์กร การวิเคราะห์ช่องทางและแพลตฟอร์ม การสื่อสารที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์องค์กร การวางแผนแนวกลยุทธ์ในการสร้างและการบริหาร Content ให้ตรงใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และช่องทางการบริหารจัดการ content ในยุคดิจิทัล

8.2.7 กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร (Image Building Strategies) (3) บทบาท ความสำคัญและประเภทของภาพลักษณ์ กลยุทธ์ในการออกแบบและสื่อสารภาพลักษณ์ การวิเคราะห์องค์กร หลักการ วิธีการ กระบวนการวางแผนกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร กิจกรรมและช่องทางการสร้างและ ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กร การรักษาภาพลักษณ์องค์กร

8.2.8 การตลาดธุรกิจบริการ (Service Marketing) (3) ความหมาย หลักการ แนวคิด การแบ่งกลุ่มประเภทสินค้าบริการ การจัดการบริการประเภทต่างๆ คุณภาพงานบริการ การรักษาคุณภาพให้ได้ มาตรฐาน ส่วนประสมทางการตลาดแบบธุรกิจบริการ ผลตอบแทนของธุรกิจและบริการ ความสัมพันธ์ระหว่าง งานบริการและกำไร

8.2.9 เทคนิคและเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ (PR Tactics and Tools) (3) แนวคิดการ ประชาสัมพันธ์ ก่อ กัน แก่ กับการวางแผนเชิงกลยุทธ์ การวางแผนและออกแบบเครื่องมือประชาสัมพันธ์ กลวิธี สร้างเนื้อหา(content)และการสร้างภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์กลวิธีสร้างสรรค์งานประชาสัมพันธ์ด้วยสมาร์ทโฟน เทคนิคการประชาสัมพันธ์ให้ประสบผลสำเร็จภายใต้องค์ประกอบต่าง ๆ เครื่องมือที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์ รูปแบบต่าง ๆ



8.2.10 การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ (Integrated Marketing Communication : IMC) (3) หลักการ แนวคิด การวิเคราะห์เครื่องมือทางการตลาด การสื่อสาร การวางแผนสามารถกำหนดรูปแบบบูรณาการงานประชาสัมพันธ์และการตลาด การใช้ IT และเครื่องมือสื่อสารการตลาดยุคใหม่ การจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action plan) พร้อมทั้งฝึกปฏิบัติ

8.2.11 การเสวนาทางวิชาการในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ร่วมสมัย (6) การอภิปราย แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ขององค์กรหลากหลายประเภทในยุคปัจจุบัน แนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์ยุคใหม่ระหว่างนักวิชาการ และผู้มีประสบการณ์ตรง

8.2.12 กลยุทธ์การสร้างสรรคกิจกรรมเสวนาทางวิชาการ (3)

8.3 หมวดสร้างเสริมทักษะนักวางแผนกลยุทธ์ จำนวน 9 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อเสริมสร้าง และพัฒนาทักษะการนำเสนอ บุคลิกภาพ การเข้าสังคม เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีในฐานะนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ มีรายละเอียดหัวข้อวิชา ดังนี้

8.3.1 การสร้างภาวะผู้นำ (3) แนวคิดเกี่ยวกับผู้นำ วิธีการสร้างภาวะผู้นำ บทบาทผู้นำด้านกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ คุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพของนักกลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์

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

8.3.2 ทักษะการเข้าสังคม (Social Skill Activity) (3) การพัฒนาบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับลักษณะงาน เทคนิคการพูด น้ำเสียง ท่าทาง อากัปกิริยา

8.4 หมวดกิจกรรมพิเศษ จำนวน 78 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ เพื่อระดมความรู้ และทักษะในการพัฒนางานวิชาการ การจัดทำรายงาน (รายงานบุคคล/กลุ่ม) การจัดเสวนา การเสริมสร้างประสบการณ์ การเรียนรู้ การทำงานเป็นทีม การเสริมสร้างพัฒนาทีมงาน ในองค์กร การสร้างและพัฒนาภาวะผู้นำองค์กร

8.4.1 ลงทะเบียน / พิธีเปิด / ปฐมนิเทศ / ชี้แจงหลักสูตร (3)

8.4.2 กิจกรรมเสริมสร้างพัฒนาทีมงานการประชาสัมพันธ์สำหรับผู้บริหารระดับกลาง (24) ภาวะผู้นำ การทำงานเป็นทีม การสร้างมนุษยสัมพันธ์ การสื่อสารภายใน การสร้างเครือข่าย

8.4.3 ประชุมกลุ่มเพื่อเตรียมความพร้อมการจัดเสวนา (9)

8.4.4 ประชุมกลุ่มเตรียมงานการศึกษาดูงานต่างประเทศ (3)

8.4.5 ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดทำรายงาน โดยนำเสนอรายงานจากการศึกษา (รายงานเดี่ยว) นำเสนอและวิพากษ์ผลงาน ฝึกปฏิบัติปรับแก้การจัดทำรายงาน (24)

8.4.6 กิจกรรมเสริมสร้างทีมงานนักประชาสัมพันธ์/สร้างเครือข่าย (12)

8.4.7 ประเมินท้ายหลักสูตร / พิธีมอบประกาศนียบัตร / พิธีปิด (3)

8.5 หมวดการสร้างเสริมประสบการณ์เชิงประจักษ์ (การศึกษาดูงาน) จำนวน 54 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ ศึกษาดูงานในหน่วยงานที่ทันสมัยและเป็นประโยชน์ เพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ ในการวางแผนและออกแบบกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ให้ประสบความสำเร็จ เพื่อเป็นการเพิ่มพูนประสบการณ์



เปิดโลกทัศน์ด้านการบริหารจัดการสื่อขององค์กร การบริหารภาพลักษณ์องค์กรในประเทศ นวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อการประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์องค์กรและการตลาด รวมทั้งสามารถนำมาประยุกต์ให้เข้ากับองค์กรได้

9. กรอบเวลาในการจัดทำรายงานเฉพาะบุคคล

การจัดทำเอกสารรายงานเฉพาะบุคคลเป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณาประเมินผลเพื่อผ่านการอบรม ในหลักสูตร ผู้เข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรการบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management) รุ่นที่ 14 กำหนดให้ผู้เข้าอบรมทุกคนจะต้องทำและนำเสนอรายงานเฉพาะบุคคลในหัวข้อที่สนใจและประเด็นที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ส่วนการพิจารณาจะเป็นไปตามหลักเกณฑ์และมาตรฐานตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร โดยกำหนดรายละเอียดของเวลาในการจัดทำรายงานตั้งแต่ขั้นตอนการนำเสนอหัวข้อและเค้าโครงรายงานเฉพาะบุคคล และช่วงเวลาการจัดส่งรายงานเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมปรึกษาหารือและขอคำแนะนำเพิ่มเติม จากอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งผู้เข้ารับการฝึกอบรมต้องนำเสนอรายงานต่อคณะกรรมการการวิพากษ์หลักสูตร ประกอบด้วย ผู้บริหารกรมประชาสัมพันธ์ ผู้อำนวยการสถาบัน การประชาสัมพันธ์ และอาจารย์ที่ปรึกษาหลักสูตร 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 | |

ในวันพฤหัสบดีที่ 18 มิถุนายน 2563 เวลา 09.00 – 16.00 น.

10. วิทยากรผู้บรรยาย

วิทยากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่มีความเหมาะสมในแต่ละหัวข้อวิชา ทั้งจากกรมประชาสัมพันธ์ และจากหน่วยงานภายนอกที่ได้รับการยอมรับ และเชื่อถืออย่างกว้างขวาง

11. ผลสัมฤทธิ์ของโครงการที่คาดหวัง และตัวชี้วัด

ผลลัพธ์ ผู้ผ่านการฝึกอบรมสามารถปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์แบบมืออาชีพ มีมาตรฐาน ทันทสมัย และสามารถสร้างนวัตกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ใหม่ ๆ รวมทั้งมีเครือข่ายด้านการประชาสัมพันธ์ที่กว้างขวาง

ผลผลิต	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การวัด
1. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมผ่านเกณฑ์การฝึกอบรมที่กำหนดตามหลักสูตร	ร้อยละของผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีคุณสมบัติตามเกณฑ์การประกันคุณภาพการฝึกอบรมของสถาบันการประชาสัมพันธ์	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 75
2. รายงานการศึกษาเพื่อพัฒนางานด้านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (รายงานเฉพาะบุคคล)	รายงานการศึกษา (รายงานเฉพาะบุคคล)	คนละ 3 ฉบับ
3. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น	ร้อยละ ของผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80

12. เงื่อนไขการสำเร็จการอบรม

ในการเข้าร่วมอบรมในหลักสูตรการบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management) รุ่นที่ 14 กำหนดเงื่อนไขการสำเร็จการอบรมไว้ดังต่อไปนี้



สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

1. ต้องมีเวลาเข้าฟังและเสนอความคิดเห็นในห้องเรียนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 75 ของเวลาเรียนทั้งหมด ผู้ที่ขาดการอบรมในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ขอความกรุณาส่งใบลา แต่ยั้ยังนับว่าเป็นวันขาดเรียน
2. ต้องมีส่วนร่วมในกิจกรรมตลอดหลักสูตร และต้องเข้าร่วมกิจกรรมการศึกษาดูงาน การจัดเสวนา
3. จัดทำเอกสารรายงานเฉพาะบุคคล เอกสารสรุปรายวิชา เอกสารสรุปการศึกษาดูงาน และส่งตามระยะเวลาที่กำหนดในหลักสูตร
4. จัดทำรายงานและนำเสนอผลงานหรืองานที่ได้รับมอบหมายตามกำหนดเวลา และจะต้องส่งฉบับสมบูรณ์เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการหลักสูตรในการพิจารณาจบหลักสูตร
5. หากผู้เข้ารับการฝึกอบรมรายใดไม่ส่งรายงานเฉพาะบุคคล ภายในสัปดาห์ที่ 9 สถาบันการประชาสัมพันธ์ ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาแจ้งไปยังต้นสังกัด ว่าท่านไม่ผ่านการฝึกอบรม และไม่คืนค่าลงทะเบียนในการเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรฯ

13. ระยะเวลาและขอบเขตของการฝึกอบรม

การอบรมหลักสูตรการบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management) รุ่นที่ 14 กำหนดระยะเวลาในการอบรม 10 สัปดาห์ ๆ ละ 3 วัน (พุธ พุธที่สิบสี่ ศุกร์) ระหว่างวันพุธที่ 22 เมษายน – วันศุกร์ที่ 19 มิถุนายน 2563 รวมศึกษาดูงานต่างประเทศ (อาเซียนบวกสาม) จำนวน 4-5 วัน

14. สถานที่ฝึกอบรม

สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

15. ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม

ค่าลงทะเบียนคนละ 78,000 บาท (รวมศึกษาดูงานต่างประเทศ 4-5 วัน)

16. การประเมินผลและติดตามผล

- 16.1 รายงานเฉพาะบุคคล และรายงานกลุ่ม
- 16.2 การสังเกตการณ์การมีส่วนร่วม และการเรียนรู้ของผู้เข้ารับการฝึกอบรมระหว่างการฝึกอบรม
- 16.3 แบบประเมินผลรายวิชา ประเมินเนื้อหา วิทยากร และการจัดการ
- 16.4 แบบประเมินโครงการ เมื่อเสร็จสิ้นการอบรม
- 16.5 ประเมินหลังการฝึกอบรม 1 เดือน โดยสอบถามไปยังผู้บังคับบัญชาของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

17. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 17.1 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องในหลักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ การประชาสัมพันธ์แบบมืออาชีพ โดยใช้สื่อยุคใหม่ (New media) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 17.2 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความมั่นใจในศักยภาพของตนเองในการเป็นนักประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ ในทางสร้างสรรค์ สามารถพัฒนารูปแบบงานประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัย ก่อให้เกิดผลดีต่อตนเอง และหน่วยงาน ตลอดจน ประเทศชาติ
- 17.3 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ที่มีความเข้าใจอันดีระหว่างกัน ให้ความร่วมมือ และบูรณาการการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ





ตารางการฝึกอบรม

หลักสูตร "การบริหารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategic PR Management) รุ่นที่ 14

ศึกษาดูงานในประเทศ และต่างประเทศ (อาเซียนบวกสาม) 5 วัน

ระหว่างวันที่ 22 เมษายน - วันศุกร์ที่ 19 มิถุนายน 2563 อบรม 10 สัปดาห์ๆ ละ 3 วัน (พุธ พุธัสบดี ศุกร์)

จัดโดย สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

เวลา วัน	08.30 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.	
สัปดาห์ที่ 1			
วันพุธที่ 22 เม.ย. 63	08.00 น. - ลงทะเบียน 09.00 น. - พิธีเปิด / Welcome Drinks - ปฐมนิเทศ	การสร้างภาวะผู้นำ	
วันพฤหัสบดีที่ 23 - วันเสาร์ที่ 25 เมษายน 2563 (3 วัน) กิจกรรมการเข้าค่าย “การเสริมสร้างพัฒนาทีมงานผู้บริหารด้านการประชาสัมพันธ์” เข้าค่ายพักแรม ณ			
วันพฤหัสบดีที่ 23 เม.ย. 63	- 8.00 น. ออกเดินทางร่วมกิจกรรมมา - 10.00 น. ศึกษาดูงาน ณ - 11.30 น. ออกเดินทางไป ณ	13.00 - 16.00 น.	18.00 - 21.00 น.
		กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ (ฝึกปฏิบัติ)	กิจกรรมสร้างทีมงาน (ฝึกปฏิบัติ)
วันศุกร์ที่ 24 เม.ย. 63	กิจกรรมปรับกระบวนทัศน์และกิจกรรมเชิงปฏิบัติการสู่ ความเป็นเลิศในการทำงานเป็นทีม (ฝึกปฏิบัติ)	13.00 - 16.00 น.	18.00 - 21.00 น.
		กิจกรรมการสร้างทีมงาน ด้านการประชาสัมพันธ์ (ฝึกปฏิบัติ)	กิจกรรมเสริมสร้าง การทำงานเป็นทีม (ฝึกปฏิบัติ)
วันเสาร์ที่ 25 เม.ย. 63	กิจกรรมสร้างฝัน/ฝ่าฟันปัญหา/พันธะสัญญา(ฝึกปฏิบัติ)	13.00 น. เดินทางกลับสู่สถาบันการประชาสัมพันธ์	



สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

วัน	เวลา	80.30 น.	09.00 - 12.00 น.		13.00 - 16.00 น.	
สัปดาห์ที่ 2						
วันพุธที่ 29 เม.ย. 63	กิจกรรมสร้างเสริมประสบการณ์นักศึกษาสัมพันธ์		การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication)		การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ / ฝึกปฏิบัติ (Event Organization)	
วันพฤหัสบดีที่ 30 เม.ย. 63			การวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์องค์กร การคิดประเด็นและวิธีวิจัยสำหรับองค์กร / ปฏิบัติ (งานเดี่ยว)		ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) การเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย / ฝึกปฏิบัติ (งานเดี่ยว)	
วันศุกร์ที่ 1 พ.ค. 63			การวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Public Relations Planning)		กลยุทธ์การสร้างสรรคกิจกรรมเสวนาทางวิชาการ	
สัปดาห์ที่ 3						
วันพุธที่ 6 พ.ค. 63	กิจกรรมสร้างเสริมประสบการณ์นักศึกษาสัมพันธ์		วันวิสาขบูชา (วันหยุดราชการ)			
วันพฤหัสบดีที่ 7 พ.ค. 63			กลยุทธ์ข้อมูลข่าวสารและช่องทางการเผยแพร่/ฝึกปฏิบัติ (Content & Channel Strategies)		การปฏิบัติการข่าวสารและโฆษณาชวนเชื่อ (IO and Propaganda)	
วันศุกร์ที่ 8 พ.ค. 63			การบริหารโครงการและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ / ฝึกปฏิบัติ			
17.00 – 20.00 น. กิจกรรมสร้างเครือข่ายรุ่นพี่รุ่นน้อง						
สัปดาห์ที่ 4						
วันพุธที่ 13 พ.ค. 63	กิจกรรมสร้างเสริมประสบการณ์นักศึกษาสัมพันธ์		การบริหารประเด็น / ฝึกปฏิบัติ (Issue Management)		การบริหารจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data and Analytics)	
วันพฤหัสบดีที่ 14 พ.ค. 63			เทคนิคการผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัล/ ฝึกปฏิบัติ (เทคนิคการถ่ายภาพ/ การสืบค้นและการจัดการข้อมูลเพื่อสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์)			
วันศุกร์ที่ 15 พ.ค. 63			การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ / ฝึกปฏิบัติ (Integrated Marketing Communication : IMC)		อิทธิพลของสื่อโซเชียลต่อการสื่อสาร/ ฝึกปฏิบัติ	
17.00 – 20.00 น. ประชุมเตรียมงานเสวนาทางวิชาการ						



เวลา วัน	08.30 น.	09.00 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.
สัปดาห์ที่ 5			
วันพุธที่ 20 พ.ค. 63	กิจกรรมเสริมสร้างประสบการณ์กับประชาสัมพันธ์	ความคิดเชิงกลยุทธ์ (Creative Thinking)	ประชุมเตรียมความพร้อมการจัด เสวนาทางวิชาการ 16.00 - 18.00 น. ประชุมเตรียมงาน การศึกษาดูงาน ต่างประเทศ
วันพฤหัสบดีที่ 21 พ.ค. 63		ศึกษาดูงานด้านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การสร้างตราสินค้า (Strategic PR / Brand Enterprises)	ศึกษาดูงานด้านการจัดการสื่อยุคดิจิทัล
วันศุกร์ที่ 22 พ.ค. 63		กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร (Image Building Strategies)	การบริหารสื่อมวลชนสัมพันธ์ (Managing Media Relations) 16.00 - 19.00 น. ประชุมเตรียมงาน เสวนาทางวิชาการ
สัปดาห์ที่ 6			
วันพุธที่ 27 พ.ค. 63	กิจกรรมเสริมสร้างประสบการณ์กับประชาสัมพันธ์	การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล (Digital PR) การปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัล (Digital Transformation) การปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายยุคดิจิทัล (Digital Engagement)	การตลาดบริการ (Service Marketing)
วันพฤหัสบดีที่ 28 พ.ค. 63		การจัดกิจกรรมเสวนาทางวิชาการในประเด็น ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชนร่วมสมัย ดำเนินการโดยผู้เข้าอบรม	
วันศุกร์ที่ 29 พ.ค. 63		การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต/ ฝึกปฏิบัติ (Communication in a Crisis)	เทคนิคและเครื่องมือการ ประชาสัมพันธ์ (PR Tactics and Tools) 17.00 - 20.00 น. กิจกรรมเสริมสร้าง เครือข่าย
สัปดาห์ที่ 7			
วันพุธที่ 3 มิ.ย.63	กิจกรรมเสริมสร้างประสบการณ์กับประชาสัมพันธ์	เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อนำเสนออย่างมืออาชีพ / ฝึกปฏิบัติ (Story Telling)	
วันพฤหัสบดี ที่ 4 มิ.ย.63		การสื่อสารภายในองค์กร (Internal PR and Cultivation)	ทักษะการเข้าสังคม (Social Skill Activity) การพัฒนาบุคลิกภาพ / ฝึกปฏิบัติ
วันศุกร์ที่ 5 มิ.ย.63		การปฏิบัติการเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Persuasion and Attitude Changes)	ประชุมกลุ่มเตรียมงาน การศึกษาดูงานต่างประเทศ



เวลา วัน	08.30 น.	08.30 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.
		สัปดาห์ที่ 8	
ศึกษาดูงาน ด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน ณ สาธารณรัฐเกาหลีใต้ ระหว่างวันเสาร์ที่ 6 - วันพุธที่ 10 มิถุนายน 2563			
สัปดาห์ที่ 9			
วันพฤหัสบดีที่ 11 มิ.ย.63	กิจกรรมเสริมสร้างประสบการณ์	ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดทำรายงาน อ.ที่ปรึกษาหลักสูตร /ผู้ช่วยวิทยากร	
วันศุกร์ที่ 12 มิ.ย.63		ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดทำรายงาน อ.ที่ปรึกษาหลักสูตร /ผู้ช่วยวิทยากร	
สัปดาห์ที่ 10			
วันพุธที่ 17 มิ.ย.63	กฎหมายและจริยธรรมในการสื่อสาร (Law and Ethics in Communication)		คุณธรรมจริยธรรมนักประชาสัมพันธ์
วันพฤหัสบดีที่ 18 มิถุนายน 63	กิจกรรมนำเสนอผลงานและวิพากษ์ผลงาน รองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์/ อ. ที่ปรึกษาหลักสูตร / ผู้อำนวยการสถาบันการประชาสัมพันธ์		17.00 – 20.00 น.
			กิจกรรม เสริมสร้างทีมงาน นักประชาสัมพันธ์
วันศุกร์ที่ 19 มิถุนายน 63	ฝึกปฏิบัติปรับแก้การจัดทำรายงาน	กิจกรรมสร้างเสริมเครือข่ายนักประชาสัมพันธ์/ ประเมินผลท้ายหลักสูตรพิธีปิดการฝึกอบรม / มอบใบประกาศนียบัตร	

หมายเหตุ

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

เวลา 12.00 - 13.00 น.

เวลา 20.00 - 21.00 น.

พักรับประทานอาหารว่างและเครื่องดื่ม

พักรับประทานอาหารกลางวัน

พักรับประทานอาหารเย็น

* สถาบันฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงข้อมูล ทั้งนี้เพื่อความเหมาะสมและประโยชน์สูงสุดของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

update 18/ก.พ./2563



สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์



เอกสารประกอบการพิจารณาก่อนการคัดเลือกบุคลากรเข้ารับการฝึกอบรม

ส่วนที่ ๑ : ข้อมูลผู้สมัคร

ชื่อ (นาย/นางสาว/นาง)	นามสกุล			
อายุ	ปี	เดือน (เกิดวันที่	เดือน	พ.ศ.)
ตำแหน่ง	ระดับ			
อายุราชการ	ปี (บรรจุเมื่อ	)		
สังกัด (ส่วนราชการ)				
ชื่อหน่วยงาน (สำนัก/กอง/ศูนย์/กลุ่ม)				
วุฒิการศึกษา/สาขา (ทุกระดับ)				
.....				
สถาบัน/ประเทศ				

ส่วนที่ ๒ : ประวัติการรับทุน (เฉพาะครั้งสุดท้าย)

แหล่งผู้ให้ทุน	
เพื่อไป ☐ ศึกษา ☐ ฝึกอบรม ☐ สัมมนา ☐ ดูกาน ☐ ประชุม	
สาขาวิชา/หลักสูตร	
ระหว่าง	รวมระยะเวลา
ณ ประเทศ	

ส่วนที่ ๓ : ประวัติการเข้ารับการฝึกอบรม

๑. โครงการ/หลักสูตร	
ระหว่าง	รวมระยะเวลา
สถาบัน	
๒. โครงการ/หลักสูตร	
ระหว่าง	รวมระยะเวลา
สถาบัน	
๓. โครงการ/หลักสูตร	
ระหว่าง	รวมระยะเวลา
สถาบัน	
๔. โครงการ/หลักสูตร	
ระหว่าง	รวมระยะเวลา
สถาบัน	
๕. โครงการ/หลักสูตร	
ระหว่าง	รวมระยะเวลา
สถาบัน	

เอกสารประกอบการพิจารณากันกรองและคัดเลือกบุคลากรเข้ารับการฝึกอบรม (ต่อ)

ส่วนที่ ๔ : หลักสูตรที่สมัครฝึกอบรมมีความสอดคล้องกับหน้าที่ความรับผิดชอบในปัจจุบันอย่างไร และมี
 ความสำคัญต่อการผลักดันภารกิจของหน่วยงานอย่างไร (ไม่เกิน ๑๐ บรรทัด)

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

ส่วนที่ ๕ : ความคิดเห็นของผู้บังคับบัญชาเกี่ยวกับคุณลักษณะ คุณสมบัติของผู้สมัครเข้ารับการฝึกอบรม

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

ข้าพเจ้าขอรับรองว่า ข้อความที่ระบุไว้ในเอกสารฉบับนี้ ถูกต้องและเป็นความจริงทุกประการ หากปรากฏภายหลังว่า ไม่เป็นไปตามที่ข้าพเจ้ารับรองไว้ ให้ถือว่าข้าพเจ้าเป็นผู้ขาดคุณสมบัติในการสมัครเข้ารับการคัดเลือกเข้ารับการฝึกอบรมในครั้งนี้

ลงชื่อ (ผู้สมัคร)

()

ตำแหน่ง

วัน/เดือน/ปี

หมายเหตุ: สามารถดาวน์โหลดเอกสารดังกล่าวได้ที่เว็บไซต์ <http://hrdi.mnre.go.th>

หนังสือยืนยันค่าลงทะเบียนและ/หรือค่าใช้จ่ายอื่นๆ

(นาย/นาง/นางสาว)

ตำแหน่งหน่วยงาน

ประสงค์สมัครเข้ารับ ☐ การฝึกอบรม ☐ การศึกษาดูงาน ☐ การศึกษาต่อ ☐ อื่นๆ

หลักสูตร

หน่วยงานผู้จัด

ระหว่างวันที่ถึงวันที่

ผู้สมัครขอยืนยันว่า หากได้รับการคัดเลือก ผู้สมัครยินดีปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และแนวทางการสมัครเข้ารับการฝึกอบรมของบุคลากรในสังกัดที่สำนักงานปลัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประกาศให้ทราบไปแล้ว (ตามหนังสือสำนักงานปลัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ที่ ทส ๐๒๒๕.๒/ว ๑๙๑๙ ลงวันที่ ๔ มิถุนายน ๒๕๖๑) ดังนี้

☐ ผู้สมัคร จะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายอันเกิดจากค่าลงทะเบียนและ/หรือค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการฝึกอบรม/ศึกษาดูงาน/ศึกษาต่อ

☐ หน่วยงานต้นสังกัดของผู้สมัคร จะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายอันเกิดจากค่าลงทะเบียนและ/หรือค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการฝึกอบรม/ศึกษาดูงาน/ศึกษาต่อ ทั้งสิ้น

(ลงชื่อ)

(ตำแหน่ง)

วัน/เดือน/ปี