

บันทึกหลังการจัดการเรียนรู้
รหัสวิชา 2567-31910-2014 รายวิชา การจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล
เทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล เทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล/1 2567 (สทท.2/1)
ครูผู้สอน นางสาวสุรารักษ์ พลอยบุษย์ จำนวน
วันที่ 1 กันยายน 2568 สัปดาห์ที่ 16 จำนวน 31 คน

หัวข้อเรื่อง/เนื้อหาสาระ/การอบรม/ให้คำปรึกษา/บันทึกการสอน :

โมดูลที่ 1 : หลักการและแนวคิดของการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล

รายละเอียด/กิจกรรม

1. ครูแนะนำและบอกจุดประสงค์
2. ครูอธิบายความหมายของตัวแทน
3. ทำแบบฝึกหัดท้ายหน่วย

อื่นๆ ระบุ

ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล (Digital Public Relations) การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัลมีความสำคัญมากขึ้นทุกวัน โดยเฉพาะในโลกที่ผู้คนเชื่อมต่อกันตลอด 24 ชั่วโมงผ่าน

อินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดีย ดังนั้น การทำ PR แบบเดิมอาจไม่เพียงพออีกต่อไป การประชาสัมพันธ์ผ่าน สื่อดิจิทัล จึงกลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญสำหรับองค์กร ธุรกิจ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐ

สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้

PowerPoint

รายละเอียด :

ปัญหา/อุปสรรค

-

แนวทางการแก้ไขและปรับปรุง

-

ผลการจัดการเรียนรู้

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

1. เข้าใจเกี่ยวกับหลักการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล
2. มีทักษะในการออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์งานประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล
3. มีความสามารถประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับงานธุรกิจ

4. มีเจตคติและกิริยาที่ดีในการปฏิบัติงานด้วยความละเอียด รอบคอบ

สมรรถนะรายวิชา

1. ประมวลความรู้เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลตามหลักการ
2. ออกแบบงานประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลตามหลักการ
3. ประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับงานธุรกิจ

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล การเลือกใช้สื่อดิจิทัล

การเอื้อประโยชน์ด้านข้อมูลการประชาสัมพันธ์แก่สื่อเพื่อการเข้าถึงได้ง่าย ออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์

งานประชาสัมพันธ์ (Theme & Concept) ประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการ ประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล

สำหรับ งานธุรกิจ

วันที่ 2 กันยายน 2568 สัปดาห์ที่ 16 จำนวน 31 คน

หัวข้อเรื่อง/เนื้อหาสาระ/การอบรม/ให้คำปรึกษา/บันทึกการสอน :

โมดูลที่ 1 : หลักการและแนวคิดของการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล

รายละเอียด/กิจกรรม

1. ครูแนะนำและบอกจุดประสงค์
2. ครูอธิบายความหมายของตัวแทน
3. ทำแบบฝึกหัดท้ายหน่วย

อื่นๆ ระบุ

ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล (Digital Public Relations) การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัลมีความสำคัญมากขึ้นทุกวัน โดยเฉพาะในโลกที่ผู้คนเชื่อมต่อกันตลอด 24 ชั่วโมงผ่าน

อินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดีย ดังนั้น การทำ PR แบบเดิมอาจไม่เพียงพออีกต่อไป การประชาสัมพันธ์ผ่าน สื่อดิจิทัล จึงกลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญสำหรับองค์กร ธุรกิจ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐ

สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้

PowerPoint

รายละเอียด :

ปัญหา/อุปสรรค

-

แนวทางการแก้ไขและปรับปรุง

-

ผลการจัดการเรียนรู้

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

1. เข้าใจเกี่ยวกับหลักการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล
2. มีทักษะในการออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์งานประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล
3. มีความสามารถประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับงานธุรกิจ
4. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการปฏิบัติงานด้วยความละเอียด รอบคอบ

สมรรถนะรายวิชา

1. ประมวลความรู้เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลตามหลักการ
2. ออกแบบงานประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลตามหลักการ
3. ประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับงานธุรกิจ

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล การเลือกใช้สื่อดิจิทัล

การเอื้อประโยชน์ด้านข้อมูลการประชาสัมพันธ์แก่สื่อเพื่อการเข้าถึงได้ง่าย ออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์

งานประชาสัมพันธ์ (Theme & Concept) ประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการ ประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล

สำหรับ งานธุรกิจ

วันที่ 3 กันยายน 2568 สัปดาห์ที่ 16 จำนวน 31 คน

หัวข้อเรื่อง/เนื้อหาสาระ/การอบรม/ให้คำปรึกษา/บันทึกการสอน :

โมดูลที่ 1 : หลักการและแนวคิดของการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล

รายละเอียด/กิจกรรม

1. ครูแนะนำและบอกจุดประสงค์
2. ครูอธิบายความหมายของตัวแทน
3. ทำแบบฝึกหัดท้ายหน่วย

อื่นๆ ระบุ

ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล (Digital Public Relations) การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัลมีความสำคัญมากขึ้นทุกวัน โดยเฉพาะในโลกที่ผู้คนเชื่อมต่อกันตลอด 24 ชั่วโมงผ่าน

อินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดีย ดังนั้น การทำ PR แบบเดิมอาจไม่เพียงพออีกต่อไป การประชาสัมพันธ์ผ่าน สื่อดิจิทัล จึงกลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญสำหรับองค์กร ธุรกิจ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐ

สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้

PowerPoint

รายละเอียด :

ปัญหา/อุปสรรค

-

แนวทางการแก้ไขและปรับปรุง

-

ผลการจัดการเรียนรู้

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

1. เข้าใจเกี่ยวกับหลักการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล
2. มีทักษะในการออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์งานประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล
3. มีความสามารถประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับงานธุรกิจ
4. มีเจตคติและกิริยาที่ดีในการปฏิบัติงานด้วยความละเอียด รอบคอบ

สมรรถนะรายวิชา

1. ประมวลความรู้เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลตามหลักการ
2. ออกแบบงานประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลตามหลักการ
3. ประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับงานธุรกิจ

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล การเลือกใช้สื่อดิจิทัล

การเอื้อประโยชน์ด้านข้อมูลการประชาสัมพันธ์แก่สื่อเพื่อการเข้าถึงได้ง่าย ออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์งานประชาสัมพันธ์ (Theme & Concept) ประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการ ประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับ งานธุรกิจ

วันที่ 4 กันยายน 2568 สัปดาห์ที่ 16 จำนวน 31 คน

หัวข้อเรื่อง/เนื้อหาสาระ/การอบรม/ให้คำปรึกษา/บันทึกการสอน :

โมดูลที่ 1 : หลักการและแนวคิดของการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล

รายละเอียด/กิจกรรม

1. ครูแนะนำและบอกจุดประสงค์
2. ครูอธิบายความหมายของตัวแทน
3. ทำแบบฝึกหัดท้ายหน่วย

อื่นๆ ระบุ

ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล (Digital Public Relations) การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัลมีความสำคัญมากขึ้นทุกวัน โดยเฉพาะในโลกที่ผู้คนเชื่อมต่อกันตลอด 24 ชั่วโมงผ่านอินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดีย ดังนั้น การทำ PR แบบเดิมอาจไม่เพียงพออีกต่อไป การประชาสัมพันธ์ผ่าน สื่อดิจิทัล จึงกลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญสำหรับองค์กร ธุรกิจ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐ

สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้

PowerPoint

รายละเอียด :

ปัญหา/อุปสรรค

-

แนวทางการแก้ไขและปรับปรุง

-

ผลการจัดการเรียนรู้

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

1. เข้าใจเกี่ยวกับหลักการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล
2. มีทักษะในการออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์งานประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล
3. มีความสามารถประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับงานธุรกิจ
4. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการปฏิบัติงานด้วยความละเอียด รอบคอบ

สมรรถนะรายวิชา

1. ประมวลความรู้เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลตามหลักการ
2. ออกแบบงานประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลตามหลักการ
3. ประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับงานธุรกิจ

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล การเลือกใช้สื่อดิจิทัล

การเอื้อประโยชน์ด้านข้อมูลการประชาสัมพันธ์แก่สื่อเพื่อการเข้าถึงได้ง่าย ออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์งานประชาสัมพันธ์ (Theme & Concept) ประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการ ประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล สำหรับ งานธุรกิจ

วันที่ 5 กันยายน 2568 สัปดาห์ที่ 16 จำนวน 31 คน

หัวข้อเรื่อง/เนื้อหาสาระ/การอบรม/ให้คำปรึกษา/บันทึกการสอน :

โมดูลที่ 1 : หลักการและแนวคิดของการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล

รายละเอียด/กิจกรรม

1. ครูแนะนำและบอกจุดประสงค์
2. ครูอธิบายความหมายของตัวแทน
3. ทำแบบฝึกหัดท้ายหน่วย

อื่นๆ ระบุ

ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล (Digital Public Relations) การประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัลมีความสำคัญมากขึ้นทุกวัน โดยเฉพาะในโลกที่ผู้คนเชื่อมต่อกันตลอด 24 ชั่วโมงผ่านอินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดีย ดังนั้น การทำ PR แบบเดิมอาจไม่เพียงพออีกต่อไป การประชาสัมพันธ์ผ่าน สื่อดิจิทัล จึงกลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญสำหรับองค์กร ธุรกิจ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐ

สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้

PowerPoint

รายละเอียด :

ปัญหา/อุปสรรค

-

แนวทางการแก้ไขและปรับปรุง

-

ผลการจัดการเรียนรู้

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

1. เข้าใจเกี่ยวกับหลักการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล
2. มีทักษะในการออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์งานประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล
3. มีความสามารถประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับงานธุรกิจ
4. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการปฏิบัติงานด้วยความละเอียด รอบคอบ

สมรรถนะรายวิชา

1. ประมวลความรู้เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลตามหลักการ
2. ออกแบบงานประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลตามหลักการ
3. ประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับงานธุรกิจ

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล การเลือกใช้สื่อดิจิทัล

การเอื้อประโยชน์ด้านข้อมูลการประชาสัมพันธ์แก่สื่อเพื่อการเข้าถึงได้ง่าย ออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์

งานประชาสัมพันธ์ (Theme & Concept) ประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการ ประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล
สำหรับ งานธุรกิจ

วันที่ 8 กันยายน 2568 สัปดาห์ที่ 17 จำนวน 31 คน

หัวข้อเรื่อง/เนื้อหาสาระ/การอบรม/ให้คำปรึกษา/บันทึกการสอน :
บทเรียนโมดูลที่ 2 เรื่อง การเลือกใช้สื่อดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์

รายละเอียด/กิจกรรม

1. ครูแนะนำและบอกจุดประสงค์
2. ครูอธิบายความหมายของตัวแทน
3. ทำแบบฝึกหัดท้ายหน่วย

อื่นๆ ระบุ

หน่วยที่ 2 สื่อดิจิทัลที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

ประเภทของสื่อดิจิทัล

เว็บไซต์ (Website)

- ศูนย์กลางข้อมูลขององค์กร
- ใช้เผยแพร่ข่าว ประชาสัมพันธ์ ผลงาน สินค้า/บริการ
- สร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือ

โซเชียลมีเดีย (Social Media)

- เช่น Facebook, Instagram, X (Twitter), TikTok
- ใช้ติดต่อสื่อสาร สร้างปฏิสัมพันธ์ และเผยแพร่ข่าวสารแบบรวดเร็ว
- เหมาะทั้งภาพ ข้อความ วิดีโอ

บล็อกและเว็บไซต์ข่าว (Blog/News Site)

- ใช้เผยแพร่บทความ ข่าว ประชาสัมพันธ์ ผลงาน
- เป็นพื้นที่ให้ผู้เชี่ยวชาญเข้าถึงเนื้อหาที่ต้องการเจาะลึก

วิดีโอสตรีมมิง (Video Streaming)

- เช่น YouTube, Facebook Live, TikTok Live
- เผยแพร่เนื้อหาวิดีโอ บรรยายสด สัมภาษณ์ หรืองานกิจกรรมขององค์กร

จดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ (Email Newsletter)

- ใช้ส่งข้อมูล ข่าวสาร ผลิตภัณฑ์ใหม่ โปรโมชั่นถึงผู้ที่สมัครสมาชิกโดยตรง
- มีลักษณะเฉพาะเจาะจงตรงกลุ่มผู้รับ

อินฟลูเอนเซอร์และผู้มีอิทธิพล (Influencers)

- ใช้ผู้มีอิทธิพลบนโลกออนไลน์ช่วยสื่อสารภาพลักษณ์ของแบรนด์ไปสู่ผู้ติดตาม
 - สร้างความน่าเชื่อถือและเข้าถึงผู้บริโภคได้ตรงกลุ่มมากขึ้น
-

สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้

PowerPoint

รายละเอียด :

ปัญหา/อุปสรรค

-

แนวทางการแก้ไขและปรับปรุง

-

ผลการจัดการเรียนรู้

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

1. เข้าใจเกี่ยวกับหลักการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล
2. มีทักษะในการออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์งานประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล
3. มีความสามารถประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับงานธุรกิจ
4. มีเจตคติและกิริยาที่ดีในการปฏิบัติงานด้วยความละเอียด รอบคอบ

สมรรถนะรายวิชา

1. ประมวลความรู้เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลตามหลักการ
2. ออกแบบงานประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลตามหลักการ
3. ประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับงานธุรกิจ

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล การเลือกใช้สื่อดิจิทัล

การเอื้อประโยชน์ด้านข้อมูลการประชาสัมพันธ์แก่สื่อเพื่อการเข้าถึงได้ง่าย ออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์

งานประชาสัมพันธ์ (Theme & Concept) ประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการ ประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล

สำหรับ งานธุรกิจ

วันที่ 9 กันยายน 2568 สัปดาห์ที่ 17 จำนวน 31 คน

หัวข้อเรื่อง/เนื้อหาสาระ/การอบรม/ให้คำปรึกษา/บันทึกการสอน :

บทเรียนโมดูลที่ 2 เรื่อง การเลือกใช้สื่อดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์

รายละเอียด/กิจกรรม

1. ครูแนะนำและบอกจุดประสงค์
2. ครูอธิบายความหมายของตัวแทน
3. ทำแบบฝึกหัดท้ายหน่วย

อื่นๆ ระบุ

หน่วยที่ 2 สื่อดิจิทัลที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

ประเภทของสื่อดิจิทัล

เว็บไซต์ (Website)

- ศูนย์กลางข้อมูลขององค์กร
- ใช้เผยแพร่ข่าว ประชาสัมพันธ์ ผลงาน สินค้า/บริการ
- สร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือ

โซเชียลมีเดีย (Social Media)

- เช่น Facebook, Instagram, X (Twitter), TikTok
- ใช้ติดต่อสื่อสาร สร้างปฏิสัมพันธ์ และเผยแพร่ข่าวสารแบบรวดเร็ว
- เหมาะทั้งภาพ ข้อความ วิดีโอ

บล็อกและเว็บไซต์ข่าว (Blog/News Site)

- ใช้เผยแพร่บทความ ข่าว ประชาสัมพันธ์ ผลงาน
- เป็นพื้นที่ให้ผู้สื่อข่าวถึงเนื้อหาที่ต้องการเจาะลึก

วิดีโอสตรีมมิง (Video Streaming)

- เช่น YouTube, Facebook Live, TikTok Live
- เผยแพร่เนื้อหาวิดีโอ บรรยายสด สัมภาษณ์ หรืองานกิจกรรมขององค์กร

จดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ (Email Newsletter)

- ใช้ส่งข้อมูล ข่าวสาร ผลิตภัณฑ์ใหม่ โปรโมชั่นถึงผู้ที่สมัครสมาชิกโดยตรง
- มีลักษณะเฉพาะเจาะจงตรงกลุ่มผู้รับ

อินฟลูเอนเซอร์และผู้มีอิทธิพล (Influencers)

- ใช้ผู้มีอิทธิพลบนโลกออนไลน์ช่วยสื่อสารภาพลักษณ์ของแบรนด์ไปสู่ผู้ติดตาม
- สร้างความน่าเชื่อถือและเข้าถึงผู้บริโภคได้ตรงกลุ่มมากขึ้น

สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้

PowerPoint

รายละเอียด :

ปัญหา/อุปสรรค

-

แนวทางการแก้ไขและปรับปรุง

-

ผลการจัดการเรียนรู้

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

1. เข้าใจเกี่ยวกับหลักการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล
2. มีทักษะในการออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์งานประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล
3. มีความสามารถประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับงานธุรกิจ
4. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการปฏิบัติงานด้วยความละเอียด รอบคอบ

สมรรถนะรายวิชา

1. ประมวลความรู้เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลตามหลักการ
2. ออกแบบงานประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลตามหลักการ
3. ประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับงานธุรกิจ

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล การเลือกใช้สื่อดิจิทัล

การเอื้อประโยชน์ด้านข้อมูลการประชาสัมพันธ์แก่สื่อเพื่อการเข้าถึงได้ง่าย ออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์งานประชาสัมพันธ์ (Theme & Concept) ประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการ ประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับ งานธุรกิจ

วันที่ 10 กันยายน 2568 สัปดาห์ที่ 17 จำนวน 31 คน

หัวข้อเรื่อง/เนื้อหาสาระ/การอบรม/ให้คำปรึกษา/บันทึกการสอน :

บทเรียนโมดูลที่ 2 เรื่อง การเลือกใช้สื่อดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์

รายละเอียด/กิจกรรม

1. ครูแนะนำและบอกจุดประสงค์
2. ครูอธิบายความหมายของตัวแทน
3. ทำแบบฝึกหัดท้ายหน่วย

อื่นๆ ระบุ

หน่วยที่ 2 สื่อดิจิทัลที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

ประเภทของสื่อดิจิทัล

เว็บไซต์ (Website)

- ศูนย์กลางข้อมูลขององค์กร
- ใช้เผยแพร่ข่าว ประชาสัมพันธ์ ผลงาน สินค้า/บริการ
- สร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือ

โซเชียลมีเดีย (Social Media)

- เช่น Facebook, Instagram, X (Twitter), TikTok
- ใช้ติดต่อสื่อสาร สร้างปฏิสัมพันธ์ และเผยแพร่ข่าวสารแบบรวดเร็ว
- เหมาะทั้งภาพ ข้อความ วิดีโอ

บล็อกและเว็บไซต์ข่าว (Blog/News Site)

- ใช้เผยแพร่บทความ ข่าว ประชาสัมพันธ์ ผลงาน
- เป็นพื้นที่ให้ผู้เข้าใช้เข้าถึงเนื้อหาที่ต้องการเจาะลึก

วิดีโอสตรีมมิง (Video Streaming)

- เช่น YouTube, Facebook Live, TikTok Live
- เผยแพร่เนื้อหาวิดีโอ บรรยายสด สัมภาษณ์ หรืองานกิจกรรมขององค์กร

จดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ (Email Newsletter)

- ใช้ส่งข้อมูล ข่าวสาร ผลิตภัณฑ์ใหม่ โปรโมชั่นถึงผู้ที่สมัครสมาชิกโดยตรง
- มีลักษณะเฉพาะเจาะจงตรงกลุ่มผู้รับ

อินฟลูเอนเซอร์และผู้มีอิทธิพล (Influencers)

- ใช้ผู้มีอิทธิพลบนโลกออนไลน์ช่วยสื่อสารภาพลักษณ์ของแบรนด์ไปสู่ผู้ติดตาม
- สร้างความน่าเชื่อถือและเข้าถึงผู้บริโภคได้ตรงกลุ่มมากขึ้น

สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้

PowerPoint

รายละเอียด :

ปัญหา/อุปสรรค

-

แนวทางการแก้ไขและปรับปรุง

-

ผลการจัดการเรียนรู้

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

1. เข้าใจเกี่ยวกับหลักการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล
2. มีทักษะในการออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์งานประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล
3. มีความสามารถประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับงานธุรกิจ
4. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการปฏิบัติงานด้วยความละเอียด รอบคอบ

สมรรถนะรายวิชา

1. ประมวลความรู้เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลตามหลักการ
2. ออกแบบงานประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลตามหลักการ
3. ประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับงานธุรกิจ

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล การเลือกใช้สื่อดิจิทัล

การเอื้อประโยชน์ด้านข้อมูลการประชาสัมพันธ์แก่สื่อเพื่อการเข้าถึงได้ง่าย ออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์
งานประชาสัมพันธ์ (Theme & Concept) ประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการ ประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล
สำหรับ งานธุรกิจ

วันที่ 11 กันยายน 2568 สัปดาห์ที่ 17 จำนวน 31 คน

หัวข้อเรื่อง/เนื้อหาสาระ/การอบรม/ให้คำปรึกษา/บันทึกการสอน :
บทเรียนโมดูลที่ 2 เรื่อง การเลือกใช้สื่อดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์

รายละเอียด/กิจกรรม

1. ครูแนะนำและบอกจุดประสงค์
2. ครูอธิบายความหมายของตัวแทน
3. ทำแบบฝึกหัดท้ายหน่วย

อื่นๆ ระบุ

หน่วยที่ 2 สื่อดิจิทัลที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

ประเภทของสื่อดิจิทัล

เว็บไซต์ (Website)

- ศูนย์กลางข้อมูลขององค์กร
- ใช้เผยแพร่ข่าว ประชาสัมพันธ์ ผลงาน สินค้า/บริการ
- สร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือ

โซเชียลมีเดีย (Social Media)

- เช่น Facebook, Instagram, X (Twitter), TikTok
- ใช้ติดต่อสื่อสาร สร้างปฏิสัมพันธ์ และเผยแพร่ข่าวสารแบบรวดเร็ว
- เหมาะทั้งภาพ ข้อความ วิดีโอ

บล็อกและเว็บไซต์ข่าว (Blog/News Site)

- ใช้เผยแพร่บทความ ข่าว ประชาสัมพันธ์ ผลงาน
- เป็นพื้นที่ให้ผู้ใช้เข้าถึงเนื้อหาที่ต้องการเจาะลึก

วิดีโอสตรีมมิง (Video Streaming)

- เช่น YouTube, Facebook Live, TikTok Live
- เผยแพร่เนื้อหาวิดีโอ บรรยายสด สัมภาษณ์ หรืองานกิจกรรมขององค์กร

จดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ (Email Newsletter)

- ใช้ส่งข้อมูล ข่าวสาร ผลิตภัณฑ์ใหม่ โปรโมชั่นถึงผู้ที่สมัครสมาชิกโดยตรง
- มีลักษณะเฉพาะเจาะจงตรงกลุ่มผู้รับ

อินฟลูเอนเซอร์และผู้มีอิทธิพล (Influencers)

- ใช้ผู้มีอิทธิพลบนโลกออนไลน์ช่วยสื่อสารภาพลักษณ์ของแบรนด์ไปสู่ผู้ติดตาม
- สร้างความน่าเชื่อถือและเข้าถึงผู้บริโภคได้ตรงกลุ่มมากขึ้น

สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้

PowerPoint

รายละเอียด :

ปัญหา/อุปสรรค

-

แนวทางการแก้ไขและปรับปรุง

-

ผลการจัดการเรียนรู้

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

1. เข้าใจเกี่ยวกับหลักการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล
2. มีทักษะในการออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์งานประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล
3. มีความสามารถประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับงานธุรกิจ
4. มีเจตคติและกิริยาที่ดีในการปฏิบัติงานด้วยความละเอียด รอบคอบ

สมรรถนะรายวิชา

1. ประมวลความรู้เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลตามหลักการ
2. ออกแบบงานประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลตามหลักการ
3. ประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับงานธุรกิจ

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล การเลือกใช้สื่อดิจิทัล

การเอื้อประโยชน์ด้านข้อมูลการประชาสัมพันธ์แก่สื่อเพื่อการเข้าถึงได้ง่าย ออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์

งานประชาสัมพันธ์ (Theme & Concept) ประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการ ประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล

สำหรับ งานธุรกิจ

วันที่ 12 กันยายน 2568 สัปดาห์ที่ 17 จำนวน 31 คน

หัวข้อเรื่อง/เนื้อหาสาระ/การอบรม/ให้คำปรึกษา/บันทึกการสอน :

บทเรียนโมดูลที่ 2 เรื่อง การเลือกใช้สื่อดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์

รายละเอียด/กิจกรรม

1. ครูแนะนำและบอกจุดประสงค์
2. ครูอธิบายความหมายของตัวแทน

3. ทำแบบฝึกหัดท้ายหน่วย

อื่นๆ ระบุ

หน่วยที่ 2 สื่อดิจิทัลที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

ประเภทของสื่อดิจิทัล

เว็บไซต์ (Website)

- ศูนย์กลางข้อมูลขององค์กร
- ใช้เผยแพร่ข่าว ประชาสัมพันธ์ ผลงาน สินค้า/บริการ
- สร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือ

โซเชียลมีเดีย (Social Media)

- เช่น Facebook, Instagram, X (Twitter), TikTok
- ใช้ติดต่อสื่อสาร สร้างปฏิสัมพันธ์ และเผยแพร่ข่าวสารแบบรวดเร็ว
- เหมาะทั้งภาพ ข้อความ วิดีโอ

บล็อกและเว็บไซต์ข่าว (Blog/News Site)

- ใช้เผยแพร่บทความ ข่าว ประชาสัมพันธ์ ผลงาน
- เป็นพื้นที่ให้ผู้เข้าใช้เข้าถึงเนื้อหาที่ต้องการเจาะลึก

วิดีโอสตรีมมิง (Video Streaming)

- เช่น YouTube, Facebook Live, TikTok Live
- เผยแพร่เนื้อหาวิดีโอ บรรยายสด สัมภาษณ์ หรืองานกิจกรรมขององค์กร

จดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ (Email Newsletter)

- ใช้ส่งข้อมูล ข่าวสาร ผลิตภัณฑ์ใหม่ โปรโมชั่นถึงผู้ที่สมัครสมาชิกโดยตรง
- มีลักษณะเฉพาะเจาะจงตรงกลุ่มผู้รับ

อินฟลูเอนเซอร์และผู้มีอิทธิพล (Influencers)

- ใช้ผู้มีอิทธิพลบนโลกออนไลน์ช่วยสื่อสารภาพลักษณ์ของแบรนด์ไปสู่ผู้ติดตาม
- สร้างความน่าเชื่อถือและเข้าถึงผู้บริโภคได้ตรงกลุ่มมากขึ้น

สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้

PowerPoint

รายละเอียด :

ปัญหา/อุปสรรค

-

แนวทางการแก้ไขและปรับปรุง

-

ผลการจัดการเรียนรู้

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

1. เข้าใจเกี่ยวกับหลักการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล
2. มีทักษะในการออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์งานประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล
3. มีความสามารถประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับงานธุรกิจ
4. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการปฏิบัติงานด้วยความละเอียด รอบคอบ

สมรรถนะรายวิชา

1. ประมวลความรู้เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลตามหลักการ
2. ออกแบบงานประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลตามหลักการ
3. ประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับงานธุรกิจ

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล การเลือกใช้สื่อดิจิทัล

การเอื้อประโยชน์ด้านข้อมูลการประชาสัมพันธ์แก่สื่อเพื่อการเข้าถึงได้ง่าย ออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์งานประชาสัมพันธ์ (Theme & Concept) ประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการ ประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับ งานธุรกิจ

วันที่ 15 กันยายน 2568 สัปดาห์ที่ 18 จำนวน 31 คน

หัวข้อเรื่อง/เนื้อหาสาระ/การอบรม/ให้คำปรึกษา/บันทึกการสอน :

บทเรียนโมดูลที่ 3 เรื่อง การออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์ (Theme & Concept)

บทเรียนโมดูลที่ 4 : โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล

รายละเอียด/กิจกรรม

1. ครูแนะนำและบอกจุดประสงค์
2. ครูอธิบายความหมายของตัวแทน
3. ทำแบบฝึกหัดท้ายหน่วย

อื่นๆ ระบุ

1.1 Digital Media

1.2 องค์ประกอบของสื่อดิจิทัล

1.3 ประเภทของสื่อดิจิทัล

1.4 งานสร้างสรรค์จากสื่อดิจิทัล

หน่วยที่ 3 การจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ดิจิทัล

1. ความหมาย

- การจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ดิจิทัล คือ การกำหนดแนวทางและกลยุทธ์การสื่อสารขององค์กรผ่านช่องทางดิจิทัล เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุด มีทิศทางชัดเจน และสามารถติดตาม ประเมินผลได้

2. ขั้นตอนการจัดทำแผน PR ดิจิทัล

1. ตั้งเป้าหมาย (Objective):

- o SMART Goal (เจาะจง, วัดได้, บรรลุได้, สอดคล้อง, มีกรอบเวลา)

2. ศึกษากลุ่มเป้าหมาย (Target Audience):

- o อายุ, เพศ, พฤติกรรม, ความต้องการ

3. เลือกช่องทางดิจิทัล (Channel):

- o เว็บไซต์, โซเชียลมีเดีย, YouTube, Influencer ฯลฯ

4. ออกแบบข้อความ (Message):

- o สร้างสรรค์เนื้อหาที่ตรงใจกลุ่มผู้รับสาร

5. จัดตารางและงบประมาณ (Timeline & Budget):

- o ระบุวัน เวลา สื่อ และงบประมาณ

6. ลงมือปฏิบัติ (Implementation):

- o ผลิตและเผยแพร่เนื้อหาตามแผน

7. ติดตามและประเมินผล (Measurement):

- o ประเมินจาก KPIs เช่น Reach, Engagement, Click, Conversion

หน่วยที่ 4 วิธีเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) ให้มีประสิทธิภาพ

สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้

PowerPoint

รายละเอียด :

ปัญหา/อุปสรรค

-

แนวทางการแก้ไขและปรับปรุง

-

ผลการจัดการเรียนรู้

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

1. เข้าใจเกี่ยวกับหลักการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล
2. มีทักษะในการออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์งานประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล
3. มีความสามารถประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับงานธุรกิจ
4. มีเจตคติและกิริยาที่ดีในการปฏิบัติงานด้วยความละเอียด รอบคอบ

สมรรถนะรายวิชา

1. ประมวลความรู้เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลตามหลักการ

2. ออกแบบงานประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลตามหลักการ
3. ประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับงานธุรกิจ

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล การเลือกใช้สื่อดิจิทัล

การเอื้อประโยชน์ด้านข้อมูลการประชาสัมพันธ์แก่สื่อเพื่อการเข้าถึงได้ง่าย ออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์งานประชาสัมพันธ์ (Theme & Concept) ประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการ ประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับ งานธุรกิจ

วันที่ 16 กันยายน 2568 สัปดาห์ที่ 18 จำนวน 31 คน

หัวข้อเรื่อง/เนื้อหาสาระ/การอบรม/ให้คำปรึกษา/บันทึกการสอน :

บทเรียนโมดูลที่ 3 เรื่อง การออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์ (Theme & Concept)

บทเรียนโมดูลที่ 4 : โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล

รายละเอียด/กิจกรรม

1. ครูแนะนำและบอกจุดประสงค์
2. ครูอธิบายความหมายของตัวแทน
3. ทำแบบฝึกหัดท้ายหน่วย

อื่นๆ ระบุ

1.1 Digital Media

1.2 องค์ประกอบของสื่อดิจิทัล

1.3 ประเภทของสื่อดิจิทัล

1.4 งานสร้างสรรค์จากสื่อดิจิทัล

หน่วยที่ 3 การจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ดิจิทัล

1. ความหมาย

- การจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ดิจิทัล คือ การกำหนดแนวทางและกลยุทธ์การสื่อสารขององค์กรผ่านช่องทางดิจิทัล เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุด มีทิศทางชัดเจน และสามารถติดตาม ประเมินผลได้

2. ขั้นตอนการจัดทำแผน PR ดิจิทัล

1. ตั้งเป้าหมาย (Objective):

- o SMART Goal (เจาะจง, วัดได้, บรรลุได้, สอดคล้อง, มีกรอบเวลา)

2. ศึกษากลุ่มเป้าหมาย (Target Audience):

- o อายุ, เพศ, พฤติกรรม, ความต้องการ

3. เลือกช่องทางดิจิทัล (Channel):

- o เว็บไซต์, โซเชียลมีเดีย, YouTube, Influencer ฯลฯ

4. ออกแบบข้อความ (Message):

- o สร้างสรรค์เนื้อหาที่ตรงใจกลุ่มผู้รับสาร

5. จัดตารางและงบประมาณ (Timeline & Budget):

o ระบุวัน เวลา สื่อ และงบประมาณ

6. ลงมือปฏิบัติ (Implementation):

o ผลิตและเผยแพร่เนื้อหาตามแผน

7. ติดตามและประเมินผล (Measurement):

o ประเมินจาก KPIs เช่น Reach, Engagement, Click, Conversion

หน่วยที่ 4 วิธีเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) ให้มีประสิทธิภาพ

สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้

PowerPoint

รายละเอียด :

ปัญหา/อุปสรรค

-

แนวทางการแก้ไขและปรับปรุง

-

ผลการจัดการเรียนรู้

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

1. เข้าใจเกี่ยวกับหลักการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล
2. มีทักษะในการออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์งานประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล
3. มีความสามารถประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับงานธุรกิจ
4. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการปฏิบัติงานด้วยความละเอียด รอบคอบ

สมรรถนะรายวิชา

1. ประมวลความรู้เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลตามหลักการ
2. ออกแบบงานประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลตามหลักการ
3. ประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับงานธุรกิจ

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล การเลือกใช้สื่อดิจิทัล

การเอื้อประโยชน์ด้านข้อมูลการประชาสัมพันธ์แก่สื่อเพื่อการเข้าถึงได้ง่าย ออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์

งานประชาสัมพันธ์ (Theme & Concept) ประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการ ประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล

สำหรับ งานธุรกิจ

หัวข้อเรื่อง/เนื้อหาสาระ/การอบรม/ให้คำปรึกษา/บันทึกการสอน :
บทเรียนโมดูลที่ 3 เรื่อง การออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์ (Theme & Concept)
บทเรียนโมดูลที่ 4 : โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล

รายละเอียด/กิจกรรม

1. ครูแนะนำและบอกจุดประสงค์
2. ครูอธิบายความหมายของตัวแทน
3. ทำแบบฝึกหัดท้ายหน่วย

อื่นๆ ระบุ

- 1.1 Digital Media
- 1.2 องค์ประกอบของสื่อดิจิทัล
- 1.3 ประเภทของสื่อดิจิทัล
- 1.4 งานสร้างสรรค์จากสื่อดิจิทัล

หน่วยที่ 3 การจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ดิจิทัล

1. ความหมาย
 - การจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ดิจิทัล คือ การกำหนดแนวทางและกลยุทธ์การสื่อสารขององค์กรผ่านช่องทางดิจิทัล เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุด มีทิศทางชัดเจน และสามารถติดตาม ประเมินผลได้
2. ขั้นตอนการจัดทำแผน PR ดิจิทัล
 1. ตั้งเป้าหมาย (Objective):
 - o SMART Goal (เจาะจง, วัดได้, บรรลุได้, สอดคล้อง, มีกรอบเวลา)
 2. ศึกษากลุ่มเป้าหมาย (Target Audience):
 - o อายุ, เพศ, พฤติกรรม, ความต้องการ
 3. เลือกช่องทางดิจิทัล (Channel):
 - o เว็บไซต์, โซเชียลมีเดีย, YouTube, Influencer ฯลฯ
 4. ออกแบบข้อความ (Message):
 - o สร้างสรรค์เนื้อหาที่ตรงใจกลุ่มผู้รับสาร
 5. จัดตารางและงบประมาณ (Timeline & Budget):
 - o ระบุวัน เวลา สื่อ และงบประมาณ
 6. ลงมือปฏิบัติ (Implementation):
 - o ผลิตและเผยแพร่เนื้อหาตามแผน
 7. ติดตามและประเมินผล (Measurement):
 - o ประเมินจาก KPIs เช่น Reach, Engagement, Click, Conversion

หน่วยที่ 4 วิธีเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) ให้มีประสิทธิภาพ

สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้

PowerPoint

รายละเอียด :

ปัญหา/อุปสรรค

-

แนวทางการแก้ไขและปรับปรุง

-

ผลการจัดการเรียนรู้

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

1. เข้าใจเกี่ยวกับหลักการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล
2. มีทักษะในการออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์งานประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล
3. มีความสามารถประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับงานธุรกิจ
4. มีเจตคติและกิริยาที่ดีในการปฏิบัติงานด้วยความละเอียด รอบคอบ

สมรรถนะรายวิชา

1. ประมวลความรู้เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลตามหลักการ
2. ออกแบบงานประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลตามหลักการ
3. ประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับงานธุรกิจ

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล การเลือกใช้สื่อดิจิทัล

การเอื้อประโยชน์ด้านข้อมูลการประชาสัมพันธ์แก่สื่อเพื่อการเข้าถึงได้ง่าย ออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์

งานประชาสัมพันธ์ (Theme & Concept) ประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการ ประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล

สำหรับ งานธุรกิจ

วันที่ 18 กันยายน 2568 สัปดาห์ที่ 18 จำนวน 31 คน

หัวข้อเรื่อง/เนื้อหาสาระ/การอบรม/ให้คำปรึกษา/บันทึกการสอน :

บทเรียนโมดูลที่ 3 เรื่อง การออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์ (Theme & Concept)

บทเรียนโมดูลที่ 4 : โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล

รายละเอียด/กิจกรรม

1. ครูแนะนำและบอกจุดประสงค์
2. ครูอธิบายความหมายของตัวแทน
3. ทำแบบฝึกหัดท้ายหน่วย

อื่นๆ ระบุ

1.1 Digital Media

1.2 องค์ประกอบของสื่อดิจิทัล

1.3 ประเภทของสื่อดิจิทัล

1.4 งานสร้างสรรค์จากสื่อดิจิทัล

หน่วยที่ 3 การจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ดิจิทัล

1. ความหมาย

- การจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ดิจิทัล คือ การกำหนดแนวทางและกลยุทธ์การสื่อสารขององค์กรผ่านช่องทางดิจิทัล เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุด มีทิศทางชัดเจน และสามารถติดตาม ประเมินผลได้

2. ขั้นตอนการจัดทำแผน PR ดิจิทัล

1. ตั้งเป้าหมาย (Objective):

- o SMART Goal (เจาะจง, วัดได้, บรรลุได้, สอดคล้อง, มีกรอบเวลา)

2. ศึกษากลุ่มเป้าหมาย (Target Audience):

- o อายุ, เพศ, พฤติกรรม, ความต้องการ

3. เลือกช่องทางดิจิทัล (Channel):

- o เว็บไซต์, โซเชียลมีเดีย, YouTube, Influencer ฯลฯ

4. ออกแบบข้อความ (Message):

- o สร้างสรรค์เนื้อหาที่ตรงใจกลุ่มผู้รับสาร

5. จัดตารางและงบประมาณ (Timeline & Budget):

- o ระบุวัน เวลา สื่อ และงบประมาณ

6. ลงมือปฏิบัติ (Implementation):

- o ผลิตและเผยแพร่เนื้อหาตามแผน

7. ติดตามและประเมินผล (Measurement):

- o ประเมินจาก KPIs เช่น Reach, Engagement, Click, Conversion

หน่วยที่ 4 วิธีเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) ให้มีประสิทธิภาพ

สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้

PowerPoint

รายละเอียด :

ปัญหา/อุปสรรค

-

แนวทางการแก้ไขและปรับปรุง

ผลการจัดการเรียนรู้

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

1. เข้าใจเกี่ยวกับหลักการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล
2. มีทักษะในการออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์งานประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล
3. มีความสามารถประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับงานธุรกิจ
4. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการปฏิบัติงานด้วยความละเอียด รอบคอบ

สมรรถนะรายวิชา

1. ประมวลความรู้เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลตามหลักการ
2. ออกแบบงานประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลตามหลักการ
3. ประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับงานธุรกิจ

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล การเลือกใช้สื่อดิจิทัล

การเอื้อประโยชน์ด้านข้อมูลการประชาสัมพันธ์แก่สื่อเพื่อการเข้าถึงได้ง่าย ออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์

งานประชาสัมพันธ์ (Theme & Concept) ประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการ ประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล

สำหรับ งานธุรกิจ

วันที่ 19 กันยายน 2568 สัปดาห์ที่ 18 จำนวน 31 คน

หัวข้อเรื่อง/เนื้อหาสาระ/การอบรม/ให้คำปรึกษา/บันทึกการสอน :

บทเรียนโมดูลที่ 3 เรื่อง การออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์ (Theme & Concept)

บทเรียนโมดูลที่ 4 : โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล

รายละเอียด/กิจกรรม

1. ครูแนะนำและบอกจุดประสงค์
2. ครูอธิบายความหมายของตัวแทน
3. ทำแบบฝึกหัดท้ายหน่วย

อื่นๆ ระบุ

1.1 Digital Media

1.2 องค์ประกอบของสื่อดิจิทัล

1.3 ประเภทของสื่อดิจิทัล

1.4 งานสร้างสรรค์จากสื่อดิจิทัล

หน่วยที่ 3 การจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ดิจิทัล

1. ความหมาย

- การจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ดิจิทัล คือ การกำหนดแนวทางและกลยุทธ์การสื่อสารขององค์กรผ่านช่องทางดิจิทัล

เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุด มีทิศทางชัดเจน และสามารถติดตาม ประเมินผลได้

2. ขั้นตอนการจัดทำแผน PR ดิจิทัล

1. ตั้งเป้าหมาย (Objective):

o SMART Goal (เจาะจง, วัดได้, บรรลุได้, สอดคล้อง, มีกรอบเวลา)

2. ศึกษากลุ่มเป้าหมาย (Target Audience):

o อายุ, เพศ, พฤติกรรม, ความต้องการ

3. เลือกช่องทางดิจิทัล (Channel):

o เว็บไซต์, โซเชียลมีเดีย, YouTube, Influencer ฯลฯ

4. ออกแบบข้อความ (Message):

o สร้างสรรค์เนื้อหาที่ตรงใจกลุ่มผู้รับสาร

5. จัดตารางและงบประมาณ (Timeline & Budget):

o ระบุวัน เวลา สื่อ และงบประมาณ

6. ลงมือปฏิบัติ (Implementation):

o ผลิตและเผยแพร่เนื้อหาตามแผน

7. ติดตามและประเมินผล (Measurement):

o ประเมินจาก KPIs เช่น Reach, Engagement, Click, Conversion

หน่วยที่ 4 วิธีเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) ให้มีประสิทธิภาพ

สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้

PowerPoint

รายละเอียด :

ปัญหา/อุปสรรค

-

แนวทางการแก้ไขและปรับปรุง

-

ผลการจัดการเรียนรู้

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

1. เข้าใจเกี่ยวกับหลักการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล

2. มีทักษะในการออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์งานประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล

3. มีความสามารถประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับงานธุรกิจ

4. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการปฏิบัติงานด้วยความละเอียด รอบคอบ

สมรรถนะรายวิชา

1. ประมวลความรู้เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลตามหลักการ
2. ออกแบบงานประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลตามหลักการ
3. ประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัลสำหรับงานธุรกิจ

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการจัดการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล การเลือกใช้สื่อดิจิทัล

การเอื้อประโยชน์ด้านข้อมูลการประชาสัมพันธ์แก่สื่อเพื่อการเข้าถึงได้ง่าย ออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์

งานประชาสัมพันธ์ (Theme & Concept) ประยุกต์ใช้โปรแกรมการจัดการ ประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล

สำหรับ งานธุรกิจ

ลงชื่อ.....ครูผู้สอน

(นางสาวสุรารักษ์ พลอยบุษย์)

21 กันยายน 2568

ลงชื่อ.....หัวหน้าแผนก

(.....)

.....

.....นายรองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ

(นายประพจน์ พฤษชนะ)

.....

.....นายผู้อำนวยการวิทยาลัยเทคนิคบางสะพาน

(นายนิมิตร ศรียาภัย)

.....