



มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

คู่มือการปฏิบัติงานตามมาตรฐานขั้นตอนการปฏิบัติงาน
การจัดกิจกรรมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

รหัสเอกสาร : SOP 301-1504

ISSUE : 01

วันที่บังคับใช้ : 10 เม.ย. 2568

คณบดี/ผู้อำนวยการสถาบัน สำนัก  (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธงชัย อรัญชัย) คณบดีคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	ผู้อนุมัติ  (รองศาสตราจารย์ประมุข อุณหเลขกะ) อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
--	--

 มทร.สุวรรณภูมิ	คู่มือการปฏิบัติงานตามมาตรฐาน ขั้นตอนการปฏิบัติงาน การจัดกิจกรรมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	รหัสเอกสาร SOP 301-1504	ออกวันที่ 10 เม.ย. 2568	เขียนโดย: คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ควบคุมโดย: สำนักงานอธิการบดี อนุมัติโดย: อธิการบดี
---	--	----------------------------	----------------------------	---

เอกสารต้นฉบับ

DOCUMENT CENTER

ORIGINAL

CONTROLLED COPY

หน้า 1/4

1. วัตถุประสงค์ : เพื่อเผยแพร่การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานอย่างถูกต้องและสร้างความนิยมต่อสาธารณะ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้หน่วยงานและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับคณะฯ โดยการประชาสัมพันธ์
2. ขอบข่าย : รวบรวมข้อมูลข่าวสารเพื่อประชาสัมพันธ์ ดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลเชิงลึก ด้วยวิธีการจัดประเด็นที่สำคัญ ของคณะฯ เกี่ยวข้องกับนักศึกษา บุคลากร ทั้งในคณะฯ และรอบรั้วคณะฯ โดย เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการที่เข้าใจง่าย ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายหรือครอบคลุมให้มากที่สุด เช่น การทำสื่อวีดิทัศน์ (VDO) ออกแบบแบนด์เนอร์ 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 301-1504-01
2. เอกสารข้อมูลจากหน่วยงานที่ต้องการประชาสัมพันธ์	FM-SOP 301-1504-02
3. แบบบันทึกการเผยแพร่ข่าวสารประจำวัน	FM-SOP 301-1504-03

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) แต่งานประชาสัมพันธ์เป็นงานในเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนเป็นงานส่งเสริมความเข้าใจอันดีและสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างหน่วยงาน องค์กรหรือสถาบันกับกลุ่ม ประชาชนที่เกี่ยวข้อง โดยยึดถือหลักความจริงและประโยชน์ร่วมกัน ทั้งสองฝ่ายการประชาสัมพันธ์เป็น งานในระดับนโยบายที่องค์กร สถาบันทุกประเภท

ISSUE :.....01.....

วันที่บังคับใช้..... 10 เม.ย. 2568

 มทร.สุพรรณภูมิ	คู่มือการปฏิบัติงานตามมาตรฐาน ขั้นตอนการปฏิบัติงาน การจัดกิจกรรมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	รหัสเอกสาร SOP 301-1504	ออกวันที่ 10 เม.ย. 2568	เขียนโดย: คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ควบคุมโดย: สำนักงานอธิการบดี อนุมัติโดย: อธิการบดี เอกสารควบคุม
---	--	----------------------------	----------------------------	---

เอกสารต้นฉบับ
DOCUMENT CENTER
ORIGINAL

CONTROLLED COPY
BY
DOCUMENT CENTER

หน้า 2/4

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

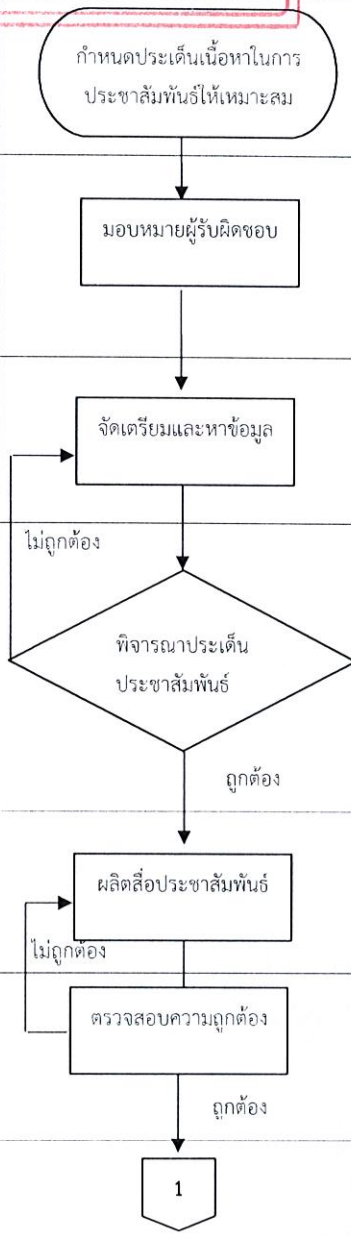
 มทร.สุพรรณภูมิ	คู่มือการปฏิบัติงานตามมาตรฐาน ขั้นตอนการปฏิบัติงาน การจัดกิจกรรมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	รหัสเอกสาร SOP 301-1504	ออกวันที่ 10 เม.ย. 2568	เขียนโดย: คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ควบคุมโดย: สำนักงานอธิการบดี อนุมัติโดย: อธิการบดี
---	--	----------------------------	----------------------------	---

เอกสารต้นฉบับ



หน้า 3/4

7. ขั้นตอนการทำงาน

ลำดับที่	ผู้รับผิดชอบ	แผนภูมิสาขงาน (Flowchart)	ขั้นตอน	ระยะเวลา ดำเนินการ	เอกสารที่เกี่ยวข้อง
1	เจ้าหน้าที่หน่วย สารสนเทศและ สื่อสารองค์กร		- กำหนดวัตถุประสงค์และนโยบาย การประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสม เพื่อ เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี	30 นาที	- นโยบายสื่อ ประชาสัมพันธ์
2	หัวหน้างาน บริหารและพัฒนา ระบบ		- หัวหน้างานบริหารและพัฒนา ระบบ ชี้แจงนโยบายจากคณบดี กำหนด ประเด็นเนื้อหา วัน เวลา ประเภท และกำหนดผู้รับผิดชอบผลิตสื่อ ประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสม	15 นาที	- ประเด็นเนื้อหา ของสื่อ ประชาสัมพันธ์
3	เจ้าหน้าที่หน่วย สารสนเทศและ สื่อสารองค์กร		- ผู้รับผิดชอบหาข้อมูลจากเอกสาร/ เว็บไซต์ ฯลฯ - เสนอรองคณบดีด้านบริหารและ พัฒนาระบบ,พิจารณา และอนุมัติ	ภายใน 1 สัปดาห์	- ข้อมูลสำหรับลง สื่อ ประชาสัมพันธ์
4	เจ้าหน้าที่หน่วย สารสนเทศและ สื่อสารองค์กร		- รองคณบดีด้านบริหารและพัฒนา ระบบ ให้ความเห็นข้อมูลในการ ออกแบบการผลิตสื่อให้ สอดคล้อง กับลักษณะเฉพาะของสื่อก่อนผลิต	1 วัน	- ไฟล์เรียบเรียง ออกแบบสื่อ ประชาสัมพันธ์
5	เจ้าหน้าที่หน่วย สารสนเทศและ สื่อสารองค์กร		- ผลิตผลงานสื่อประชาสัมพันธ์ให้ เหมาะสมและตามกำหนดระยะเวลา	1 วัน	- ไฟล์สื่อ ประชาสัมพันธ์
6	รองคณบดีด้าน บริหารและพัฒนา ระบบ		- รองคณบดีด้านบริหารและพัฒนา ระบบตรวจสอบความถูกต้อง ของ ข้อมูลต่าง ๆ ของสื่อ ประชาสัมพันธ์ ก่อนเผยแพร่	30 นาที	- ไฟล์สื่อ ประชาสัมพันธ์
		1			

ISSUE :.....01.....

วันที่บังคับใช้..... 10 เม.ย. 2568

 มทร.สุวรรณภูมิ	คู่มือการปฏิบัติงานตามมาตรฐาน ขั้นตอนการปฏิบัติงาน การจัดกิจกรรมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	รหัสเอกสาร SOP 301-1504	ออกวันที่ 0 เม.ย. 2568	เขียนโดย: คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ควบคุมโดย: สำนักงานอธิการบดี อนุมัติโดย: อธิการบดี	
เอกสารต้นฉบับ 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 อีเล็กทรอนิกส์
10	เจ้าหน้าที่หน่วย สารสนเทศและ สื่อสารองค์กร	รายงานผลการดำเนินงาน	- เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบรายงานผล การให้บริการสื่อสารประชาสัมพันธ์ และจัดเก็บข้อมูลเพื่อการสืบค้นใน รูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์	1 วัน	- เว็บไซต์คณะฯ - เว็บไซต์มหาวิทยาลัย

8. วิธีการปฏิบัติงาน : -ไม่มี-

ISSUE :01.....

วันที่บังคับใช้..... 10 เม.ย. 2568