

ชื่องาน : คู่มือปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

วิธีการขั้นตอนการปฏิบัติงาน : กระบวนการงานประชาสัมพันธ์ สถาบันภาษา

หลักเกณฑ์วิธีการปฏิบัติงาน

การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือ และสื่อกลางในการสื่อสารจากองค์กรสู่กลุ่มเป้าหมาย การสร้างความสัมพันธ์อันใกล้ชิดให้เกิดขึ้นระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมาย ปัจจุบันสื่อในการประชาสัมพันธ์มีมากมายและหลากหลาย ซึ่งจะต้องพิจารณารูปแบบของการติดต่อสื่อสารให้เหมาะสม เพื่อให้ได้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลที่ต้องการแม่นยำ ถ่ายทอดไปยังผู้รับสาร และกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง รวดเร็วและทันต่อเวลา

เทคนิคการปฏิบัติงาน

- ผู้ส่งมอบ : ผู้บริหารสถาบันภาษาและหน่วยงานต่างๆภายในมหาวิทยาลัย
การประชาสัมพันธ์ข้อมูล/ข่าวสารถูกต้อง และทันต่อสถานการณ์
- ผู้รับบริการ : นักเรียน นักศึกษา บุคลากรและประชาชนทั่วไป
การประชาสัมพันธ์ข้อมูล/ข่าวสารถูกต้อง และทันต่อสถานการณ์
- ผู้มีส่วนได้/ส่วนเสีย : มหาวิทยาลัย และสถาบันภาษา ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัย และสถาบันภาษา
- คู่ความร่วมมือ : สื่อมวลชนทุกแขนง รายละเอียดของข้อมูลการประชาสัมพันธ์ที่ต้องการ
- กฎหมาย/ระเบียบ : พรบ.ข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2540
เปิดการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการต่างๆ ของรัฐ

การวางแผนการประชาสัมพันธ์

การวางแผน คือขบวนการขั้นหนึ่งในการบริหารงานให้ลุล่วงตามวัตถุประสงค์และนโยบายที่กำหนดไว้ แผนจึงเป็นเรื่องเกี่ยวกับการใช้ความรู้ในทางวิทยาการ และวิจรณ์ญาณวินิจฉัยเหตุการณ์ในอนาคตแล้วกำหนดวิธีการโดยถูกต้องและมีเหตุผลเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามแผนอย่างเรียบร้อยสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนั้น “การวางแผน” ยังเป็นเรื่องของการกำหนดวัตถุประสงค์ กิจกรรม หรือการวางกลยุทธ์เพื่อให้สอดคล้องกับปัญหา การวางแผนประชาสัมพันธ์นี้ ต้องประกอบด้วยวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนและต้องสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กรซึ่งจะช่วยให้สามารถวัดผลได้ตามเป้าหมาย

การวางแผนประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน คือ

- 1) การประเมินสถานการณ์ทั่วไป
- 2) การกำหนดวัตถุประสงค์
- 3) การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย
- 4) การเลือกกิจกรรมและสื่อที่จะใช้
- 5) การกำหนดงบประมาณ
- 6) การประเมินผลงานประชาสัมพันธ์

ทั้งนี้ หากจะจำแนกประเภทตามลักษณะของแผนก็สามารถแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะคือ

- 1) แผนระยะสั้นและแผนระยะยาว
- 2) แผนการประชาสัมพันธ์แบบครั้งเดียวและแบบมีจุดยืน (One-time Plan and Standing Plan)

3) แผนยุทธศาสตร์และยุทธวิธี (Strategic and Tactical Plans) ซึ่งแผนยุทธศาสตร์หรือแผนกลยุทธ์ (Strategic Plan) นี้จะคล้ายกับแผนระยะยาวที่เป็นการกระทำกิจกรรมและวิธีการปฏิบัติต่างๆ เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร

วิธีการขั้นตอนการปฏิบัติงาน / ระยะเวลาการปฏิบัติงาน

ลำดับ	ขั้นตอนการปฏิบัติ	ระยะเวลาดำเนินการ	เอกสารที่เกี่ยวข้อง (ถ้ามี)
1.	รับมอบนโยบายจากผู้บริหารระดับสูง	1 วัน	แผนยุทธศาสตร์ นโยบาย
2.	แต่งตั้งคณะทำงานรับผิดชอบการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์และประชุมมอบหมายงาน	3 วัน	คำสั่งแต่งตั้งคณะทำงานจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ระดับพื้นที่
3.	รวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เข้าใจถึงสภาพปัญหา สาเหตุ และกำหนดประเด็น	7 วัน	แบบประเมินผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
4.	นำข้อมูลจากการวิเคราะห์มาย่างร่างแผนประชาสัมพันธ์เพื่อกำหนดโครงการ/กิจกรรมรวมทั้งวิธีการหรือแนวทางปฏิบัติให้ชัดเจน	7 วัน	ร่างแผนประชาสัมพันธ์
5.	ประชุมคณะท างานเพื่อพิจารณาร่างแผนประชาสัมพันธ์หากยังไม่ครอบคลุมทุกประเด็นหรือไม่ชัดเจนให้เติมเต็มรายละเอียดต่าง ๆ ให้ชัดเจน	1 วัน	รายงานการประชุมข้อเสนอแนะและแนวทางปรับปรุงแก้ไขแผน
6.	นำร่างแผนที่ผ่านการกลั่นกรองหรือปรับปรุงแก้ไขแล้ว เพื่อจัดทำแผนประชาสัมพันธ์แบบสมบูรณ์	3 วัน	แผนประชาสัมพันธ์แบบสมบูรณ์ที่รอการอนุมัติจากผู้มีอำนาจ
7.	ขออนุมัติดำเนินการตามแผนประชาสัมพันธ์จากผู้บริหาร	1 วัน	แผนประชาสัมพันธ์ที่ผ่านการเห็นชอบและอนุมัติแล้ว
8.	จัดประชุมชี้แจงรายละเอียดของแผนประชาสัมพันธ์ให้หน่วยปฏิบัติทราบอย่างละเอียด	1 วัน	รายงานการประชุมมอบหมายงาน
9.	ดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อตาม	ตามระยะเวลาที่กำหนด	แผนปฏิบัติ

ลำดับ	ขั้นตอนการปฏิบัติ	ระยะเวลาดำเนินการ	เอกสารที่เกี่ยวข้อง (ถ้ามี)
	โครงการ/ กิจกรรมของแผน ประชาสัมพันธ์	ในแผน	- รายงานผลการดำเนินงาน
10.	ประเมินผลติดตามการดำเนินงานตาม แผน เพื่อสรุปผล และนฟไปปรับปรุง หรือพัฒนาการดำเนินการต่อไป	7 วัน	รายงานสรุปผลการประเมินผล

กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ มาตรฐานที่เกี่ยวข้อง

ลำดับ	กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ มาตรฐานที่เกี่ยวข้อง
1.	พรบ.ข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2540