



บันทึกข้อความ

สำนักวิชาการและแผนงาน
รับที่ 158
วันที่ ๒๑ มี.ค. ๒๕๖๔
เวลา 10.22 น.

ส่วนราชการ สำนักบริหารกลาง ฝ่ายบริหารทั่วไป โทร. ๑๑๙๐

ที่ กษ ๑๒๐๑.๘/ว ๒๓๕๕ วันที่ ๒๐- มกราคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขอส่งเอกสาร

เรียน ผอ.สำนัก/ กอง/ ศูนย์/ กปร/ กพร/ กตบ และ ส.ป.ก. จังหวัด

สำนักบริหารกลาง ขอส่ง ☒ หนังสือ ☐ บันทึกข้อความ ☐ คำสั่ง ☐ ประกาศ ☐ ระเบียบ

จาก บริษัท ซีอาร์เอฟ แมเนจเม้นท์ จำกัด

ที่ - ลงวันที่ ๑๒ มกราคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขอเชิญส่งผู้ปฏิบัติงานเข้าร่วมอบรมพัฒนาศักยภาพในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

☒ เพื่อโปรดทราบ/ ประชาสัมพันธ์

☐ เพื่อโปรดทราบ/ ดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง

☐ เพื่อโปรดทราบ/ ถือปฏิบัติ

☐

(นางสาวธัญพร แพมมงคล)

ผู้อำนวยการสำนักบริหารกลาง

มอบ ☐ ผช. ☐ กคร. ☐ กวค. ☐ กคป. ☐ กตบ.

☒ ผทป. ☐ กวค. ☐ กคป. ☐ กตบ.

☐ กนป. ☐ กคป. ☐ กตบ.

☐ กตบ.

เพื่อ ☐ ทราบ ☐ พิจารณาดำเนินการ

☐ ทราบ/ลงนัด ☐ รวบรวมดำเนินการ

☒ ทราบ/แจ้งเวียน ☐ เข้าร่วมประชุมแทน

☐ แจ้งเวียน/ทราบและถือปฏิบัติ

☐ แจ้งผู้ที่เกี่ยวข้องทราบ

☐

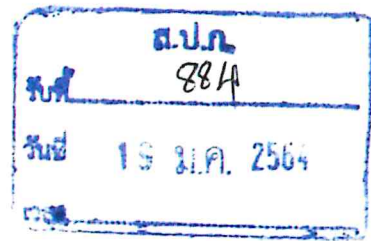
(นายประสิทธิ์ ใจรังษี)

ผู้อำนวยการสำนักวิชาการและแผนงาน

- คุณเฉลิมโชค
หาวิธีในแบบ
1๗๕

(นางสาวเกสรี ศรีศิริสิทธิกุล)

เจ้าพนักงานธุรการชำนาญงาน
รักษาการในตำแหน่งหัวหน้าฝ่ายบริหารทั่วไป



12 มกราคม 2564

รศก. (พันจ่าเอก ประเสริฐ มาลัย)
รับที่ 129
วันที่ ๑๙ ม.ค. ๒๕๖๔
เวลา.....

เรื่อง ขอเชิญส่งผู้ปฏิบัติงานเข้าร่วมอบรมพัฒนาศักยภาพในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
เรียน ผู้อำนวยการสำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม
สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. โครงสร้างหลักสูตรฝึกอบรม ประจำปี 2564
2. โปสเตอร์หลักสูตรอบรม ประจำปี 2564

ท่ามกลางสถานการณ์การระบาดของโรค COVID-19 การเปิดรับเนื้อหาข้อมูลข่าวสารจากหลายแหล่งที่มาบนสื่อสังคมออนไลน์ทำให้ประชาชนจำนวนมากเกิดความตื่นตระหนก เนื่องจากประชาชนมักไม่ได้รับข้อมูลต้นตอ (Original) จากหน่วยงาน แต่มักจะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ผ่านการตีความหรือแปลความหมายแล้ว ซึ่งอาจทำให้เกิดความเข้าใจที่ผิดเพี้ยนไปได้มาก

สื่อสังคมออนไลน์ เปิดโอกาสให้ทุกคน ทุกหน่วยงาน สามารถสร้างช่องทางการสื่อสารของตนเองได้ นักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรจึงต้องปรับบทบาทของตนเองสู่ความเป็น “ผู้สร้างสรรค์สื่อ” เพื่อให้สามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัท ซีอาร์เอฟ แมเนจเม้นท์ จำกัด ในฐานะหน่วยงานภาคเอกชนที่เป็นแหล่งรวมของมืออาชีพด้านการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ได้จัดทำหลักสูตรฝึกอบรมภายใต้แนวคิด #วิชาการผสมผสานมืออาชีพ ที่ได้รับการปรับปรุงให้มีความเป็นปัจจุบันอยู่เสมอ จึงขอเรียนเชิญทุกหน่วยงานส่งบุคลากรเข้ารับการอบรมในหลักสูตรต่าง ๆ ตลอดปี 2564

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

นางสาวอัญพร แพมมงคล
ผู้อำนวยการสำนักบริหารกลาง
สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม
ติดต่อ: คุณฤทัยรัตน์ 063-536-6995
training@crfmgt.com หรือไลน์ @crfmgt

(นายวาทีต ประสมทรัพย์)

กรรมการผู้จัดการ/ผู้อำนวยการหลักสูตร



(นางสาวอัญพร แพมมงคล)

ผู้อำนวยการสำนักบริหารกลาง

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม

ติดต่อ: คุณฤทัยรัตน์ 063-536-6995

training@crfmgt.com หรือไลน์ @crfmgt

มอ.ลพ. พิศาล

พันจ่าเอก

(ประเสริฐ มาลัย)

รองเลขาธิการสำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม

เลขาธิการสำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม

หลักสูตรอบรมนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร พ.ศ. 2564

บริษัท ซีอาร์เอฟ แมเนจเม้นท์ จำกัด

ความสำคัญ

การประชาสัมพันธ์ และสื่อสารองค์กร ยังคงเป็น “เครื่องมือที่จำเป็นและสำคัญอย่างยิ่ง” ในการบริหารงานองค์กร เพราะนอกจากจะใช้เพื่อสื่อสารเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแล้ว การประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ยังมีหน้าที่

- เผยแพร่ข่าวสาร ความเคลื่อนไหวขององค์กร
- เผยแพร่ข้อมูล ความรู้ที่เป็นประโยชน์
- สร้างความน่าเชื่อถือ สร้างความเชื่อมั่น
- สร้างภาพลักษณ์ที่ชัดเจนของผู้บริหาร
- ป้องกันความเข้าใจผิดต่อการดำเนินงานขององค์กร
- แก้ไขความเข้าใจผิด และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง
- บรรเทาความรุนแรงของวิกฤตการณ์

และโดยเฉพาะในยุคที่สื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทอย่างยิ่งในสังคม นับเป็น “โอกาส” ให้องค์กรต่าง ๆ มีช่องทางของตัวเองในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารโดยไม่ต้องผ่าน Gate keeper ทำให้ผู้ปฏิบัติงานต้องปรับบทบาทตัวเองจากนักประชาสัมพันธ์ไปสู่ความเป็น “นักสร้างคอนเทนต์” เพื่อให้องค์กรสามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการจัดทำหลักสูตรอบรม

1. เพื่อพัฒนาทักษะในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร
2. เพื่อให้บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร สามารถประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างรักษา และยกระดับภาพลักษณ์องค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
3. เพื่อให้สามารถแก้ปัญหาในการทำงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรให้กับหน่วยงานได้อย่างเหมาะสม

ปรัชญาและแนวคิดในการจัดอบรม

1. วิชาการผานมืออาชีพ โดยวิทยากรของบริษัท ซีอาร์เอฟ แมเนจเม้นท์ จำกัด ล้วนเป็นมืออาชีพผู้ปฏิบัติงานในสายงานประชาสัมพันธ์ สื่อสารองค์กร และสื่อมวลชน ทั้งที่อยู่ในสายงานวิชาการและสายงานปฏิบัติ แนวทางการอบรมจึงมุ่งให้ “หลักการทฤษฎี” ผสมผสานกับ “การนำไปประยุกต์ใช้” เพื่อให้เกิดประสิทธิผลอย่างแท้จริง
2. การเรียนรู้ตามอัธยาศัย (Informal Education) เป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้ตลอดชีวิต เป็นการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ด้วยความสนใจของผู้เรียน และใช้วิธีการกำกับตนเอง
3. การเรียนรู้แบบผู้ใหญ่ (Andragogy) โดยให้ความสำคัญกับประสบการณ์ คุณค่า และความหมายของการทำงานในสายงาน ร่วมกันแบ่งปัน เรียนรู้ เพื่อนำไปสู่เป้าหมายในการอบรม โดยวิทยากรเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการเสริมสร้างความรู้ ตามความต้องการของผู้เข้าอบรม
4. บรรยากาศในการเรียนรู้แบบไม่เป็นทางการ โดยเปลี่ยนจากการอบรมแบบ Classroom เป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในวงสนทนา (Dialogue)

โครงสร้างหลักสูตรอบรม แบ่งเป็น

ขั้นพื้นฐาน	เหมาะสำหรับผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ การตลาด และสื่อสารองค์กรของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน
ขั้นสูง	เหมาะสำหรับผู้ปฏิบัติงาน (ที่มีประสบการณ์) หัวหน้างาน ผู้บริหารระดับต้น และระดับกลาง ด้านประชาสัมพันธ์ การตลาด และสื่อสารองค์กรของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน
หลักสูตรรวบรัด	เหมาะสำหรับผู้ที่ไม่ได้เรียนจบมาในสาขาวิทยาศาสตร์ แต่ต้องรับผิดชอบงานด้านประชาสัมพันธ์ และสื่อสารองค์กร

*** โดยทุกหลักสูตรได้รับการปรับปรุงเนื้อหาให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ ***

ตารางการอบรม พ.ศ. 2564

No.	หลักสูตร	กำหนดวัน	ค่าธรรมเนียม	วิทยากร
หลักสูตรรวบรัด	ติดต่ออาวรณ์มนุษย์พีอาร์ เสริมพลังการสื่อสารองค์กร	7-8 มิ.ย. 8-9 พ.ย.	7,990.00	ผศ.พรพรรณ ผศ.อริน อ.ธีรพงศ์ อ.วาทีต
ขั้นพื้นฐาน	ถ่ายภาพผู้บริหาร ยกระดับภาพลักษณ์องค์กร	2 มี.ค. 10 ส.ค.	3,990.00	อ.ธีรพงศ์
	สร้าง Content Marketing สุดฮิต พิชิตทุกเกล	9 ก.พ. 6 ก.ค.	3,990.00	อ.เกียรติรัตน์
	เขียนข่าวให้น่าคลิก	23 ก.พ. 24 ส.ค.	3,990.00	อ.ธนาคม
	เทคนิคการพูด และเป็นพิธีกรสุดประทับใจ	18 พ.ค. 16 พ.ย.	3,990.00	อ.สกลภัทร
	การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ	15 มิ.ย. 19 ต.ค.	3,990.00	อ.สกลภัทร
	การบริหารโซเชียลมีเดีย	9 มี.ค. 3 ส.ค.	3,990.00	อ.เกียรติรัตน์
	สร้าง Infographic ได้ภายใน 1 วัน	27 เม.ย. 5 ต.ค.	3,990.00	อ.สถาพร
ขั้นสูง	กลยุทธ์ด้านแบรนด์องค์กร	19 พ.ค. 17 ส.ค.	4,590.00	อ.วาทีต
	กลยุทธ์ชุมชนสัมพันธ์	16 มี.ค. 20 ก.ค.	4,590.00	อ.ธนาคม
	การเขียนแผนกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์	20 เม.ย. 13 ก.ค.	4,590.00	อ.วาทีต
	การสื่อสารในภาวะวิกฤต	22 มิ.ย. 27 ต.ค.	4,590.00	อ.วาทีต

ทุกหลักสูตร โปรดลงทะเบียนเป็นรายบุคคลได้ทางลิงค์



อบรมออนไลน์ผ่าน Zoom ลด 10%

หมายเหตุ

- ค่าธรรมเนียมการอบรมรวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว สามารถเบิกจ่ายได้ และหักภาษี ณ ที่จ่ายได้ตามที่กฎหมายกำหนด
- สถานที่จัดอบรม: ห้องประชุม CRF ถ.สรงประกา เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร (มีที่พักรถในบริเวณใกล้เคียง) เดินทางสะดวกด้วยทางด่วนบางปะอิน-ปากเกร็ด (ลงศรีสมาน มุ่งหน้าดอนเมือง) ที่จอดรถฟรี 30 คัน โปรดสแกนโค้ดเพื่อดูแผนที่



- สถานที่อบรมอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม

หากมีผู้เข้าร่วมอบรมไม่ถึงจำนวนที่กำหนด บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการเลื่อนหรือยกเลิก
โดยคืนเงินค่าลงทะเบียนให้เต็มจำนวน



ติดต่ออบรมบุษย์พิชิต เสริมพลังการสื่อสารองค์กร

เหตุผลและความจำเป็น

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีในปัจจุบัน ส่งผลให้วิธีการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ต้องเปลี่ยนแปลงให้เท่าทันกับเทคโนโลยี

ใบเมื่อสื่อมวลชนอาจไม่ได้เป็นช่องทางหลักของการประชาสัมพันธ์อีกต่อไป องค์กรมีอำนาจในการสื่อสารและสร้างความน่าเชื่อถือ บุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ จึงต้องพัฒนาทักษะ และความสามารถในการสื่อสารภาพลักษณ์ขององค์กรออกสู่ภายนอก อันประกอบด้วยเนื้อหา 4 หมวด ได้แก่ แนวคิดการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล การเขียนข่าวแบบ target oriented การสื่อสารด้วยภาพ และการประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดีย

เพื่อให้พนักงานที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ สามารถปรับตัว ปรับกระบวนทัศน์ และวิธีการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ให้เหมาะกับปัจจุบันและอนาคต แม้จะได้เรียนจบมาทางสายนี้ก็ตาม

หลักสูตรรวบรัด

สำหรับผู้ที่ไม่ได้จบมาทางด้านประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงาน มีความเข้าใจในบทบาทของการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว
2. เพื่อสร้างทักษะในการเขียน ผ่านการลำดับความคิด และสร้างประเด็นเนื้อหาเชิงประชาสัมพันธ์ให้กับพนักงานในองค์กร
3. เพื่อสร้างทักษะในการสื่อสารด้วยภาพ ความเข้าใจในการใช้ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวในเชิงประชาสัมพันธ์
4. เพื่อทำความเข้าใจกับคุณสมบัติต่าง ๆ ของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีในปัจจุบันและสามารถใช้ได้อย่างเหมาะสม

กลุ่มเป้าหมาย

1. ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์
2. ผู้ที่ไม่ได้เรียนจบมาทางด้านนิเทศศาสตร์ แต่ต้องมารับผิดชอบงานด้านประชาสัมพันธ์

เนื้อหาหลักสูตร

- การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล
- คิดประเด็น-เขียนข่าว แบบดิจิทัลพิชิต
- ถ่ายมือถือ อย่างมืออาชีพ
- การบริหารการสื่อสารขององค์กร

ระยะเวลาการอบรม

2 วัน



โปรดสแกนบาร์โค้ดเพื่อลงทะเบียน

- **7-8 มิถุนายน 2564**
- **8-9 พฤศจิกายน 2564**

09.00-16.00 น.

ณ ห้องประชุม CRF กรุงเทพ

สถานที่อบรมสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม

ค่าธรรมเนียมการอบรม

ท่านละ 7,990.00 บาท รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม รวมอาหารกลางวัน 2 มื้อ และอาหารว่าง 4 มื้อ สามารถเบิกจ่าย และหัก ณ ที่จ่ายได้ตามที่กฎหมายกำหนด



พ.ร.พรพรรณ เชยจิต

ผู้เชี่ยวชาญด้าน Digital PR และ CRM



พ.ร.อริณ เจียจันทร์พงษ์

นักเขียน นักวิชาการ อดีตสื่อมวลชน



ธีรพงศ์ ท่าอ่อน

ช่างภาพมืออาชีพ อดีตช่างภาพสื่อมวลชน



อ.วาทิต ประสมทรัพย์

นักวิชาชีพ และที่ปรึกษาประชาสัมพันธ์

รายได้ส่วนหนึ่ง สนับสนุนเพื่อการศึกษาและกิจกรรมของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร



ถ่ายภาพผู้บริหาร ยกระดับภาพลักษณ์องค์กร

หลักการและเหตุผล

“ผู้บริหาร” คือ ภาพลักษณ์สำคัญขององค์กร ไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าสินค้าหรือบริการ แต่หน่วยงานหลายแห่งมักประสบปัญหาว่าภาพถ่ายที่ได้นั้น ขาดความน่าสนใจ ไม่สามารถถ่ายทอดภาพลักษณ์และบุคลิกภาพที่ดีของผู้บริหาร และภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรได้ ซึ่งอาจเกิดจากข้อจำกัดในการบริหาร วัฒนธรรมองค์กร จึงทำให้ช่างภาพขาดแรงบันดาลใจ ขาดความคิดสร้างสรรค์ และขาดความกล้าในการ “จัดการ” เพื่อให้ได้ภาพถ่ายที่สวยงามเหมาะสม ขณะเดียวกัน “โทรศัพท์มือถือ” ได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการถ่ายภาพระดับมืออาชีพมากขึ้น ดังนั้น หากนักประชาสัมพันธ์ หรือพนักงานในองค์กร สามารถใช้โทรศัพท์มือถือถ่ายภาพที่มีคุณภาพดี ก็จะช่วยเพิ่มโอกาสในการเผยแพร่เนื้อหาทางการประชาสัมพันธ์ให้องค์กรได้อีกมาก

หัวข้ออบรม “ถ่ายภาพผู้บริหาร ยกระดับภาพลักษณ์องค์กร” จึงเป็นการให้คำแนะนำจากช่างภาพมืออาชีพมืออาชีพ ผู้มีความเชี่ยวชาญทั้งการใช้กล้อง DSLR และกล้องมือถือ เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวผ่านภาพถ่ายสำหรับใช้งานประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ



ธีรพงศ์ ดำอ่อน

ช่างภาพมืออาชีพ อดีตช่างภาพสื่อมวลชน

ถ่ายภาพผู้บริหาร ภาพสินค้า และบริการ เพื่อสะท้อนภาพลักษณ์องค์กร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมเกิดแรงบันดาลใจ ในการถ่ายภาพเพื่อใช้งานประชาสัมพันธ์
2. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เห็นมุมมองของการถ่ายภาพเพื่องานประชาสัมพันธ์ และรู้จักสร้างสรรค์มุมมองใหม่ ๆ ได้เอง
3. เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมเรียนรู้เทคนิค ในการบริหารจัดการสถานการณ์ เพื่อให้ได้ภาพถ่ายที่สมบูรณ์
4. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้ฝึกปฏิบัติถ่ายภาพ เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจในการทำงาน

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ปฏิบัติงานในสายงานสื่อสารองค์กร ประชาสัมพันธ์ และ CSR ช่างภาพองค์กร

เนื้อหาการอบรม

- การสะท้อนภาพลักษณ์ผู้บริหาร ผ่านภาพถ่ายบุคคล
- การเล่าเรื่องราวผ่านภาพถ่าย
- การสร้างมุมมองของภาพถ่ายเชิงประชาสัมพันธ์
- ฝึกปฏิบัติการถ่ายภาพบุคคล และภาพที่มีบุคคลเป็นองค์ประกอบหลัก
- ฝึกปฏิบัติการถ่ายภาพสิ่งของ (Pack shot) และภาพสินค้าหรือบริการ เพื่อการประชาสัมพันธ์

ระยะเวลาการอบรม

1 วัน

- 2 มีนาคม 2564
- 10 สิงหาคม 2564

09.00-16.00 น.

ณ ห้องประชุม CRF กรุงเทพ

สถานที่อบรมสามารถเปลี่ยนแปลง

ได้ตามความเหมาะสม

ค่าธรรมเนียมการอบรม

ท่านละ 3,990.00 บาท รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม
รวมอาหารกลางวัน 1 มื้อ และอาหารว่าง 2 มื้อ
สามารถเบิกจ่าย และหัก ณ ที่จ่ายได้
ตามที่กฎหมายกำหนด



โปรดสแกนบาร์โค้ดเพื่อลงทะเบียน



ทำ Content Marketing สุดฮิต พิชิตคู่แข่ง

หลักการและเหตุผล

การดำเนินงานกิจกรรมขององค์กรหรือทำธุรกิจในยุคนี้ ย่อมหนีไม่พ้นการสร้างช่องทางการสื่อสารทั้งออนไลน์ และออฟไลน์ สิ่งสำคัญคือการสื่อสารเนื้อหาสาระที่สามารถเข้าไปตรงกลุ่มเป้าหมาย โดยใจลูกคำให้ดีที่สุด

การทำ Content หรือ เนื้อหาในการสื่อสาร จึงเป็นเรื่องสำคัญมากในการวางกลยุทธ์ด้านธุรกิจและการสื่อสาร เพื่อที่จะส่งเสริมให้องค์กรได้เป็นที่รู้จัก รับรู้ และ พัฒนาต่อไปเป็นยอดขายหรือเกิดการยอมรับในที่สุด

ทุกองค์กรต้องเรียนรู้ และทำความเข้าใจว่า Content ที่ดีเป็นอย่างไร หลักการในการสร้างเนื้อหาให้โดนใจต้องวางแผนอย่างไร ทั้งหมดนี้จะถูกถ่ายทอดในรูปแบบของการเป็นลงมือปฏิบัติจริง (Workshop)



อ.เกียรติรัตน์ จินตามณี
ผู้เชี่ยวชาญด้าน Digital Marketing

วิธีทำ Content Marketing เพื่อสร้างแบรนด์ให้องค์กร และผู้บริหาร

วัตถุประสงค์

1. เข้าใจแนวโน้มและทิศทางการตลาดที่เป็น Content Marketing
2. เพื่อให้แนวทางไอเดียสร้างสรรค์ ทราบขั้นตอนในการทำ Content Marketing ที่ประสบผลสำเร็จ
3. เพื่อทำให้ content ขององค์กรติดอันดับบน Google
4. ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผู้บริหารและพนักงานซึ่งเป็นตัวแทนขององค์กรในการสื่อสารบนโลกออนไลน์

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้บริหารในสายงานสื่อสารองค์กร ประชาสัมพันธ์ และ CSR

เนื้อหาการบรรยาย

- Content ช่วยสร้างแบรนด์ได้อย่างไร ?
- สร้าง Content ให้โดนด้วย Brand Character
- เริ่มสร้าง Content เริ่มจากจัดองค์ประกอบของเนื้อหา
- เล่าเรื่องได้ ขายความน่าสนใจเป็น ด้วยกลยุทธ์ Storytelling
- ช่นด้วยชื่อ ชื่อด้วยคำโฆษณา เทคนิคการตั้งชื่อเรื่องให้โดนใจ
- เกิร์นนำแบบไหน "ใช่" สำหรับลูกค้าเรา
- เนื้อหา Content อย่างไรก็โดนลูกค้า นำมาซึ่งแฟนคลับ
- สรุปจบอย่างไรให้ ได้ใจ และ ได้ยอด
- การนำ Content ไปใช้ในแต่ละช่องทางบนโลกออนไลน์
- ข้อควรระวังในการทำ Content Marketing

ระยะเวลาการอบรม

1 วัน

อ.เกียรติรัตน์ เป็นผู้เชี่ยวชาญด้าน Content marketing และ SEO ผู้ก่อตั้งสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการ "เก๋ไก๋ใหม่" มีผลงานการเขียนหนังสือหลายเล่ม อาทิ เก๋ไก๋ใหม่ใจถึง แนวคิดสร้างธุรกิจร้อยล้าน ปลุกเจ้าน้ำล้น ยักษ์ และเป็นวิทยากรให้กับสถาบันการศึกษา ภาครัฐ ภาคเอกชน และราชการหลายแห่ง

- 9 กุมภาพันธ์ 2564
- 6 กรกฎาคม 2564

09.00-16.00 น.

ณ ห้องประชุม CRF

ถ.สรองประชา กรุงเทพฯ

สถานที่อบรมสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม

ค่าธรรมเนียมการอบรม

ท่านละ 3,990.00 บาท รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม รวมอาหารกลางวัน 1 มื้อ และอาหารว่าง 2 มื้อ สามารถเบิกจ่าย และหัก ณ ที่จ่ายได้ตามที่กฎหมายกำหนด





เขียนข่าวให้น่าคลิก

หลักการและเหตุผล

ความเคยชินในการปฏิบัติงาน และวัฒนธรรมองค์กร ที่สืบทอดกันมา ทำให้งานข่าวประชาสัมพันธ์ภาครัฐ มักออกมาในรูปแบบที่ไม่น่าสนใจ เช่น ข่าวการอบรม สัมมนา เปิดงาน ในรูปแบบ 5W1H ที่มักเน้นไปที่ประธานเปิดงานมากกว่าประเด็นที่เป็นคุณค่าของคนอ่าน

และเมื่อจบประเด็นก็จบทุก จึงไม่สามารถสร้างความน่าสนใจให้ข่าวสารได้ โดยรูปแบบส่วนใหญ่จะเป็นจดหมายข่าวหน้าเดียว (one-page newsletter) ที่มีตราสัญลักษณ์ของหน่วยงานอยู่ด้านบน และมีการจัดหน้าแบบใช้ภาพ 4 ภาพ วางเรียงต่อกัน เหมือนกับหมดทั้งประเทศ และทำต่อเนื่องมาเป็นระยะเวลานาน ซึ่งอาจไม่สอดคล้องกับช่องทางดิจิทัล ในยุคปัจจุบัน

หลักสูตรอบรม เขียนข่าวให้น่าคลิก จึงมุ่งสร้างความเปลี่ยนแปลงวิธีคิด บ่มมอง ของนักประชาสัมพันธ์ ให้สามารถจับประเด็น และสำนวนภาษาให้เหมาะกับผู้รับสารในโลกโซเชียลมีเดีย



อ.ธนากร จนาพิทักษ์

นักวิชาการด้านการสื่อสาร ประสบการณ์กว่า 20 ปี
อดีตผู้สื่อข่าว น.ส.พ. กรุงเทพธุรกิจ ผู้จัดการ
บรรณาธิการนิตยสารชีวจิต
ผู้เชี่ยวชาญด้านชุมชนสัมพันธ์และ CSR อดีต บก. ที่
ปรึกษานิตยสารมีราเคิลออฟไลน์ในทุกระดับ
บก.บก. นิตยสารหัวใจเดียวกัน เพื่อจังหวัดชายแดนใต้
บก. วารสารวิทยาศาสตร์ของคุรุสภา
นักเขียน นักวิเคราะห์ นักแต่งเพลง

เรียนรู้การจับประเด็น การใช้สำนวนภาษา เขียนข่าว เพื่อสร้างคุณค่าให้ผู้อ่าน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมมีความเข้าใจเรื่องประเด็นและคุณค่าของความเป็นข่าว
2. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถย่อยข้อมูลได้อย่างเหมาะสม
3. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมฝึกทักษะในการเขียนข่าวเพื่อประชาสัมพันธ์องค์กร
4. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมมีความกล้าที่จะเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานแบบเดิม ๆ ให้เหมาะสมกับยุคของสื่อและผู้รับสารในยุคปัจจุบัน

กลุ่มเป้าหมาย

นักวิชาการเผยแพร่ หรือผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

เนื้อหาหลักสูตร

- การคัดเลือกประเด็น และเนื้อหาที่เหมาะสมในงานประชาสัมพันธ์
- การย่อยประเด็น และเขียนคำโปรย
- การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ที่มุ่งเน้นคุณค่าของผู้รับสาร
- ฝึกปฏิบัติการเขียนงานประชาสัมพันธ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ข่าวประชาสัมพันธ์จากองค์กร เปลี่ยนรูปแบบจากเดิมสู่ข่าวสารที่ทันสมัย มุ่งสร้างคุณค่าให้คนอ่าน
2. ผู้ปฏิบัติงานสามารถหลุดพ้นออกจากความเคยชินในการเขียนข่าวแบบเดิม ๆ

ระยะเวลาการอบรม

1 วัน

• 23 กุมภาพันธ์ 2564

• 24 สิงหาคม 2564

09.00-16.00 น.

ห้องประชุม CRF

ถ.สรองประกาย กรุงเทพ

สถานที่อบรมสามารถเปลี่ยนแปลง
ได้ตามความเหมาะสม

ค่าธรรมเนียมการอบรม

ท่านละ 3,990.00 บาท รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม
รวมอาหารกลางวัน 1 มื้อ และอาหารว่าง 2 มื้อ
สามารถเบิกจ่าย และหัก ณ ที่จ่ายได้ตามที่
กฎหมายกำหนด





เทคนิคการพูด และเป็นพิธีกรสุดประทับใจ

หลักการและเหตุผล

หลายครั้งที่ผู้ปฏิบัติงานในองค์กร ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่พิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการ หลายคนสามารถทำได้ดีเพราะมีพรสวรรค์เป็นส่วนตัว หลายคนยังมีความประหม่า ไม้มั่นใจ และไม่มี "พลังอำนาจ" ในการควบคุมผู้ฟังให้อยู่หมัด

หัวข้ออบรม เทคนิคการพูดและเป็นพิธีกรสุดประทับใจ จึงถูกสร้างขึ้นเพื่อแนะนำเทคนิค วิธีการ และทักษะที่จำเป็นสำหรับการพูดในที่สาธารณะ ด้วยการใช้อวัจนภาษา และอวัจนภาษา ในการสร้างรอยยิ้ม และความประทับใจให้กับผู้ฟัง เพื่อให้กิจกรรมพิเศษต่าง ๆ ที่จัดขึ้นทั้งที่เป็นทางการ และไม่เป็นทางการ สามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่น และจบลงอย่างสวยงาม

พูดในที่สาธารณะด้วยความมั่นใจ เป็นพิธีกรที่สดแสนประทับใจ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้รับรู้เทคนิค วิธีการในการพูดในที่สาธารณะ (Public speaking)
2. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้การใช้ภาษา และกิริยาท่าทางที่เหมาะสม สำหรับการพูดในที่สาธารณะ
3. เพื่อให้ผู้เข้าอบรม ได้เรียนรู้เรื่องการใช้อำนาจพูดที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์
4. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้วิธีการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เมื่อต้องเป็นจุดสนใจอยู่ต่อหน้าผู้ชม

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ปฏิบัติงานในสายงานประชาสัมพันธ์ หรือผู้ที่มักได้รับมอบหมายให้เป็นพิธีกร ผู้ดำเนินรายการ

เนื้อหาการบรรยายและฝึกปฏิบัติ

1. การสร้าง Mindset และการเตรียมตัวก่อนการพูด
2. การเลือกใช้คำ ภาษา ที่เหมาะสมและสามารถสร้างความประทับใจให้ผู้ฟัง
3. ท่าทาง อากัปกิริยา และอวัจนภาษา ในการพูดต่อสาธารณชน
4. เทคนิค วิธีการ การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เมื่ออยู่ในฐานะจุดสนใจของสาธารณชน

ระยะเวลาการอบรม

1 วัน



สกลภัทร ศรีโพธิ์น้อย (อ.ป๋อ)

วิทยากรด้านการพูด วิทยากรการเป็นพิธีกร เทคนิคการขาย การสื่อสารภายในองค์กร และการสร้างแรงบันดาลใจให้กับหน่วยงานต่าง ๆ มากมาย

• 18 พฤษภาคม 2564

• 16 พฤศจิกายน 2564

09.00-16.00 น.

ณ ห้องประชุม CRF กรุงเทพ

สถานที่อบรมสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม

ค่าธรรมเนียมการอบรม

ท่านละ 3,990.00 บาท รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม
รวมอาหารกลางวัน 1 มื้อ และอาหารว่าง 2 มื้อ
สามารถเบิกจ่าย และหัก ณ ที่จ่ายได้
ตามที่กฎหมายกำหนด



โปรดสแกนบาร์โค้ดเพื่อลงทะเบียน

การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

หลักการและเหตุผล

การสื่อสารนั้นมีความสำคัญอย่างมากทั้งในการทำงานและการใช้ชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะการทำงานที่ต้องใช้การติดต่อสื่อสารกับบุคคลต่าง ๆ เป็นประจำ ไม่เพียงแต่งานบริการ และงานด้านการประชาสัมพันธ์เท่านั้น แต่การสื่อสารระหว่างบุคคล ระหว่างหน่วยงานภายใน ในการทำงานทุก ๆ วันก็มีความจำเป็นอย่างยิ่ง ที่จะต้องมีความเข้าใจและมีความรู้สึที่ดีต่อกัน พนักงานในองค์กรทุกคน ไม่ว่าจะเป็นผู้บริหารระดับสูง หรือผู้ปฏิบัติงานในทุก ๆ ระดับ จะต้องเป็นทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสารที่ดี เพื่อสร้างทั้งความประทับใจและผลลัพธ์ที่น่าพอใจในการสื่อสารแต่ละครั้งให้ประสบความสำเร็จแบบ “สื่อสารได้ผล คนเป็นสุข”

สื่อสารอย่างสร้างสรรค์ เพื่อผลสัมฤทธิ์ของงาน และความสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์กร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเสริมสร้างทัศนคติที่ดีในการสื่อสารกับตนเองและผู้อื่นแบบ “ สื่อสารได้ผล คนเป็นสุข” รู้สึกถึงความเป็นเจ้าของและตระหนักถึงบทบาท ความสำคัญของตนเองต่อองค์กร
2. เพื่อเสริมสร้างทักษะการสื่อสารที่สำคัญทั้ง การฟัง การพูด การจับใจความสำคัญ รวมทั้ง การใช้คำพูดและน้ำเสียงที่สามารถสร้างความประทับใจและได้ผลลัพธ์ในการสื่อสาร
3. เพื่อให้ผู้อบรมสามารถตอบคำถาม แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างเหมาะสมเป็นที่ประทับใจของลูกค้าหรือผู้ที่มาติดต่องาน

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ปฏิบัติงานในสายงานประชาสัมพันธ์ ลูกค้าสัมพันธ์ พนักงานต้อนรับ หัวหน้างาน

เนื้อหาการบรรยายและฝึกปฏิบัติ

- สร้างทัศนคติที่ดีในการสื่อสาร ด้วยทฤษฎี DISC
- ทักษะการนำเสนอและตอบคำถามแบบ SSG
- การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และการรับมือกับเรื่องร้องเรียน

ประโยชน์ที่จะได้รับ:

1. ผู้เข้าอบรมสามารถสร้างความประทับใจให้ลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้องงานได้
2. ผู้เข้าอบรมสามารถเป็นผู้ฟังที่เข้าอกเข้าใจลูกค้าพร้อมทั้งจับประเด็นสำคัญ สื่อสารตรงประเด็น และตอบคำถามลูกค้าได้ถูกต้องแบบ “ถูกต้อง ถูกใจ”
3. ผู้เข้าอบรมสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าและรับมือกับข้อร้องเรียนลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้เทคนิคการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์และนำไปใช้สร้างผลงานที่น่าประทับใจในงานที่ทำในปัจจุบัน

ระยะเวลาการอบรม

1 วัน



สกลภัทร ศรีโพธิ์น้อย (อ.บู)
วิทยากรด้านการพูด วิทยากรการเป็นพิธีกร เทคนิค
การขาย การสื่อสารภายในองค์กร และการสร้างแรงบันดาลใจให้กับหน่วยงานต่าง ๆ มากมาย

• 15 มิถุนายน 2564

• 19 ตุลาคม 2564

09.00-16.00 น.

ณ ห้องประชุม CRF กรุงเทพฯ

สถานที่อบรมสามารถเปลี่ยนแปลง
ได้ตามความเหมาะสม

ค่าธรรมเนียมการอบรม

ท่านละ 3,990.00 บาท รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม
รวมอาหารกลางวัน 1 มื้อ และอาหารว่าง 2 มื้อ
สามารถเบิกจ่าย และหัก ณ ที่จ่ายได้
ตามที่กฎหมายกำหนด



โปรดสแกนบาร์โค้ดเพื่อลงทะเบียน



การบริหาร Social Media

หลักการและเหตุผล

ในอดีต ที่การสื่อสารองค์กรจำเป็นต้องพึ่งพาช่องทางของสื่อมวลชน เพื่อนำพาข่าวสารไปยังกลุ่มผู้รับสาร แต่สื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน เปิดโอกาสให้ทุกคนสามารถเป็นเจ้าของช่องทางการสื่อสารเพื่อเชื่อมต่อไปยังบุคคลหรือองค์กรอื่น ๆ ได้อย่างแทบจะไร้ขีดจำกัด

องค์กรจึงสามารถใช้ประโยชน์จากช่องทางการสื่อสารเหล่านี้ เพื่อประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง แต่การบริหารสื่อออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพนั้น ไม่ใช่เรื่องง่าย จำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจใน Platform ต่าง ๆ รวมถึงการสร้างเนื้อหาที่เหมาะสมกับ Platform นั้น และบริหารโดยบุคลากรที่มีความเข้าใจเรื่องการสื่อสารมวลชนเป็นอย่างดี

บริหารช่องทางในสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้องค์กร

วัตถุประสงค์

1. เข้าใจการทำงาน บทบาทหน้าที่ของ Platform ของสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ
2. บริหารจัดการ Flow ของข่าวสาร อย่างเป็นระบบ
3. การเชื่อมโยงบนสื่อออนไลน์ เบื้องต้น
4. การประเมินผลการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ปฏิบัติงานที่รับผิดชอบด้านการบริหารจัดการช่องทางการสื่อสารออนไลน์ขององค์กร

เนื้อหาหลักสูตร

- บทบาทหน้าที่ของสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในประเทศไทย ประกอบด้วย เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม
- พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์
- แนวทางการบริหารจัดการสื่อ และการเผยแพร่ข่าวสารผ่านช่องทางต่าง ๆ
- การโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์
- การประเมินผลการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์
- ผลกระทบของสื่อ social กับองค์กร
- บทบาทหน้าที่ ของพนักงานในองค์กร ในการใช้สื่อออนไลน์
- การปรับตัวขององค์กรให้เข้ากับยุค Digital

ระยะเวลาการอบรม

1 วัน



อ.เกียรติรัตน์ จินตามณี

ผู้เชี่ยวชาญด้าน Digital Marketing

อ.เกียรติรัตน์ เป็นผู้เชี่ยวชาญด้าน Content marketing และ SEO ผู้ก่อตั้งสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการ “เก๋ไก๋ใหญ่” มีผลงานการเขียนหนังสือหลายเล่ม อาทิ เก๋ไก๋ใหญ่ใจถึง แนวคิดสร้างธุรกิจร้อยล้าน ปลุกแเจกมาลิบยักษ์ และเป็นวิทยากรให้กับสถาบันการศึกษา ภาครัฐ ภาคเอกชน และราชการหลายแห่ง

• 9 มีนาคม 2564

• 3 สิงหาคม 2564

09.00-16.00 น.

ณ ห้องประชุม CRF

ถ.สงวนประภา กรุงเทพฯ

สถานที่อบรมสามารถเปลี่ยนแปลง

ได้ตามความเหมาะสม

ค่าธรรมเนียมการอบรม

ท่านละ 3,990.00 บาท รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม รวมอาหารกลางวัน 1 มื้อ และอาหารว่าง 2 มื้อ สามารถเบิกจ่าย และหัก ณ ที่จ่ายได้ตามที่กฎหมายกำหนด



โปรดสแกนบาร์โค้ดเพื่อลงทะเบียน



สร้าง Infographic ได้ ภายใน 1 วัน

เหตุผลและความจำเป็น

ในยุคที่ผู้คนเสพสื่อสังคมออนไลน์เป็นหลัก ความเร็ว ความง่ายในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม กอปรกับลักษณะนิสัยของคนไทยที่ไม่ค่อยชอบอ่านหนังสือ ทำให้การสื่อสารเนื้อหาที่มีความซับซ้อน ไม่เป็นที่สนใจของผู้รับสารอีกต่อไป

Infographic คือการแสดงข้อมูลอันสลับซับซ้อนด้วยภาพที่มีความสวยงาม สื่อความหมายได้กระชับ เข้าใจง่าย ไม่น่าเบื่อเหมือนตัวหนังสือที่เรียงติด ๆ กันจำนวนมาก Infographic จึงได้รับความนิยมในการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลมีเดีย

หลักสูตรฝึกอบรม "สร้าง Infographic ได้ภายใน 1 วัน" ประกอบด้วยเนื้อหา 3 หมวด ได้แก่ 1.การแปลงข้อมูลเป็น Information 2. สอนวิธีการวิเคราะห์ Content การออกแบบ การสเก็ชไอเดีย และ 3.ฝึกปฏิบัติ เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถสร้างผลงาน Infographic ที่ดีได้ภายในหนึ่งวัน



อ.สาพร ก้องเกียรติธรรม

อ.สาพร เป็นมืออาชีพทางด้านกราฟิกดีไซน์ จบการศึกษาด้วยคุณวุฒิปริญญาตรีศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ในสาขานฤมิตรศิลป์ (Creative Arts) จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปัจจุบัน เป็นอาจารย์พิเศษที่มหาวิทยาลัยศรีปทุม และเป็นวิทยากรให้กับหน่วยงานราชการและเอกชนหลายแห่ง

แปลงข้อมูลที่ซับซ้อน เป็นแผนภาพที่เข้าใจง่าย ด้วย Infographic

วัตถุประสงค์

1. ผู้อบรมสามารถแปลงข้อมูลเป็น Information ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ผู้เข้าอบรมได้รับความรู้ด้าน Infographic ในการทำสื่อประชาสัมพันธ์
3. ผู้เข้าอบรมมีความรู้การออกแบบ เข้าใจ เข้าถึง แนวคิด ขั้นตอนการทำภาพ อินโฟกราฟิก
4. ผู้เข้าอบรมสามารถวิเคราะห์ Content เพื่อการออกแบบได้อย่างน่าสนใจ

กลุ่มเป้าหมาย

1. ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์
2. ผู้ปฏิบัติงานด้านกราฟิกดีไซน์ การออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

เนื้อหาหลักสูตร

- ทำความเข้าใจกับความหมาย และหลักการเบื้องต้นของ Infographic
- ขั้นตอนการสร้าง infographic
- Pre-production - การตั้งหัวข้อ การค้นคว้าหาทรัพยากร การวิเคราะห์เนื้อหา การออกแบบข้อมูลข่าวสาร
- Production - แร้งบันทึกลง การสเก็ชไอเดีย การออกแบบ การทดสอบ และปิดงาน
- ฝึกปฏิบัติการ จากเนื้อหาตั้งแต่ต้น สู่การออกแบบ
- ฝึกปฏิบัติการ วิธีการเชิงสัญลักษณ์
- การสร้าง infographic ที่ดี

ระยะเวลาการอบรม

1 วัน

• 27 เมษายน 2564

• 5 ตุลาคม 2564

09.00-16.00 น.

ณ ห้องประชุม CRF

ถ.สรองประชา กรุงเทพฯ

สถานที่อบรมสามารถเปลี่ยนแปลง
ได้ตามความเหมาะสม

ค่าธรรมเนียมการอบรม

ท่านละ 3,990.00 บาท รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม
รวมอาหารกลางวัน 1 มื้อ และอาหารว่าง 2 มื้อ
สามารถเบิกจ่าย และหัก ณ ที่จ่ายได้ตามที่
กฎหมายกำหนด



โปรดสแกนบาร์โค้ดเพื่อลงทะเบียน



กลยุทธ์ด้านแบรนด์องค์กร

หลักการและเหตุผล

เมื่อพูดถึงแบรนด์ หลายองค์กรมักนึกถึงการเปลี่ยนตราสัญลักษณ์ การใช้สี หรือการจัดอีเว้นท์เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์ หลายองค์กรใช้เงินลงทุนจำนวนมากเพื่อเปลี่ยนสีและโลโก้ แต่สิ่งเหล่านั้นกลับไม่ได้สร้างความรู้สึกที่ดีขึ้นให้ผู้บริโภคแต่อย่างใด

ที่เป็นเช่นนั้น เพราะแบรนด์ขององค์กรประกอบด้วยมิติที่หลากหลาย การจดจำได้ขึ้นอยู่กับการมองเห็น การถ่ายทอดคุณค่าขึ้นอยู่กับการสื่อสาร และความจงรักภักดีขึ้นอยู่กับการใส่ใจในการให้บริการและแก้ปัญหาให้ลูกค้า

หลักสูตรกลยุทธ์ด้านแบรนด์องค์กรจึงมุ่งเน้นการสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องแบรนด์ การวิเคราะห์ที่ถูกต้อง และวางแผนสื่อสารเพื่อสร้างแบรนด์ให้องค์กรอย่างแท้จริง



อ.วาทิต ประสมทรัพย์

นักวิชาชีพ และที่ปรึกษาประชาสัมพันธ์

วาทิต มีประสบการณ์มากกว่า 20 ปี ในงานโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ให้กับภาครัฐและเอกชนหลายแห่ง มีความเชี่ยวชาญด้านการวางแผนกลยุทธ์ การใช้ New media ตลอดจนการสื่อสารในภาวะวิกฤต

วิเคราะห์ และวางแผนกลยุทธ์ ด้านแบรนด์องค์กร แบบครบทุกมิติ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมมีความเข้าใจในเรื่องแบรนด์อย่างถูกต้อง
2. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถวิเคราะห์แบรนด์องค์กรของตนเองได้อย่างละเอียดลึกซึ้ง
3. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถกำหนด และออกแบบการสื่อสารแบรนด์ได้อย่างครบวงจร

กลุ่มเป้าหมาย

1. ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์
2. ผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการวางแผนกลยุทธ์ด้านประชาสัมพันธ์และการตลาด

เนื้อหาหลักสูตร

- แนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ที่ว่าด้วยแบรนด์
- วิเคราะห์แบรนด์องค์กร
- การวางแผนกลยุทธ์ด้านแบรนด์
 - Value, Commitment, positioning, attribute, image, benefit, identity
 - Tangible and Intangible asset
- การสื่อสารแบรนด์

ระยะเวลาการอบรม

1 วัน

• 19 พฤษภาคม 2564

• 17 สิงหาคม 2564

09.00-16.00 น.

ห้องประชุม CRF

ถ.สรองประชา กรุงเทพฯ

สถานที่อบรมสามารถเปลี่ยนแปลง
ได้ตามความเหมาะสม

ค่าธรรมเนียมการอบรม

ท่านละ 4,590.00 บาท รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม
รวมอาหารกลางวัน 1 มื้อ และอาหารว่าง 2 มื้อ
สามารถเบิกจ่าย และหัก ณ ที่จ่ายได้ตามที่
กฎหมายกำหนด



โปรดสแกนบาร์โค้ดเพื่อลงทะเบียน

กลยุทธ์ชุมชนสัมพันธ์

หลักการและเหตุผล

การดำเนินโครงการพัฒนาต่าง ๆ มักประสบปัญหาการต่อต้านหรือการคัดค้านจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ อยู่บ่อยครั้ง บางครั้งอาจทำให้เกิดล่าช้าหรือหยุดชะงักลงเพราะความไม่เข้าใจ ขาดการยอมรับจากผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐหรือชุมชนรอบข้าง หรือแม้กระทั่งภายในองค์กรเอง

ปัญหาเหล่านี้เกิดขึ้นในทุกระดับชั้น ไม่ว่าจะเป็นโรงงานเล็ก ๆ ในชุมชน การก่อสร้างโครงการขนาดกลาง-ใหญ่ หรือแม้กระทั่งโครงการพัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐานของรัฐ ล้วนมีแรงเสียดทานจากชุมชนในพื้นที่ กลุ่มองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร สื่อมวลชนท้องถิ่น หรือแม้กระทั่งกระแสสังคม

สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ ส่วนหนึ่งเกิดขึ้นจากความไม่พร้อมในการพัฒนาโครงการหรือการดำเนินงาน และยังสามารถเกิดจากความไม่เข้าใจในบริบทของแต่ละพื้นที่ แต่เครื่องมืออย่างหนึ่งที่จะช่วยลดแรงเสียดทาน และลดอุปสรรคจากการต่อต้านได้ คือ การสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ การสร้างการมีส่วนร่วม และการยอมรับในแนวทางที่จะก่อให้เกิดการอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืน

หัวข้ออบรม กลยุทธ์ชุมชนสัมพันธ์ จึงถูกจัดทำขึ้นจากนักวิชาการและนักปฏิบัติ ผู้มีประสบการณ์ด้านประชาสัมพันธ์ ชุมชนสัมพันธ์ การจัดการสิ่งแวดล้อม และรัฐกิจสัมพันธ์ เพื่อให้องค์กรสามารถนำไปประยุกต์ใช้ร่วมกับการพัฒนาโครงการต่าง ๆ ให้ประสบความสำเร็จต่อไป



อ.ธนาคม จนาพิทักษ์

นักวิชาการด้านการสื่อสาร ประสบการณ์กว่า 20 ปี อดีตผู้สื่อข่าว บ.ส.พ. กรุงเทพมหานคร ผู้จัดการบรรณาธิการนิตยสารชีวิต ผู้เชี่ยวชาญด้านชุมชนสัมพันธ์และ CSR อดีต บก. ที่ปรึกษานิตยสารมีราเคิลออฟไลฟ์ในกรุงเทพฯ บก.บพ. นิตยสารหัวใจเดียวกัน เพื่อจังหวัดชายแดนใต้ บก. วารสารวิทยากรของครูสภา นักเขียน นักวิเคราะห์ นักแต่งเพลง

หลายโครงการ ดำเนินการไม่ได้ หรือไม่สำเร็จ เพราะละเลยเรื่องชุมชนสัมพันธ์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมมีความตระหนักถึงการมองโครงการหรือการพัฒนา ในมิติมุมมองของชุมชน
2. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้กลยุทธ์ และเทคนิค ของการใช้สื่อและกิจกรรมประเภทต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ
3. เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมได้เรียนรู้ และศึกษาวิเคราะห์จากกรณีศึกษาที่น่าสนใจ
4. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถวางแผนการดำเนินงานกลยุทธ์การสื่อสาร สำหรับโครงการต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

กลุ่มเป้าหมาย

1. หน่วยงานภาครัฐ หรือภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการที่ส่งผลกระทบต่อชุมชน
2. เจ้าของ หรือผู้ประกอบการอุตสาหกรรมทั้งขนาดเล็ก และขนาดใหญ่
3. ผู้ปฏิบัติงานในสายงานประชาสัมพันธ์ ชุมชนสัมพันธ์ รัฐกิจสัมพันธ์ และ CSR

ระยะเวลาการอบรม

1 วัน

- 16 มีนาคม 2564
- 20 กรกฎาคม 2564

09.00-16.00 น.

ณ ห้องประชุม CRF กรุงเทพ

สถานที่อบรมสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม

ค่าธรรมเนียมการอบรม

ท่านละ 4,590.00 บาท รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม รวมอาหารกลางวัน 1 มื้อ และอาหารว่าง 2 มื้อ สามารถเบิกจ่าย และหัก ณ ที่จ่ายได้ตามที่กฎหมายกำหนด



โปรดสแกนบาร์โค้ดเพื่อลงทะเบียน

การเขียนแผนกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์

หลักการและเหตุผล

"ผลการสำรวจพบว่า การวิเคราะห์ SWOT ที่ถูกต้องมีน้ำหนักความสำคัญต่อความสำเร็จของกลยุทธ์เพียง ร้อยละ 5 เท่านั้น การวางแผนกลยุทธ์ที่เหมาะสม มีน้ำหนักความสำคัญ ร้อยละ 25 และ น้ำหนักความสำคัญที่มากที่สุดถึง ร้อยละ 70 คือการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ" (ดร.พงศ์ศรินทร์ พลศรีเลิศ)

ดังนั้น การวางแผนกลยุทธ์ทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ จึงมีองค์ประกอบหลายส่วน ไม่ใช่แค่ SWOT อย่างเดียวเท่านั้น และที่สำคัญ เมื่อเขียนกลยุทธ์แล้ว จะต้องนำไปปฏิบัติได้จริงด้วย ก็จะช่วยเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จทางการสื่อสารได้มากขึ้น



อ.วาทิต ประสมทรัพย์

นักวิชาชีพ และที่ปรึกษาประชาสัมพันธ์

วาทิต มีประสบการณ์มากกว่า 20 ปี ในงานโฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้กับภาครัฐและเอกชนหลายแห่ง - มีความเชี่ยวชาญด้านการวางแผนกลยุทธ์ การใช้สื่อ New media ตลอดจนการสื่อสารในภาวะวิกฤต

- 20 เมษายน 2564
- 13 กรกฎาคม 2564

09.00-16.00 น.

ห้องประชุม CRF

ถ.สรองประชา กรุงเทพฯ

สถานที่อบรมสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม

ค่าธรรมเนียมการอบรม

ท่านละ 4,590.00 บาท รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม
รวมอาหารกลางวัน 1 มื้อ และอาหารว่าง 2 มื้อ
สามารถเบิกจ่าย และหัก ณ ที่จ่ายได้ตามที่
กฎหมายกำหนด



โปรดสแกนบาร์โค้ดเพื่อลงทะเบียน

แนวคิด ทฤษฎี เทคนิค และเครื่องมือ สำหรับการวางแผนกลยุทธ์ด้านประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมมีความเข้าใจในการใช้เครื่องมือต่าง ๆ เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์
2. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมเห็นภาพของบริบททางการสื่อสารในยุคปัจจุบัน
3. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถ "สังเคราะห์" งานประชาสัมพันธ์ขององค์กรได้
4. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมมีเครื่องมือ ที่จะช่วยใช้ในการกำหนดกลยุทธ์งานประชาสัมพันธ์

กลุ่มเป้าหมาย

1. ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์
2. ผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการวางแผนกลยุทธ์ด้านประชาสัมพันธ์

เนื้อหาหลักสูตร

- บริบททางการประชาสัมพันธ์ในยุคปัจจุบัน
- เครื่องมือในการวิเคราะห์สถานการณ์ TOWSWOT และ Forces analysis
- การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย แบบ Persona
- เทคนิคทางการสื่อสาร และการเขียนแผนกลยุทธ์การสื่อสารแบบครบวงจร

ระยะเวลาการอบรม

1 วัน

การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต

เหตุผลและความจำเป็น

วิกฤตการณ์ คือ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่คาดคิด ซึ่งมักเป็นเหตุการณ์ที่มีความรุนแรงต่อชีวิตและทรัพย์สิน ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงาน อาจทำให้การทำงานต้องหยุดชะงัก และอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กรได้

และยิ่งในภาวะที่สังคมยึดติดกับการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย มีการแสดงความคิดเห็น มีการนำภาพหรือข้อความบางอย่างออกมาเปิดเผยต่อสาธารณะ หรือกระทั่งบุคลากรในองค์กรเองที่มีวิธีการสื่อสารที่ไม่เหมาะสมเพียงพอ ก็อาจนำมาซึ่งข้อโต้แย้ง กลายเป็นประเด็นร้อน และส่งผลกระทบต่อองค์กรได้

การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต จึงเป็นกระบวนการ และวิธีการ ที่จะช่วยบรรเทาความรุนแรงของวิกฤตการณ์ ลดความสูญเสีย ช่วยเหลือด้านความรู้สึของผู้ได้รับผลกระทบ และช่วยปกป้องภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กรไว้ได้



อ.วาทิต ประสมทรัพย์

นักวิชาชีพ และที่ปรึกษาประชาสัมพันธ์

วาทิต มีประสบการณ์มากกว่า 20 ปี โดยในด้านการสื่อสารในภาวะวิกฤตนั้น วาทิต มีประสบการณ์ในการเขียนแผนการจัดการและการสื่อสารในภาวะวิกฤตให้กับหน่วยงานหลายแห่ง วาทิต เคยเข้าร่วมประชุม Asia Emergency Management Conference ที่เมืองมาเก๊า และมีประสบการณ์ตรงเรื่องการสื่อสารในภาวะวิกฤตอีกหลายกรณี ที่พร้อมจะมาแบ่งปันประสบการณ์ให้กับผู้เข้าอบรมทุกท่าน

แนวคิด กระบวนการ และวิธีการ สื่อสารและประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมเข้าใจแนวคิดเรื่องวิกฤตการณ์ และการบริหารประเด็น
2. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้รับทราบถึงกระบวนการของการสื่อสารในภาวะวิกฤต
3. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถสื่อสารในภาวะวิกฤตได้อย่างเหมาะสม

กลุ่มเป้าหมาย

หัวหน้างาน หรือ ผู้ปฏิบัติงานในสายงานสื่อสารองค์กร ประชาสัมพันธ์ และชุมชนสัมพันธ์

เนื้อหาหลักสูตร

- การประเมินความเสี่ยง
- การจัดตั้งทีมสื่อสารในภาวะวิกฤต
- การวางแผนสื่อสารในภาวะวิกฤต
- การชักชวนกระบวนการบริหารจัดการการสื่อสารเมื่อเกิดภาวะวิกฤต
- การรวบรวมทีมและวิเคราะห์สถานการณ์
- การแสดงความเห็นอกเห็นใจต่อผู้ได้รับผลกระทบ
- การบรรเทาความกังวลต่อวิกฤตการณ์
- การเขียนคำแถลงการณ์เพื่อสื่อสารในภาวะวิกฤต
- การประชาสัมพันธ์หลังภาวะวิกฤต
- การถอดบทเรียน จากภาวะวิกฤต

ระยะเวลาการอบรม

1 วัน

• 22 มิถุนายน 2564

• 27 ตุลาคม 2564

09.00-16.00 น.

ณ ห้องประชุม CRF

ก.สรองประกา กรุงเทพ

สถานที่อบรมสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม

ค่าธรรมเนียมการอบรม

ท่านละ 4,590.00 บาท รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม
รวมอาหารกลางวัน 1 มื้อ และอาหารว่าง 2 มื้อ
สามารถเบิกจ่าย และหัก ณ ที่จ่ายได้ตามที่กฎหมายกำหนด



โปรดสแกนบาร์โค้ดเพื่อลงทะเบียน