

แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก
ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ได้รับการอนุมัติจากอธิการบดี

บทสรุป

ในสภาวการณ์ปัจจุบัน เป็นสังคมแห่งการแข่งขันเพื่อยกระดับในเชิงคุณภาพอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ได้รับการจัดอันดับเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏอันดับหนึ่งของประเทศไทย โดย webometrics ประเทศสเปนซึ่งเป็นการยอมรับในศักยภาพของมหาวิทยาลัยแห่งนี้ ซึ่งเป็นที่น่าภาคภูมิใจ และจำเป็นอย่างยิ่ง ที่จะต้องรักษาความเป็นอันดับหนึ่งนี้ไว้ และก้าวขึ้นไปสำหรับการจัดอันดับในขั้นสูงกว่าต่อไป การจะได้รับการยอมรับเช่นนั้น เราไม่อาจปฏิสธได้เลยว่า เครื่องมือที่สำคัญนั่นคือ การประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์ และโดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์ในเชิงรุก ซึ่งมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาได้กำหนดให้เป็นนโยบายที่สำคัญ ที่หน่วยงานภายในทุกหน่วยจะต้องขับเคลื่อนให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ร่วมกัน โดยมีแผนประชาสัมพันธ์เป็นตัวกำหนดทิศทางแห่งความสำเร็จ

ปีงบประมาณ พ.ศ.2560 มีการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ดังนี้

1) โครงการประชาสัมพันธ์ภายใน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างบุคลากรกับมหาวิทยาลัย
    1.1 กิจกรรมผลิตและเผยแพร่วารสารข่าวแก้วเจ้าจอมฉบับกระดาษ
    1.2 กิจกรรมผลิตและเผยแพร่วารสารข่าวแก้วเจ้าจอมออนไลน์
    1.3 กิจกรรมประสานงานและบริหารเครือข่ายเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างบุคลากร และมหาวิทยาลัย
    1.4 กิจกรรมเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออิเล็คทรอนิคส์ (ป้ายประชาสัมพันธ์อัจฉริยะ)
    1.5 กิจกรรมเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ภายในองค์กร (website Line Facebook ฯลฯ)
    1.6 กิจกรรมประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อพื้นฐานภายในองค์กร เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์แบบโปสเตอร์ ป้ายไวนิล คัทเอาท์ เอกสารสื่อสิ่งพิมพ์ (แผ่นพับประชาสัมพันธ์ ฯลฯ)
2) โครงการประชาสัมพันธ์ภายนอก เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์สู่ความเป็นเลิศ
    2.1กิจกรรมเปิดบ้านสวนสุนันทารับสมาชิกใหม่ (SSRU Open House)
    2.2กิจกรรมตลาดนัดหลักสูตรอุดมศึกษา
    2.3กิจกรรมเดินสายแนะแนวหลักสูตรและ การรับสมัครนักศึกษา
    2.4กิจกรรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวและกิจกรรมผ่านสื่อสารมวลชน
    2.5กิจกรรมเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์สำหรับภายนอก (website Line Facebook ฯลฯ)
    2.6กิจกรรมประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อพื้นฐานภายนอก เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์แบบโปสเตอร์ ป้ายไวนิล คัทเอาท์ เอกสารสื่อสิ่งพิมพ์ (แผ่นพับประชาสัมพันธ์ ฯลฯ)

3) โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์

3.1การอบรมเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์

3.2การอบรมการเป็นพิธีกรและการพูดในที่สาธารณะ

3.3การอบรมการมีสำนึกของผู้ให้บริการที่ดี (Service Mind)

3.4การอบรมพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับนักประชาสัมพันธ์

โดยกิจกรรมทั้งหมด สามารถวัดร้อยละการรับรู้ภาพลักษณ์ และการให้บริการที่ดีของมหาวิทยาลัย ร้อยละ 90

และเพื่อให้บรรลุผลแห่งความสำเร็จในทางปฏิบัติ คณะทำงานได้ยึดแนวปฏิบัติจากแผนยุทธศาสตร์พัฒนามหาวิทยาลัยที่เน้นการสร้างภาพลักษณ์เป็นสำคัญสำหรับการบริหารจัดการในทุกๆ ด้าน สำหรับการประชาสัมพันธ์นั้นนับเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่ทุกองค์กรจะต้องมี เพราะเป็นงานสื่อสัมพันธ์ที่มีความสำคัญ และเป็นงานที่มีขอบเขตกว้างขวาง มีระบบงานที่ซับซ้อนแต่งานประชาสัมพันธ์จะช่วยส่งเสริมลักษณะความเป็นผู้นำขององค์การและบุคคล ทั้งยังช่วยให้เกิดความเข้าใจ ความร่วมมือทั้งจากพนักงานภายในและจากประชาชนภายนอกด้วย นับว่างานประชาสัมพันธ์มีคุณค่าต่อสถาบันต่าง ๆ เป็นอย่างยิ่งเพราะ การประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างค่านิยมของหน่วยงานได้ดีขึ้น ช่วยป้องกันรักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง และช่วยส่งเสริมความนิยม และความต้องการเข้าถึงหน่วยงาน

การนำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 ไปสู่การปฏิบัติ จำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดการประสานความร่วมมือในการจัดทำโครงการ/กิจกรรมให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ ยุทธศาสตร์ และเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ของคณะ/วิทยาลัยที่กำหนดไว้ รวมทั้งมีการพัฒนาการติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามแผนอย่างเป็นระบบ เพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรมต่อไป

สารบัญ

ส่วนที่ 1 บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

1.2 โครงสร้างมหาวิทยาลัย

1.3 โครงสร้างการบริหารจัดการ (ADMINISTRATIVE CHART)

1.4 ผลการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2560

1.5 ข้อมูลพื้นฐานมหาวิทยาลัย ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

1.5.1 วิสัยทัศน์ (Vision)

1.5.2 พันธกิจ (Mission)

1.5.3 ภารกิจกลัก (Key result area)

1.5.4 เสาหลัก (Pillar)

1.5.5 วัฒนธรรม (Culture)

1.5.6 อัตลักษณ์ (Identity)

1.5.7 เอกลักษณ์ (Uniqueness)

1.5.8 ค่านิยมหลัก (Core Values)

1.5.9 เป้าหมายการพัฒนาคณะ/วิทยาลัย (Development Goals)

ส่วนที่ 2 แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์ ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

2.1 นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

2.2 วัตถุประสงค์ของแผนปฏิบัติการด้านด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

2.3 ยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ตัวชี้วัดความสำเร็จและค่าเป้าหมายของมหาวิทยาลัย

2.3.1 ยุทธศาสตร์

2.3.2 เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

2.3.3 ตัวชี้วัดความสำเร็จและค่าเป้าหมาย

2.4 ขั้นตอนการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

2.5 แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

ส่วนที่ 3 แนวทางการนำแผนสู่การปฏิบัติและการติดตามประเมินผล

3.1 แนวทางการนำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 ไปสู่การปฏิบัติ

3.2 การติดตามและประเมินผลแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

ภาคผนวก

คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

รายงานการประชุมที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

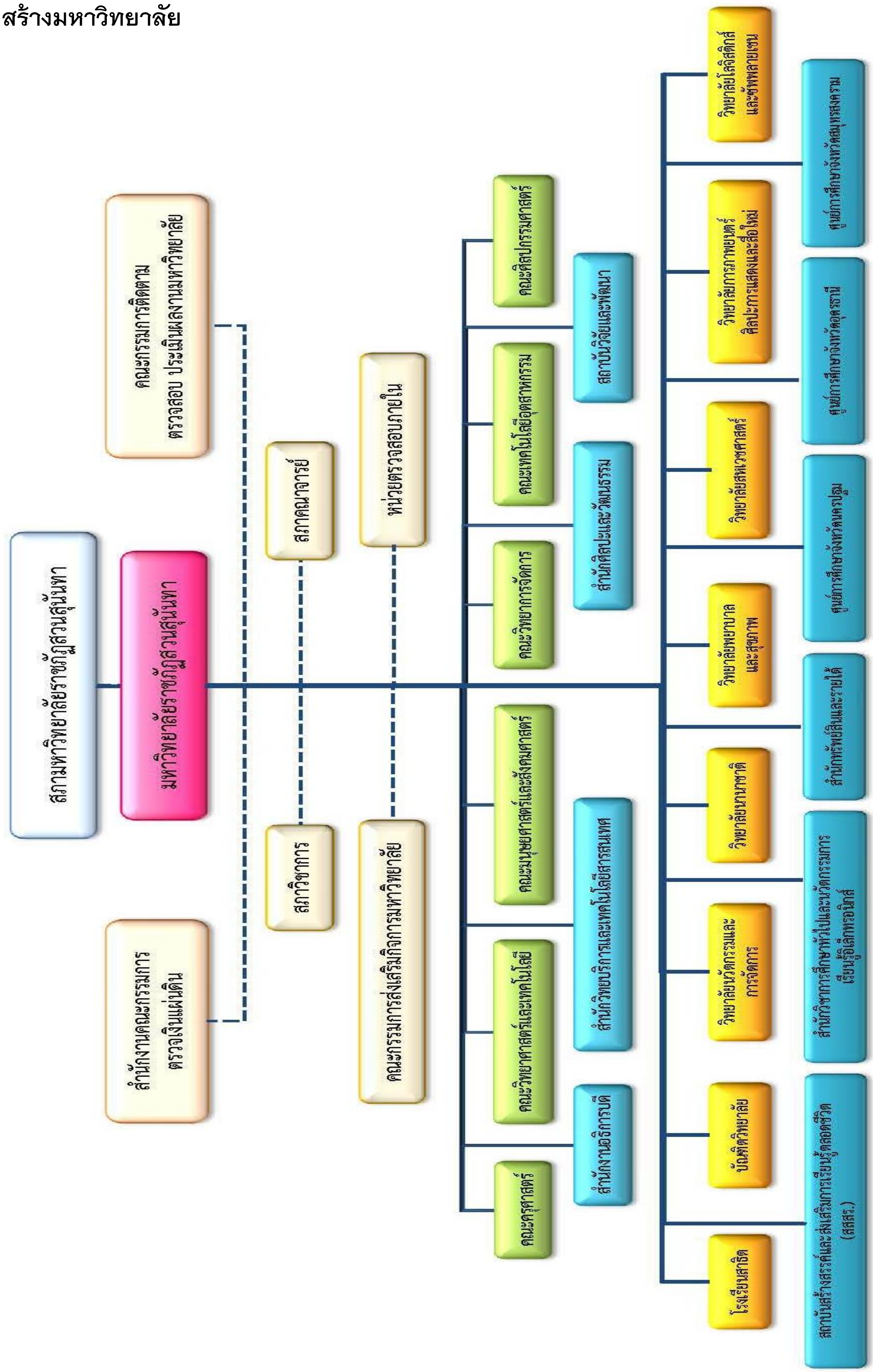
ภาพกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

ส่วนที่ 1 บทนำ

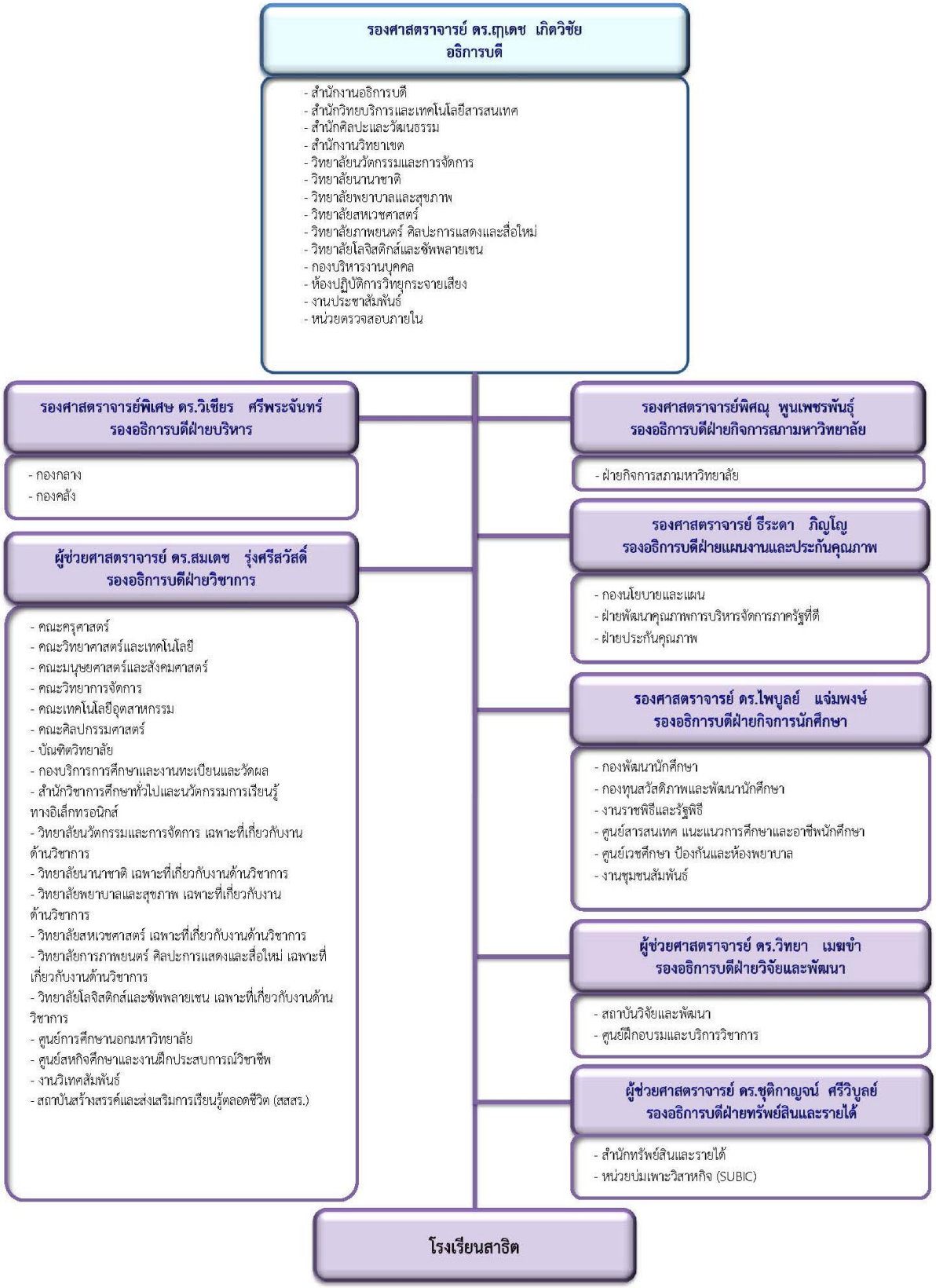
1.1 หลักการและเหตุผล

ในสภาวการณ์ปัจจุบัน เป็นสังคมแห่งการแข่งขันเพื่อยกระดับในเชิงคุณภาพอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ได้รับการจัดอันดับเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏอันดับหนึ่งของประเทศไทย โดย webometrics ประเทศสเปนซึ่งเป็นการยอมรับในศักยภาพของมหาวิทยาลัยแห่งนี้ ซึ่งเป็นที่น่าภาคภูมิใจ และจำเป็นอย่างยิ่ง ที่จะต้องรักษาความเป็นอันดับหนึ่งนี้ไว้ และก้าวขึ้นไปสำหรับการจัดอันดับในขั้นสูงกว่าต่อไป การจะได้รับการยอมรับเช่นนั้น เราไม่อาจปฏิสธได้เลยว่า เครื่องมือที่สำคัญนั่นคือ การประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์ และโดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์ในเชิงรุก ซึ่งมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาได้กำหนดให้เป็นนโยบายที่สำคัญ ที่หน่วยงานภายในทุกหน่วยจะต้องขับเคลื่อนให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ร่วมกัน โดยมีแผนประชาสัมพันธ์เป็นตัวกำหนดทิศทางแห่งความสำเร็จนั้น

1.2 โครงสร้างมหาวิทยาลัย



1.3 โครงสร้างการบริหารจัดการ (ADMINISTRATIVE CHART)



1.4 ผลการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

ปีงบประมาณ พ.ศ.2559 มีการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ดังนี้

3) โครงการประชาสัมพันธ์ภายใน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างบุคลากรกับมหาวิทยาลัย

1.7 กิจกรรมผลิตและเผยแพร่วารสารข่าวแก้วเจ้าจอมฉบับกระดาษ

1.8 กิจกรรมผลิตและเผยแพร่วารสารข่าวแก้วเจ้าจอมออนไลน์

1.9 กิจกรรมประสานงานและบริหารเครือข่ายเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างบุคลากร และมหาวิทยาลัย

1.10 กิจกรรมเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออิเล็คทรอนิคส์ (ป้ายประชาสัมพันธ์อัจฉริยะ)

1.11 กิจกรรมเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ภายในองค์กร (website Line Facebook ฯลฯ)

1.12 กิจกรรมประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อพื้นฐานภายในองค์กร เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์แบบโปสเตอร์ ป้ายไวนิล คัทเอาท์ เอกสารสื่อสิ่งพิมพ์ (แผ่นพับประชาสัมพันธ์ ฯลฯ)

4) โครงการประชาสัมพันธ์ภายนอก เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์สู่ความเป็นเลิศ

2.1กิจกรรมเปิดบ้านสวนสุนันทารับสมาชิกใหม่ (SSRU Open House)

2.2กิจกรรมตลาดนัดหลักสูตรอุดมศึกษา

2.3กิจกรรมเดินสายแนะแนวหลักสูตรและ การรับสมัครนักศึกษา

2.4กิจกรรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวและกิจกรรมผ่านสื่อสารมวลชน

2.5กิจกรรมเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์สำหรับภายนอก (website Line Facebook ฯลฯ)

2.6กิจกรรมประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อพื้นฐานภายนอก เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์แบบโปสเตอร์ ป้ายไวนิล คัทเอาท์ เอกสารสื่อสิ่งพิมพ์ (แผ่นพับประชาสัมพันธ์ ฯลฯ)

3) โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์

3.1การอบรมเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์

3.2การอบรมการเป็นพิธีกรและการพูดในที่สาธารณะ

3.3การอบรมการมีสำนึกของผู้ให้บริการที่ดี (Service Mind)

3.4การอบรมพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับนักประชาสัมพันธ์

โดยกิจกรรมทั้งหมด สามารถวัดร้อยละการรับรู้ภาพลักษณ์ และการให้บริการที่ดีของมหาวิทยาลัย ≥80

1.5 ข้อมูลพื้นฐานมหาวิทยาลัย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

1.5.1 วิสัยทัศน์ (Vision)

มหาวิทยาลัยแม่แบบที่ดีของสังคม

(Smart Archetype University of the Society)

1.5.2 พันธกิจ (Mission)

ให้การศึกษา (To offer education)	ผลิตบัณฑิตที่เน้นองค์ความรู้เป็นเอตทัคคะ ฝึกหัดครู ปลูกฝังประชาชนให้สามารถเรียนรู้ในระดับสูง มีความเป็นมนุษย์ที่รับผิดชอบต่ออนาคตของโลกที่มีแนวโน้มเป็นนานาชาติ มีจิตวิญญาณในการท้าทาย โดยไม่กลัวล้มเหลว
วิจัย (To conduct research)	มุ่งมั่นในการลงทุนทางการศึกษาวิจัยในศาสตร์ที่เป็นเอตทัคคะ ที่สามารถนำไปใช้ให้เกิดผลประโยชน์ได้เพื่อความสงบสุข และความเจริญรุ่งเรือง ผ่านการแสวงหาด้วยการวิจัยทางวิชาการที่อุดมไปด้วยความคิดสร้างสรรค์
บริการวิชาการ (To provide academic services)	การส่งมอบผลงานวิชาการในระดับเอตทัคคะ ที่ตอบและแก้ปัญหาของสังคม โดยการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น และสังคม
ทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม (To conserve arts and culture)	การส่งเสริมและสนับสนุนศิลปะ และวัฒนธรรมไทย โดยการพัฒนาและสร้างแม่แบบวัฒนธรรมวังสวนสุนันทาให้เป็นที่ยกย่องและชื่นชมของมนุษยชาติ

1.5.3 ภารกิจหลัก (Key result area)

1) ผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพระดับแนวหน้า (Produce graduates with front row quality)
2) ให้บริการวิชาการและถ่ายทอดเทคโนโลยีแก่ชุมชนและสังคมนานาชาติ (Provide academic services and transfer technology to communities and international society)
3) อนุรักษ์ พัฒนาให้บริการเป็นศูนย์กลางทางด้านศิลปวัฒนธรรม (Conserve and develop services provision as the Center for Arts and Culture Service Center)
4) วิจัย สร้างนวัตกรรมและองค์ความรู้ (Conduct research, create innovation and develop knowledge for society)
5) สร้างเครือข่ายกับมหาวิทยาลัยชั้นนำในอาเซียน (Establish network with outstanding universities in ASEAN)
6) เป็นมหาวิทยาลัยที่มีความคล่องตัวในการบริหารจัดการ (Employ modern management system for versatility)

1.5.4 เสาหลัก (Pillar)

1) ทุนความรู้ (Knowledge Capital)

2) คุณธรรม (Morality)

3) เครือข่าย (Partnership)

4) ความเป็นมืออาชีพ (Professionalism)

5) วัฒนธรรม (Culture) ที่ว่า “ความเป็นแบบอย่างที่ดีตามวิถีของรัตนโกสินทร์”

1.5.5 วัฒนธรรม (Culture)

ความดีงามและการปฏิบัติตนในจริยวัตรแบบไทย และความเคารพผู้อาวุโส

(Virtues and Thai etiquette practices and seniority recognition)

1.5.6 อัตลักษณ์ (Identity)

เป็นนักปฏิบัติ ถนัดวิชาการ เชี่ยวชาญการสื่อสาร ชำนาญการคิด มีจิตสาธารณะ

นิยามของคำสำคัญอัตลักษณ์

เป็นนักปฏิบัติ หมายถึง บัณฑิตที่มีความสามารถด้านวิชาการหรือวิชาชีพ มีทักษะและมีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงาน สามารถใช้หลักวิชาการด้วยความชำนาญ มีคุณธรรม ใฝ่ศึกษาเรียนรู้ และพัฒนาตนเองให้มีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง

เชี่ยวชาญการสื่อสาร หมายถึง บัณฑิตที่มีทักษะการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ สามารถสื่อสารและถ่ายทอดความรู้ความชำนาญในสาขาวิชาที่ศึกษา โดยใช้ระบบเครือข่ายและเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยสู่ชุมชนและสังคม

มีจิตสาธารณะ หมายถึง บัณฑิตที่มีคุณธรรม จริยธรรม รู้จักแบ่งปัน ช่วยเหลือผู้อื่น มุ่งทำความดีที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน สังคม และประเทศชาติ

1.5.7 เอกลักษณ์ (Uniqueness)

เน้นความเป็นวัง ปลูกฝังองค์ความรู้ ยึดมั่นคุณธรรมให้เชิดชู เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้สู่สากล

นิยามของคำสำคัญเอกลักษณ์

เน้นความเป็นวัง หมายถึง เป็นมหาวิทยาลัยที่สืบสานความเป็นวังสวนสุนันทา เน้นการอนุรักษ์โบราณสถาน และเผยแพร่แหล่งเรียนรู้ข้อมูลศิลปวัฒนธรรมด้านต่างๆ โดยเฉพาะศิลปวัฒนธรรมกรุงรัตนโกสินทร์

เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้สู่สากล หมายถึง เป็นมหาวิทยาลัยที่มีแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลายทันสมัย สามารถแข่งขันได้ในระดับชาติและนานาชาติ ตอบสนองทุกรูปแบบการเรียนรู้ของผู้รับบริการได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ

1.5.8 ค่านิยมหลัก (Core Values)

1) W (Wisdom & Creativity) : ปัญญาและความคิดสร้างสรรค์

2) H (Happiness & Loyalty) : ความผาสุกและความภักดีในองค์กร

3) I (Integration & Collaboration) : บูรณาการ และความร่วมมือ

4) P (Professionalism) : ความเป็นมืออาชีพ

1.5.9 เป้าหมายการพัฒนามหาวิทยาลัย (University Development Goals)

<u>เป้าหมายที่ 1</u> : **สร้างเอตทัคคะเพื่อให้ได้รับการยอมรับ** : มหาวิทยาลัยมุ่งที่จะผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพตามอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บัณฑิต เพื่อสู่การเป็นเอตทัคคะที่ได้รับการยอมรับในระดับชาติและนานาชาติ

<u>เป้าหมายที่ 2</u> : **สร้างผลงานวิชาการ วิจัย เพื่อการบริการวิชาการ** : มหาวิทยาลัยมุ่งที่จะผลิตผลงานทางวิชาการ เพื่อยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษา ผลิตงานวิจัยที่ตอบสนองต่อความต้องการของแหล่งทุน เผยแพร่ทั้งในระดับชาติและนานาชาติ รวมทั้งการนำไปใช้ประโยชน์เป็นศูนย์กลางแห่งการเรียนรู้เพื่อการบริการวิชาการแก่สังคม

<u>เป้าหมายที่ 3</u> : **สร้างเครือข่ายมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนา** : มหาวิทยาลัยมุ่งที่จะสร้างเครือข่ายความร่วมมือที่หลากหลายทั้งภายในและต่างประเทศ เพื่อให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาและเกิดความสัมพันธ์ที่ดีกับมหาวิทยาลัย

<u>เป้าหมายที่ 4</u> : **สร้างภาพลักษณ์เพื่อให้เป็นที่รู้จักและยอมรับ** : มหาวิทยาลัยมุ่งที่จะพัฒนาระบบบริหารจัดการภายในที่ตอบสนองต่อความเป็นนานาชาติ และสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับชาติและนานาชาติ

ส่วนที่ 2 แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

2.1 นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา มียุทธศาสตร์พัฒนามหาวิทยาลัยที่เน้นการสร้างภาพลักษณ์เป็นสำคัญสำหรับการบริหารจัดการในทุกๆ ด้าน สำหรับการประชาสัมพันธ์นั้นนับเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่ทุกองค์กรจะต้องมี

การประชาสัมพันธ์เป็นงานสื่อสัมพันธ์ที่มีความสำคัญ และเป็นงานที่มีขอบเขตกว้างขวาง มีระบบงานที่ซับซ้อน แต่งานประชาสัมพันธ์จะช่วยส่งเสริมลักษณะความเป็นผู้นำขององค์การและบุคคล ทั้งยังช่วยให้เกิดความเข้าใจ ความร่วมมือทั้งจากพนักงานภายในและจากประชาชนภายนอกด้วย นับว่างานประชาสัมพันธ์มีคุณค่าต่อสถาบันต่าง ๆ เป็นอย่างยิ่งเพราะ การประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างค่านิยมของหน่วยงานได้ดีขึ้น ช่วยป้องกันรักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง และช่วยส่งเสริมความนิยม และความต้องการเข้าถึงหน่วยงาน

2.2 วัตถุประสงค์ของแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

2.2.1 เพื่อประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

2.2.2 เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้กับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ โดยใช้ Social Media

2.3 ยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ตัวชี้วัดความสำเร็จและค่าเป้าหมายของมหาวิทยาลัย

2.3.1 ยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ขยายการยกย่องระดับนานาชาติ

2.3.2 เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

2.3.2.1 มหาวิทยาลัยเป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับชาติและนานาชาติ

2.3.2.2 ความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย

2.3.3 ตัวชี้วัดความสำเร็จและค่าเป้าหมาย

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
1.ร้อยละของการรับรู้ภาพลักษณ์ และการให้บริการที่ดีของมหาวิทยาลัย	≥80

2.4 ขั้นตอนการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

2.4.1 จัดทำคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561

2.4.2 จัดประชุมคณะกรรมการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561

2.4.3 จัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

2.4.4 นำเสนอแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 เพื่อขออนุมัติ

2.5 แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

2.5.1 แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2561–2565)

กิจกรรม/โครงการ		วัตถุประสงค์โครงการ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ	เป้าหมายของตัวชี้วัด	กลุ่มเป้าหมาย	ระยะเวลาดำเนินงาน					งบประมาณรวม	ผู้รับผิดชอบ
						ปี 60	ปี 61	ปี 62	ปี 63	ปี 64		
1.โครงการประชาสัมพันธ์ภายใน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างบุคลากรกับมหาวิทยาลัย												
1	กิจกรรมผลิตและเผยแพร่วารสารข่าวแก้วเจ้าจอมฉบับกระดาษ	เพื่อเผยแพร่ข่าวสารนโยบายข้อมูลตลอดจนสาระความรู้ต่างๆ แก่บุคลากร	ร้อยละของข่าวที่ได้รับการเผยแพร่	ร้อยละ 90	นักเรียน นักศึกษา บุคลากร	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	700,000	กองกลาง
2	กิจกรรมผลิตและเผยแพร่วารสารข่าวแก้วเจ้าจอมรายเดือน	เพื่อเผยแพร่ข่าวสารนโยบายข้อมูลตลอดจนสาระความรู้ต่างๆ แก่บุคลากร	ร้อยละของข่าวสารที่ได้รับการเผยแพร่	ร้อยละ 90	นักเรียน นักศึกษา บุคลากร ประชาชนทั่วไป	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	2,500,000	กองกลาง
3	กิจกรรมประสานงานและบริหารเครือข่ายเพื่อสร้างความร่วมมือและเข้าใจอันดีระหว่างบุคลากร และมหาวิทยาลัย	เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีและความร่วมมือระหว่างกัน	ร้อยละของบุคลากรที่เข้าร่วมเป็นเครือข่าย	ร้อยละ 100	บุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ประชาสัมพันธ์ประจำหน่วยงาน	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	300,000	กองกลาง
4	กิจกรรมเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออิเล็คทรอนิกส์ (ป้ายประชาสัมพันธ์อัจฉริยะ)	เพื่อเผยแพร่ข่าวสารนโยบาย ข้อมูลตลอดจนสาระความรู้ต่างๆ แก่บุคลากร	ร้อยละของข่าวที่ได้รับการเผยแพร่	ร้อยละ 90	นักเรียน นักศึกษา บุคลากร	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	100,000	กองกลาง

กิจกรรม/โครงการ	วัตถุประสงค์โครงการ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ	เป้าหมายของตัวชี้วัด	กลุ่มเป้าหมาย	ระยะเวลาดำเนินงาน	งบประมาณรวม	ผู้รับผิดชอบ

						ปี 60	ปี 61	ปี 62	ปี 63	ปี 64		
1.โครงการประชาสัมพันธ์ภายใน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างบุคลากรกับมหาวิทยาลัย												
5	กิจกรรมประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อพื้นฐานภายในองค์กร เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์แบบโปสเตอร์ ป้ายไวนิล คัทเอาท์ เอกสารสื่อสิ่งพิมพ์ (แผ่นพับประชาสัมพันธ์ ฯลฯ)	เพื่อเผยแพร่ข่าวสารนโยบาย ข้อมูลตลอดจนสาระความรู้ต่างๆ แก่บุคลากร	ร้อยละของข่าวที่ได้รับการเผยแพร่	ร้อยละ 90	นักเรียน นักศึกษา บุคลากร	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	5,000,000	กองกลาง
6	ค่าจ้างนักศึกษาช่วยงาน	เพื่อบริการข้อมูลข่าวสารแก่ผู้รับบริการ	ร้อยละความพึงพอใจต่อการให้บริการ	ร้อยละ 90	นักเรียน นักศึกษา ผู้รับบริการทั่วไป	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	180,000	กองกลาง

กิจกรรม/โครงการ	วัตถุประสงค์โครงการ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ	เป้าหมายของตัวชี้วัด	กลุ่มเป้าหมาย	ระยะเวลาดำเนินงาน					งบประมาณรวม	ผู้รับผิดชอบ
					ปี 61	ปี 62	ปี 63	ปี 64	ปี 65		
2.โครงการประชาสัมพันธ์ภายนอก เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์สู่ความเป็นเลิศ											

กิจกรรม/โครงการ		วัตถุประสงค์โครงการ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ	เป้าหมายของตัวชี้วัด	กลุ่มเป้าหมาย	ระยะเวลาดำเนินงาน					งบประมาณรวม	ผู้รับผิดชอบ
						ปี 61	ปี 62	ปี 63	ปี 64	ปี 65		
1	กิจกรรมเปิดบ้านสวนสุนันทารับสมาชิกใหม่ (SSRU Open House)	เพื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยภาพรวม	ร้อยละของผู้เข้าร่วมงาน	ร้อยละ 90	นักเรียน อาจารย์แนะแนว ผู้ปกครอง และผู้สนใจทั่วไป	ร้อยละ 90	ร้อยละ90	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	600,000	กองกลาง
2	กิจกรรมตลาดนัดหลักสูตรอุดมศึกษา	เพื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยภาพรวม	ร้อยละของผู้เข้าร่วมงาน	ร้อยละ 90	นักเรียน อาจารย์แนะแนว ผู้ปกครอง และผู้สนใจทั่วไป	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	800,000	กองกลาง
3	กิจกรรมเดินสายแนะแนวหลักสูตร และ การรับสมัครนักศึกษา	เพื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยภาพรวม	จำนวนสถานศึกษาต่อกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด	จำนวน 50 แห่ง	สถานศึกษาที่เปิดสอนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	จำนวน 50 แห่ง	จำนวน 50 แห่ง	จำนวน 50 แห่ง	จำนวน 50 แห่ง	จำนวน 50 แห่ง	500,000	กองกลาง
4	กิจกรรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวและกิจกรรมผ่านสื่อสารมวลชน อาทิ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ	เพื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยภาพรวม	ร้อยละของข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ต่อจำนวนกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด	ร้อยละ 90	สื่อสารมวลชนทุกประเภท	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	6,000,000	กองกลาง
5	กิจกรรมประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)	เพื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยภาพรวม	ร้อยละของข้อมูลข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ต่อจำนวนกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด	ร้อยละ 90	นักเรียน นักศึกษา ผู้ปกครอง บุคลากรและประชาชนทั่วไป ศิษย์เก่า	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	3,000,000	กองกลาง

กิจกรรม/โครงการ	วัตถุประสงค์โครงการ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ	เป้าหมายของตัวชี้วัด	กลุ่มเป้าหมาย	ระยะเวลาดำเนินงาน	งบประมาณรวม	ผู้รับผิดชอบ	กิจกรรม/โครงการ	วัตถุประสงค์โครงการ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ	เป้าหมายของตัวชี้วัด
2.โครงการประชาสัมพันธ์ภายนอก เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์สู่ความเป็นเลิศ											

กิจกรรม/โครงการ		วัตถุประสงค์โครงการ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ	เป้าหมายของตัวชี้วัด	กลุ่มเป้าหมาย	ระยะเวลาดำเนินงาน	งบประมาณรวม	ผู้รับผิดชอบ	กิจกรรม/โครงการ	วัตถุประสงค์โครงการ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ	เป้าหมายของตัวชี้วัด
6	กิจกรรมให้บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ one stop service	เพื่อสร้างภาพลักษณ์และการให้บริการที่ดี	ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการ	ร้อยละ 90	ผู้รับบริการทั่วไป นักเรียน นักศึกษา ผู้ปกครอง บุคลากร ศิษย์เก่า	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	1,000,000	กองกลาง

กิจกรรม/โครงการ	วัตถุประสงค์โครงการ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ	เป้าหมายของตัวชี้วัด	กลุ่มเป้าหมาย	ระยะเวลาดำเนินงาน					งบประมาณรวม	ผู้รับผิดชอบ
					ปี 61	ปี 62	ปี 63	ปี 64	ปี 65		
3.โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์											

กิจกรรม/โครงการ		วัตถุประสงค์โครงการ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ	เป้าหมายของตัวชี้วัด	กลุ่มเป้าหมาย	ระยะเวลาดำเนินงาน					งบประมาณรวม	ผู้รับผิดชอบ
						ปี 61	ปี 62	ปี 63	ปี 64	ปี 65		
1	การอบรมเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์	เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้แก่บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์	ร้อยละของผู้เข้าอบรมต่อจำนวนประชาสัมพันธ์ประจำหน่วยงานทั้งหมด	ร้อยละ 100	เครือข่ายประชาสัมพันธ์ประจำหน่วยงาน	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	300,000	กองกลาง
2	การอบรมการเป็นพิธีกรและการพูดในที่สาธารณะ	เพื่อพัฒนาทักษะการเป็นพิธีกรและการพูดในที่สาธารณะให้แก่บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์	ร้อยละของผู้เข้าอบรมต่อจำนวนประชาสัมพันธ์ประจำหน่วยงานทั้งหมด	ร้อยละ 100	เครือข่ายประชาสัมพันธ์ประจำหน่วยงาน	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	300,000	กองกลาง
3	การอบรมการมีสำนึกของผู้ให้บริการที่ดี (Service Mind)	เพื่อพัฒนาทักษะการมีสำนึกของผู้ให้บริการที่ดี (Service Mind)	ร้อยละของผู้เข้าอบรมต่อจำนวนประชาสัมพันธ์ประจำหน่วยงานทั้งหมด	ร้อยละ 100	เครือข่ายประชาสัมพันธ์ประจำหน่วยงาน	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	300,000	กองกลาง
4	การอบรมพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับนักประชาสัมพันธ์	เพื่อพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับนักประชาสัมพันธ์	ร้อยละของผู้เข้าอบรมต่อจำนวนประชาสัมพันธ์ประจำหน่วยงานทั้งหมด	ร้อยละ 100	เครือข่ายประชาสัมพันธ์ประจำหน่วยงาน	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	300,000	กองกลาง

2.5.2 แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

กิจกรรม/โครงการ	วัตถุประสงค์โครงการ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ	เป้าหมายของตัวชี้วัด	กลุ่มเป้าหมาย	ระยะเวลาดำเนินงาน	งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
1.โครงการประชาสัมพันธ์ภายใน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างบุคลากรกับมหาวิทยาลัย							

1	ผลิตและเผยแพร่วารสารข่าวแก้วเจ้าจอมฉบับกระดาษ	เพื่อเผยแพร่ข่าวสารนโยบายข้อมูลตลอดจนสาระความรู้ต่างๆ แก่บุคลากร	ร้อยละของข่าวที่ได้รับการเผยแพร่	ร้อยละ 90	นักเรียน นักศึกษา บุคลากร	ตุลาคม – กันยายน	0	ฝ่ายประชาสัมพันธ์
2	ผลิตและเผยแพร่วารสารข่าวแก้วเจ้าจอมรายเดือน	เพื่อเผยแพร่ข่าวสารนโยบายข้อมูลตลอดจนสาระความรู้ต่างๆ แก่บุคลากร	ร้อยละของข่าวสารที่ได้รับการเผยแพร่	ร้อยละ 90	นักเรียน นักศึกษา บุคลากร ประชาชนทั่วไป	ตุลาคม – กันยายน	100,000	ฝ่ายประชาสัมพันธ์
3	ประสานงานและบริหารเครือข่ายเพื่อสร้างความร่วมมือและเข้าใจอันดีระหว่างบุคลากร และมหาวิทยาลัย	เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีและความร่วมมือระหว่างกัน	ร้อยละของบุคลากรที่เข้าร่วมเป็นเครือข่าย	ร้อยละ 100	บุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ประชาสัมพันธ์ประจำหน่วยงาน	ตุลาคม – กันยายน	200,000	ฝ่ายประชาสัมพันธ์
4	กิจกรรมเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออิเล็คทรอนิกส์	เพื่อเผยแพร่ข่าวสารนโยบาย ข้อมูลตลอดจนสาระความรู้ต่างๆ แก่บุคลากร	ร้อยละของข่าวที่ได้รับการเผยแพร่	ร้อยละ 90	นักเรียน นักศึกษา บุคลากร	ตุลาคม – กันยายน	100,000	ฝ่ายประชาสัมพันธ์
5	กิจกรรมจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์	เพื่อเผยแพร่ข่าวสารนโยบาย ข้อมูลตลอดจนสาระความรู้ต่างๆ แก่บุคลากร	ร้อยละของข่าวที่ได้รับการเผยแพร่	ร้อยละ 90	นักเรียน นักศึกษา บุคลากร	ตุลาคม – กันยายน	100,000	ฝ่ายประชาสัมพันธ์
6	จ้างนักศึกษาช่วยงาน	เพื่อบริการข้อมูลข่าวสารแก่ผู้รับบริการ	ร้อยละความพึงพอใจต่อการให้บริการ	ร้อยละ 90	นักเรียน นักศึกษา ผู้รับบริการทั่วไป	ตุลาคม – กันยายน	180,000	ฝ่ายประชาสัมพันธ์

กิจกรรม/โครงการ	วัตถุประสงค์โครงการ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ	เป้าหมายของตัวชี้วัด	กลุ่มเป้าหมาย	ระยะเวลาดำเนินงาน	งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
2.โครงการประชาสัมพันธ์ภายนอก เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์สู่ความเป็นเลิศ							
1 เปิดบ้านสวนสุนันทารับสมาชิกใหม่ (SSRU Open House)	เพื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยภาพรวม	ร้อยละของผู้เข้าร่วมงาน	ร้อยละ 90	นักเรียน อาจารย์แนะแนว ผู้ปกครอง และผู้สนใจทั่วไป	ธันวาคม	300,000	ฝ่ายประชาสัมพันธ์
2 นิทรรศการตลาดนัดหลักสูตรอุดมศึกษา	เพื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยภาพรวม	ร้อยละของผู้เข้าร่วมงาน	ร้อยละ 90	นักเรียน อาจารย์แนะแนว ผู้ปกครอง และผู้สนใจทั่วไป	ตุลาคม – กันยายน	400,000	ฝ่ายประชาสัมพันธ์

3	เดินสายแนะแนวหลักสูตรและการรับสมัครนักศึกษา	เพื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยภาพรวม	จำนวนสถานศึกษาต่อกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด	จำนวน 50 แห่ง	สถานศึกษาที่เปิดสอนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	ตุลาคม – กันยายน	20,000	ฝ่ายประชาสัมพันธ์
4	ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวและกิจกรรมผ่านสื่อสารมวลชน อาทิ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ	เพื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยภาพรวม	ร้อยละของข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ต่อจำนวนกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด	ร้อยละ 90	สื่อสารมวลชนทุกประเภท	ตุลาคม – กันยายน	1,376,900	ฝ่ายประชาสัมพันธ์
5	ประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)	เพื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยภาพรวม	ร้อยละของข้อมูลข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ต่อจำนวนกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด	ร้อยละ 90	นักเรียน นักศึกษา ผู้ปกครองบุคลากรและประชาชนทั่วไป ศิษย์เก่า	ตุลาคม – กันยายน	700,000	ฝ่ายประชาสัมพันธ์
6	ให้บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ one stop service	เพื่อสร้างภาพลักษณ์และการให้บริการที่ดี	ผู้รับบริการทั่วไป นักเรียน นักศึกษา ผู้ปกครอง บุคลากร ศิษย์เก่า	ร้อยละ 90	ผู้รับบริการทั่วไป นักเรียน นักศึกษา ผู้ปกครอง บุคลากร ศิษย์เก่า	ตุลาคม – กันยายน	50,000	ฝ่ายประชาสัมพันธ์

กิจกรรม/โครงการ	วัตถุประสงค์โครงการ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ	เป้าหมายของตัวชี้วัด	กลุ่มเป้าหมาย	ระยะเวลาดำเนินงาน	งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
3.โครงการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์							
1 การอบรมเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์	เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้แก่บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์	ร้อยละของผู้เข้าอบรมต่อจำนวนประชาสัมพันธ์ประจำหน่วยงานทั้งหมด	ร้อยละ 100	เครือข่ายประชาสัมพันธ์ประจำหน่วยงาน	ตุลาคม – กันยายน	200,000	ฝ่ายประชาสัมพันธ์
2 การอบรมการเป็นพิธีกรและการพูดในที่สาธารณะ	เพื่อพัฒนาทักษะการเป็นพิธีกรและการพูดในที่สาธารณะให้แก่บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์	ร้อยละของผู้เข้าอบรมต่อจำนวนประชาสัมพันธ์ประจำหน่วยงานทั้งหมด	ร้อยละ 100	เครือข่ายประชาสัมพันธ์ประจำหน่วยงาน	ตุลาคม – กันยายน	200,000	ฝ่ายประชาสัมพันธ์
3 การอบรมการมีสำนึกของผู้ให้บริการที่ดี (Service Mind)	เพื่อพัฒนาทักษะการมีสำนึกของผู้ให้บริการที่ดี (Service Mind)	ร้อยละของผู้เข้าอบรมต่อจำนวนประชาสัมพันธ์ประจำ	ร้อยละ 100	เครือข่ายประชาสัมพันธ์ประจำหน่วยงาน	ตุลาคม – กันยายน	200,000	ฝ่ายประชาสัมพันธ์

			หน่วยงานทั้งหมด					
4	การอบรมพัฒนาบุคลิกภาพ สำหรับนักประชาสัมพันธ์	เพื่อพัฒนาบุคลิกภาพ สำหรับนักประชาสัมพันธ์	ร้อยละของผู้เข้าอบรม ต่อจำนวน ประชาสัมพันธ์ประจำ หน่วยงานทั้งหมด	ร้อยละ 100	เครือข่ายประชาสัมพันธ์ ประจำหน่วยงาน	ตุลาคม – กันยายน	200,000	ฝ่ายประชาสัมพันธ์

ส่วนที่ 3 แนวทางการนำแผนสู่การปฏิบัติและการติดตามประเมินผล

การนำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2560 ไปสู่การปฏิบัติ จำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดการประสานความร่วมมือในการจัดทำโครงการ/กิจกรรมให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ ยุทธศาสตร์ และเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยที่กำหนดไว้ รวมทั้งมีการพัฒนาการติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามแผนอย่างเป็นระบบ เพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งได้กำหนดวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อเสริมสร้างความรู้ และความเข้าใจร่วมกันของบุคลากรภายในหน่วยงานในเรื่องการดำเนินงานโครงการ/กิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561
2. เพื่อปรับประบวนการ และกลไกการบริหารจัดการการนำแผนปฏิบัติการด้านการการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 ไปสู่การปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. เพื่อให้มีการติดตามประเมินผลแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 อย่างเป็นระบบ

3.1 แนวทางการนำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 ไปสู่การปฏิบัติ

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว จึงกำหนดทางการนำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 256 ไปสู่การปฏิบัติ ดังนี้

1. สร้างความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 โดยจัดทำแนวทางการสื่อสารและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจในภารกิจ เป้าหมาย และโครงการ/กิจกรรมให้กับบุคลากรภายในหน่วยงาน ได้ทราบถึงบทบาทความรับผิดชอบของตนที่จะสนับสนุนการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 ให้เกิดผลในทางปฏิบัติ
2. ผลักดันระบบงบประมาณ และการพัฒนาสมรรถภาพบุคลากรให้สอดคล้องกับแนวทางที่กำหนด
3. ส่งเสริมการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับแผนที่กำหนดไว้ และนำไปสู่การพิจารณาการสนับสนุนทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. สร้างกลไกประสานงานภายในกับหน่วยงานให้ขับเคลื่อนโครงการ/กิจกรรมให้มีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง และมีการแลกเปลี่ยนข้อมูล จัดเก็บ เผยแพร่ และถ่ายทอดความรู้ซึ่งกันและกัน โดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสาร พร้อมจัดทำฐานข้อมูลให้สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้ง่าย
5. ติดตาม ตรวจสอบผลที่ได้รับจากการดำเนินงานโครงการ/กิจกรรมของหน่วยงาน ว่าสามารถตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 รวมทั้งสามารถประเมินผลได้อย่างเป็นรูปธรรม

3.2 การติดตามและประเมินผลแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ระยะ 5 ปีและประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

การติดตาม ประเมินผลเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะสนับสนุนให้การดำเนินงานของคณะ/วิทยาลัย บรรลุเป้าประสงค์ตามที่กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 เพื่อให้ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานทราบถึงความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการดำเนินงาน และนำไปสู่การปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินงานเพื่อแก้ไขปัญหาอุปสรรคให้เหมาะสมเท่าทันสถานการณ์ และสามารถบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายได้ โดยจัดทำระบบการติดตามและประเมินผล ดังนี้

1. พัฒนาองค์ความรู้และเสริมสร้างความเข้าใจเรื่องการติดตามประเมินผลและกำหนดตัวชี้วัดแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างทักษะในการติดตามประเมินผลและสามารถนำมาใช้ประโยชน์ร่วมกันอย่างเป็นรูปธรรม

2. พัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 อย่างต่อเนื่อง

3. กำหนดให้มีการติดตามความก้าวหน้าของแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 ทุกๆ เดือน พร้อมให้ผู้รับผิดชอบในแต่ละโครงการ/กิจกรรมทำการวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจของผู้บริหาร

ภาคผนวก

คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก
ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561



คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ที่ ๑๗๐๘/๒๕๕๙
เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์ เชิงรุก ระยะ ๕ ปี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๐

ตามยุทธศาสตร์ ขยายการยกย่องระดับนานาชาติ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เพื่อให้การดำเนินการขับเคลื่อนมหาวิทยาลัยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับชาติและนานาชาติ และความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและสอดคล้อง กับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย จึงขอแต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ระยะ ๕ ปี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๐ ดังนี้

๑.คณะกรรมการอำนวยการ

๑.อธิการบดี	ประธาน
๒. รองอธิการบดีทุกฝ่าย	กรรมการ
๓. คณบดีทุกคณะ	กรรมการ
๔. ผู้อำนวยการวิทยาลัย/สำนัก/ศูนย์/สถาบัน/โรงเรียน/กอง	กรรมการ
๕. ผู้อำนวยการสำนักงานอธิการบดี	กรรมการและเลขานุการ
๖. ผู้อำนวยการกองกลาง	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

คณะกรรมการอำนวยการ มีหน้าที่ ดังนี้

๑.ทบทวน/กำหนดแนวทางแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของมหาวิทยาลัย

๒.ส่งเสริม สนับสนุน ทรัพยากรในการดำเนินงาน กำกับ ติดตามเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบายและแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่กำหนด

๒. คณะกรรมการดำเนินงาน

๑. ผู้อำนวยการกองกลาง		ประธาน
๒. นางสาวปรารถนา	บัวดิศ	กรรมการ
๓. นางสาวเมศินี	อยู่ยั่งยืน	กรรมการ
๔. นางลลิสา	สหนาวิน	กรรมการ
๕. นางทิฆัมพร	อิสริยอนันต์	กรรมการ
๖. นายไพรัช	ศิริวัฒนพิศาล	กรรมการ

๗. นางสาวกันยากร	สุจริตเนติการ	กรรมการ
๘. นายพิทยาธร	บุญวรรณ์	กรรมการ
๙. นางสาววรฤทัย	หาญโชติพันธุ์	กรรมการ
๑๐. นางธัญลดา	เสี้ยงอยู่	กรรมการ
๑๑. นางสาววราลี	พรหมปฏิมา	กรรมการ
๑๒. นายโยธิน	เขาเครือ	กรรมการ
๑๓. นายตรีวนัส	ก้อนทองคำ	กรรมการ
๑๔. นางสาววรฤทัย	กุลแพทย์	กรรมการ
๑๕. นางสาวพรพนา	โหราเรือง	กรรมการ
๑๖. นางสาวณภัทร	ช่างเพ็ง	กรรมการ
๑๗. นายวราพงษ์	ท่าชนุน	กรรมการ
๑๘. นายพิชัย	นิยมธรรม	กรรมการ
๑๙. นายพชร	รังมี	กรรมการ
๒๐. นางสาวสาลินี	บุญสมเศราะห์	กรรมการ
๒๐. นางสาววิมลฉัตร์	เลิศคชสีห์	กรรมการ
๒๑. นายธนพณ	โกมลผลิน	กรรมการ
๒๒.นายจิตกร	ประภาศิริ	กรรมการ
๒๓.นางสาวอุษญาณีย์	วงศ์ใหญ่	กรรมการ
๒๔.นางสาวพัชรา	แสงนวล	กรรมการ
๒๕.นางสาวอรทัย	สีโส	กรรมการ
๒๖.นายธนชาติ	นาที	กรรมการ
๒๗.นางสาวสุพัฒตรา	ชัง	กรรมการ
๒๘.นายอนุพันธ์	สุทธิมาร	กรรมการ
๒๙.นางสาวสโรชา	บินอับดุลเลาะ	กรรมการ
๓๐.นายสิทธิศักดิ์	กิ่งจันมน	กรรมการ
๓๑.นางสาวชลธิยา	เลิหอนันต์	กรรมการ
๓๒.นางสาวสิริภรณ์	แสงพลาย	กรรมการ
๓๓.นางสาวอรพรรณ	กันทะเขียว	กรรมการ
๓๔.นายประพล	สุขสุโฉม	กรรมการ
๓๕.นายพีระ	เล็กเจริญ	กรรมการ
๓๖.นางสาวรุ่งนภา	เรืองฤทธิ์	กรรมการ
๓๗.นายพีร	ปิทม์กชกร	กรรมการ
๓๘.นายณัฐพล	พัชรนันท์จินดา	กรรมการ
๓๙.นางสาวภูรีรัตน์	สัตถาวร	กรรมการ
๔๐.นางสาวอรวรรณ	สุขมา	กรรมการ
๔๑.นายรังสรรค์	ถาวรสิวะวงษ์	กรรมการ
๔๒.นางสาวเนตรดาว	อยู่ยง	กรรมการ
๔๓.นายรวิโรจน์	สิงห์ลำพอง	กรรมการและเลขานุการ
๔๔.นางจิตรกันยา	ปิมปา	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

คณะกรรมการดำเนินงาน มีหน้าที่ ดังนี้

๑.รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลการจัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเสนอต่ออธิการบดีเพื่ออนุมัติ

๒.สื่อสารและสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เชิงรุก แก่บุคลากรภายในมหาวิทยาลัย

๓.ส่งเสริมและสนับสนุนการจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

๔.ติดตาม ประเมินผล และรายงานผลความก้าวหน้าตามแผนปฏิบัติการเสนอต่อกรรมการบริหารมหาวิทยาลัยได้รับทราบ

๕.ดำเนินการด้านอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๑ มิถุนายน ๒๕๕๙

(รศ.ดร.ฤๅเดช เกิดวิชัย)

อธิการบดี

01มิ.ย.59 เวลา 20:28:41 Non-PKI Server Sign
Signature Code : MQBDA-DMANw-AwAEQ-AOAA3

รายงานการประชุมคณะกรรมการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก
ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561

รายงานการประชุม
ชี้แจงแนวทางในการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมหาวิทยาลัยระยะ 5 ปี (พ.ศ.2561-2565) และประจำปีงบประมาณ 2561
วันจันทร์ที่ 20 สิงหาคม 2560 เวลา 09.00-12.00 น.
ณ ห้องประชุมสภามหาวิทยาลัย อาคาร 31 ชั้น 5

.....

ผู้เข้าประชุม

1.นายรวีโรจน์ สิงห์ลำพอง
2.นางสาวอรวรรณ สุขมา
3.นายรังสรรค์ ถาวรสิวะวงษ์
4.นางจิตรกันยา ปิมปา
5.นางสาวเนตรดาว อยู่ยง
6.นางสาวปรารถนา บัวดิศ
7.นางลลิสา สหนาวิน
8.นายไพรัช ศิริวัฒนพิศาล
9.นางสาวกันยากร สุจริตเนติการ
10.นายพิทยาธร บุญวรรณ์
11.นางสาววรฤทัย หาญโชติพันธุ์
12.นางธัญลดา เลี้ยงอยู่
13.นายโยธิน เชาเครือ
14.นายตรีวนัส ก้อนทองคำ
15.นางสาววรฤทัย กุลแพทย์
16.นางสาวนิชาภา อิทธิประเสริฐ
17.นางสาวณภัทร ช่างเพ็ง
18.นายวราพงษ์ ท่าขนุน
19.นายพิชัย นิยมธรรม
20.นายพชร วังมี
21.นางสาวสาลินี บุญสมเคราะห์
23.นางสาววิมลฉัตร์ เลิศคชสีห์
24.นายธนพณ โกมลผลิน
25.นายจิตกร ประภาศิริ
26.นางสาวอุษญาณีย์ วงศ์ใหญ่
27.นางสาวพัชรา แสงนวล
28.นางสาวอรทัย ลือใส
29.นายธนชาติ นาที
30.นางสาวสุพัฒตรา ซัง
31.นายอนุพันธ์ สุทธิมาร
32.นางสาวสโรชา บินอับดุลเลาะ
33.นายพีร ปัทม์กชกร
34.นางสาวภูรีรัตน์ สัตถาวร

เริ่มประชุมเวลา 09.00 น.

ประธานที่ประชุม หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ (นายรวีโรจน์ สิงห์ลำพอง)

ประเด็นที่ 1 ประธานแจ้งที่ประชุมทราบ

หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ (นายรวีโรจน์ สิงห์ลำพอง) แจ้งให้ที่ประชุมได้รับทราบ จำนวน 4 เรื่อง คือ 1) วัตถุประสงค์ ตัวชี้วัดความสำเร็จ และค่าเป้าหมายของแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมหาวิทยาลัยระยะ 5 ปี (พ.ศ.2561-2565) และประจำปีงบประมาณ 2561 2) กรอบในการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมหาวิทยาลัยระยะ 5 ปี (พ.ศ.2560-2564) และประจำปีงบประมาณ 2561 3) ปฏิทินการดำเนินงานแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมหาวิทยาลัยระยะ 5 ปี (พ.ศ.2561-2565) และประจำปีงบประมาณ 2561 และ 4) แบบฟอร์มที่ใช้ในการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมหาวิทยาลัยระยะ 5 ปี (พ.ศ.2561-2565) และประจำปีงบประมาณ 2560

มติที่ประชุม : รับทราบ

ประเด็นที่ 2 วัตถุประสงค์ ตัวชี้วัดความสำเร็จ และค่าเป้าหมายของแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมหาวิทยาลัยระยะ 5 ปี (พ.ศ.2561-2565) และประจำปีงบประมาณ 2561

หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ (นายรวีโรจน์ สิงห์ลำพอง) แจ้งให้ที่ประชุมได้รับทราบว่า ตามมติที่ประชุมหารือเพื่อกำหนดแนวทางในการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านต่างๆ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2561-2565) ที่ให้หน่วยงานเจ้าภาพชี้แจง/สื่อสารแนวทางในการจัดทำแผนปฏิบัติการต่างๆ ระยะ 5 ปี และประจำปี ให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบและดำเนินการ นั้น

กองกลางในฐานะหน่วยงานเจ้าภาพแผนปฏิบัติการ**ด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก** ระดับมหาวิทยาลัย จึงขอแจ้งวัตถุประสงค์ ตัวชี้วัดความสำเร็จ และค่าเป้าหมายของของแผนปฏิบัติการด้านด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมหาวิทยาลัยระยะ 5 ปี (พ.ศ.2561-2565) และประจำปีงบประมาณ 2560 ระดับมหาวิทยาลัย ให้ที่ประชุมทราบเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมหาวิทยาลัยระยะ 5 ปี (พ.ศ.2561-2565) และประจำปีงบประมาณ 2561 ระดับหน่วยงาน ดังนี้

วัตถุประสงค์	ตัวชี้วัดความสำเร็จ	ค่าเป้าหมาย
เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์เชิงรุกของมหาวิทยาบัยราชภัฏสวนสุนันทา	ร้อยละของการรับรู้ภาพลักษณ์และการให้บริการที่ดีของมหาวิทยาลัย	≥80

มติที่ประชุม : รับทราบ

ประเด็นที่ 3 กรอบในการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมหาวิทยาลัยระยะ 5 ปี (พ.ศ.2560-2564) และประจำปีงบประมาณ 2561

หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ (นายรวีโรจน์ สิงห์ลำพอง) แจ้งให้ที่ประชุมได้รับทราบว่า ตามที่กองกลางได้รับมอบหมายให้เป็นหน่วยงานเจ้าภาพในการจัดทำแผนการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ระดับมหาวิทยาลัย จึงขอชี้แจงกรอบในการจัดทำแผนดังกล่าวเพื่อให้หน่วยงานนำไปเป็นกรอบแนวทางในการกำหนดกิจกรรม/โครงการ โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. ด้านการประชาสัมพันธ์ภายใน
2. ด้านการประชาสัมพันธ์ภายนอก
3. ด้านการพัฒนาบุคลากร

มติที่ประชุม รับทราบ

ประเด็นที่ 4 ปฏิทินการดำเนินงานแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมหาวิทยาลัยระยะ 5 ปี (พ.ศ.2561-2565) และประจำปีงบประมาณ 2561

หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ (นายรวีโรจน์ สิงห์ลำพอง) แจ้งให้ที่ประชุมได้รับทราบว่า เพื่อให้การจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมหาวิทยาลัยระยะ 5 ปี (พ.ศ.2560-2564) และประจำปีงบประมาณ 2560 ระดับหน่วยงาน บรรลุวัตถุประสงค์ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กองกลางจึงได้กำหนดปฏิทินการแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมหาวิทยาลัยระยะ 5 ปี (พ.ศ.2561-2565) และประจำปีงบประมาณ 2561 ระดับหน่วยงาน มีรายละเอียดดังนี้

ที่	กิจกรรม	ระยะเวลา
	กองกลางชี้แจงแนวทางการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมหาวิทยาลัยระยะ 5 ปี (พ.ศ.2561-2561) และประจำปีงบประมาณ 2560	สิงหาคม 2560
	หน่วยงานจัดทำคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมหาวิทยาลัยระยะ 5 ปี (พ.ศ.2561-2565) และประจำปีงบประมาณ 2561	สิงหาคม 2561
	หน่วยงานจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมหาวิทยาลัยระยะ 5 ปี (พ.ศ.2561-2565) และประจำปีงบประมาณ 2560	สิงหาคม – กันยายน 2560
	หน่วยงานส่งแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมหาวิทยาลัยระยะ 5 ปี (พ.ศ.2561-2565) และประจำปีงบประมาณ 2561 ให้กองกลาง เพื่อตรวจสอบ	กันยายน 2560
	หน่วยงานปรับแก้แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมหาวิทยาลัยระยะ 5 ปี (พ.ศ.2561-2565) และประจำปีงบประมาณ 2560 ตามข้อเสนอแนะของกองกลาง (ถ้ามี)	กันยายน 2560
	หน่วยงานเสนอแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมหาวิทยาลัยระยะ 5 ปี (พ.ศ.2561-2565) และประจำปีงบประมาณ 2560 ต่อคณะกรรมการบริหารหน่วยงาน และอธิการบดีเพื่อพิจารณาเห็นชอบ	มิถุนายน 2559
	หน่วยงานส่งแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมหาวิทยาลัยระยะ 5 ปี (พ.ศ.2561-2565) และประจำปีงบประมาณ	26 มิถุนายน 2559

ที่	กิจกรรม	ระยะเวลา
	2560 ที่ได้รับความเห็นชอบให้กับกองกลาง	
	หน่วยงานเผยแพร่แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมหาวิทยาลัยระยะ 5 ปี (พ.ศ.2561-2565) และประจำปีงบประมาณ 2560	ตุลาคม 2560
	หน่วยงานดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมหาวิทยาลัยระยะ 5 ปี (พ.ศ.2561-2565) และประจำปีงบประมาณ 2561	ตุลาคม 2560 – กันยายน 2561
	หน่วยงานรายงานผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมหาวิทยาลัยระยะ 5 ปี (พ.ศ.2561-2565) และประจำปีงบประมาณ 2561	กันยายน 2561

มติที่ประชุม รับทราบ

ประเด็นที่ 5 แบบฟอร์มที่ใช้ในการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมหาวิทยาลัยระยะ 5 ปี (พ.ศ.2561-2565) และประจำปีงบประมาณ 2561

หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ (นายรวีโรจน์ สิงห์ลำพอง) แจ้งให้ที่ประชุมได้รับทราบว่า แบบฟอร์มและหัวข้อของจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมหาวิทยาลัยระยะ 5 ปี (พ.ศ.2561-2565) และประจำปีงบประมาณ 2561 ประกอบด้วยส่วนประกอบ ดังนี้

ส่วนที่ 1 บทนำ

1. หลักการและเหตุผล
2. โครงสร้างมหาวิทยาลัย
3. โครงสร้างการบริหารจัดการ (ADMINISTRATIVE CHART)
4. ผลการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก
5. ข้อมูลพื้นฐานมหาวิทยาลัย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561
    - 5.1 วิสัยทัศน์ (Vision)
    - 5.2 พันธกิจ (Mission)
    - 5.3 ภารกิจกลัก (Key result area)
    - 5.4 เสาหลัก (Pillar)
    - 5.5 วัฒนธรรม (Culture)
    - 5.6 อัตลักษณ์ (Identity)
    - 5.7 เอกลักษณ์ (Uniqueness)
    - 5.8 ค่านิยมหลัก (Core Values)
    - 5.9 เป้าหมายการพัฒนามหาวิทยาลัย (University Development Gloals)

ส่วนที่ 2 แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

1. นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก
2. วัตถุประสงค์ของแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก
3. ยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ตัวชี้วัดความสำเร็จและค่าเป้าหมายของมหาวิทยาลัย
    3.1 ยุทธศาสตร์
    3.2 เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
    3.3 ตัวชี้วัดความสำเร็จและค่าเป้าหมาย
4.ขั้นตอนการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก
5. แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก
    5.1 แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก
    5.2 แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

ส่วนที่ 3 แนวทางการนำแผนสู่การปฏิบัติและการติดตามประเมินผล

1. แนวทางการนำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก
2. การติดตามและประเมินผลแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

ภาคผนวก

คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก
รายงานการประชุมที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก
ภาพกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

มติที่ประชุม รับทราบ

เลิกประชุมเวลา 12.00 น.

(น.ส.อรวรรณ สุขมา)
บันทึกรายงานการประชุม

(นายรวีโรจน์ สิงห์ลำพอง)
หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์และโสตทัศนูปกรณ์

ภาพการประชุมคณะกรรมการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก
ระยะ 5 ปี และประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561















