



เอกสารต้นฉบับ
DOCUMENT CENTER
ORIGINAL

เอกสารควบคุม
CONTROLLED COPY
BY
DOCUMENT CENTER

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

คู่มือการปฏิบัติงานตามมาตรฐานขั้นตอนการปฏิบัติงาน
การจัดกิจกรรมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

รหัสเอกสาร : SOP 301-149

ISSUE : 01


วันที่บังคับใช้ : 13 ก.พ. 2568

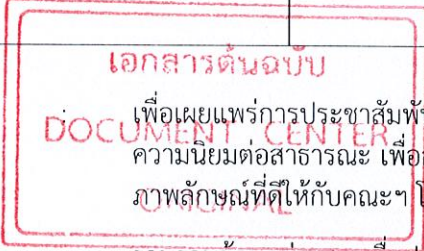
คณบดี/ผู้อำนวยการสถาบัน สำนัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัชชัย อรัญชัย)
คณบดีคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

ผู้อนุมัติ

(รองศาสตราจารย์ประมุข อุดมทะเลกะ)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

 มทร.สุวรรณภูมิ	คู่มือการปฏิบัติงานตามมาตรฐาน ขั้นตอนการปฏิบัติงาน การจัดกิจกรรมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	รหัสเอกสาร SOP 301-149	ออกวันที่ 13 ก.พ. 2568	เขียนโดย: คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ควบคุมโดย: สำนักงานอธิการบดี อนุมัติโดย: อธิการบดี
---	--	---------------------------	----------------------------------	---



1. วัตถุประสงค์

เพื่อเผยแพร่การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานอย่างถูกต้อง และสร้างความนิยมต่อสาธารณะ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้หน่วยงานและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับคณะฯ โดยการประชาสัมพันธ์

2. ขอบข่าย

รวบรวมข้อมูลข่าวสารเพื่อประชาสัมพันธ์ ดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลเชิงลึก ด้วยวิธีการจัดประเด็นที่สำคัญ ของคณะฯ เกี่ยวข้องกับนักศึกษา บุคลากร ทั้งในคณะฯ และรอบรั้วคณะฯ โดย เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการที่เข้าใจง่าย ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายหรือครอบคลุมให้มากที่สุด เช่น การทำสื่อวีดิทัศน์ (VDO) ออกแบบแบนเนอร์ สัมภาษณ์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โดยผ่านสื่อทั้งภายในคณะฯ และสื่อภายนอกคณะฯ

3. เกณฑ์คุณภาพ

ไม่มี

4. เอกสารอ้างอิง


1. เว็บไซต์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
2. เพจเฟซบุ๊กคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
3. เว็บไซต์มหาวิทยาลัยฯ
4. เพจเฟซบุ๊กมหาวิทยาลัยฯ

5. เอกสารประกอบการทำงาน

ชื่อเอกสารแนบ	รหัสเอกสาร
1. หนังสือบันทึกข้อความ ขอความอนุเคราะห์ประชาสัมพันธ์	FM-SOP 301-149-01
2. เอกสารข้อมูลจากหน่วยงานที่ต้องการประชาสัมพันธ์	FM-SOP 301-149-02
3. แบบบันทึกการเผยแพร่ข่าวสารประจำวัน	FM-SOP 301-149-03

6. คำจำกัดความ


การประชาสัมพันธ์ คือการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี ระหว่างองค์กรหรือสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชน ดังนั้นการที่เราจะ ประชาสัมพันธ์งานของเราให้กับองค์กรหรือหน่วยงานภายใน หน่วยงานภายนอก ประชาชนได้รู้จัก หน่วยงาน จึงต้องสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ของเราขึ้นมาเพื่อ ประชาสัมพันธ์หน่วยงาน การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) การประชาสัมพันธ์หรือการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น ส่วนหนึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อการชักจูงประชามติ (Public opinion) ด้วยวิธีการติดต่อสื่อสาร (Communication) เพื่อให้กลุ่มประชาชนเป้าหมาย (Target publics) เกิดมีความรู้ความเข้าใจและมี ความรู้สึกที่ดีต่อหน่วยงานองค์กร หรือสถาบัน การประชาสัมพันธ์จึงมิใช่เป็นเพียงแค่งานเผยแพร่ (Publicity) แต่งานประชาสัมพันธ์เป็นงานโน้มน้าวเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน เป็นงานส่งเสริมความเข้าใจอันดีและสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างหน่วยงาน องค์กรหรือสถาบันกับกลุ่ม ประชาชนที่เกี่ยวข้อง โดยยึดถือหลักความจริงและประโยชน์ร่วมกัน ทั้งสองฝ่ายการประชาสัมพันธ์เป็น งานในระดับนโยบายที่องค์กร สถาบันทุกประเภท

 มทร.สุวรรณภูมิ	คู่มือการปฏิบัติงานตามมาตรฐาน ขั้นตอนการปฏิบัติงาน การจัดกิจกรรมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	รหัสเอกสาร SOP 301-149	ออกวันที่ 13 ก.พ. 2568	เขียนโดย: คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ควบคุมโดย: สำนักงานอธิการบดี อนุมัติโดย: อธิการบดี
---	--	---------------------------	---------------------------	---

เอกสารต้นฉบับ
DOCUMENT CENTER

เอกสารควบคุม
CONTROLLED COPY
DOCUMENT CENTER

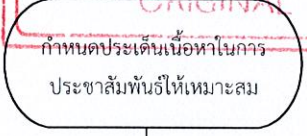
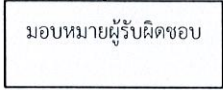
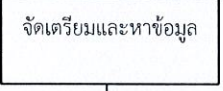

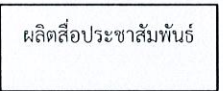
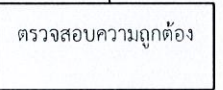

ต่างนำเอาการประชาสัมพันธ์ไปใช้กับองค์กรหรือ สถาบันของตนอย่างกว้างขวาง
 แพร่หลาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดี ระหว่าง
 หน่วยงานของตนกับประชาชนป้องกันการเข้าใจผิด ตลอดจนการลดสาเหตุแห่งความ
 ขัดแย้ง ต่างๆ รวมทั้งการใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายและการ
 ดำเนินงานขององค์กร สถาบัน เสริมสร้างและรักษาชื่อเสียง ความนิยม
 การผลิตสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์สื่อ
 ประชาสัมพันธ์เป็น เครื่องมือและสื่อกลางในการสื่อสารจากองค์กรสู่กลุ่มเป้าหมาย
 การสร้างความสัมพันธ์อันใกล้ชิดให้เกิดขึ้นระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมายใน ปัจจุบัน
 สื่อในการประชาสัมพันธ์มีมากมายและหลากหลายอันเป็นผลเนื่องมาจากการพัฒนา
 ด้านเทคโนโลยีของโลก อย่างไรก็ตามสามารถแบ่งสื่อประชาสัมพันธ์โดยพิจารณาตาม
 ลักษณะของสื่อ


 มทร.สุวรรณภูมิ	คู่มือการปฏิบัติงานตามมาตรฐาน ขั้นตอนการปฏิบัติงาน การจัดการกิจกรรมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	รหัสเอกสาร SOP 301-149	ออกวันที่ 13 ก.พ. 2568	เขียนโดย: คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ควบคุมโดย: สำนักงานอธิการบดี อนุมัติโดย: อธิการบดี
---	---	---------------------------	---------------------------	---

เอกสารต้นฉบับ

เอกสารควบคุม
CONTROLLED COPY
BY
DOCUMENT CENTER

7. ขั้นตอนการทำงาน

ลำดับที่	ผู้รับผิดชอบ	แผนภูมิสายงาน (Flowchart)	ขั้นตอน	ระยะเวลา ดำเนินการ	เอกสารที่เกี่ยวข้อง
1	เจ้าหน้าที่หน่วยสารสนเทศและสื่อสารองค์กร		- กำหนดวัตถุประสงค์และนโยบาย การประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสม เพื่อ เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี	30 นาที	- นโยบายสื่อ ประชาสัมพันธ์
2	หัวหน้างานบริหารและพัฒนาระบบ		- หัวหน้างานบริหารและพัฒนาระบบ ชี้แจงนโยบายจากคณบดี กำหนด ประเด็นเนื้อหา วัน เวลา ประเภท และกำหนดผู้รับผิดชอบผลิตสื่อ ประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสม	15 นาที	- ประเด็นเนื้อหา ของสื่อ ประชาสัมพันธ์
3	เจ้าหน้าที่หน่วยสารสนเทศและสื่อสารองค์กร		- ผู้รับผิดชอบหาข้อมูลจากเอกสาร/ เว็บไซต์ ฯลฯ - เสนอรองคมนตรีด้านบริหารและ พัฒนาระบบ.พิจารณา และอนุมัติ	ภายใน 1 สัปดาห์	- ข้อมูลสำหรับลง สื่อ ประชาสัมพันธ์
4	เจ้าหน้าที่หน่วยสารสนเทศและสื่อสารองค์กร		- รองคณบดีด้านบริหารและพัฒนาระบบ ให้ความเห็นข้อมูลในการ ออกแบบการผลิตสื่อให้ สอดคล้อง กับลักษณะเฉพาะของสื่อก่อนผลิต	1 วัน	- ไฟล์เรียบเรียง ออกแบบสื่อ ประชาสัมพันธ์
5	เจ้าหน้าที่หน่วยสารสนเทศและสื่อสารองค์กร		- ผลิตผลงานสื่อประชาสัมพันธ์ให้ เหมาะสมและตามกำหนดระยะเวลา	1 วัน	- ไฟล์สื่อ ประชาสัมพันธ์
6	รองคณบดีด้านบริหารและพัฒนาระบบ		- รองคณบดีด้านบริหารและพัฒนาระบบ ตรวจสอบความถูกต้อง ของ ข้อมูลต่าง ๆ ของสื่อ ประชาสัมพันธ์ ก่อนเผยแพร่	30 นาที	- ไฟล์สื่อ ประชาสัมพันธ์
					

 มทร.สุวรรณภูมิ	คู่มือการปฏิบัติงานตามมาตรฐาน ขั้นตอนการปฏิบัติงาน การจัดการกิจกรรมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	รหัสเอกสาร SOP 301-149	ออกวันที่ 13 ก.พ. 2568	เขียนโดย: คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ควบคุมโดย: สำนักงานอธิการบดี อนุมัติโดย: อธิการบดี
---	---	---------------------------	---------------------------	---

		เอกสารต้นฉบับ 1 DOCUMENT CENTER ORIGINAL		เอกสารควบคุม CONTROLLED COPY BY DOCUMENT CENTER		หน้า 4/4
7	เจ้าหน้าที่หน่วย สารสนเทศและ สื่อสารองค์กร	แก้ไขสื่อประชาสัมพันธ์	- หากมีแก้ไขให้จนท.ผู้รับผิดชอบ แก้ไขเพื่อตรวจสอบอีกครั้ง	1 วัน	- ไฟล์สื่อ ประชาสัมพันธ์	
8	เจ้าหน้าที่หน่วย สารสนเทศและ สื่อสารองค์กร	เผยแพร่สื่อตาม ช่องทางต่างๆ	- ผู้รับผิดชอบเผยแพร่สื่อ ประชาสัมพันธ์ตามช่องทางที่ เหมาะสม เช่น จดหมายเวียน เว็บไซต์ เพจสำนักฯ จดหมาย อิเล็กทรอนิกส์	1 วัน	- เว็บไซต์คณะฯ หนังสือเวียน เพจ จดหมาย อิเล็กทรอนิกส์	
10	เจ้าหน้าที่หน่วย สารสนเทศและ สื่อสารองค์กร	รายงานผลการดำเนินงาน	- เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบรายงานผล การให้บริการสื่อสารประชาสัมพันธ์ และจัดเก็บข้อมูลเพื่อการสืบค้นใน รูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์	1 วัน	- เว็บไซต์คณะฯ - เว็บไซต์มหาวิทยาลัย	

8. วิธีการปฏิบัติงาน : -ไม่มี-

ISSUE :01.....

วันที่บังคับใช้.....13 ก.พ. 2568