



คู่มือปฏิบัติงานหลัก
การผลิตสื่อออนไลน์เพื่อสร้างภาพลักษณ์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

นางสาวชนิกานต์ ชวรุ่ง
ตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์ ปฏิบัติการ

กลุ่มงานสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี



คู่มือปฏิบัติงานหลัก
การผลิตสื่อออนไลน์เพื่อสร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
กลุ่มงานสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ปรับปรุงครั้ง	-
วันที่อนุมัติใช้	๑๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘
จัดทำโดย	นางสาวชนิกานต์ ชวรุ่ง นักประชาสัมพันธ์ ปฏิบัติการ
สอบทานโดย	นายदनัย มีอารีย์ รักษาการหัวหน้ากลุ่มงานสื่อสารองค์กร
อนุมัติโดย	นางนั้บรรณ เอมนุกุลกิจ ผู้อำนวยการสำนักงานอธิการบดี

คำนำ

คู่มือการปฏิบัติงาน การผลิตสื่อออนไลน์เพื่อสร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อถ่ายทอดกระบวนการขั้นตอนการปฏิบัติงาน เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ปฏิบัติงานตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์ กลุ่มงานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ทั้งผู้ปฏิบัติงานเดิม ผู้ปฏิบัติงานใหม่ ตลอดจนผู้บริหารและบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้ได้รับความสะดวก รวดเร็ว ในการค้นคว้า และสามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง ทั้งยังอำนวยความสะดวกให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานแทนในกรณีติดภารกิจ หรือมีการปรับเปลี่ยนหน้าที่ความรับผิดชอบ เพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติและพัฒนางานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผู้จัดทำหวังอย่างยิ่งว่าคู่มือการปฏิบัติงาน “การผลิตสื่อออนไลน์เพื่อสร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี” จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ปฏิบัติงานและผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นไป

นางสาวชนิกานต์ ขวรุ่ง

ตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์ ปฏิบัติการ

กลุ่มงานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘

สารบัญ

	หน้า
ความเป็นมา	๑
วัตถุประสงค์ (Objectives)	๑
ขอบเขตคู่มือ (Scope)	๑
นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง (Definition)	๒
บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ (Responsibilities)	๓
หลักเกณฑ์ ขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติงาน (Procedure)	๙
ข้อมูลสารสนเทศ/ฐานข้อมูลที่ใช้ในการปฏิบัติ (Information System)	๕๓
มาตรฐานการปฏิบัติและตัวชี้วัดความสำเร็จของงาน	๕๓
แนวทางการพัฒนางาน	๕๔
(ข้อเสนอแนะ/เทคนิคการปฏิบัติงาน/ปัญหาอุปสรรค แนวทางการแก้ไขและพัฒนางาน)	
บรรณานุกรม (Reference Document)	๕๗
ภาคผนวก	๕๘
-แบบฟอร์มที่ใช้ (Form)	
ประวัติผู้เขียน	๗๓

ความเป็นมา

การจัดทำคู่มือการผลิตสื่อออนไลน์เพื่อสร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี มีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยในยุคดิจิทัลที่การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์มีบทบาทมากขึ้น ปัจจุบันสังกัดกลุ่มงานสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี โดยมีเป้าหมายเพื่อถ่ายทอดกระบวนการขั้นตอนการปฏิบัติงาน เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ หรือผู้สนใจได้ศึกษาเรียนรู้ และนำไปปฏิบัติงานเกี่ยวกับการผลิตสื่อออนไลน์ได้อย่างถูกต้องตามลำดับขั้นตอน ทำให้ลดข้อผิดพลาด ทั้งยังอำนวยความสะดวกให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานแทนในกรณีติดภารกิจ หรือมีการปรับเปลี่ยนหน้าที่ความรับผิดชอบ เพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติและพัฒนางานได้อย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น โดยการจัดทำคู่มือการผลิตสื่อออนไลน์เพื่อสร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ได้ทำการวิเคราะห์การปฏิบัติงานตั้งแต่ขั้นตอนเริ่มต้นจนถึงขั้นตอนสุดท้าย รวมถึงการพัฒนางาน ข้อเสนอแนะ เทคนิคการปฏิบัติงาน ปัญหา/อุปสรรค และแนวทางการแก้ไข ถือได้ว่าคู่มือนี้เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้นำไปปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นคู่มือประกอบการปฏิบัติงานการผลิตสื่อออนไลน์เพื่อสร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีให้มีมาตรฐาน โดยใช้เป็นเอกสารอ้างอิงในการปฏิบัติงาน
2. เพื่อให้ผู้ปฏิบัติแทน หรือ ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติหน้าที่ได้ใช้เป็นแนวทาง ในการปฏิบัติงานการผลิตสื่อออนไลน์เพื่อสร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
3. เพื่อให้ทราบถึงรายละเอียดขั้นตอนการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการผลิตสื่อออนไลน์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีอย่างเป็นระบบ และมีประสิทธิภาพ

ขอบเขตคู่มือ

คู่มือการปฏิบัติงานมีเนื้อหาการผลิตสื่อออนไลน์เพื่อสร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี กรณีศึกษาการผลิตสื่อผ่านโปรแกรม Illustrator (Ai) Photoshop (Ps) Capcut เพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียลของกลุ่มงานสื่อสารองค์กร ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก (Facebook Page) มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี : งานสื่อสารองค์กร ตึกต็อก (Tiktok) PBRUOfficial อินสตาแกรม (Instagram) PBRU_Official โดยคู่มือฉบับนี้จะแสดงถึงกระบวนการ ขั้นตอนการผลิตสื่อออนไลน์ เทคนิค รวมไปถึงการศึกษากลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อเสริมงานขององค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง (Definition)

การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงาน องค์กรและกลุ่มประชาชนเป้าหมาย เพื่อสร้างความเข้าใจอันถูกต้อง ในอันที่จะสร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือ ตลอดจนความสัมพันธ์อันดี ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินงานของหน่วยงานนั้นๆ บรรลุเป้าหมาย

ภาพลักษณ์ (Image) หมายถึง ภาพที่คนรู้สึกนึกคิด หรือวาดขึ้นในใจ จะเป็นภาพของอะไรก็ได้ ทั้งที่มีชีวิตหรือไม่มีชีวิต เช่น ภาพของคน หน่วยงาน องค์กร สินค้า หรือผลิตภัณฑ์ เป็นต้น ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการได้รับข้อมูลข่าวสารทั้งประสบการณ์ทางตรงหรือทางอ้อมบวกกับความรู้สึก นึกคิดที่เกิดขึ้นในจิตใจ หรือเป็นภาพในใจที่บุคคลรับรู้ต่อบุคคล วัตถุ สัตว์ สิ่งของ สถานที่ ฯลฯ คำว่า ภาพลักษณ์ในด้านวิชาการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจ (Mental Picture) ของคนเรา อาจเป็นภาพที่มีต่อสิ่งมีชีวิต หรือสิ่งไม่มีชีวิตก็ได้ เช่น ภาพที่มีต่อบุคคล (Person) องค์กร (organization) สถาบัน (Institution) ฯลฯ และภาพเหล่านั้นอาจเป็นภาพที่สิ่งเหล่านั้นสร้างขึ้นกับจิตใจของเรา หรือเป็นภาพที่เราสร้างขึ้นเองได้

ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร (Institution Image) หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสถาบัน หรือองค์กร ซึ่งโดยมากมักจะเน้นไปทางด้านสถาบันหรือองค์กรเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย จึงมีความหมายที่แคบลงมาจาก Corporate Image

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) หมายถึง สื่อที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคมเพื่อใช้สื่อสารระหว่างกันในเครือข่ายทางสังคม ผ่านทางเว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อใด ๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยเน้นให้ผู้ใช้ทั้งที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ในการผลิตเนื้อหาขึ้นเอง ในรูปของข้อมูล ภาพ และเสียง

เพจเฟซบุ๊ก (Facebook Page) หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ติดต่อสื่อสารกับบุคคลที่เป็นสมาชิก หรือบุคคลทั่วไปที่สามารถเข้าชมเพจเฟซบุ๊กได้ สามารถแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ หรือต้องการจะประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวสารกิจกรรมตลอดจนสินค้าและบริการต่าง ๆ ให้กับเพื่อนหรือบุคคลอื่น ๆ ที่กำลังมองหาหรือมีความสนใจในสิ่งที่ประชาสัมพันธ์ได้

เพจเฟซบุ๊ก (Facebook Page) หมายถึง งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี หมายถึง เครื่องมือหรือช่องทางการสื่อสารของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภารกิจ ผลงาน และกิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย (www.facebook.com/prpbbru)

ติ๊กต็อก (Tiktok) หมายถึง แพลตฟอร์มบนโลกออนไลน์ยอดนิยม เป็นเครื่องมือที่สามารถสร้างรับชม และแบ่งปันวิดีโอ หรืออาจจะบอกได้ว่าเป็นพีดีวีไอสั้น ๆ ที่ตั้งค่าเป็นเพลงและเอฟเฟกต์เสียงต่าง ๆ ซึ่งมีความโดดเด่นด้านความคิดสร้างสรรค์ และทำให้เกิดผู้ติดตามได้ในระดับสูงมีครีเอเตอร์มากมายเข้ามาสร้างคลิปเป็นจำนวนมาก

ติ๊กต็อก (Tiktok) PBRUOfficial หมายถึง เครื่องมือหรือช่องทางการสื่อสารของมหาวิทยาลัยราชภัฏ เพชรบุรี ใช้เผยแพร่ คลิปวิดีโอสั้น ๆ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภารกิจ ผลงาน และกิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย (<https://www.tiktok.com/@pbruofficial>)

โปรแกรม Adobe Illustrator (Ai) หมายถึง โปรแกรมวาดรูป หรือออกแบบงานด้านกราฟิก ที่ถูกพัฒนาขึ้นโดย บริษัท Adobe ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นมาตรฐานในการออกแบบระดับสากลสามารถ ทำงานออกแบบได้หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น โลโก้ (Logo), สิ่งพิมพ์ (Publishing),บรรจุภัณฑ์ (Packaging) และ ยังออกแบบงานเพื่อใช้เป็นภาพประกอบในการทำงานอื่น ๆเช่น การ์ตูน หรือ ภาพประกอบหนังสือ ซึ่งในปัจจุบัน เราก็มักได้เห็นกันอย่างแพร่หลาย

โปรแกรม Adobe Photoshop (Ps) หมายถึง โปรแกรมสำหรับสร้างและแก้ไขรูปภาพอย่างมืออาชีพ โดยเฉพาะนักออกแบบในทุกวงการย่อมรู้จักโปรแกรมตัวนี้ดีโปรแกรม Photoshop เป็นโปรแกรมที่มีเครื่องมือ มากมายเพื่อสนับสนุนการสร้างงานประเภทสิ่งพิมพ์ งานวิดิทัศน์ งานนำเสนอ งานมัลติมีเดีย ตลอดจน งานออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์

Capcut หมายถึง แอปพลิเคชันสำหรับตัดต่อวิดีโอ ที่สามารถใช้งานได้ทั้งบน Android, IOS, Window และ MacOS โดยมีลูกเล่นมากมาย เช่น Effects, Fonts และอัตราส่วนให้เลือกถึง 9 แบบ

บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ

๑. นักประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่รับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ดังนี้

๑.๑ ผลิตวารสารตอนชั่งใหญ่ออนไลน์ วางแผนจัดทำวารสารตอนชั่งใหญ่ออนไลน์รวบรวมข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยสำหรับการจัดทำวารสาร ออกแบบ/จัดหน้าและผลิตวารสารตอนชั่งใหญ่ออนไลน์ นำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ช่องทางต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย

๑.๒ ผลิตป้ายประชาสัมพันธ์/แบนเนอร์/สื่อสิ่งพิมพ์/เนื้อหาเว็บไซต์ วางแผนประเด็นนำเสนอข้อมูล ที่จะทำการผลิตป้าย สื่อสิ่งพิมพ์ แบนเนอร์ ในกิจกรรมหลักของมหาวิทยาลัยตลอดทั้งปี ออกแบบป้าย ประชาสัมพันธ์ แบนเนอร์ สื่อสิ่งพิมพ์ และเนื้อหาที่จะเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์มหาวิทยาลัย ให้บริการออกแบบป้าย ประชาสัมพันธ์ แบนเนอร์ สื่อสิ่งพิมพ์ ตามที่หน่วยงานอื่นร้องขอ ตรวจสอบความถูกต้องของงานออกแบบ ประสานงานการผลิต ติดตั้งและเผยแพร่ป้ายประชาสัมพันธ์ แบนเนอร์/แผ่นพับประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย ประเมินผลการรับรู้และเข้าถึงป้ายประชาสัมพันธ์ แบนเนอร์ สื่อสิ่งพิมพ์ที่ได้นำไปติดตั้งหรือเผยแพร่

๑.๓ สื่อสารการตลาด รวบรวมข้อมูลในการจัดทำแผนการตลาดของมหาวิทยาลัย ร่วมกับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องวางแผนและจัดทำแผนการตลาดของมหาวิทยาลัย ดูแลการจัดหาและการวิเคราะห์ ข้อมูลด้านภาพลักษณ์ขององค์กรเพื่อนำไปใช้ในการกำหนดยุทธศาสตร์และวางแผนงานในอนาคต

๑.๔ สื่อออนไลน์ คิดเนื้อหาการนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ อาทิ YouTube Tiktok บริหารจัดการสื่อออนไลน์ทั้งหมดของมหาวิทยาลัย อาทิ การโพสต์ ตอบคำถาม รายงานผลการเข้าถึงสื่อออนไลน์ทุกประเภทของมหาวิทยาลัย

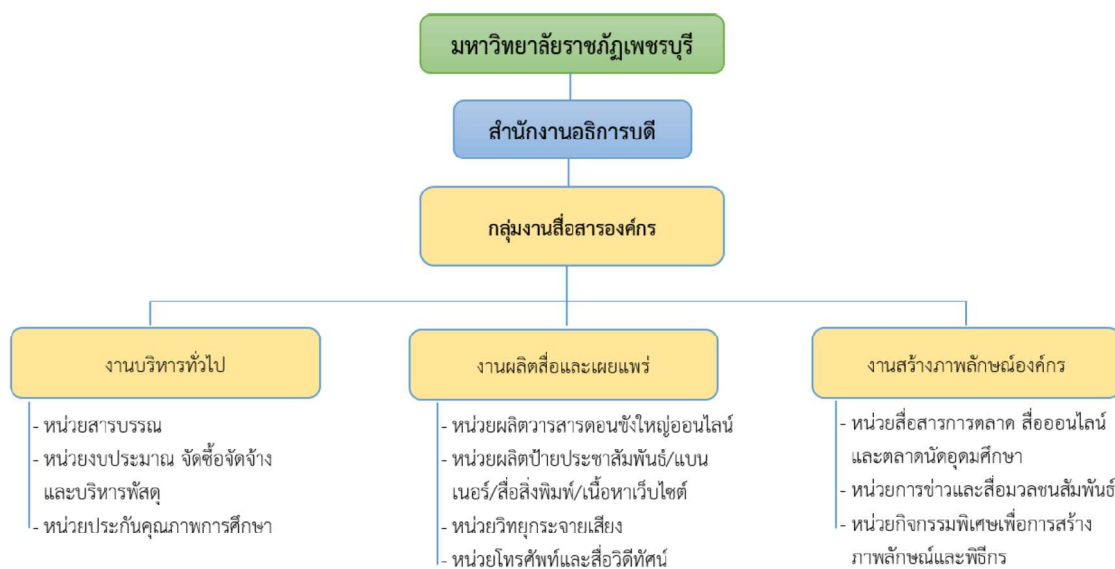
๑.๕ ตลาดนัดอุดมศึกษา ประสานการเข้าร่วมงานตลาดนัดอุดมศึกษา หรือ Roadshow ประสานงานการผลิตสื่อและของที่ระลึกเพื่อใช้ในงานตลาดนัดอุดมศึกษา หรือ Roadshow เข้าร่วมกิจกรรมตลาดนัดหลักสูตรและกิจกรรมแนะนำหลักสูตรอื่น ๆ ทั่วประเทศ จัดทำรายงานผลการเข้าร่วมกิจกรรมตลาดนัดหลักสูตรหรือกิจกรรมแนะนำหลักสูตรที่เข้าร่วม

๑.๖ จัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ ศึกษาประเด็น วางแผนและออกแบบการจัดกิจกรรมพิเศษ ประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการจัดกิจกรรมพิเศษ ประเมินผลและรายงานผลการจัดกิจกรรมพิเศษ

๑.๗ งานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

๒. แผนภูมิโครงสร้างกลุ่มงานสื่อสารองค์กร

กลุ่มงานสื่อสารองค์กร ทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร บทบาท ภารกิจ และผลการปฏิบัติงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี บริการวิชาการ งานวิจัย การทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม รวมทั้งเผยแพร่ผลงานวิชาการสู่ชุมชน โดยผ่านสื่อและช่องทางต่าง ๆ อาทิ สื่อหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อมวลชน เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน เกิดการรับรู้ เกิดความเชื่อมั่น มีทัศนคติที่ดี มีความพึงพอใจ และมีความศรัทธาต่อมหาวิทยาลัย



ภาพที่ ๑ ภาพแสดงโครงสร้างกลุ่มงานสื่อสารองค์กร

๓. ภาระหน้าที่ของส่วนงานในกลุ่มงานสื่อสารองค์กร ให้แบ่งส่วนงาน มีดังนี้

๓.๑ งานบริหารทั่วไป

๑) หน่วยสารบรรณ

(๑) ดำเนินการด้านงานเอกสาร เช่น พิมพ์ รับ ส่ง หนังสือราชการถ่ายเอกสาร และการจัดเก็บเอกสารราชการ

(๒) จัดการประชุม เช่น เชิญประชุม จองห้องประชุม บริการอาหารว่าง จัดบันทึกการประชุม พิมพ์รายงานการประชุม และแจ้งมติการประชุมให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ

(๓) รับโทรศัพท์ ให้บริการหน้าเคาน์เตอร์ ทาง Social Media และ ตอบข้อซักถามของผู้มาติดต่องาน และต้อนรับแขกผู้บริหาร ผู้ปกครอง ศิษย์เก่า และนักศึกษา

(๔) ทำหน้าที่เลขานุการกอง ประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ และหน่วยงานภายนอกหรือตามที่ได้รับมอบหมาย

(๕) งานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

๒) หน่วยงบประมาณ จัดซื้อจัดจ้างและบริหารพัสดุ

(๑) จัดทำแผนปฏิบัติราชการประจำปี

(๒) จัดทำคำขอของงบประมาณประจำปี ตามภารกิจหลักและยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง

(๓) รายงานผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติราชการประจำปี

(๔) ควบคุม ติดตาม การใช้งบประมาณของกลุ่มงานสื่อสารองค์กร

(๕) จัดทำขออนุมัติซื้อ-จ้าง การเบิกจ่ายในงานของกลุ่มงานสื่อสารองค์กร

(๖) จัดทำบัญชีคุมการรับ-จ่าย วัสดุและครุภัณฑ์ที่ใช้ในหน่วยที่รับผิดชอบ

(๗) รายงานการตรวจสอบครุภัณฑ์ประจำปี

(๘) แจ้งจ่ายออกบัญชีพัสดุและประสานงานการจำหน่ายพัสดุของหน่วยงานที่รับผิดชอบ

(๙) ดำเนินการแจ้งซ่อมบำรุงครุภัณฑ์

(๑๐) งานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

๓) หน่วยประกันคุณภาพการศึกษา

(๑) ทบทวนผลการประเมินการประกันคุณภาพโดยการจัดแผนปรับปรุงและนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุง

(๒) จัดทำคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการประกันคุณภาพของหน่วยงาน

(๓) จัดทำแผนและรายงานประเมินตนเอง แผนบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายในและจัดเตรียมเอกสารหลักฐานประกอบตัวชี้วัด

(๔) เขียนรายงานผลการดำเนินงานและรวบรวมข้อมูลตัวบ่งชี้อื่น ๆ จากผู้ที่ได้รับมอบหมาย

(๕) เข้ารับการตรวจประเมินคุณภาพตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด พร้อมตอบ ข้อซักถาม
ของคณะกรรมการตรวจประเมิน ชี้แจงหลักฐาน เอกสาร และแก้ไขเล่มรายงาน

(๖) ตามที่คณะกรรมการเสนอ รับฟังข้อเสนอแนะจากการตรวจประเมินและนำไปปรับใช้
ในปีถัดไป

(๗) งานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

๓.๒ งานผลิตสื่อและเผยแพร่

๑) หน่วยผลิตวารสารตอนชั่งใหญ่ออนไลน์

(๑) วางแผนจัดทำวารสารตอนชั่งใหญ่ออนไลน์

(๒) รวบรวมข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยสำหรับการจัดทำวารสาร

(๓) ออกแบบ/จัดหน้าและผลิตวารสารตอนชั่งใหญ่ออนไลน์

(๔) ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและแบบของวารสารตอนชั่งใหญ่ออนไลน์

(๕) นำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ช่องทางต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย

(๖) จัดเก็บต้นฉบับในฐานะข้อมูลสารสนเทศ

(๗) ประเมินผลการรับรู้และเข้าถึงวารสารตอนชั่งใหญ่ออนไลน์

(๘) งานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

๒) หน่วยผลิตป้ายประชาสัมพันธ์/แบนเนอร์/สื่อสิ่งพิมพ์/เนื้อหาเว็บไซต์

(๑) วางแผนประเด็นนำเสนอข้อมูลที่จะทำการผลิตป้าย สื่อสิ่งพิมพ์ แบนเนอร์ในกิจกรรมหลัก
ของมหาวิทยาลัยตลอดทั้งปี

(๒) ออกแบบป้ายประชาสัมพันธ์ แบนเนอร์ สื่อสิ่งพิมพ์ และเนื้อหาที่จะเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์
มหาวิทยาลัย

(๓) ถ่ายภาพสำหรับใช้ประกอบในการทำสื่อ

(๔) ให้บริการออกแบบป้ายประชาสัมพันธ์ แบนเนอร์ สื่อสิ่งพิมพ์ ตามที่หน่วยงานอื่นร้องขอ

(๕) ตรวจสอบความถูกต้องของงานออกแบบ

(๖) ประสานงานการผลิต ติดตั้งและเผยแพร่ป้ายประชาสัมพันธ์ แบนด์เนอร์/แผ่นพับ
ประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย

(๗) ประเมินผลการรับรู้และเข้าถึงป้ายประชาสัมพันธ์ แบนเนอร์ สื่อสิ่งพิมพ์ที่ได้นำไปติดตั้ง
หรือเผยแพร่

(๘) งานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

๓) หน่วยวิทยุกระจายเสียง

(๑) วางแผนการดำเนินงานร่วมกับสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยและสถานีวิทยุ
อื่น ๆ เพื่อกำหนดวัน เวลาและรูปแบบรายการ

(๒) รวบรวมข้อมูล และเนื้อหาที่จะนำเสนอในรายการวิทยุ

- (๓) จัดทำสคริปต์สำหรับใช้ในรายการวิทยุ
- (๔) ติดต่อ ประสานงานกับผู้ร่วมรายการเพื่อกำหนดประเด็นสัมภาษณ์
- (๕) ดำเนินการจัดรายการวิทยุ
- (๖) จัดทำสโปตโฆษณา ประชาสัมพันธ์ กิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย
- (๗) ประสานงานสถานีวิทยุในการจัดส่งสโปตโฆษณา ประชาสัมพันธ์
- (๘) จัดเก็บสคริปต์ รายการ และสโปตโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ในฐานะข้อมูล
- (๙) ติดตามและประเมินผลการรับรู้เข้าถึงสื่อวิทยุกระจายเสียงของมหาวิทยาลัย
- (๑๐) งานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

๔) หน่วยโทรศัพท์และสื่อวีดิทัศน์

- (๑) วางแผนการดำเนินงานร่วมกับสถานีโทรทัศน์เพื่อกำหนดวัน เวลาและรูปแบบรายการ
- (๒) รวบรวมข้อมูล และเนื้อหาที่จะนำเสนอผ่านรายการโทรทัศน์ หรือผลิตสื่อ วีดิทัศน์
- (๓) จัดทำสคริปต์สำหรับใช้ในรายการ หรือใช้ในการผลิตสื่อวีดิทัศน์
- (๔) ติดต่อ ประสานงานกับผู้ร่วมรายการเพื่อกำหนดประเด็นสัมภาษณ์หรือเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง
- (๕) ดำเนินการถ่ายทำ และตัดต่อ หรือประสานการถ่ายทำร่วมกับสถานีโทรทัศน์
- (๖) บันทึกวีดิโอ ตัดต่อที่วีดิสโปตโฆษณา ประชาสัมพันธ์ กิจกรรมสำคัญต่าง ๆ

ของมหาวิทยาลัย

- (๗) ประสานงานสถานีโทรทัศน์ในการจัดส่งสโปตทีวีโฆษณา ประชาสัมพันธ์
- (๘) จัดเก็บสคริปต์ รายการ และสโปตโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ในฐานะข้อมูล
- (๙) นำคลิปวีดิโอนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ทุกช่องทางของมหาวิทยาลัย
- (๑๐) ติดตามและประเมินผลการรับรู้ การเข้าถึงสื่อโทรทัศน์หรือสื่อวีดิทัศน์ที่ทำการผลิต
- (๑๑) งานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

๓.๓ งานสร้างภาพลักษณ์องค์กร

๑) หน่วยสื่อสารการตลาด สื่อออนไลน์และตลาดนัดอุดมศึกษา

- (๑) รวบรวมข้อมูลในการจัดทำแผนการสื่อสารการตลาดของมหาวิทยาลัย
- (๒) ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องวางแผนและจัดทำแผนการสื่อสารการตลาดของมหาวิทยาลัย
- (๓) ดูแลการจัดหาและการวิเคราะห์ข้อมูลด้านภาพลักษณ์ขององค์กรเพื่อนำไปใช้

ในการกำหนดยุทธศาสตร์และวางแผนงานในอนาคต

- (๔) คิดเนื้อหาการนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ อาทิ YouTube Tiktok
- (๕) บริหารจัดการสื่อออนไลน์ทั้งหมดของมหาวิทยาลัย อาทิ การโพสต์ ตอบคำถาม
- (๖) รายงานผลการเข้าถึงสื่อออนไลน์ทุกประเภทของมหาวิทยาลัย
- (๗) ประสานการเข้าร่วมงานตลาดนัดอุดมศึกษา หรือ Roadshow

Roadshow

(๘) ประสานงานการผลิตสื่อและของที่ระลึกเพื่อใช้ในงานตลาดนัดอุดมศึกษา หรือ

(๙) เข้าร่วมกิจกรรมตลาดนัดหลักสูตรและกิจกรรมแนะนำหลักสูตรอื่น ๆ ทั่วประเทศ

(๑๐) จัดทำรายงานผลการเข้าร่วมกิจกรรมตลาดนัดหลักสูตรหรือกิจกรรมแนะนำหลักสูตร

ที่เข้าร่วม

(๑๑) งานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

๒) หน่วยการข่าวและสื่อมวลชนสัมพันธ์

(๑) ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการขอข้อมูลการจัดกิจกรรมเพื่อนำมาเขียนข่าว

(๒) ทำข่าวกิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย ทั้งภาพนิ่งและวิดีโอ

(๓) นำเสนอข่าวผ่านทุกช่องทางของมหาวิทยาลัย

(๔) ประสานเครือข่ายสื่อมวลชนเพื่อส่งข่าว

(๕) จัดเก็บข่าวทั้งหมดในระบบฐานข้อมูล

(๖) จัดทำรายงานผลการนำเสนอข่าว

(๗) ต้อนรับและรับรองสื่อมวลชนเมื่อมาทำข่าวกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

(๘) จัดกิจกรรมสานสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารมหาวิทยาลัย กลุ่มงานสื่อสารองค์กรและ

สื่อมวลชน

(๙) งานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

๓) หน่วยกิจกรรมพิเศษเพื่อการสร้างภาพลักษณ์และพิธีกร

(๑) ศึกษาประเด็น วางแผนและออกแบบการจัดกิจกรรมพิเศษ

(๒) ประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

(๓) ดำเนินการจัดกิจกรรมพิเศษ

(๔) ประเมินผลและรายงานผลการจัดกิจกรรมพิเศษ

(๕) ต้อนรับและรับรองคณะศึกษาดูงานของมหาวิทยาลัย

(๖) ประสานข้อมูลการจัดกิจกรรมของมหาวิทยาลัยเพื่อเป็นพิธีกร

(๗) ดำเนินงานพิธีกรในกิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย

(๘) งานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

หลักเกณฑ์ ขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติงาน

๑. หลักเกณฑ์

ตามมาตรฐานกำหนดตำแหน่งสายงานประชาสัมพันธ์ ที่กำหนดโดย ก.พ.อ. เมื่อวันที่ ๒๑ ธันวาคม ๒๕๕๓ ระบุบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของสายงานประชาสัมพันธ์สายงานนี้คลุมถึงตำแหน่งต่าง ๆ ที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีลักษณะงานที่ปฏิบัติเกี่ยวกับการสำรวจรวบรวมรับฟังความคิดเห็นของ นักศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูลข่าวสาร และเอกสารความรู้ในด้านต่าง ๆ เพื่อการดำเนินการประชาสัมพันธ์ การจัดสัมมนา เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานหรือผลงานของ การเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม ของชาติเพื่อเป็นสื่อ ให้เป็นไปตามแผนงาน และนโยบายการประชาสัมพันธ์หรือตามกฎหมายและปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

- ๑.๑ พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. ๒๕๔๐
- ๑.๒ ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน พ.ศ. ๒๕๔๘
- ๑.๓ พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. ๒๕๔๖
- ๑.๔ พระราชบัญญัติว่าด้วยกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐
- ๑.๕ พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. ๒๕๖๐

หลักเกณฑ์ในการผลิตสื่อออนไลน์เพื่อสร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีต้องคำนึงถึงมีดังนี้

๑.๑ ความสอดคล้องกับเป้าหมายของมหาวิทยาลัย

การผลิตสื่อออนไลน์ต้องมีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์และภารกิจของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี เช่น การส่งเสริมการศึกษา การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี หรือการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยเนื้อหา ของสื่อออนไลน์จะต้องเน้นไปที่การเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และกระตุ้นความสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย เช่น นักศึกษาใหม่ บุคคลทั่วไป

๑.๒ คุณภาพและความน่าสนใจของเนื้อหา

สื่อที่ผลิตต้องมีความน่าสนใจและดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นภาพกราฟิก วิดีโอ หรือข้อความ เนื้อหาต้องถูกต้องและมีความสอดคล้องกับความเป็นจริง ทั้งในด้านข้อมูลและภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เนื้อหา ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงความหลากหลายของรูปแบบ เช่น วิดีโอ ภาพ อินโฟกราฟิก และข้อความ

๑.๓ การใช้งานเครื่องมือและเทคโนโลยีที่เหมาะสม

ต้องใช้เครื่องมือหรือโปรแกรมที่มีคุณภาพในการสร้างสื่อ เช่น Adobe Photoshop Illustrator สำหรับ กราฟิก หรือ Adobe Premiere Final Cut Pro หรือ Capcut สำหรับการตัดต่อวิดีโอ ควรเลือกแพลตฟอร์ม ที่เหมาะสมในการเผยแพร่ เช่น Facebook Tiktok Instagram YouTube ซึ่งเป็นช่องทางที่กลุ่มเป้าหมาย ส่วนใหญ่ใช้งาน

๑.๔ การจัดการทรัพยากรและงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ

ต้องมีการบริหารจัดการทรัพยากรที่ดี เช่น บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ อุปกรณ์ในการผลิตสื่อ และงบประมาณในการทำงาน การตั้งงบประมาณต้องเหมาะสมกับขอบเขตของโครงการ โดยต้องคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

๑.๕ การควบคุมคุณภาพและการตรวจสอบ

สื่อที่ผลิตต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบคุณภาพ ทั้งในแง่ของเนื้อหา การออกแบบ และการสื่อสาร เพื่อให้มั่นใจว่าไม่เกิดข้อผิดพลาดหรือความผิดพลาดในข้อมูล ต้องมีการตรวจสอบและอนุมัติโครงการจากผู้มีอำนาจก่อนการเผยแพร่สื่อ

๑.๖ ความสม่ำเสมอในการเผยแพร่

การเผยแพร่สื่อออนไลน์ต้องมีการกำหนดตารางเวลาในการโพสต์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลและการอัปเดตอย่างต่อเนื่อง สื่อที่เผยแพร่ต้องมีความหลากหลายทั้งในด้านประเภท (วิดีโอ, ภาพ, ข้อความ) และช่องทางการเผยแพร่

๑.๗ การติดตามผลและประเมินประสิทธิภาพ

หลังจากการเผยแพร่สื่อ ต้องมีการติดตามผลการตอบรับจากผู้ชม เช่น จำนวนการเข้าชม การมีส่วนร่วม ความคิดเห็น หรือแชร์ ต้องมีการประเมินผลการเผยแพร่สื่อ และใช้ข้อมูลที่ได้ในการปรับปรุงการผลิตสื่อในครั้งถัดไป

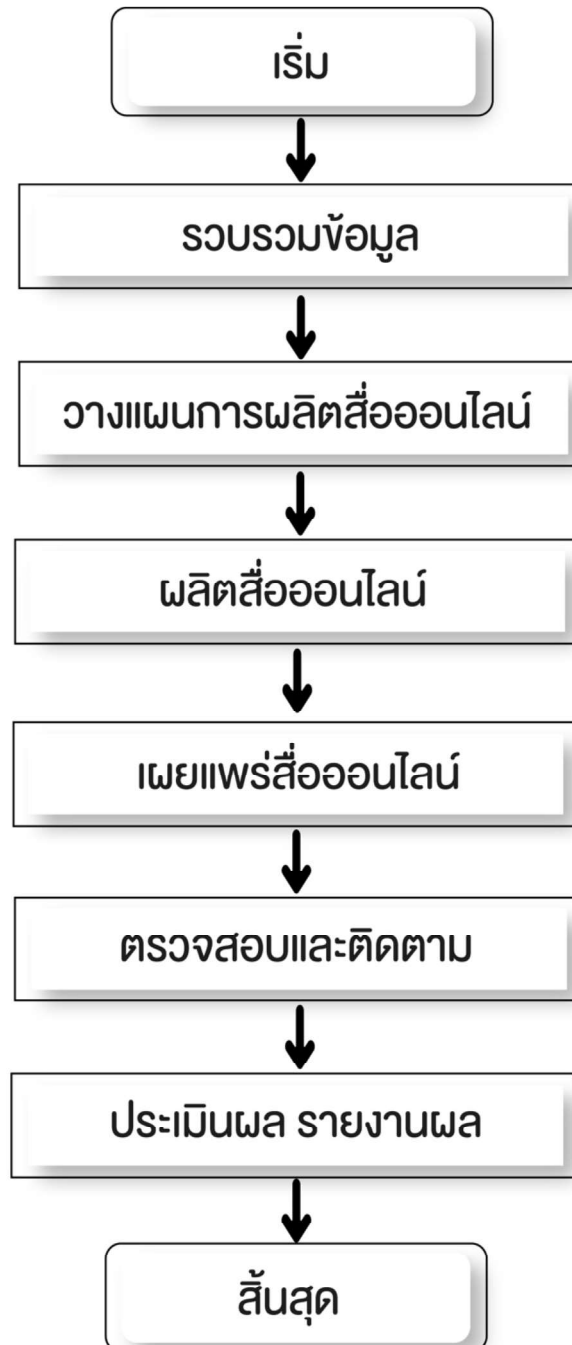
๑.๘ การรักษาภาพลักษณ์และมาตรฐานของมหาวิทยาลัย

สื่อทุกชนิดที่ผลิตต้องสะท้อนถึงภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ในด้านบวก เช่น ความเป็นมืออาชีพ ความเชื่อถือได้ และความทันสมัย ควรหลีกเลี่ยงการเผยแพร่ข้อมูลที่อาจส่งผลเสียต่อชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย หรือการนำเสนอที่ไม่เหมาะสม

๑.๙ การมีส่วนร่วมของบุคคลที่เกี่ยวข้อง

ต้องมีการประสานงานและการมีส่วนร่วมจากบุคลากรในหลาย ๆ ฝ่าย เช่น ทีมการตลาด ทีมกราฟิก ทีมประชาสัมพันธ์ เพื่อให้การผลิตสื่อเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ บุคคลที่รับผิดชอบในแต่ละขั้นตอน ต้องมีความชำนาญในด้านของตนเอง และทำงานร่วมกันอย่างเป็นทีม

๒. ขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติงานตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ



ภาพที่ ๒ ภาพแสดงขั้นตอนผลิตสื่อออนไลน์เพื่อสร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

๒.๑ รวบรวมข้อมูล

- ๑) สำรวจประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้น ทั้งภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งเนื้อหาสอดคล้องกับพันธกิจหลักของมหาวิทยาลัย สร้างภาพลักษณ์ที่ดี หรือนโยบายผู้บริหาร
- ๒) ศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับประเด็นที่ต้องการจะประชาสัมพันธ์
- ๓) สำรวจระยะเวลาของการประชาสัมพันธ์ว่ามีเวลามากน้อยแค่ไหน
- ๔) สำรวจทรัพยากรของหน่วยงานว่าเพียงพอหรือไม่
- ๕) สำรวจงบประมาณที่ได้รับการจัดสรรเพื่อการประชาสัมพันธ์

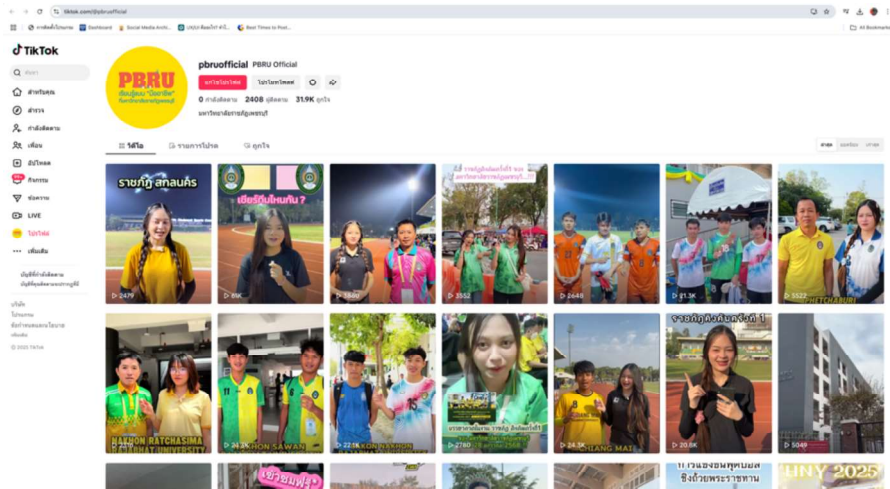
๒.๒ วางแผนการผลิตสื่อออนไลน์

ดำเนินการจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์/โครงการ

- ๑) กำหนดประเด็นที่ต้องการประชาสัมพันธ์
- ๒) กำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ เช่น เพื่อสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัย เพื่อให้มหาวิทยาลัยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของสังคมและมีผู้สนใจเข้าศึกษาต่อ
- ๓) กำหนดกลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจน เช่น นักศึกษาในมหาวิทยาลัย นักเรียนระดับมัธยมศึกษา บุคลากรภายในมหาวิทยาลัย ผู้บริหาร หรือ ประชาชนทั่วไป
- ๔) กำหนดช่วงระยะเวลาในประชาสัมพันธ์
- ๕) กำหนดประเภทสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์ เพจเฟซบุ๊ก มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี : งานสื่อสารองค์กร ตี๊กต็อก PBRUOfficial



ภาพที่ ๓ เพจเฟซบุ๊ก มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี : งานสื่อสารองค์กร
(ที่มา : <https://www.facebook.com/prpbpu>)



ภาพที่ ๔ ตี๊กต็อก PBRUOfficial
 (ที่มา : <https://www.tiktok.com/@pbruofficial>)



ภาพที่ ๕ อินสตาแกรม PBRUOfficial
 (ที่มา : <https://www.instagram.com/pbruofficial>)

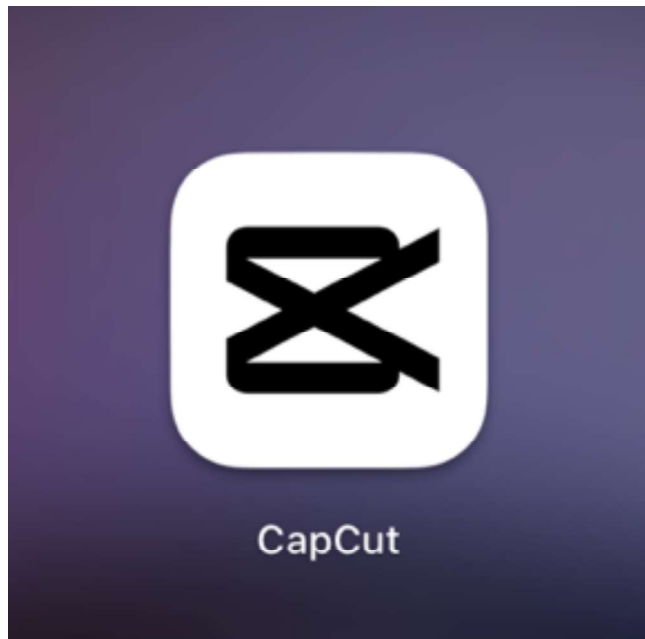
๖) กำหนดงบประมาณที่ต้องใช้ในการประชาสัมพันธ์

๒.๓ ผลิตสื่อออนไลน์

เมื่อแผนการประชาสัมพันธ์ได้รับความเห็นชอบและอนุมัติ จากผู้บริหาร/ผู้บังคับบัญชาแล้ว เริ่มดำเนินการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ตามแผนการประชาสัมพันธ์ที่ได้วางไว้ กรณีผลิตสื่อเอง ให้ดำเนินการผลิตตามแผนที่วางไว้

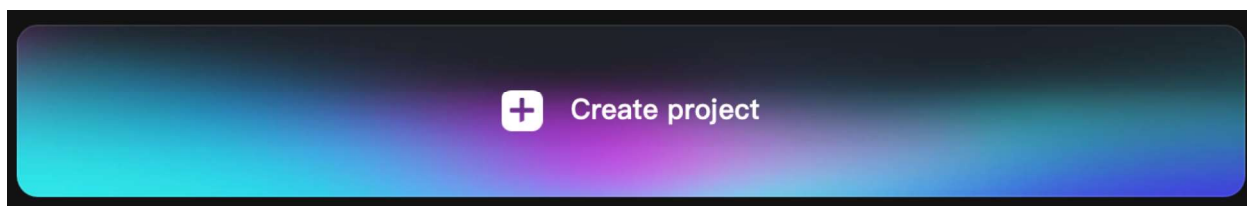
ขั้นตอนการผลิตคลิปวิดีโอผ่านโปรแกรม Capcut มีดังนี้

1.เปิดแอปพลิเคชัน Capcut



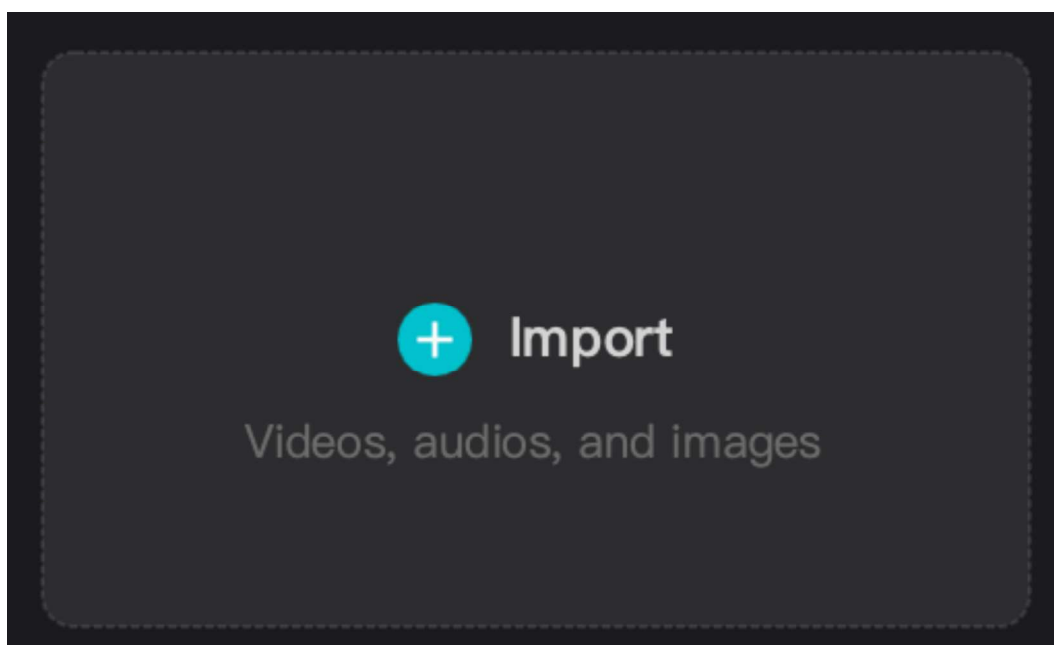
ภาพที่ ๖ ภาพแสดงโปรแกรม Capcut

๒. เมื่อเปิดโปรแกรมขึ้นมาแล้วเริ่มต้นด้วยการสร้าง Project ใหม่ คลิก Create project



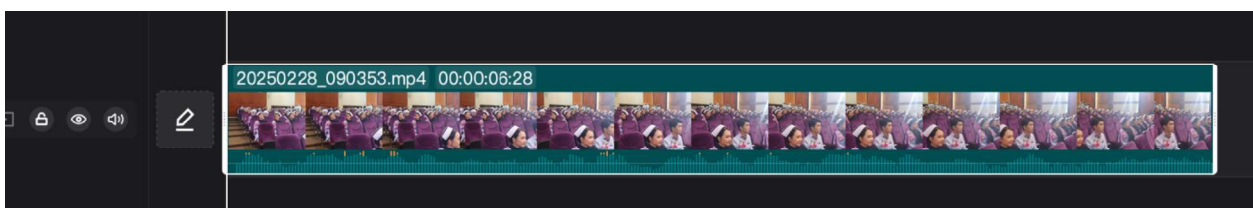
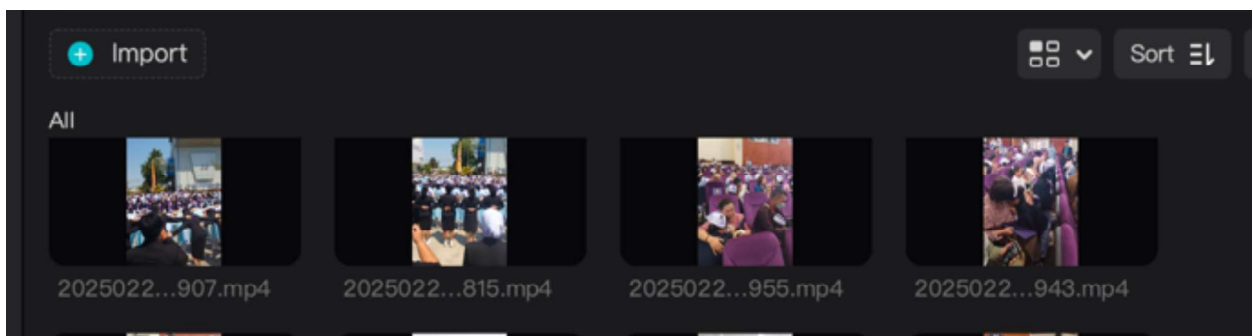
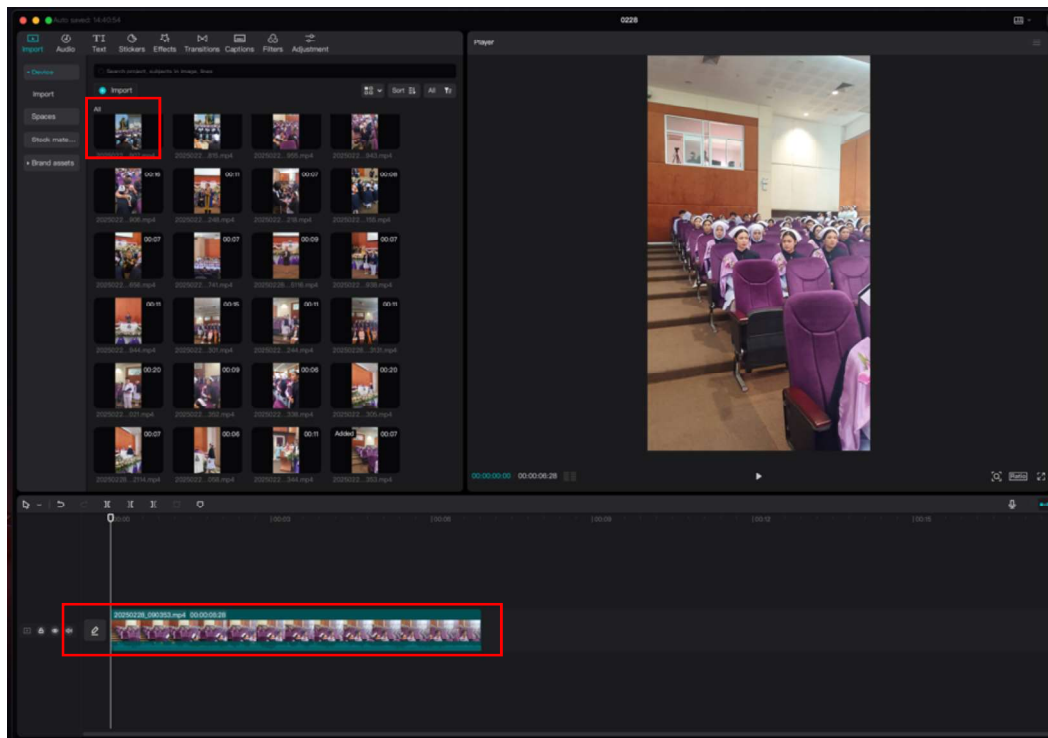
ภาพที่ ๗ ภาพแสดงการสร้าง Project ใหม่

๓. เมื่อสร้าง Project ขึ้นมาแล้ว คลิกที่ Import เพื่อนำไฟล์วิดีโอที่เตรียมไว้อัปโหลดลงโปรแกรม



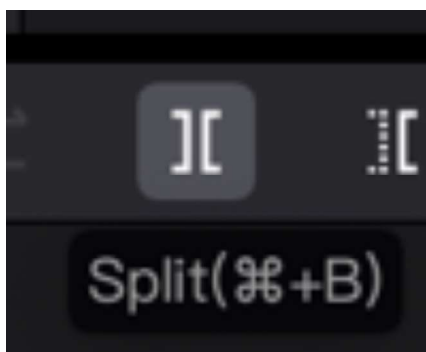
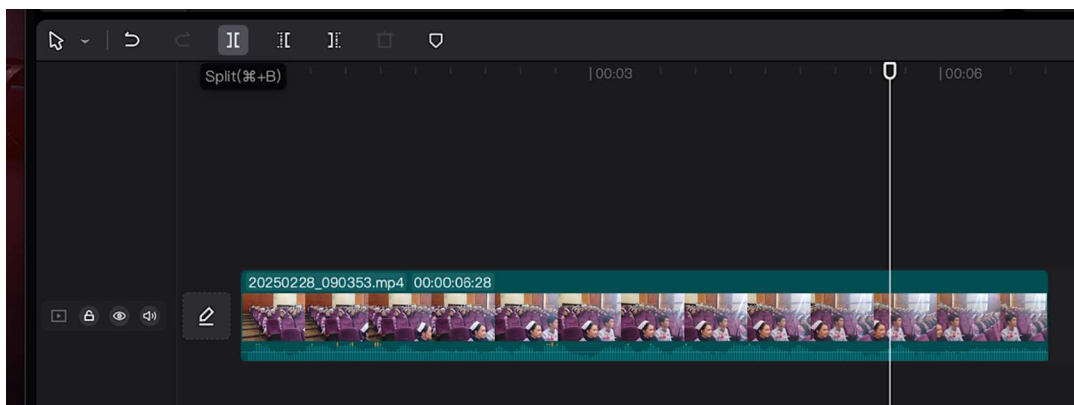
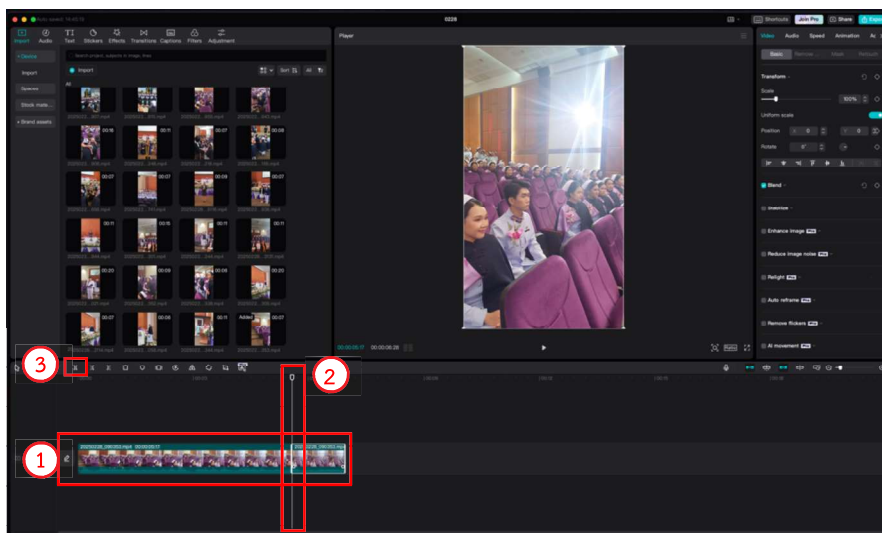
ภาพที่ ๘ ภาพแสดงการอัปโหลดคลิปลงโปรแกรม

๔. เมื่อนำไฟล์วิดีโออัปโหลดลงโปรแกรมแล้ว นำไฟล์มาเรียงต่อกันบนไทม์ไลน์ โดยการคลิกเลือกไฟล์วิดีโอแล้วทำการลากไฟล์วิดีโอนั้นลงมาวางบนไทม์ไลน์



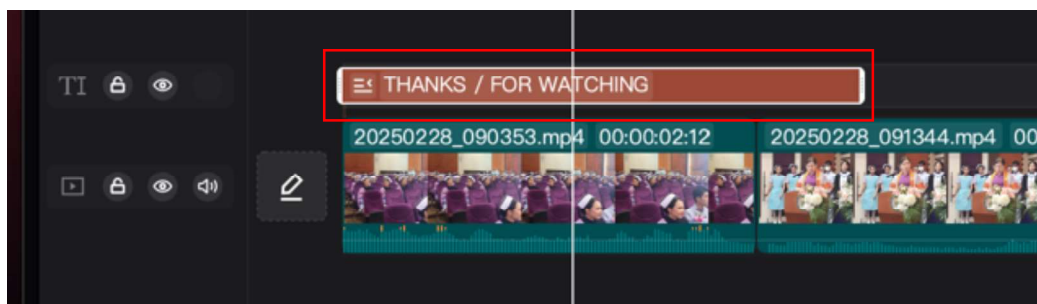
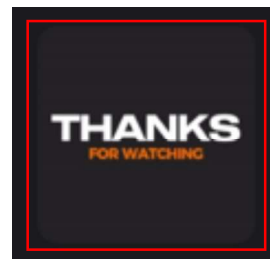
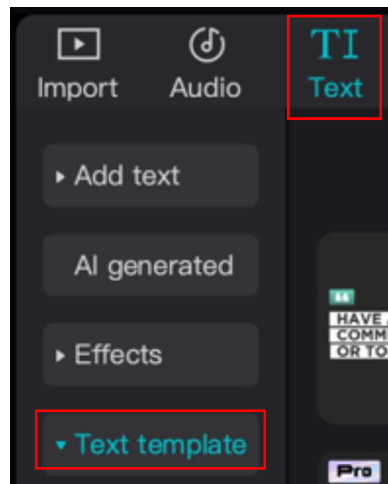
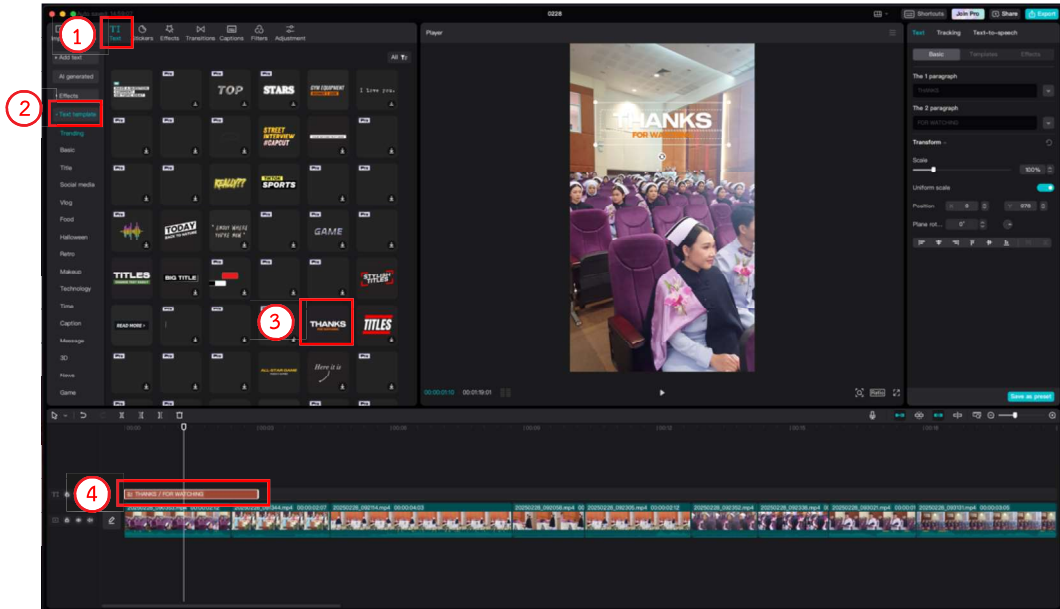
ภาพที่ ๙ ภาพแสดงการเรียงคลิปวิดีโอบนไทม์ไลน์

๕. ทำการแก้ไขวิดีโอโดยใช้เครื่องมือ Split เพื่อตัดต่อแยกส่วนที่ไม่ต้องการของวิดีโอออก โดยคลิกคลิกวิดีโอบน timeline ที่เราต้องการตัดต่อแยกส่วน > เลื่อนเส้นไปตรงจุดที่เราต้องการตัดต่อแยกส่วน > แล้วคลิกที่เครื่องมือ Split > หลังจากนั้นไฟล์วิดีโอจะแยกออกเป็นสองส่วน เราสามารถลบส่วนที่ต้องการตัดทิ้งได้เลย โดยการคลิกที่ไฟล์วิดีโอและกด Delete ได้เลย



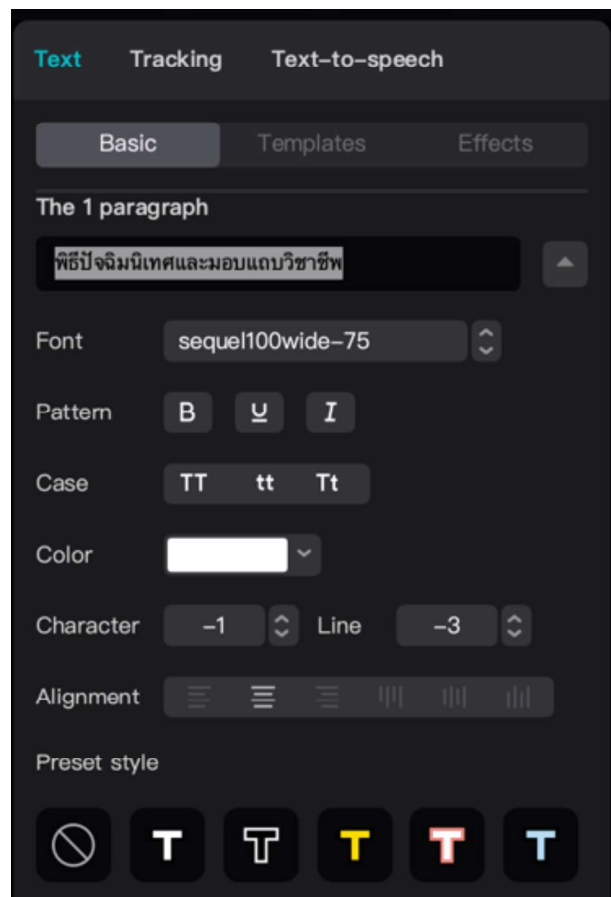
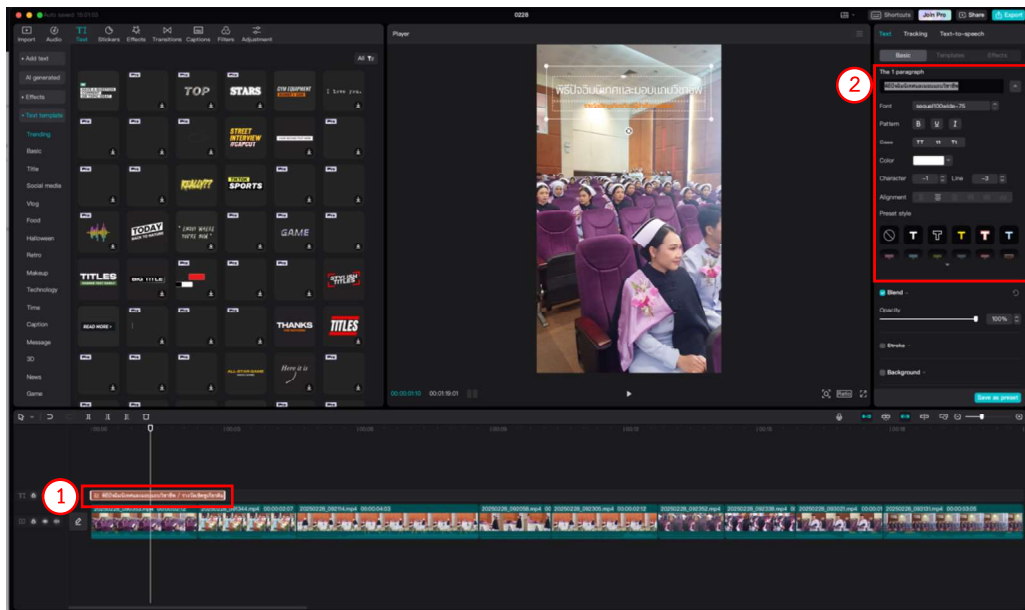
ภาพที่ ๑๐ ภาพแสดงการใช้เครื่องมือ Split

๖. เมื่อเรียงไฟล์วิดีโอบนไทม์ไลน์เรียบร้อยแล้ว ทำการสร้าง Text โดยคลิกที่ Text > เลือก Text template > จากนั้นเลือก Template ที่ต้องการ เมื่อได้ Template ที่ต้องการแล้ว ให้คลิก Template นั้นแล้วลากมาวางบนไทม์ไลน์ตรงจุดที่ต้องการ



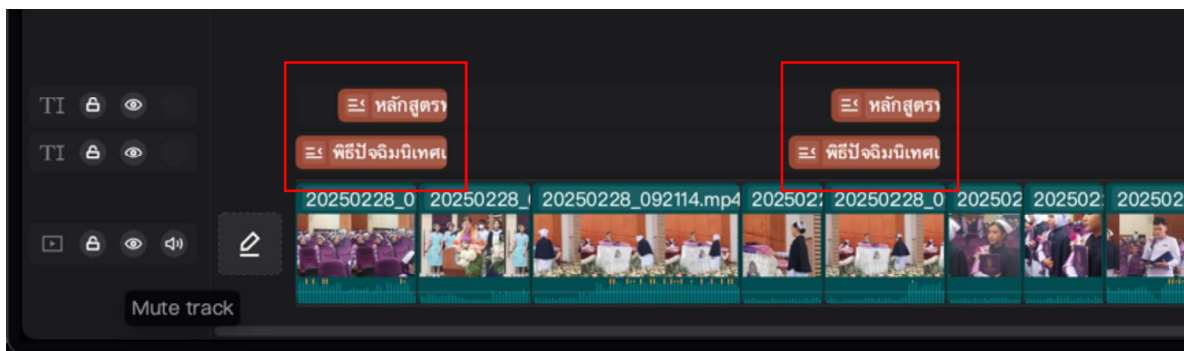
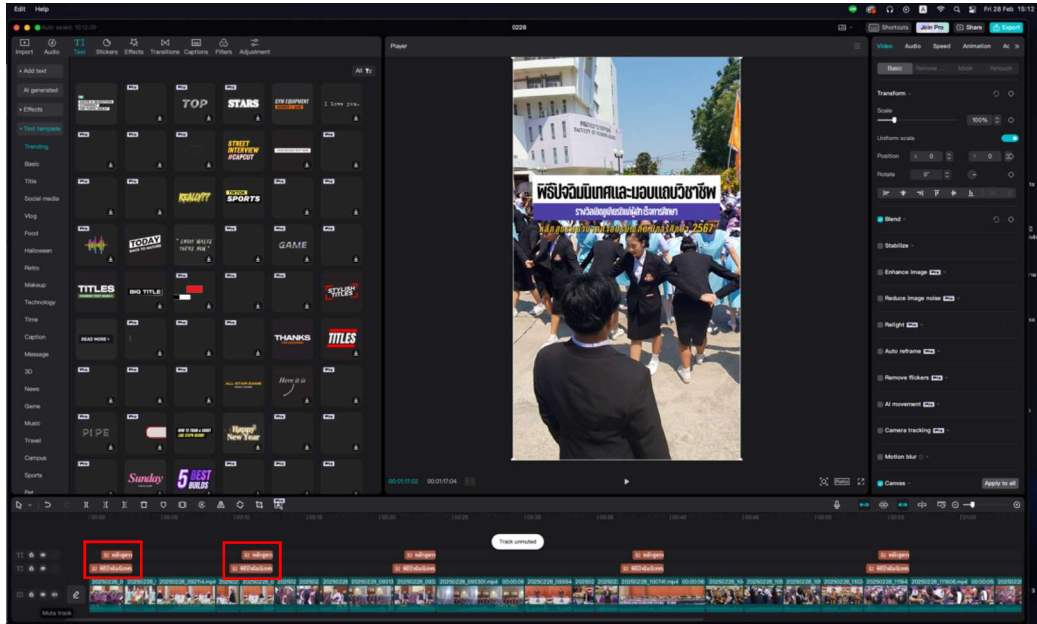
ภาพที่ ๑๑ ภาพแสดงการเพิ่ม Text บนไทม์ไลน์

๗. เมื่อได้ Template แล้ว ทำการแก้ไขข้อความโดยคลิกที่ Template บนไทม์ไลน์ > แล้วแก้ไขข้อความตามที่ต้องการ (สามารถเปลี่ยนฟอนต์ สี และขนาดข้อความได้ตามที่ต้องการ)



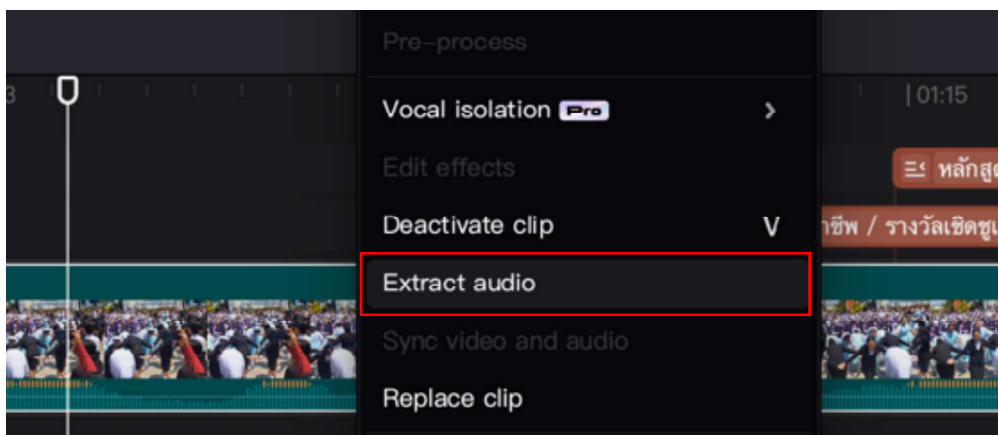
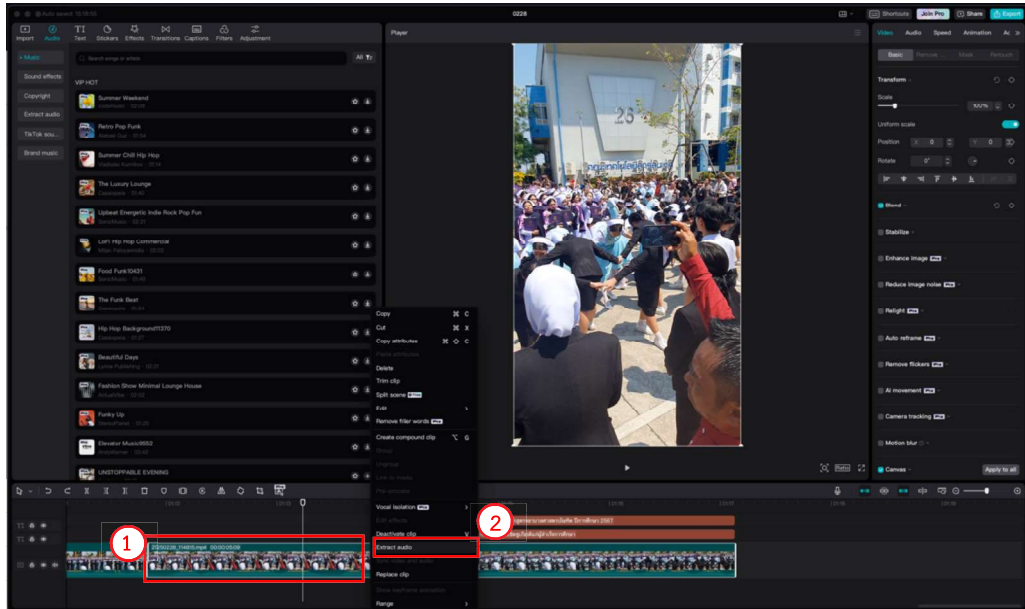
ภาพที่ ๑๒ ภาพแสดงการใช้เครื่องมือ Text

๘. เมื่อแก้ไขข้อความและตกแต่ง Text ให้สวยงามแล้ว > Copy Text template ไปวางในส่วนอื่น ๆ ของวิดีโอ โดยการใส่เมาส์คลุม Text template > แล้วคลิกขวาเพื่อ Copy > แล้วเลือกวางในส่วนที่ต้องการบน timeline



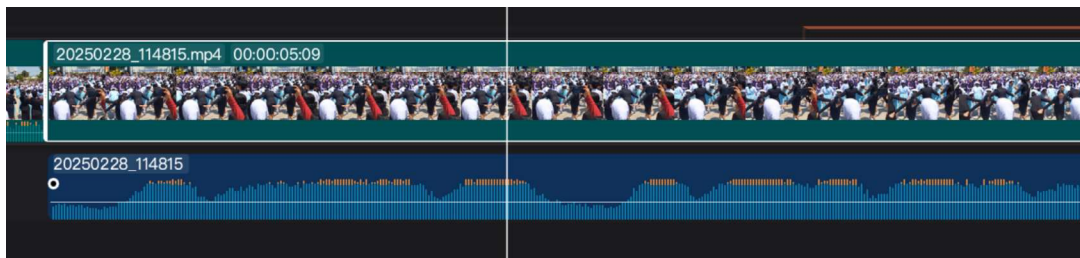
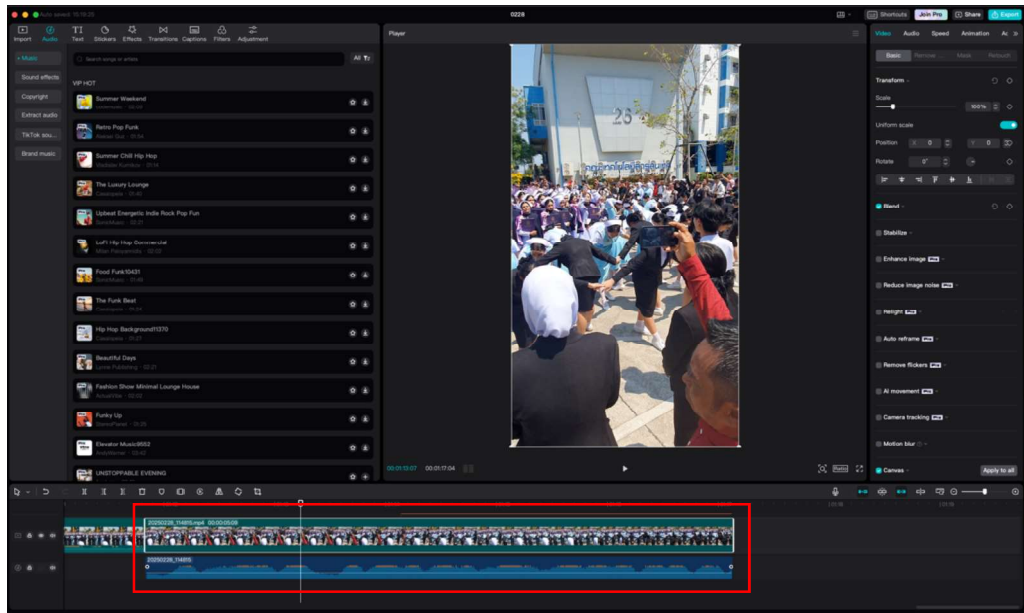
ภาพที่ ๑๓ ภาพแสดงการ Copy Text Template

๙. ทำการแยกเสียงออกจากไฟล์วิดีโอ โดยการคลิกที่ไฟล์วิดีโอที่ต้องการ > คลิกขวา > เลือก Extract audio จากนั้นไฟล์เสียงจะแยกออกจากวิดีโอ



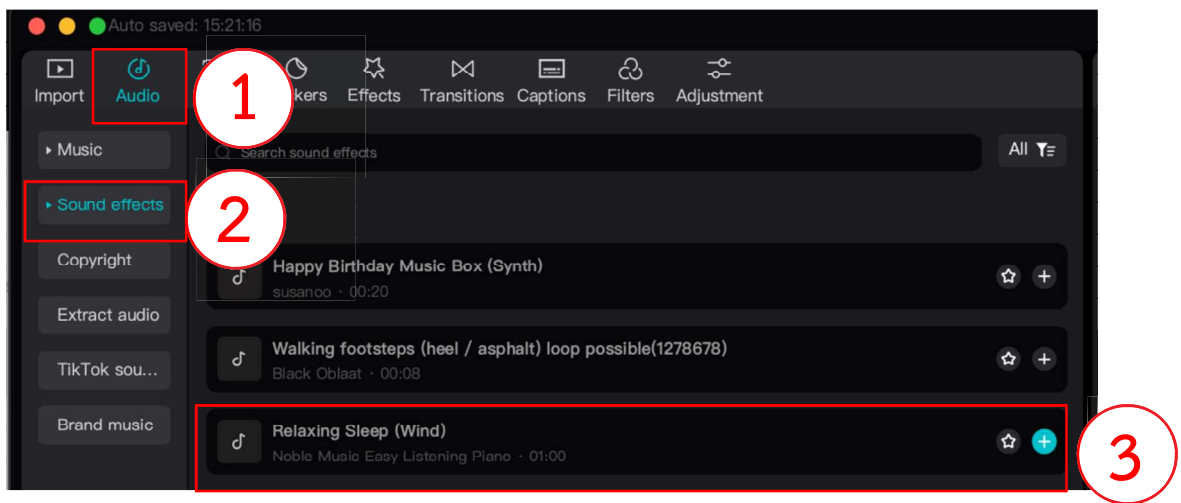
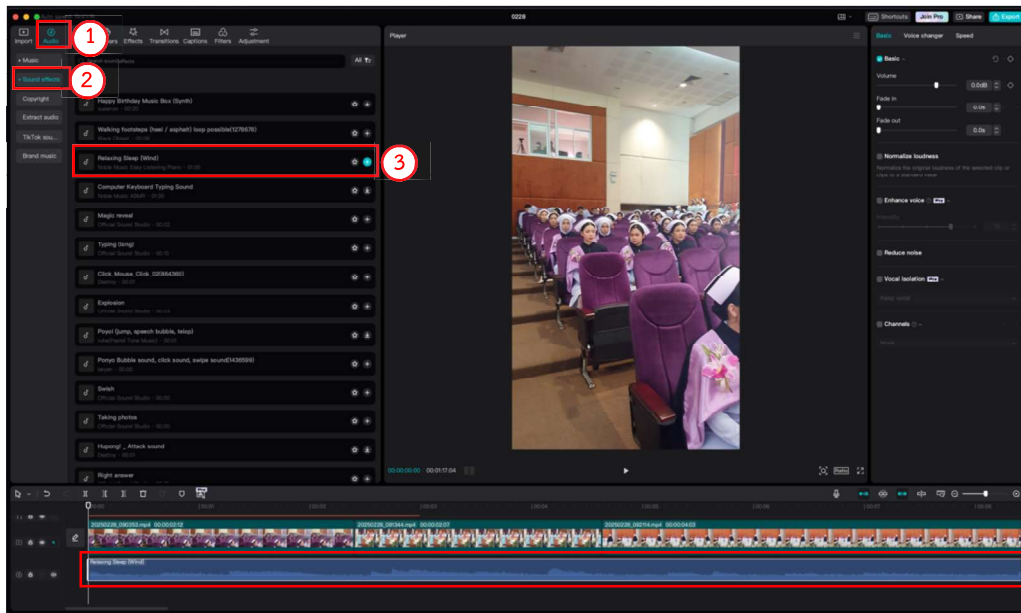
ภาพที่ ๑๔ ภาพแสดงวิธีการแยกเสียงออกจากไฟล์วิดีโอ

๑๐. เมื่อทำการแยกเสียงออกจากไฟล์วิดีโอแล้วจะได้ดังรูป



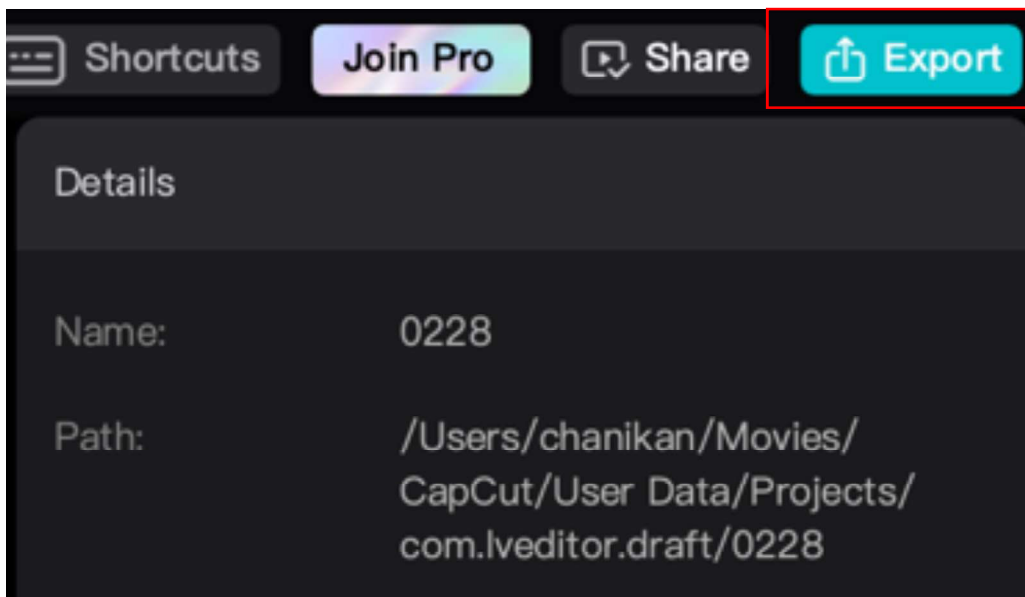
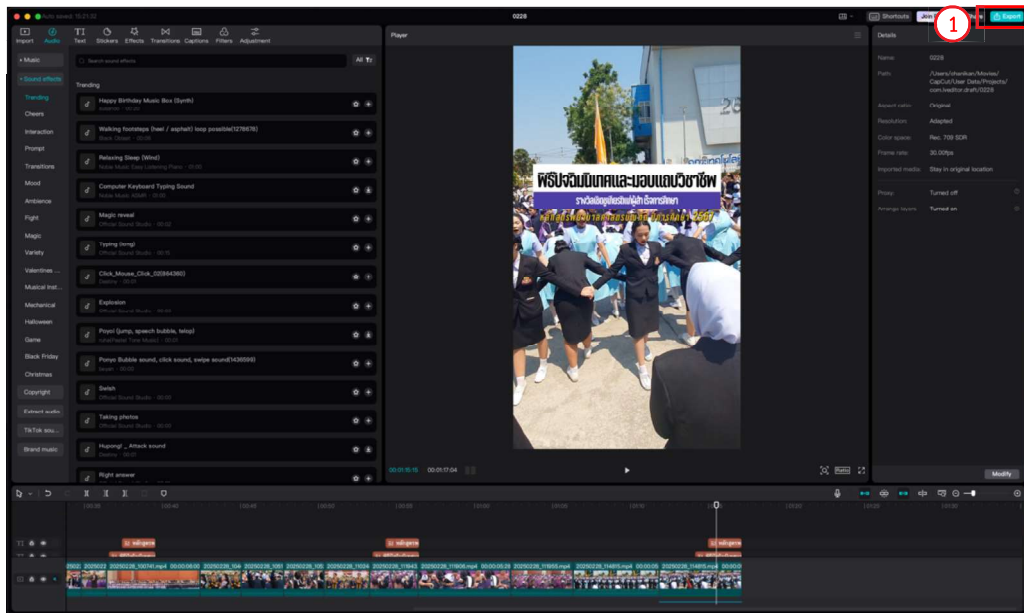
ภาพที่ ๑๕ ภาพแสดงการแยกเสียงออกจากวิดีโอ

๑๑. ทำการเพิ่มเสียงโดยคลิกที่ Audio > เลือก Sound effect > แล้วเลือกเสียงที่ต้องการ > เมื่อได้แล้วให้คลิกตรงเครื่องหมายบวกสีฟ้าที่เลือกจะมาอยู่บนไทม์ไลน์



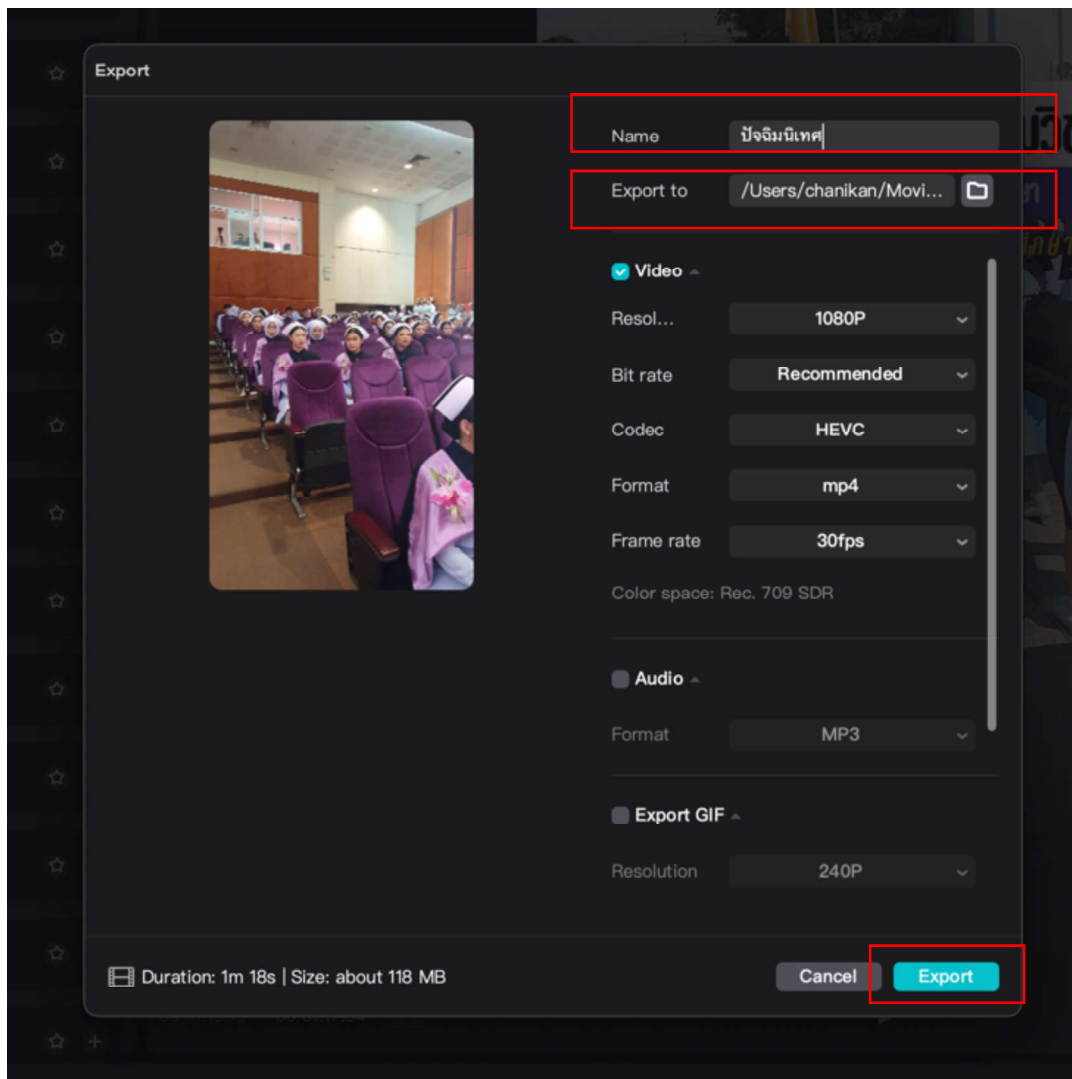
ภาพที่ ๑๖ ภาพแสดงการใส่เสียงในคลิปวิดีโอ

๑๒. เมื่อจัดเรียงไฟล์วิดีโอ ข้อความ เสียง เรียบร้อยแล้ว ตรวจสอบคลิปอีกครั้งแล้วดำเนินการ Export



ภาพที่ ๑๗ ภาพแสดงการตรวจสอบความถูกต้องของคลิปวิดีโอ

๑๓. เขียนชื่อไฟล์ เลือกที่จัดเก็บไฟล์ แล้วคลิก Export ได้เลย



ภาพที่ ๑๘ ภาพแสดงการ Export ไฟล์งาน

๑๔. ตัวอย่างงานที่อัปโหลดลงแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย



ภาพที่ ๑๙ ภาพแสดงตัวอย่างงานที่อัปโหลดลงแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย

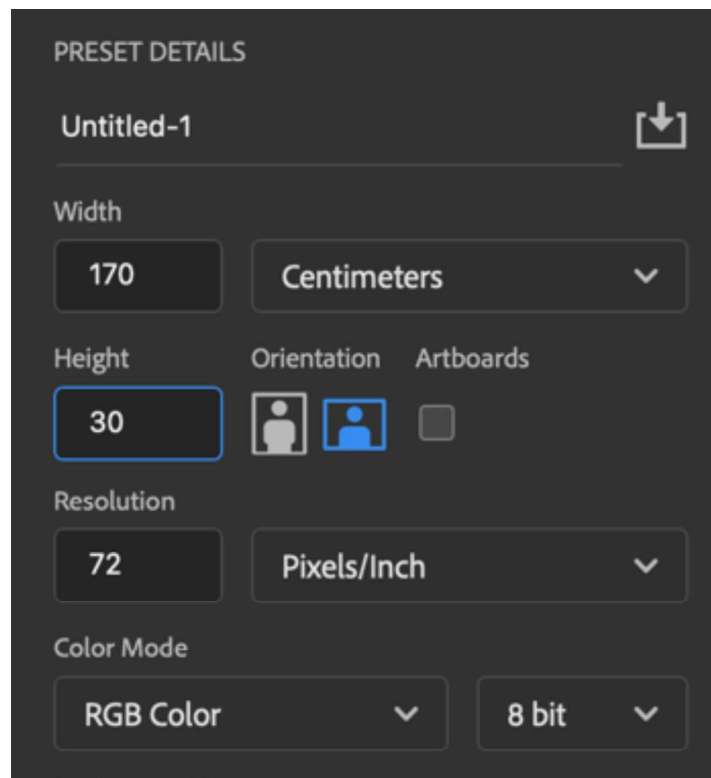
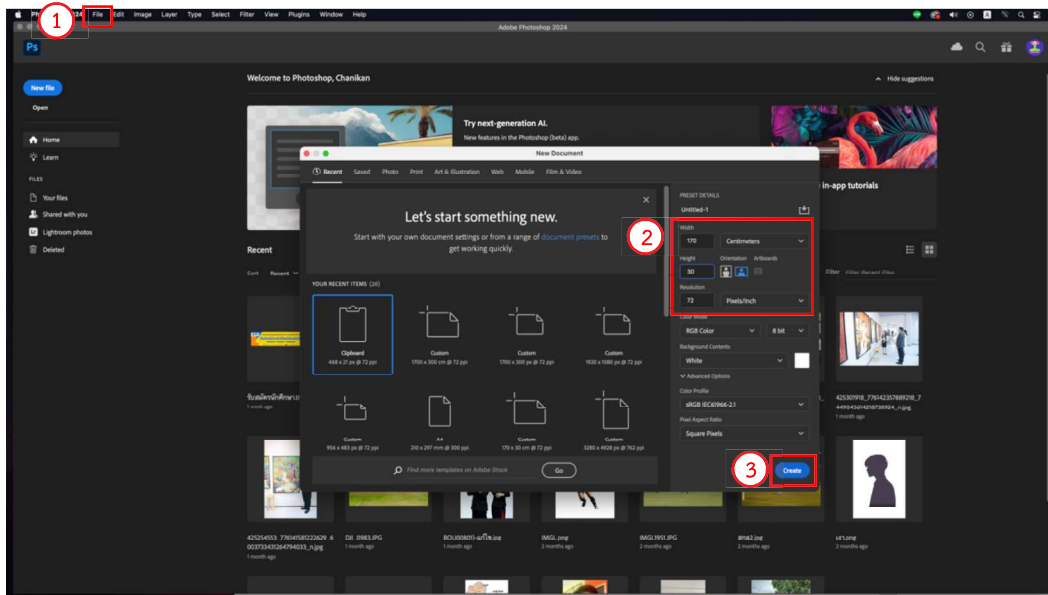
ขั้นตอนการทำแบนเนอร์ด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator และ Adobe Photoshop มีดังนี้

๑. โปรแกรมสำหรับการทำแบนเนอร์



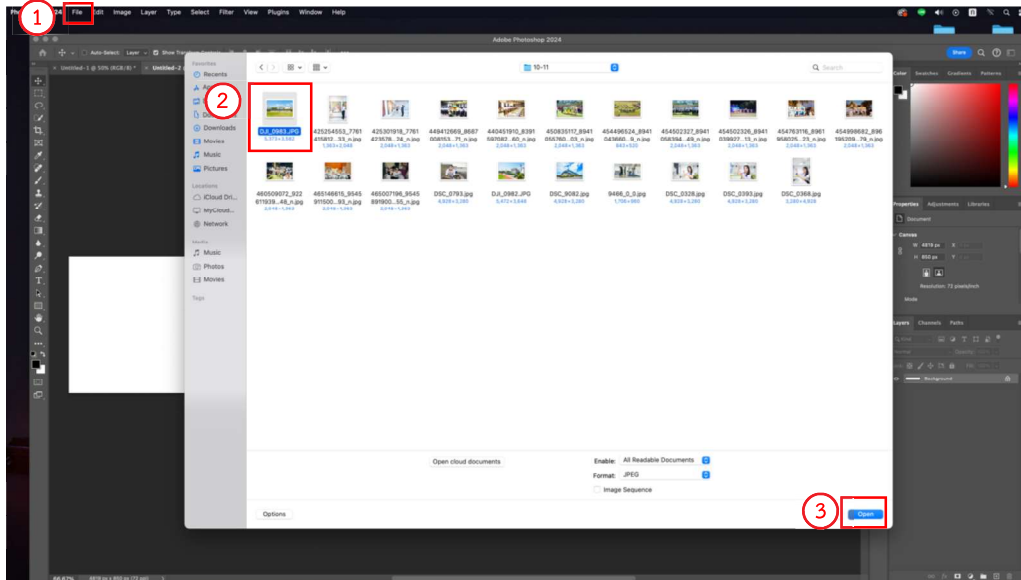
ภาพที่ ๒๐ โปรแกรมสำหรับการทำแบนเนอร์

๒. เปิดโปรแกรม Photoshop สร้างหน้ากระดาษตามไซส์ที่ต้องการ โดยคลิกที่ File > เลือก New > เลือกขนาดที่ต้องการ > แล้วคลิก Create



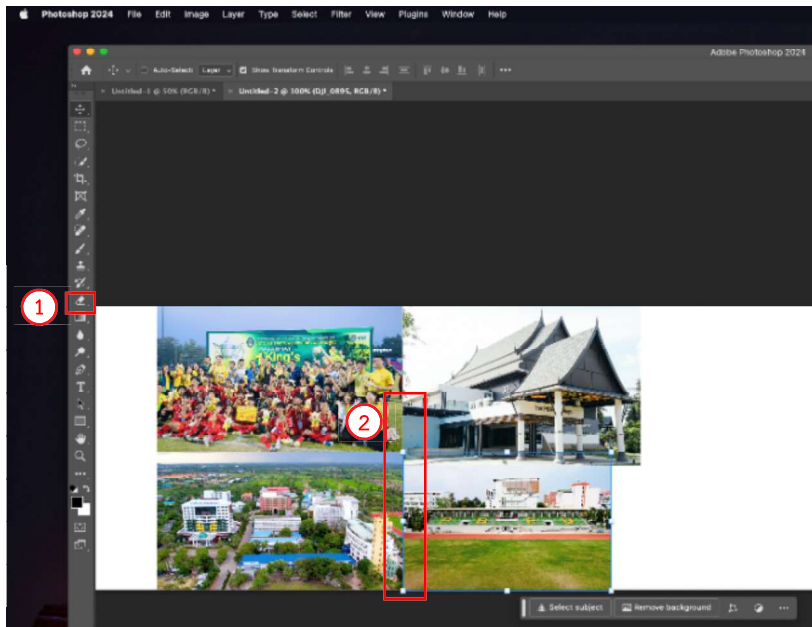
ภาพที่ ๒๑ แสดงการสร้างหน้ากระดาษ

๓. เมื่อสร้างหน้ากระดาษเรียบร้อยแล้ว อัปโหลดรูปที่ต้องการลงโปรแกรม โดยคลิกที่ File > Open > เลือกรูปที่เราต้องการแล้ว คลิก OPEN



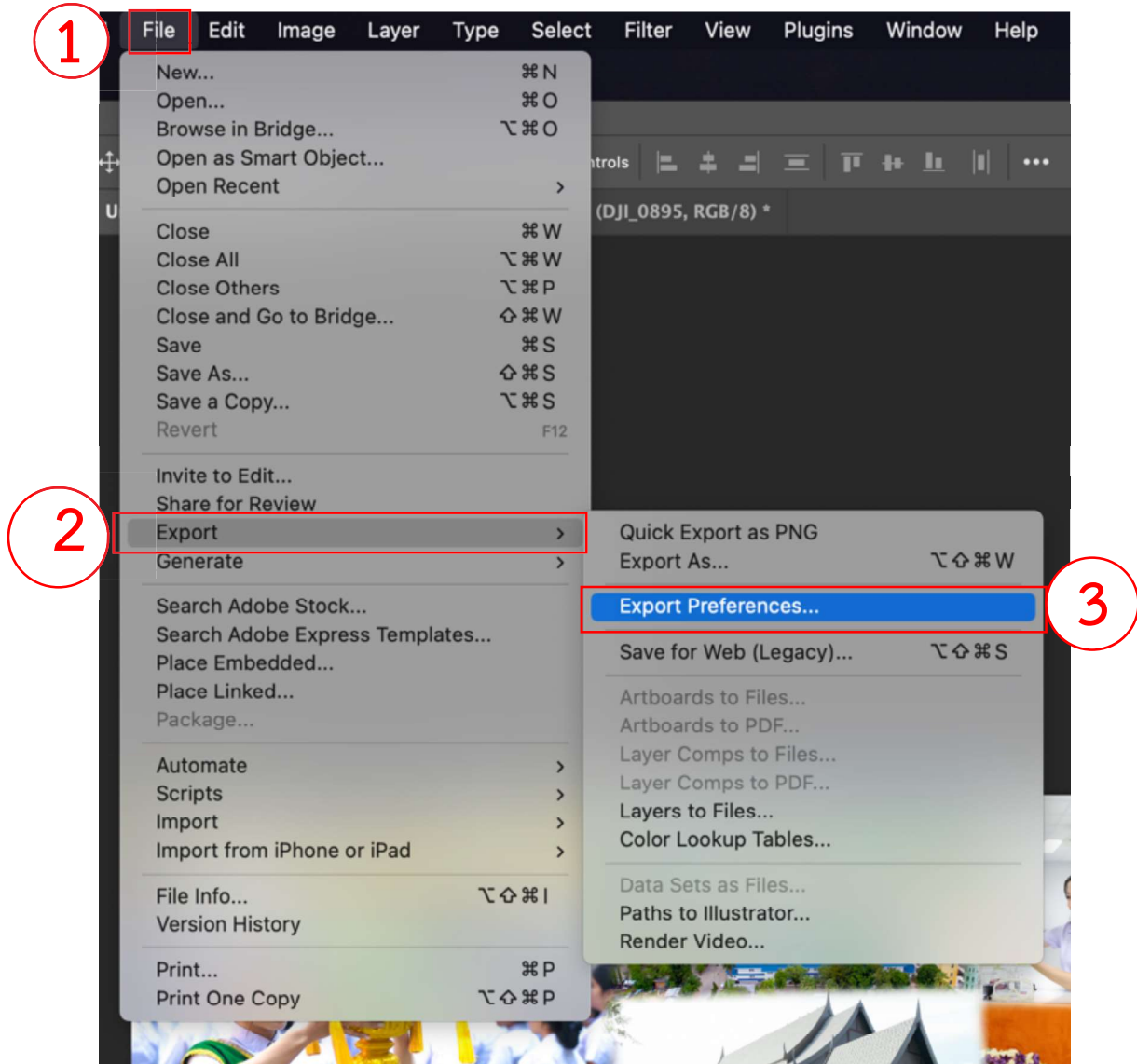
ภาพที่ ๒๒ ภาพแสดงอัปโหลดรูปลงโปรแกรม

๔. นำรูปที่อัปโหลดมาปรับแต่งเพื่อทำพื้นหลัง โดยใช้วิธีนำภาพมาเรียงต่อกันแล้วทำการลบขอบที่เราไม่ต้องการของแต่ละรูปโดยใช้เครื่องมือ Eraser Tool โดยคลิกที่รูปที่ต้องการ > แล้วคลิกเครื่องมือ Eraser Tool จากนั้นนำไปลบขอบของรูปที่เราเลือกไว้ตามที่ต้องการ



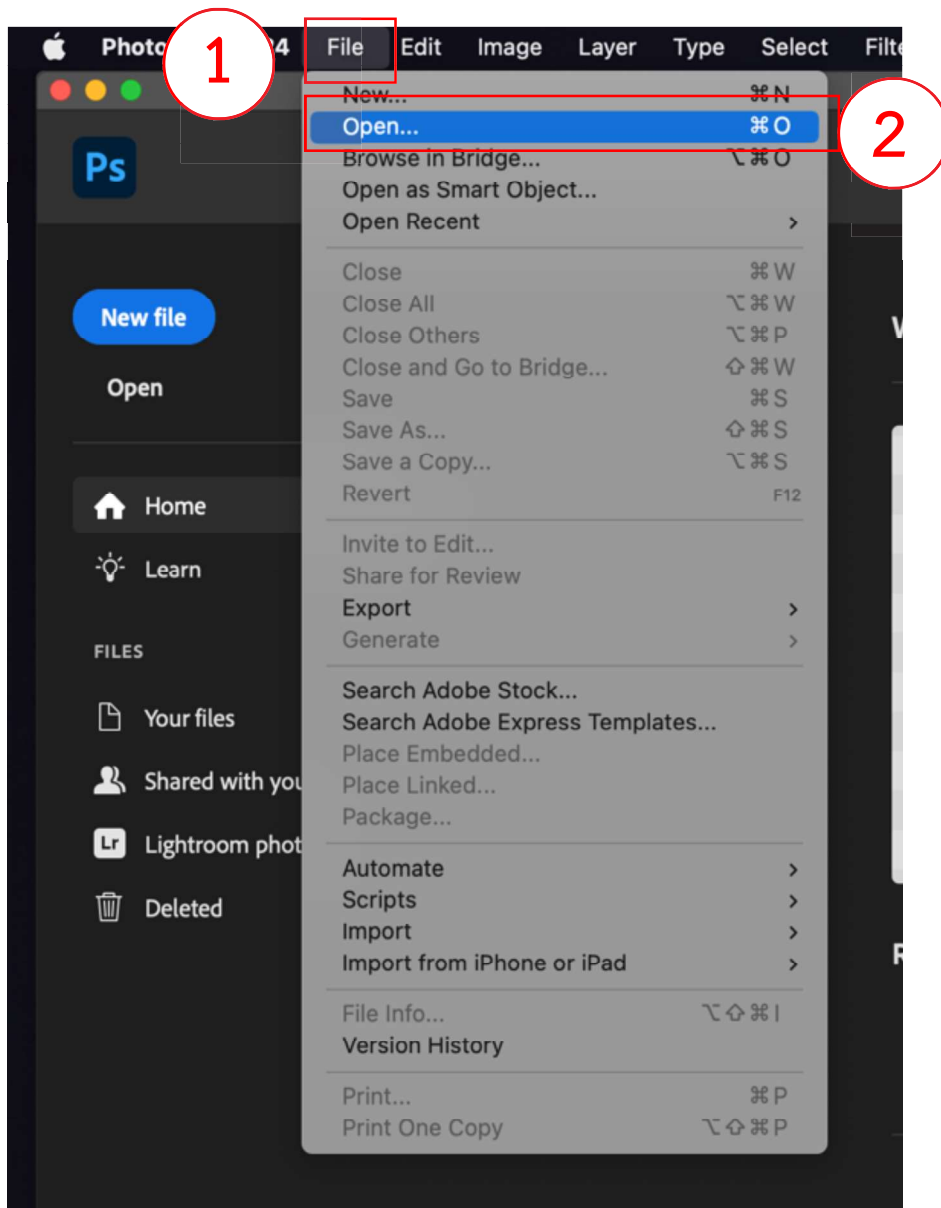
ภาพที่ ๒๓ ภาพแสดงปรับแต่งรูปภาพเพื่อทำพื้นหลัง

๕. เมื่อได้พื้นหลังเรียบร้อยแล้ว ทำการ Save ไฟล์ โดย คลิกที่ File > Export > Export Preferences..
> พิมพ์ชื่อไฟล์ > แล้วคลิก Save



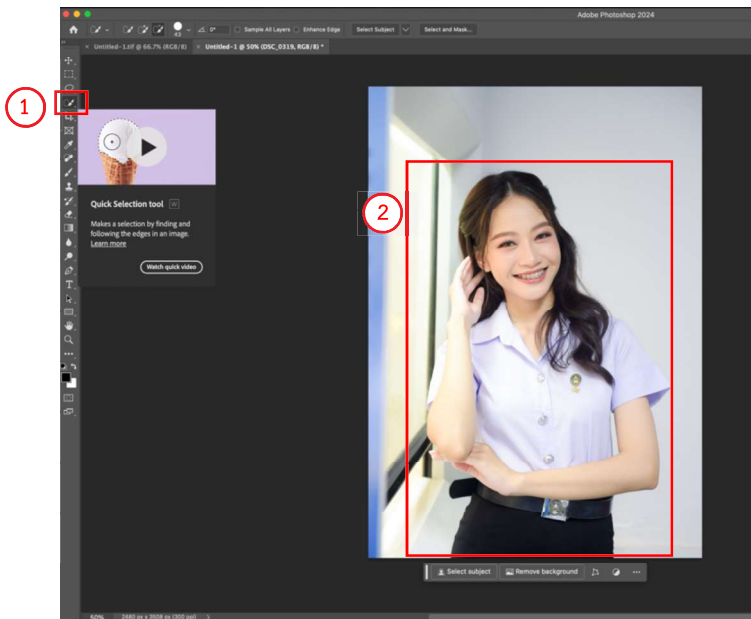
ภาพที่ ๒๔ ภาพแสดงการ Save งาน

๖. ขั้นตอนต่อไปเป็นการ Die-Cut รูปเพื่อนำพื้นหลังออก โดยการเปิดรูปที่ต้องการ Die-Cut ขึ้นมา โดยคลิกที่ File > Open > เลือกรูปที่ต้องการ > OPEN



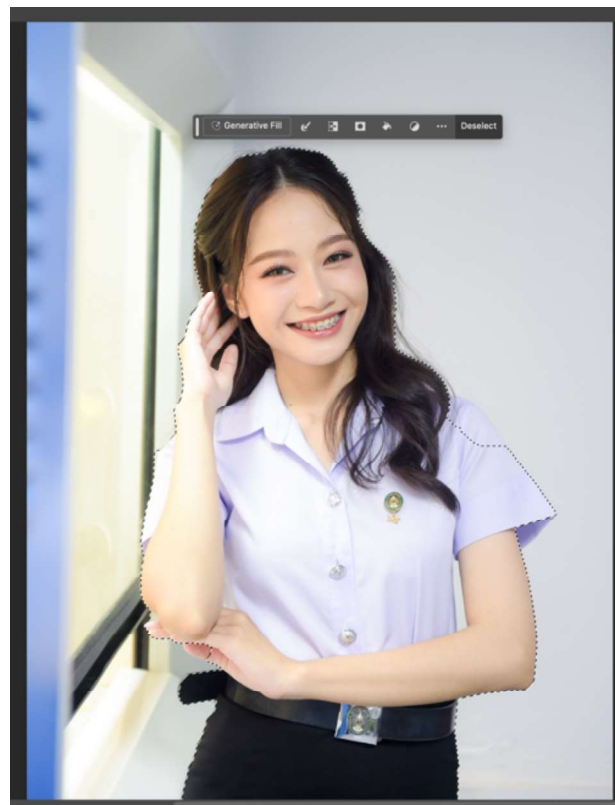
ภาพที่ ๒๕ ภาพแสดงการอัปโหลดรูปที่ต้องการ Die-Cut

๗. เมื่อได้รูปที่ต้องการทำการ Die-Cut พื้นหลังออกแล้ว > คลิกที่เครื่องมือ Quick Selection Tool > แล้วลากคลุมภาพเฉพาะตัวแบบ



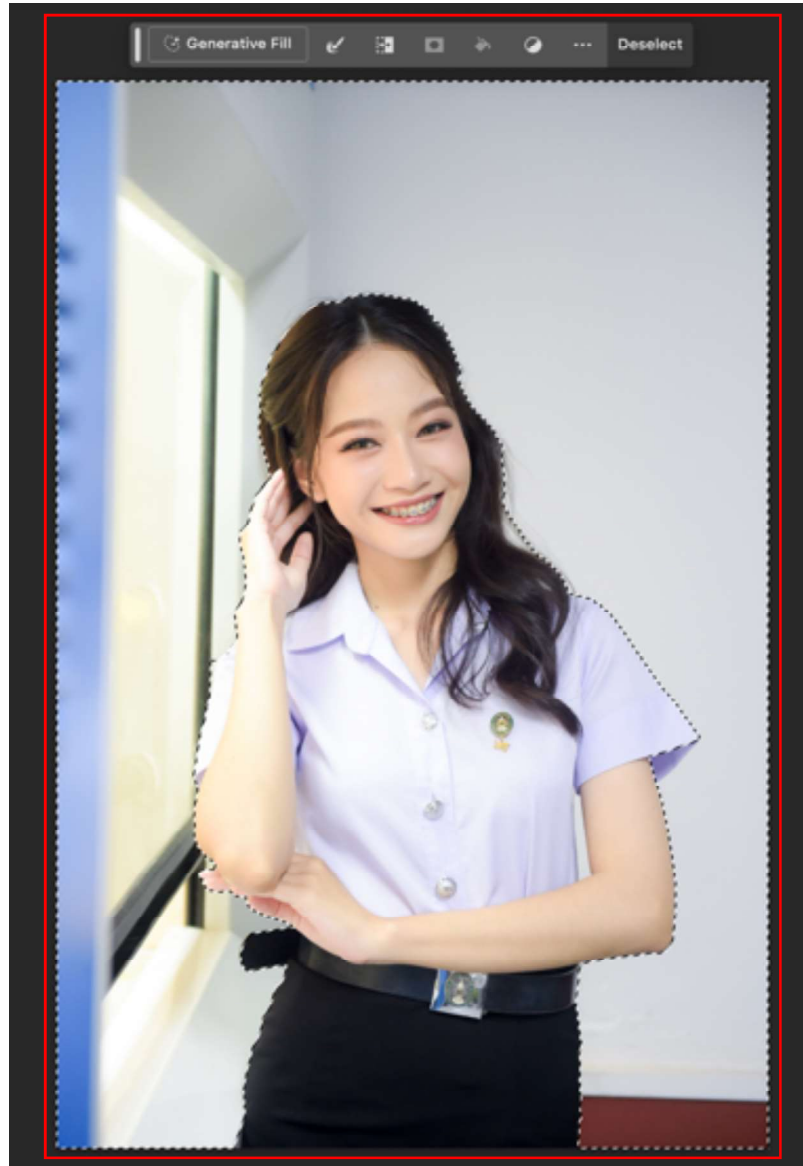
ภาพที่ ๒๖ ภาพแสดงเครื่องมือ Quick Selection Tool

๘. เมื่อลากเครื่องมือ Quick Selection Tool คลุมวัตถุที่เราต้องการเรียบร้อยแล้ว จะได้ดังภาพ



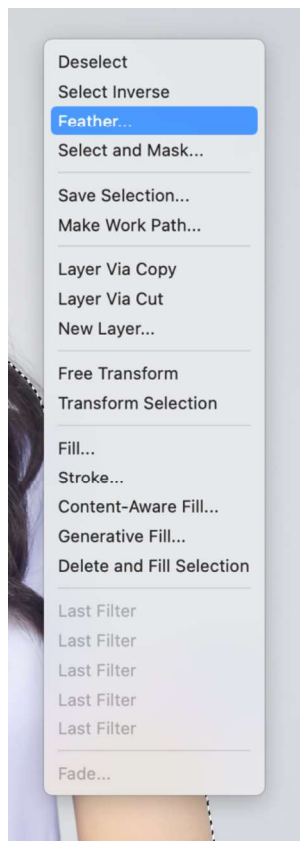
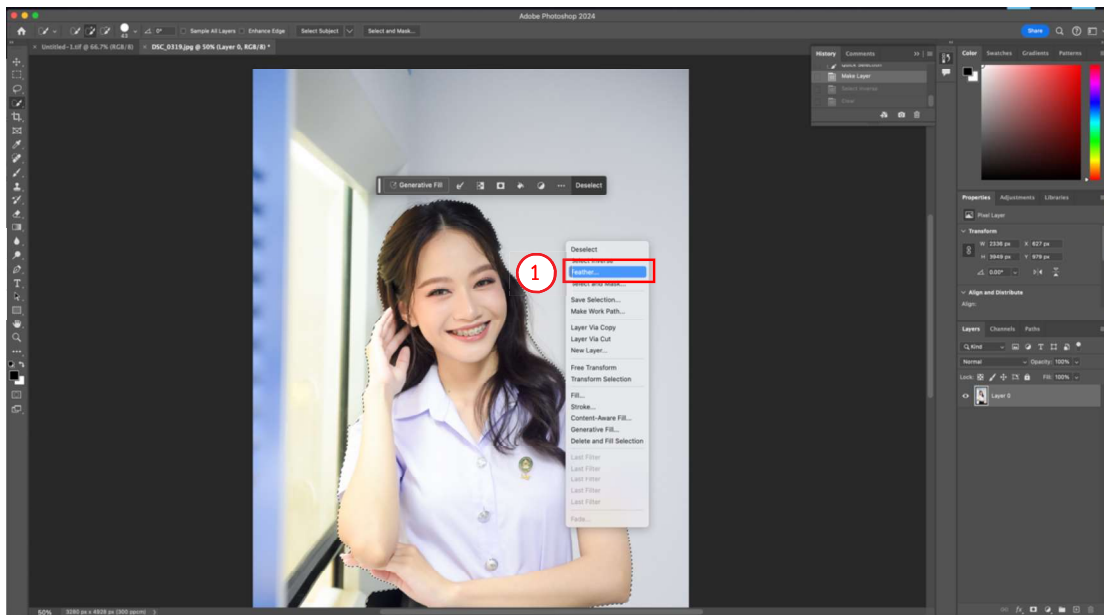
ภาพที่ ๒๗ ภาพแสดงการ Selection วัตถุที่ต้องการ

๙. เมื่อ Selection คลุมภาพในส่วนที่เราต้องการเรียบร้อยแล้ว > จากนั้นให้กด Shift + Command + I เพื่อ Invert selection กลับมาคลุมพื้นที่หลังที่เราต้องการจะลบออก



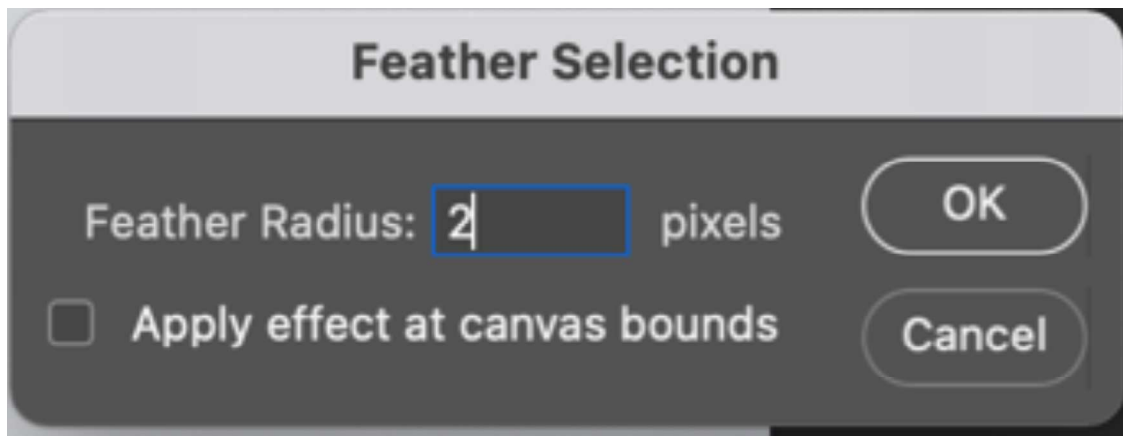
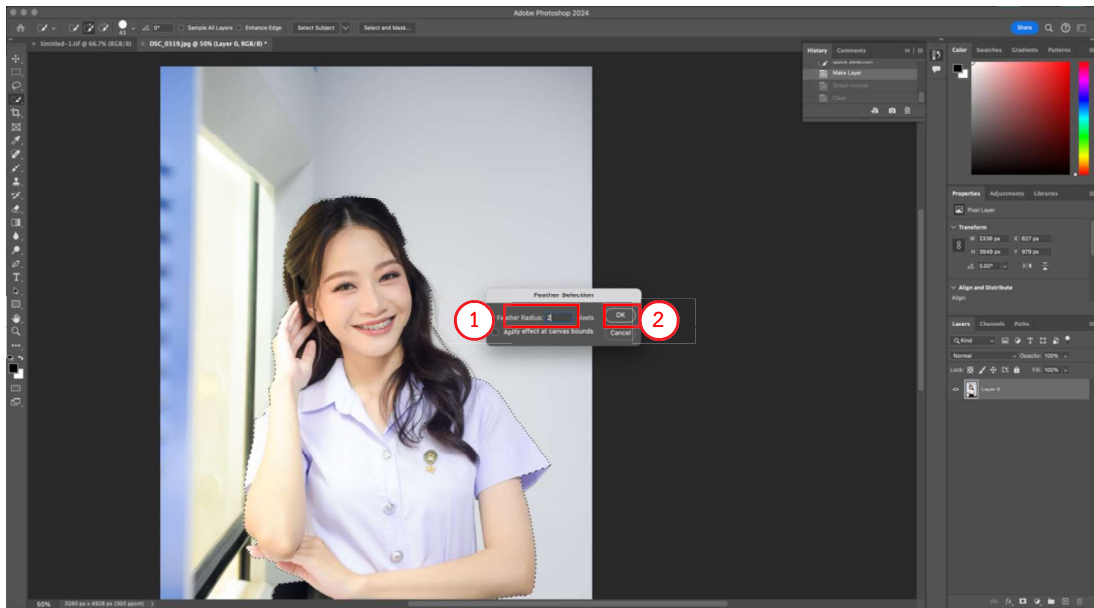
ภาพที่ ๒๘ ภาพแสดงการ Invert Selection

๑๐. จากนั้นคลิกขวาที่รูป > แล้วเลือกเครื่องมือ Feather ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มความนุ่มนวลให้กับวัตถุที่ตัดออก ช่วยให้ผสานวัตถุเข้ากับพื้นหลังใหม่ได้



ภาพที่ ๒๙ ภาพแสดงการใช้เครื่องมือ Feather

๑๑. ใส่ตัวเลขตามที่เราต้องการความฟุ้งของขอบภาพ ต้องการขอบภาพที่มีการฟุ้งมากก็ใส่เลขมาก ต้องการขอบภาพที่มีการฟุ้งน้อย ๆ ก็ใส่ตัวเลขน้อย > แล้วคลิก OK



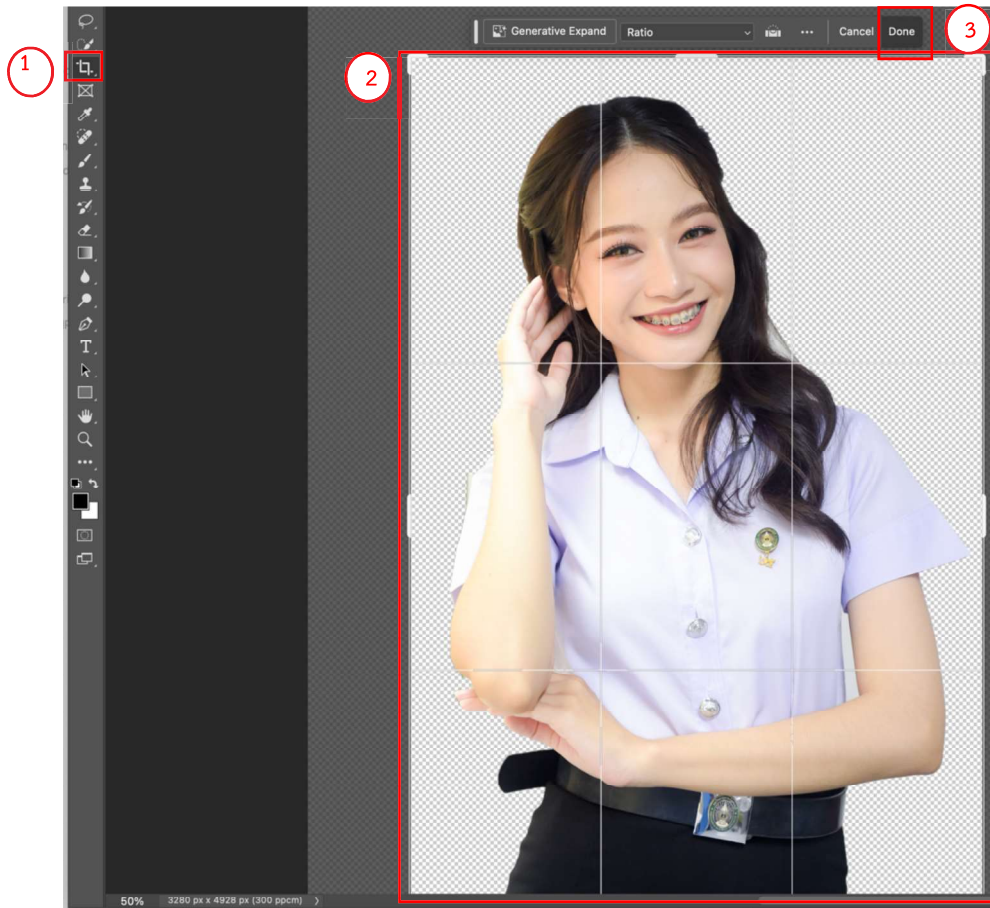
ภาพที่ ๓๐ ภาพแสดงการเลือกความฟุ้งของภาพ

๑๒. จากนั้นลบพื้นหลังโดยกดปุ่ม Delete ได้เลย



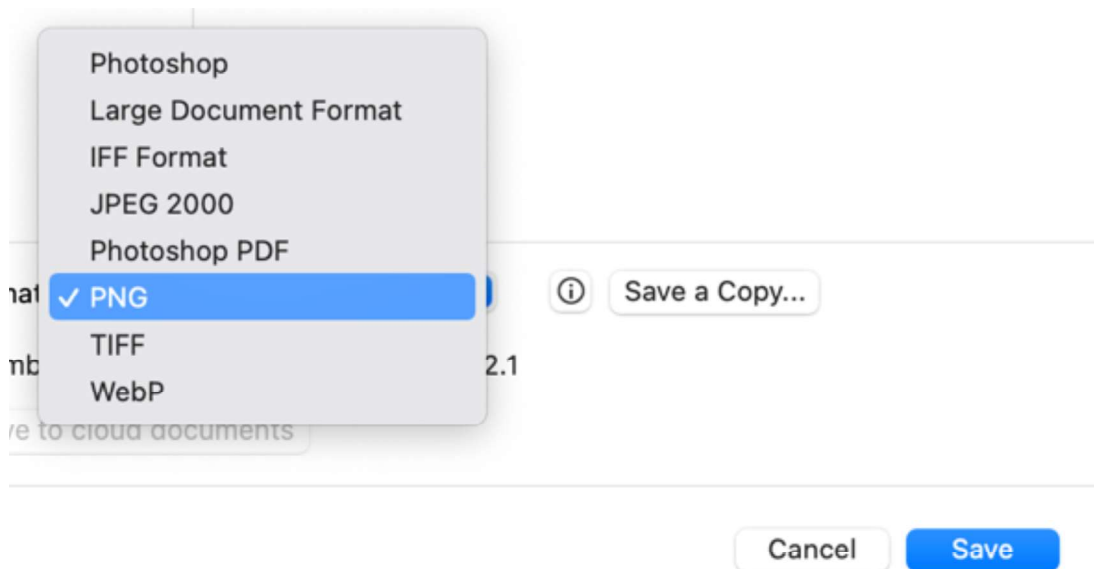
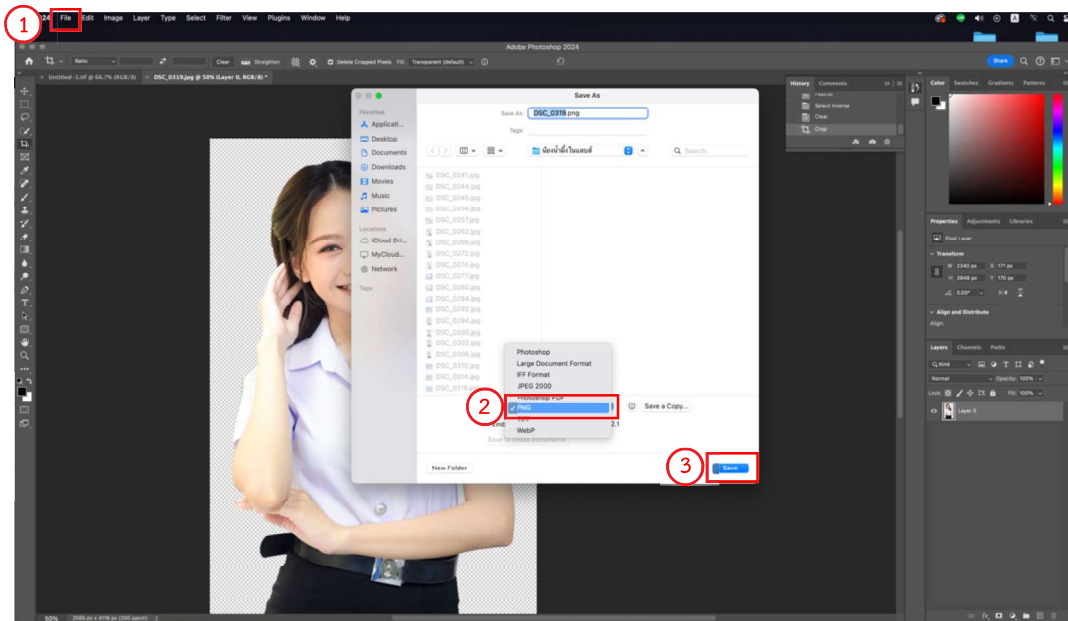
ภาพที่ ๓๑ ภาพแสดงการลบพื้นหลัง

๑๓. ครอบพื้นที่หลังให้พอดีโดยคลิกเครื่องมือ Crop Tool > แล้วลากให้เหลือพื้นที่ตามต้องการ > แล้วกด Done



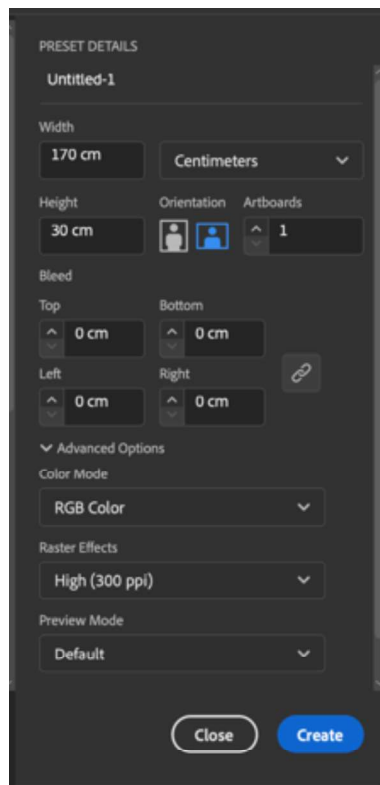
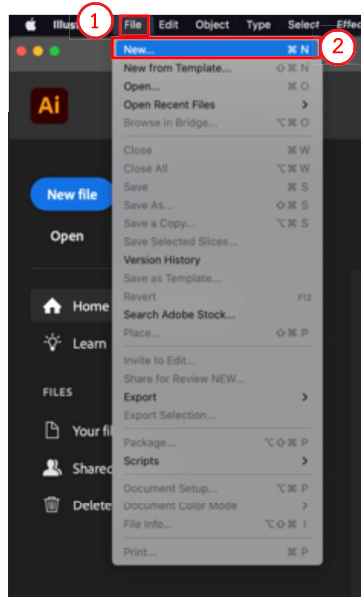
ภาพที่ ๓๒ ภาพแสดงการ Crop รูปภาพ

๑๔. เมื่อเสร็จสิ้นแล้วทำการ Save ภาพโดยคลิกที่ File > Save As > เลือกสกุล .PNG > พิมพ์ชื่อไฟล์ > SAVE



ภาพที่ ๓๓ ภาพแสดงการเซฟไฟล์งาน

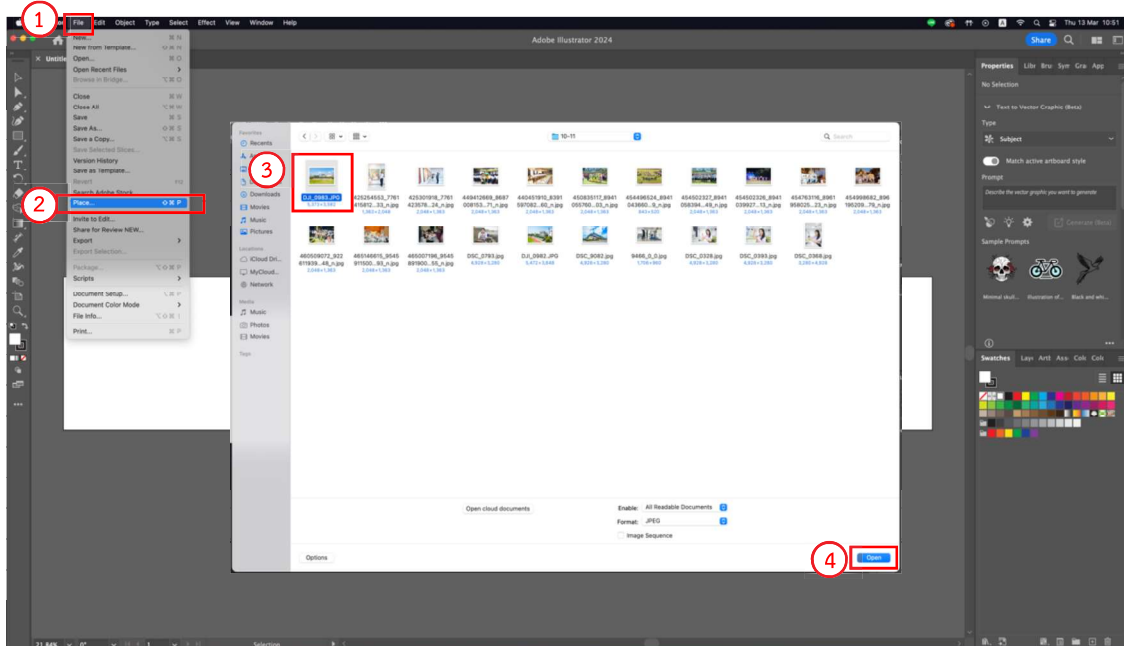
๑๕. เปิดโปรแกรม illustrator สร้างหน้ากระดาษตามไซส์ที่ต้องการ โดยคลิกที่ File > เลือก New > เลือกขนาดที่ต้องการ > แล้วคลิก Create



ภาพที่ ๓๔ ภาพแสดงการสร้างหน้ากระดาษโปรแกรม illustrator

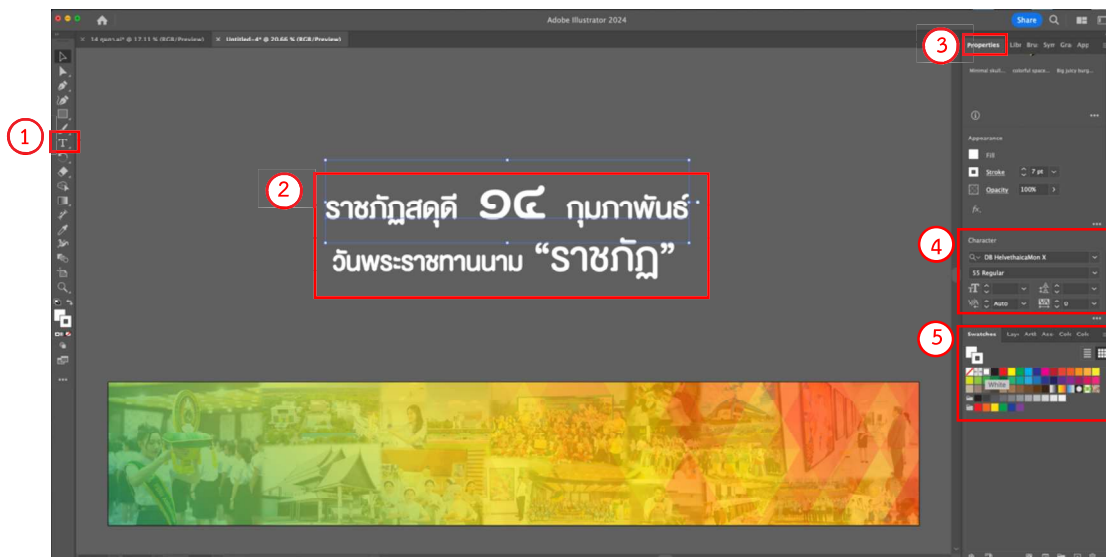
๑๖. อัปโหลดรูปที่เราเตรียมไว้ลงบนหน้ากระดาษ โดยคลิก File > Place > เลือกรูปที่เราเตรียมไว้ >

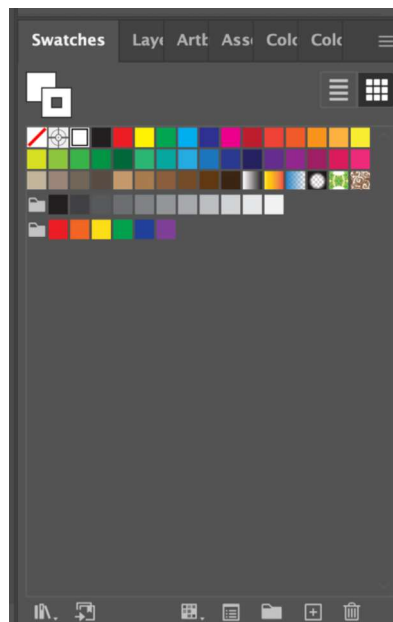
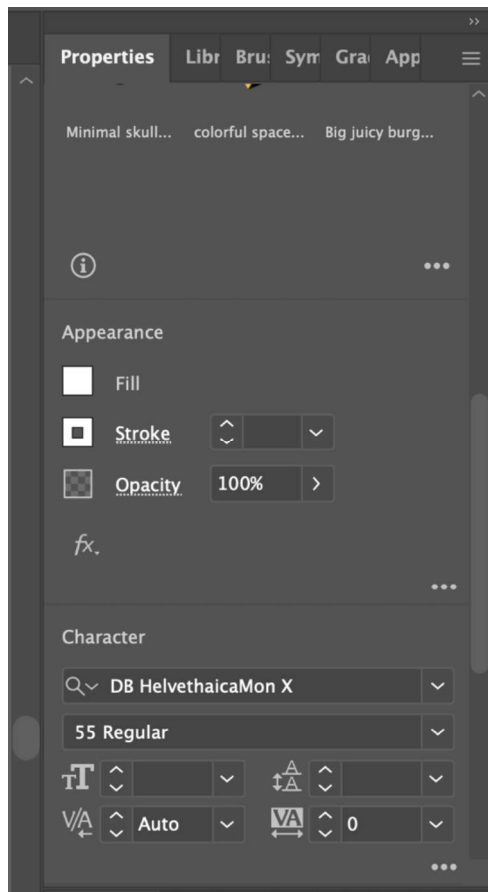
แล้วกด Place



ภาพที่ ๓๕ ภาพแสดงการอัปโหลดรูปลงโปรแกรม

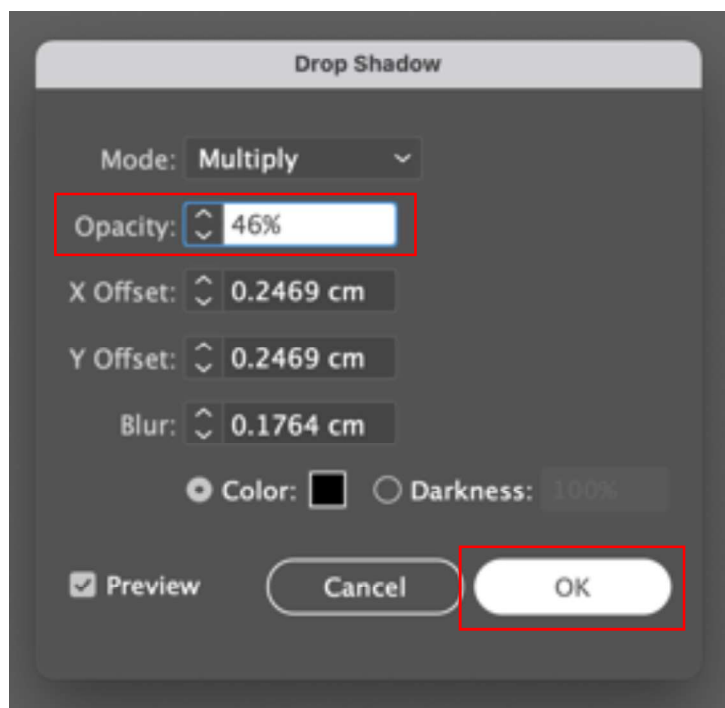
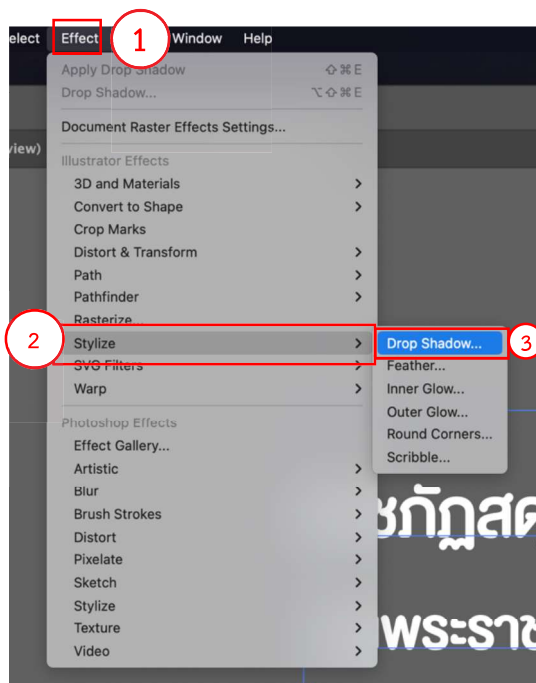
๑๗. สร้างข้อความโดยคลิกที่เครื่องมือ Type > แล้วพิมพ์ข้อความที่ต้องการ > จากนั้นคลิกที่เครื่องมือ Properties > แล้วไปที่ Character เพื่อเปลี่ยนฟอนต์ ปรับขนาดตัวอักษร เมื่อได้ฟอนต์ที่ต้องการแล้ว > คลิกที่ Swatches เพื่อเปลี่ยนสีของข้อความ





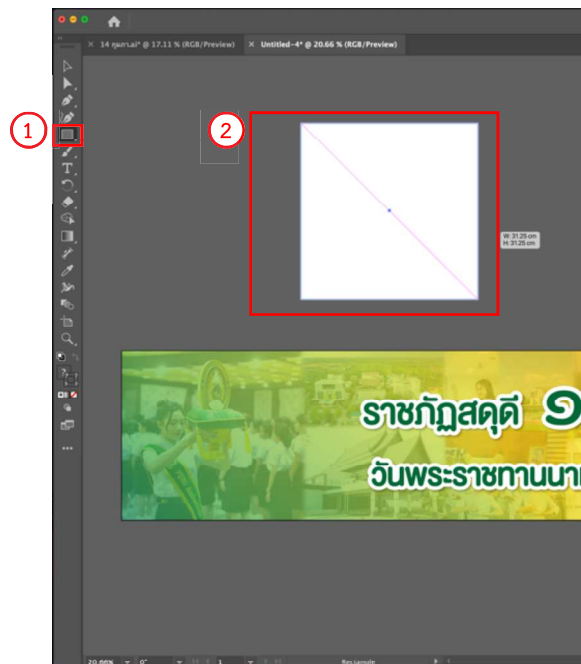
ภาพที่ ๓๖ ภาพแสดงการสร้างข้อความ

๑๘. เมื่อได้ข้อความที่ต้องการแล้ว จากนั้นใส่เงาให้ข้อความ โดยคลิกที่ข้อความ > แล้วคลิกที่ Effect > เลือก Stylize > เลือก Drop Shadow.. > จากนั้น ตรง Opacity ให้เลือกจำนวน % ความเข้มของเงาข้อความ ที่เราต้องการ > จากนั้นคลิกที่ OK



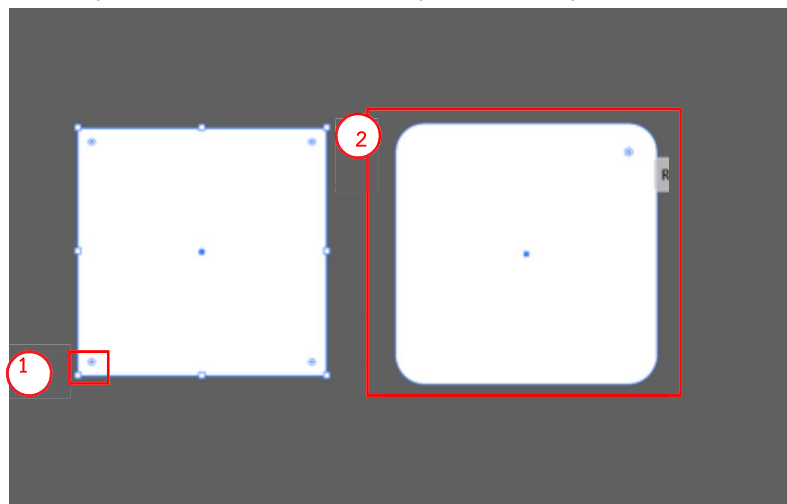
ภาพที่ ๓๗ ภาพแสดงการสร้างเงาให้ข้อความ

๑๙. การสร้างรูปสี่เหลี่ยมโดยใช้เครื่องมือ Rectangel Tool โดยคลิกที่เครื่องมือ Rectangel Tool > แล้วลากเมาส์ตามขนาดของรูปสี่เหลี่ยมที่เราต้องการได้เลย (หากต้องการรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสให้กด Shift ค้างไว้ด้วย ในระหว่างลากรูปสี่เหลี่ยม)



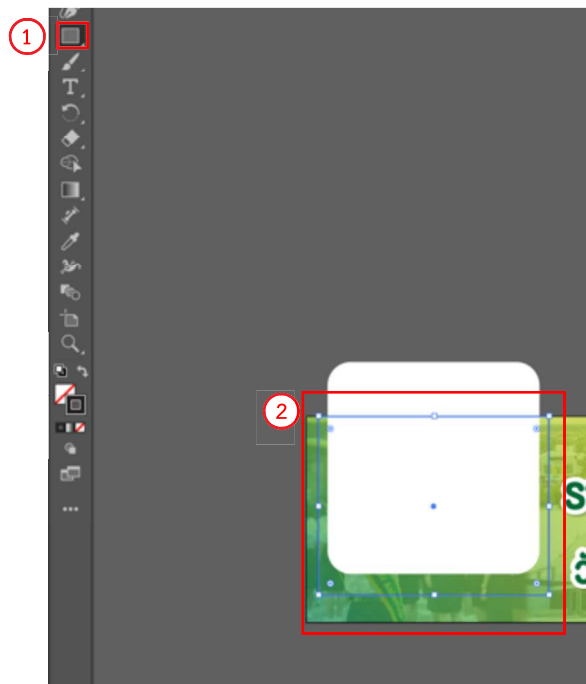
ภาพที่ ๓๘ ภาพแสดงการสร้างรูปสี่เหลี่ยม

๒๐. เมื่อสร้างรูปสี่เหลี่ยมได้แล้ว เราจะทำการลบเหลี่ยมให้เป็นขอบโค้งมน โดยการนำเมาส์ไปคลิกที่จุดวงกลมตรงมุมในรูปสี่เหลี่ยมแล้วลากเข้าหาจุดศูนย์กลางของรูปสี่เหลี่ยม สามารถปรับมุมได้ตามชอบ



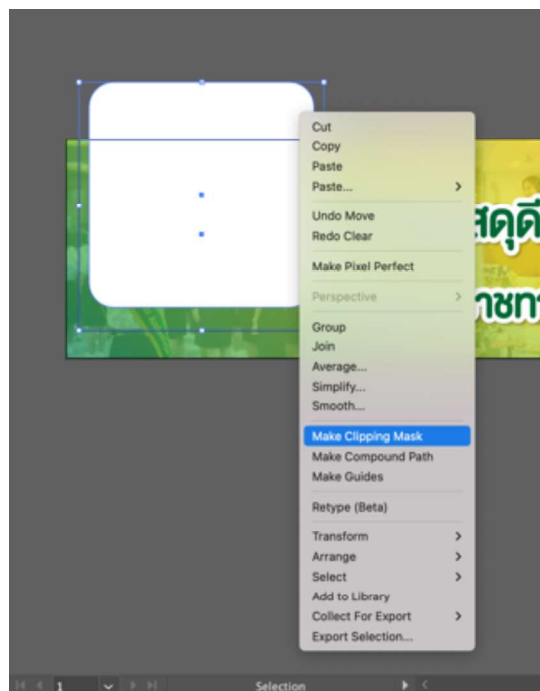
ภาพที่ ๓๙ ภาพแสดงการปรับขอบโค้งมน

๒๑. เมื่อเอาสี่เหลี่ยมที่ได้ไปวางในส่วนที่ต้องการแล้ว และต้องการเอาส่วนที่ไม่ต้องการออก ให้สร้างสี่เหลี่ยมอันใหม่ไปวางทับในส่วนที่ต้องการ โดยให้ Layer อยู่ด้านบน



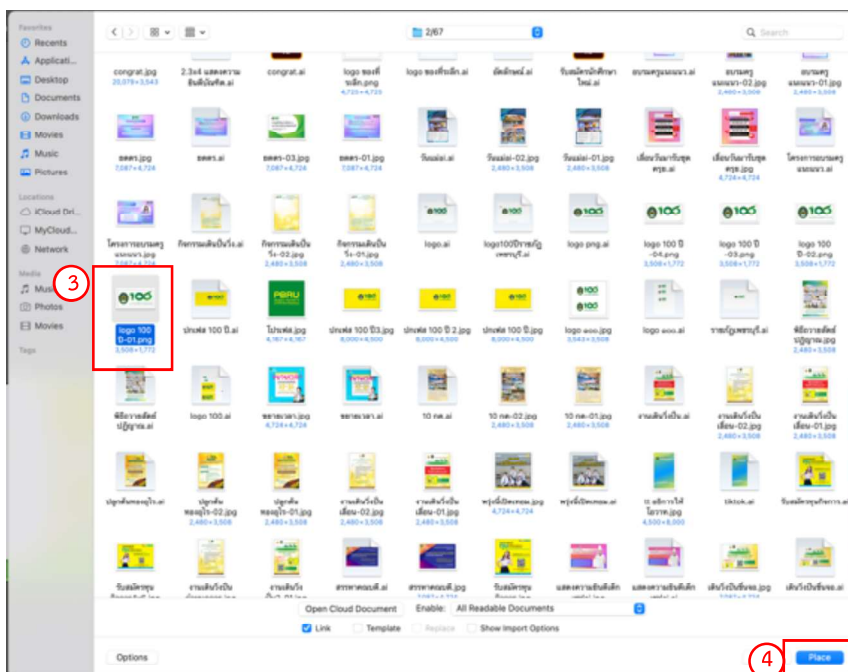
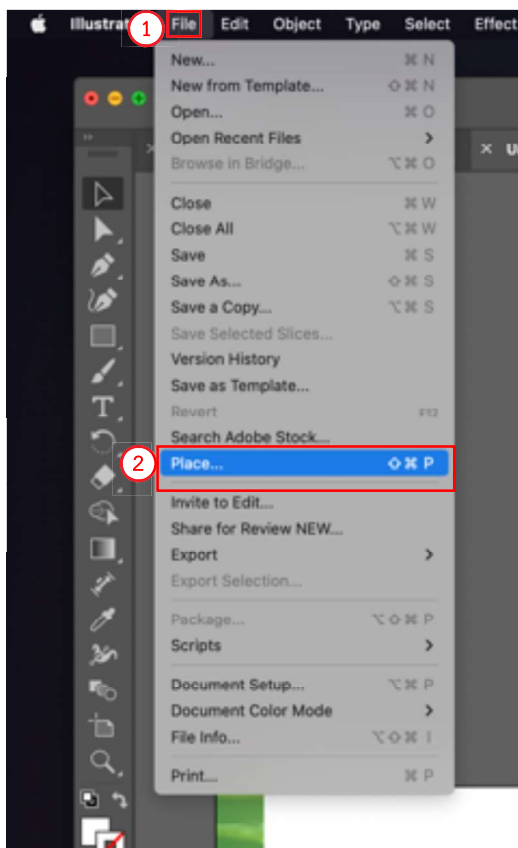
ภาพที่ ๔๐ ภาพแสดงการใช้เครื่องมือ Make Clipping Mask

๒๒. จากนั้นให้คลิกวัตถุทั้งสองอัน > แล้วคลิกขวา > เลือก Make Clipping Mask ส่วนที่เราไม่ต้องการจะโดนบังหายไป



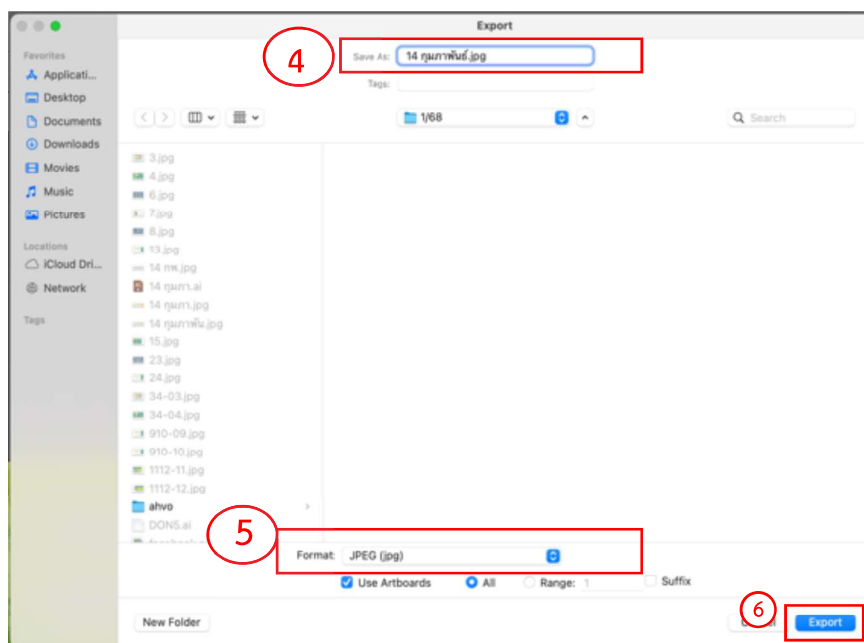
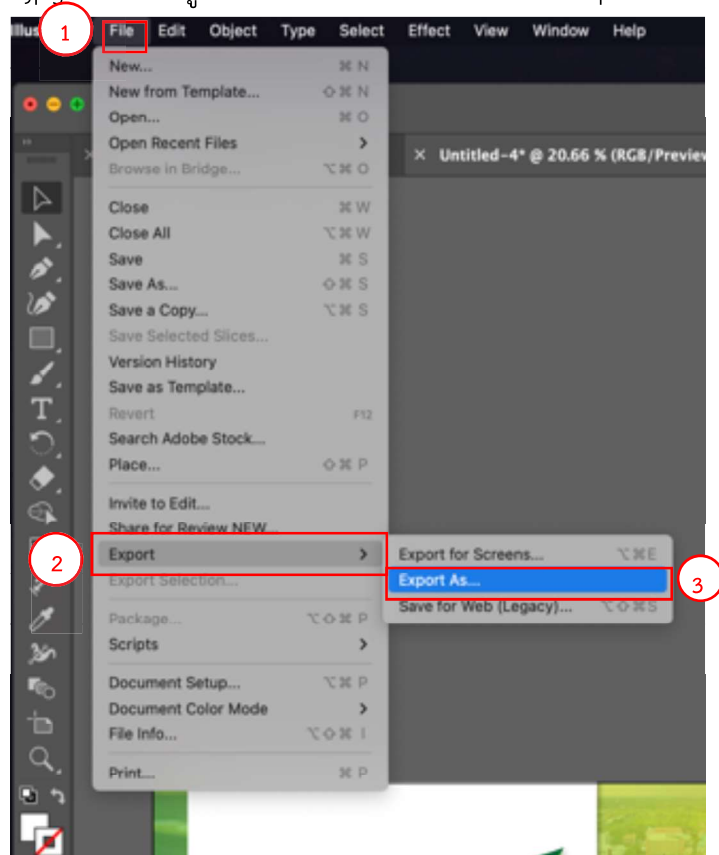
ภาพที่ ๔๑ ภาพแสดงการใช้เครื่องมือ Make Clipping Mask

๒๓. จากนั้นนำโลโก้และรูปมาใส่ โดยคลิกที่ File > Place.. > แล้วเลือกโลโก้ > จากนั้นกด Place แล้ว
 ทำไปวางในส่วนที่เราเตรียมไว้



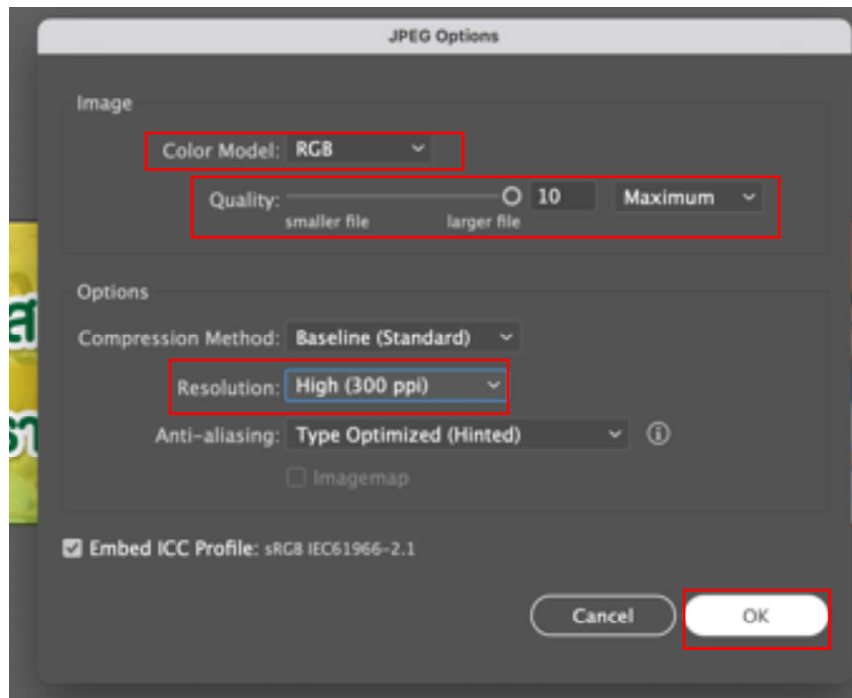
ภาพที่ ๔๒ ภาพแสดงการอัปโหลดไฟล์รูปลงโปรแกรม

๒๔. เมื่อจัดวางสวยงามแล้ว ทำการ Save ไฟล์โดย คลิกที่ File > เลือก Export > เลือก Export As.. > พิมพ์ชื่อไฟล์ > เลือกสกุล .jpg > คลิกติ๊กถูกหน้า Use Artboards แล้วคลิก Export



ภาพที่ ๔๓ ภาพแสดงการ Export งาน

๒๕. จากนั้นไปที่ Color Model เราจะเลือก RGB เมื่อใช้กับสื่อโซเชียลมีเดีย และจะเลือก CMYK เมื่อใช้งานกับสื่อสิ่งพิมพ์ > ต่อไปปรับ Quality เป็น 10 > ปรับ Resolution เป็น High (300 ppi) > แล้วกด OK



ภาพที่ ๔๔ ภาพแสดงงานที่เสร็จสมบูรณ์

๒๖. ตัวอย่างงานแบนเนอร์ที่พร้อมเผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์



ภาพที่ ๔๕ ภาพแสดงงานที่เสร็จสมบูรณ์

เทคนิคการออกแบบแบนเนอร์ให้น่าสนใจ

๑. กำหนดกลุ่มเป้าหมาย

ในการออกแบบแบนเนอร์ เราต้องรู้ว่าวัตถุประสงค์ในออกแบบภาพแบนเนอร์ นี้ ออกแบบมาเพื่อวัตถุประสงค์อะไร เช่น เพื่อให้แบรนด์เป็นที่รู้จัก เพื่อโปรโมตผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อการขายหรือการส่งเสริมการขาย โปรโมตกิจกรรม เช่น โปรโมชัน เทศกาลต่าง ๆ สิ่งนี้เป็นขั้นตอนที่สำคัญ ที่เราสามารถเจาะจงได้ว่าภาพที่เรา กำลังออกแบบจะออกมาให้ทิศทางใด

๒. การจัดวางเลย์เอาต์

การวางเลย์เอาต์แบนเนอร์เป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญเป็นหลักเช่นกันเมื่อเราเริ่มการออกแบบ การกรู๊ปโป๊วเป็นวิธีการจัดระเบียบข้อมูลด้วยการวางเลย์เอาต์ ที่มีการแบ่งประเภทข้อมูลเป็นชุด ๆ เพื่อให้ดูง่าย การแบ่งเลย์เอาต์ ก็มีหลายแบบ เช่น แบ่งตาม รูปภาพ หัวข้อ สถานที่ติดต่อ สี เป็นต้น การกรู๊ปโป๊ว เราต้องแยกสเปซให้ชัดเจนเพื่อต่อการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย

การใช้ความสมมาตรและความคอนทราสต์ของสีในการวางเลย์เอาต์ ใช้ได้ดีมากกับออกแบบที่ต้องการเปรียบเทียบ ของสองสิ่งที่แตกต่างกัน การใช้สีที่ตัดกันจะช่วยให้การเปรียบเทียบง่ายขึ้น

๓. ตัวอักษรและการจัดการเนื้อหา

ตัวอักษรและเนื้อหาที่จะใส่ลงไปบนแบนเนอร์จำเป็นต้องกระชับและตรงประเด็นที่สุด เพื่อที่จะสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่เห็นภาพแบนเนอร์ สามารถรับรู้ได้ว่าแบนเนอร์กำลังจะสื่ออะไร ตรงกับสิ่งที่เขามองหาหรือไม่ เพราะบางครั้งด้วยขนาดที่จำกัดเราไม่สามารถที่จะใส่ข้อมูลทั้งหมดลงไปได้

โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากแบนเนอร์ที่เราต้องลงโซเชียลมีเดียเพื่อการโฆษณา เราไม่สามารถจะใส่ทั้งหมดลงไปได้ และก็ไม่สามารถการันตีได้ว่าข้อมูลทั้งหมดนั้นคนจะหยุดอ่านเนื้อหา ในแบนเนอร์ของเราไหม ส่วนใหญ่จะเกิดจากการเลื่อนหน้าจอผ่านหน้าพีคคนมักจะเหลือบมองมันเพียงไม่กี่วินาที ดังนั้นควรจัดการกับข้อความให้พอดีกับจุดรวมสายตา และการใช้คำโปรยที่ดึงดูดในช่วงเวลาที่ผู้คนเลื่อนหน้าจอ

การเลือกใช้ฟอนต์ ควรเลือกฟอนต์ที่อ่านง่าย สีที่ใช้กับฟอนต์และองค์ประกอบอื่น ๆ ต้องแยกให้เห็นเนื้อหาชัดเจน

๔. สีมีสี

การเลือกโทนสีช่วยให้แบนเนอร์โดดเด่น เป็นอีกสิ่งหนึ่งควรคำนึงถึง ใครก็ตามที่ทำงานด้านการตลาด หรือการออกแบบกราฟิกู้ดีว่าสีมีความสำคัญเช่นกัน ในการสื่อสาร กับกลุ่มเป้าหมาย มีการศึกษามาแล้วว่า ผู้คนตอบสนอง และแสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ภายใน 90 วินาที และ 62 – 90 เปอร์เซ็นต์ของการแสดงความคิดเห็นนั้นมีผลมาจากสีเพียงอย่างเดียว แม้ว่าความเชื่อมโยงและความชอบของสีจะเป็นเรื่องส่วนบุคคล แต่การเชื่อมโยงของสีต่าง ๆ ที่มีแนวโน้มที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้คนโดยทั่วไป ตัวอย่างเช่น สีแดงมักจะเกี่ยวข้องกับ ความร้อนแรง เร่งรีบและเทศกาลต่าง ๆ ได้

สีมีความสำคัญมาก สามารถสร้างความประทับใจให้งานแบนเนอร์ได้ การเลือกสีที่เหมาะสมสำหรับแบนเนอร์สามารถส่งเสริมให้แบรนด์ของเราเป็นที่รู้จักและจดจำแบรนด์ได้ดีอีกด้วย การออกแบบแบนเนอร์นั้นจำเป็นต้องคำนึงถึงสิ่งที่ต้องแสดงสีของแบรนด์ให้โดดเด่นอยู่เสมอ

๕. การเลือกรูปภาพและกราฟิกเพื่อนำเสนอ

ในการออกแบบแบนเนอร์หรืองานกราฟิกใด ๆ จำเป็นต้องมีการออกแบบจุดหนึ่งให้ดึงดูดสายตาเพื่อนำไปสู่จุดอื่น ๆ

ภาพถ่ายหรือกราฟิกอาร์ตที่สะดุดตาจะช่วยการออกแบบแบนเนอร์เพื่อนำเสนอได้อย่างดีเยี่ยม อย่างไรก็ตามการเลือกภาพประกอบที่คมชัด จึงส่งผลดีอย่างมากต่อแบนเนอร์

เพื่อให้ภาพแบนเนอร์ของคุณดูชัดเจนและคมชัดแม้ในขณะที่ขยาย ดังนั้นการใช้ไฟล์ประเภทที่ถูกต้องและมีความละเอียดสูงพอ จึงส่งผลดีเสมอ โดยทั่วไปรูปภาพที่มาจากอินเทอร์เน็ตมักจะไม่เหมาะสมกับออกแบบมากนักเนื่องจากมีขนาดเล็กและความละเอียดภาพไม่คมชัดพอ นอกจากนี้บางภาพไม่มีความเฉพาะตัวแถมอาจถูกฟ้องเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์

กรณีจ้างเหมาดำเนินการผลิต

๑. กำหนดรายละเอียดและข้อกำหนด (Term of reference :TOR) ของการจัดจ้างผลิตสื่อ

๒. นำเสนออนุมัติ

๓. จัดจ้าง ดำเนินการตามระเบียบพัสดุฯ

๔. ผู้รับจ้างดำเนินการผลิตสื่อตามขั้นตอนที่กำหนด

๕. ผู้รับจ้างส่งงานตามเวลาที่กำหนด

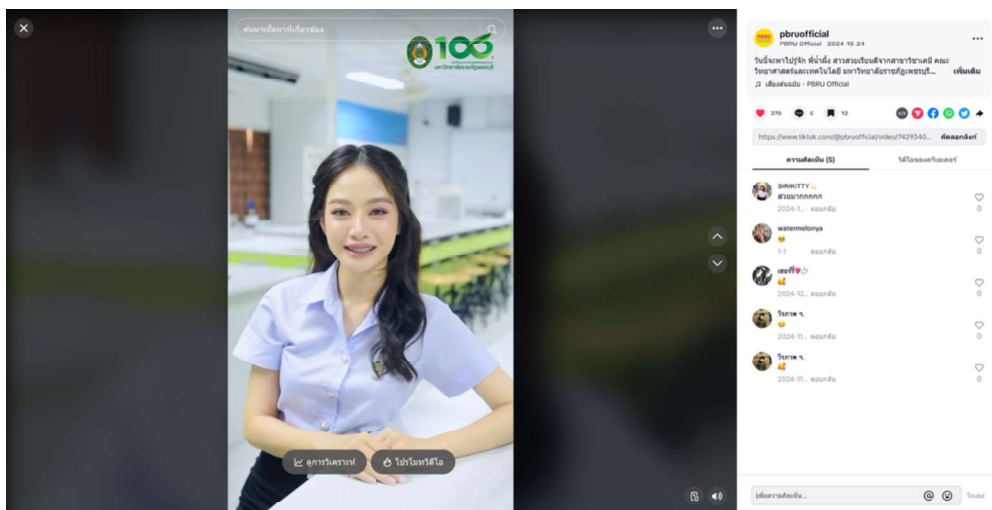
๖. คณะกรรมการตรวจรับฯ ตรวจรับสื่อตามรายละเอียด TOR การตรวจสอบติดตาม โดยวิธีตรวจติดตามจากงานโดยตรง

๒.๔ เผยแพร่สื่อออนไลน์

เผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ทางเพจเฟซบุ๊ก มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี : งานสื่อสารองค์กร ทางติ๊กต็อก PBRUOfficial ทางอินสตาแกรม PBRU_Official ตามแผนงานที่เราวางไว้



ภาพที่ ๔๖ ภาพแสดงการโพสต์บนเพจเฟซบุ๊ก
(ที่มา : <https://www.facebook.com/prpbu>)



ภาพที่ ๔๗ ภาพแสดงการโพสต์บนติ๊กต็อก
(ที่มา : <https://www.tiktok.com/@pbruofficial>)

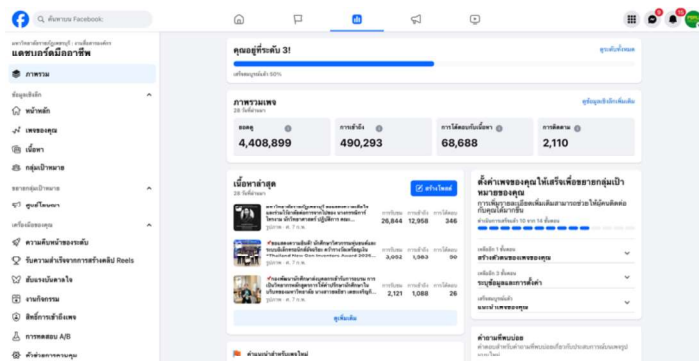


ภาพที่ ๔๘ ภาพแสดงการโพสต์บนอินสตาแกรม
(ที่มา : <https://www.instagram.com/pbruofficial>)

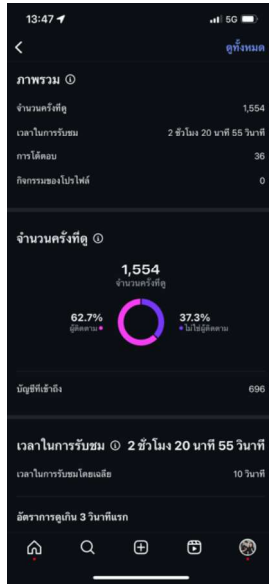
๒.๕ ตรวจสอบและติดตามผล

ตรวจสอบและติดตามผลการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ทางเพจเฟซบุ๊กมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี : งานสื่อสารองค์กร ทางตักต็อก PBRUOfficial ทางอินสตาแกรม PBRU_Official ได้แก่

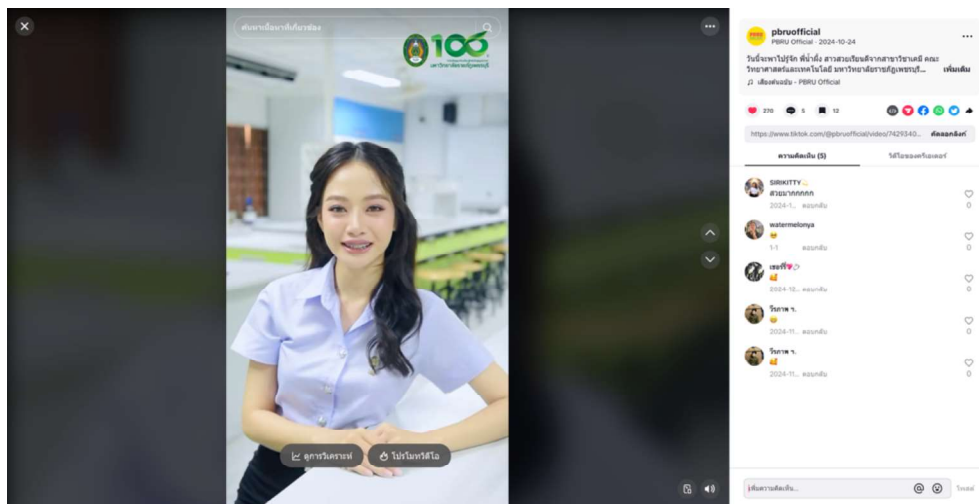
๑. จากจำนวนผู้เข้าชมโพสต์
๒. จากยอดการกด Like โพสต์
๓. จากยอดการแชร์โพสต์



ภาพที่ ๔๙ ภาพแสดงข้อมูลเชิงลึกการโพสต์บนเพจเฟซบุ๊กที่ได้รับยอด กด Like กดแชร์
(ที่มา : <https://www.facebook.com/prpbu>)



ภาพที่ ๕๐ ภาพแสดงข้อมูลเชิงลึกการโพสต์บนอินสตาแกรม ได้รับยอด กด Like กดแชร์ (ที่มา : <https://www.tik.com/pbruofficial>)



ภาพที่ ๕๑ ภาพแสดงข้อมูลเชิงลึกการโพสต์บนติ๊กต็อกได้รับยอด กด Like กดแชร์ (ที่มา : <https://www.tiktok.com/pbruofficial>)

๒.๖ ประเมินผล รายงานผล

ประเมินผลการดำเนินงานตามขั้นตอนการปฏิบัติงาน และสรุปรายงานผลให้ผู้บังคับบัญชาเพื่อทราบ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กรต่อไป

ข้อมูลสารสนเทศ/ฐานข้อมูลที่ใช้ในการปฏิบัติ

ข้อมูลสารสนเทศที่ใช้ปฏิบัติงานนั้นจะเกี่ยวข้องกับการใช้ข้อมูลสารสนเทศในการผลิตสื่อที่ช่วยเสริมสร้างและเผยแพร่ภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ยูทูป ติ๊กต็อก หรือแพลตฟอร์มอื่น ๆ ซึ่งในกรณีนี้ ระบบข้อมูลจะใช้ในการจัดการสื่อเหล่านี้ รวมถึงการตรวจสอบข้อมูลที่จะนำเสนอและการวิเคราะห์ผลกระทบจากสื่อที่เผยแพร่ เพื่อให้มั่นใจว่ามหาวิทยาลัยจะได้รับการโปรโมทในลักษณะที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสูงสุด

การจัดการข้อมูลในระบบอาจรวมถึงการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ผลงานของนักศึกษาและคณาจารย์ รวมถึงข่าวสารและกิจกรรมต่าง ๆ ที่สามารถนำเสนอในสื่อออนไลน์เพื่อสร้างความเข้าใจและภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ผู้ที่สนใจ

ซึ่งฐานข้อมูลที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจัดการข้อมูลในรูปแบบที่สามารถนำมาใช้งานในกระบวนการต่าง ๆ ขององค์กรหรือกิจกรรมที่เฉพาะเจาะจง โดยฐานข้อมูลสามารถจัดเก็บข้อมูลและเรียกใช้ข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพและสะดวก ได้แก่ เฟซบุ๊ก มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี : งานสื่อสารองค์กร ติ๊กต็อก PBRUOfficial อินสตาแกรม PBRU_Official

มาตรฐานการปฏิบัติและตัวชี้วัดความสำเร็จของงาน

๑. มาตรฐานการปฏิบัติ

กิจกรรม	แผนปฏิบัติงาน
๑. รวบรวมข้อมูล กำหนดประเด็น วางแผนการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ นำเสนอแผนประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์	๑ - ๒ วัน
๒. การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์	๑ - ๗ วัน
๓. ตรวจสอบความถูกต้องสื่อประชาสัมพันธ์	๑ วัน
๔. ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์	๑ วัน
๕. ตรวจสอบและติดตามผล	๑ - ๒ วัน
๖. ประเมินผล	๑ วัน

หมายเหตุ : ระยะเวลาในการดำเนินการสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม

๒. ตัวชี้วัดความสำเร็จของงาน

- ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนการประชาสัมพันธ์
- ร้อยละของจำนวนสื่อที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการเผยแพร่
- ผลการประเมินการรับรู้และการยอมรับของบุคคลภายนอกกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

แนวทางการพัฒนางาน

๑. ข้อเสนอแนะ

๑.๑ การจัดฝึกอบรมสำหรับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อออนไลน์ เพื่อเพิ่มทักษะและความเข้าใจในการใช้เครื่องมือและเทคนิคต่าง ๆ จะช่วยให้การผลิตสื่อมีคุณภาพสูงและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังช่วยให้บุคลากรสามารถติดตามแนวโน้มใหม่ ๆ และสามารถนำมาใช้ในการพัฒนาสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๑.๒ หมั่นตรวจสอบเช็คอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น โทรศัพท์แบบสมาร์ทโฟน (โทรศัพท์มือถือ) เครื่องคอมพิวเตอร์อุปกรณ์พกพาต่าง ๆ รวมถึงระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ตให้ มีความพร้อมอยู่เสมอ

๑.๓ ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารขององค์กรที่ต้องการนำเสนอหรือเผยแพร่ไปสู่สาธารณชนอย่างละเอียด รอบคอบ

๑.๔ หากพบข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงานส่วนใด หรือพบเรื่องที่น่าคิดว่าอาจเกิดผลกระทบด้านลบต่อองค์กร ให้รายงานต่อผู้บังคับบัญชาและเร่งแก้ไขโดยทันที

๒. เทคนิคการปฏิบัติงาน

๒.๑ การวางแผนและกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน

การเริ่มต้นด้วยการวางแผนอย่างละเอียดเป็นสิ่งสำคัญการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนและสามารถวัดผลได้ จะช่วยให้การผลิตสื่อออนไลน์มีทิศทางที่แน่นอน ตัวอย่างเช่น การตั้งเป้าหมายในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง หรือการเพิ่มการมีส่วนร่วม (engagement) ในสื่อออนไลน์

๒.๒ การเลือกช่องทางการเผยแพร่ที่เหมาะสม

การเลือกช่องทางการเผยแพร่ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายมีความสำคัญ เช่น หากต้องการเข้าถึงกลุ่มนักศึกษาและเยาวชน ควรใช้แพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยม เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม หรือ TikTok ส่วนการเผยแพร่สื่อวิจัยหรือข่าวสารทางการศึกษาควรใช้เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยหรือ LinkedIn เป็นต้น

๒.๓ การสร้างเนื้อหาที่มีคุณค่าและน่าสนใจ

เนื้อหาที่น่าสนใจควรเป็นข้อมูลที่มีคุณค่าและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เช่น การนำเสนอผลงานวิจัยของคณาจารย์ กิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย หรือข้อมูลเกี่ยวกับโอกาสในการศึกษาและวิชาชีพ นอกจากนี้ การสร้างเนื้อหาที่มีคุณภาพสูง เช่น การใช้ภาพกราฟิกที่สวยงาม วิดีโอที่มีคุณภาพ และการเขียนเนื้อหาที่กระชับ เข้าใจง่าย จะช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับสื่อออนไลน์

๒.๔ การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีที่เหมาะสม

การเลือกใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการผลิตสื่อจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เช่น การใช้โปรแกรมตัดต่อวิดีโอ (เช่น Adobe Premiere Pro หรือ Final Cut Pro) โปรแกรมออกแบบกราฟิก (เช่น Adobe Photoshop หรือ Illustrator) รวมถึงเครื่องมือในการจัดการโซเชียลมีเดีย (เช่น Hootsuite หรือ Buffer) เพื่อทำให้การเผยแพร่สื่อเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ

๒.๕ การพัฒนาและปรับปรุงสื่ออย่างต่อเนื่อง

การติดตามผลและปรับปรุงสื่ออย่างต่อเนื่องเป็นสิ่งสำคัญในการผลิตสื่อออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพ การใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์ (เช่น การวิเคราะห์จาก Google Analytics หรือข้อมูลจากโซเชียลมีเดีย) จะช่วยให้ทราบถึงผลตอบรับจากผู้ชมและสามารถปรับเนื้อหาหรือกลยุทธ์การเผยแพร่ให้ดียิ่งขึ้น

๒.๖ การสื่อสารและประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพ

การทำงานร่วมกันในทีมควรมีการสื่อสารที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ โดยการแบ่งงานและกำหนดความรับผิดชอบที่ชัดเจนให้แก่สมาชิกในทีม

๒.๗ การใช้ข้อมูลและการวิเคราะห์ผล

การใช้ข้อมูลจากการติดตามผลการทำงาน เช่น จำนวนการเข้าชม การมีส่วนร่วม หรือผลกระทบบจากสื่อออนไลน์ จะช่วยในการปรับกลยุทธ์การผลิตสื่อให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การวิเคราะห์ผลช่วยให้เห็นถึงจุดแข็งและจุดที่ต้องปรับปรุง ซึ่งจะช่วยให้การผลิตสื่อในอนาคตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

๒.๘ การให้ความสำคัญกับการออกแบบภาพลักษณ์

การออกแบบภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกับเอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เช่น การใช้โลโก้ สี หรือฟอนต์ที่เป็นมาตรฐาน จะช่วยให้สื่อออนไลน์มีความน่าเชื่อถือและแสดงถึงความเป็นมืออาชีพ การมีภาพลักษณ์ที่ชัดเจนและเป็นเอกลักษณ์จะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่มหาวิทยาลัย

การใช้เทคนิคเหล่านี้จะช่วยให้การผลิตสื่อออนไลน์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีมีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างดี

๓. ปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติงาน

๓.๑ บุคลากรไม่มีความความเชี่ยวชาญในเครื่องมือเพราะเทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว

๓.๒ การผลิตสื่อออนไลน์ที่มีคุณภาพสูงต้องใช้งบประมาณที่เพียงพอ ทั้งในด้านการออกแบบ การผลิต และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การขาดงบประมาณที่เหมาะสมอาจทำให้การผลิตสื่อไม่สามารถดำเนินการได้ตามที่วางแผนไว้ หรือทำให้ขาดคุณภาพในด้านต่าง ๆ เช่น การใช้เครื่องมือหรือซอฟต์แวร์ที่มีราคาแพง

๓.๓ การผลิตสื่อออนไลน์ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีและเครื่องมือดิจิทัลต่าง ๆ เช่น ซอฟต์แวร์การตัดต่อ การออกแบบกราฟิก หรือแพลตฟอร์มออนไลน์ในการเผยแพร่ อาจเกิดปัญหาหรือข้อบกพร่อง เช่น ปัญหาเกี่ยวกับการประมวลผลที่ช้า หรือข้อผิดพลาดในระหว่างการใช้งาน

๔.แนวทางการแก้ไขและพัฒนา

๔.๑ ศึกษาเรียนรู้เครื่องมือหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ เสมอๆ โดยการเข้าร่วมอบรม เวิร์กช็อป หรือเรียนรู้ผ่านคอร์สออนไลน์เพื่อพัฒนาทักษะในการใช้เครื่องมือและเทคนิคต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อออนไลน์

๔.๒ ประสานงานกับหน่วยงานที่จัดสรรงบประมาณ ของงบประมาณเพิ่มเติมเพื่อใช้ในการจัดซื้อเครื่องมือหรือโปรแกรม

๔.๓ ตรวจสอบการอัปเดตซอฟต์แวร์อย่างสม่ำเสมอ และติดตั้งเวอร์ชันล่าสุดเพื่อแก้ไขข้อบกพร่องที่อาจเกิดขึ้น

บรรณานุกรม (Reference Document)

พจนนิจ ชาญสุขกิจ (๒๕๕๓, หน้า ๖๗-๖๘) สารสำคัญของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์

<https://www.tci-thaijo.org>

ณัฐธา ชาวกงจักร์, (๒๕๖๒). รูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริม
ภาพลักษณ์

นงพงา, (๒๕๖๓) “5 เทคนิคการออกแบบภาพแบนเนอร์ ให้ดึงดูดเพื่อนให้กดไลค์กดแชร์”

<https://blog.fastwork.co/5-technique-banner-design/>

ภาคผนวก

แบบฟอร์มที่ใช้ (Form)

๑. แบบฟอร์มการขออนุมัติการผลิตสื่อออนไลน์

ลำดับ	รายการ	รายละเอียด
๑	ชื่อโครงการ/ กิจกรรม	
๒	วันที่เริ่มต้นและ สิ้นสุด	
๓	ชื่อผู้รับผิดชอบ	
๔	กลุ่มเป้าหมาย	(เช่น นักศึกษา, อาจารย์, บุคลากร)
๕	ช่องทางการ เผยแพร่	(เช่น Facebook, Instagram, Tiktok)
๖	รายละเอียด เนื้อหา	
๗	การยืนยันการ อนุมัติ	<input type="checkbox"/> อนุมัติ <input type="checkbox"/> ไม่อนุมัติ
๘	หมายเหตุ	

ผู้ขออนุมัติ ลงชื่อ
(.....)
ตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์
วันที่:

ผู้อนุมัติ ลงชื่อ
(.....)
ตำแหน่ง หัวหน้ากลุ่มงานสื่อสารองค์กร
วันที่:

๒. แบบฟอร์มการประเมินผลการเผยแพร่สื่อออนไลน์

ลำดับ	รายการ	รายละเอียด
๑	ชื่อโครงการ/ กิจกรรม	
๒	วันที่เผยแพร่	
๓	จำนวนการเข้าชม	
๔	จำนวนการกด แชร์/ไลค์	
๕	ความคิดเห็น/ ข้อเสนอแนะ	
๖	ผลการประเมิน โดยทีมงาน	
๗	ข้อเสนอแนะใน การปรับปรุง	

ผู้ประเมินผล ลงชื่อ

(.....)

ตำแหน่ง หัวหน้ากลุ่มงานสื่อสารองค์กร

วันที่:

๓. แบบฟอร์มการรายงานผลการดำเนินงานการผลิตสื่อออนไลน์

ลำดับ	รายการ	รายละเอียด
๑	ชื่อโครงการ/ กิจกรรม	
๒	จำนวนสื่อที่ผลิต	
๓	จำนวนการ เผยแพร่	
๔	ผลตอบรับจาก ผู้ชม	
๕	ประเด็นที่พบ ระหว่างการผลิต	
๖	การปรับปรุงหรือ ข้อเสนอแนะ	


ผู้รายงานผล ลงชื่อ

(.....)


ตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์

วันที่:

ตัวอย่างสื่อออนไลน์ เผยแพร่ผ่านทาง
เพจเฟซบุ๊ก มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี : งานสื่อสารองค์กร

 มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี : งานสื่อสารองค์กร
เผยแพร่โดย Chanikan Chawarung
· 30 มกราคม เวลา 21:36 น. ·

🏆🏆 โปรแกรมการแข่งขันรอบชิงชนะเลิศ
ระหว่างมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร กับ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
✅ วันที่ 31 มกราคม 2568 เวลา 14.45 น.
🏆⚽ การแข่งขันฟุตบอลชิงถ้วยพระราชทาน
พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว "ราชภัฏคิงส์คัพ" ครั้งที่ 1
มห... ดูเพิ่มเติม



1 King's Cup RAJABHAT โปรแกรมการแข่งขันรอบชิงชนะเลิศ
การแข่งขันฟุตบอลชิงถ้วยพระราชทานพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว
"ราชภัฏคิงส์คัพ" ครั้งที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏทั่วประเทศ

รอบรองชนะเลิศ

มรท.สกลนคร

30 ม.ค. 68
17.00 น.

มรท.ศรีสะเกษ

รอบชิงชนะเลิศ

มรท.สกลนคร VS มรท.เพชรบุรี


31 ม.ค. 68 14.45 น.

รอบรองชนะเลิศ


มรท.สงขลา

30 ม.ค. 68
19.00 น.

มรท.เพชรบุรี

 มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี : งานสื่อสารองค์กร

ดูข้อมูลเชิงลึกและโฆษณา [โปรโมทโพสต์](#)

 166 แชร์ 51 ครั้ง



มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี : งานสื่อสารองค์กร
เผยแพร่โดย Chanikan Chawarung



· 31 มกราคม เวลา 11:17 น. ·

🏆⚽ เดินทางมาถึงรอบชิงชนะเลิศแล้ว
ร่วมเชียร์และเป็นกำลังใจให้นักกีฬา
🏆 มรก.สกลนคร VS มรก.เพชรบุรี
สำหรับการแข่งขันฟุตบอลชิงถ้วยพระราชทาน
พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว "ราชภัฏคิงส์คัพ" ครั้งที่ 1 ... ดูเพิ่มเติม

RAJABHAT King's Cup

ร่วมเชียร์และเป็นกำลังใจให้นักกีฬา

ฟุตบอลราชภัฏคิงส์คัพ ครั้งที่ 1

SNRU vs PBRU

FINAL MATCH

31.01.2025 เวลา 14:45-16:45
ณ จุฬานนทีกีฬาสถาน มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

Live สดผ่านเพจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี : งานสื่อสารองค์กร

ดูข้อมูลเชิงลึกและโฆษณา

โปรโมทโพสต์

👍❤️ 178

3 ความคิดเห็น แชร์ 74 ครั้ง



มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี : งานสื่อสารองค์กร

เผยแพร่โดย Chanikan Chawarung

· 31 มกราคม เวลา 18:34 น. ·

🎉👏❤️ ขอแสดงความยินดีกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีที่ได้แชมป์ 🏆🏆 ในการแข่งขันฟุตบอลชิงถ้วยพระราชทานพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว "ราชภัฏคิงส์คัพ" ครั้งที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏทั่วประเทศ ณ จุฬานนท์กีฬาสถาน มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

#ราชภัฏคิงส์คัพครั้งที่1 #1stRajabhatKingsCup

#ราชภัฏเพชรบุรี #PBRU



ดูข้อมูลเชิงลึกและโฆษณา

โปรโมทโพสต์

👍❤️ 934

54 ความคิดเห็น แชร์ 365 ครั้ง



มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี : งานสื่อสารองค์กร

เผยแพร่โดย Chanikan Chawarung

· 1 กุมภาพันธ์ เวลา 18:20 น. ·



มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ขอขอบคุณ 🙏

ผู้บริหาร บุคลากร นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีและ

ผู้บริหาร บุคลากร นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏทั้ง 37 แห่งทั่วประเทศ

รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนทั่วไป

ในการร่วมกันจัดงาน การแข่งขันฟุตบอลชิงถ้วยพระราชทานพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ราชภัฏคิงส์คัพ ครั้งที่ 1

มหาวิทยาลัยราชภัฏทั่วประเทศ

ให้... ดูเพิ่มเติม



มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ขอขอบคุณ

ผู้บริหาร บุคลากร นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีและ

ผู้บริหาร บุคลากร นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏทั้ง 37 แห่งทั่วประเทศ

รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชนทั่วไป

ในการร่วมกันจัดงาน

การแข่งขันฟุตบอลชิงถ้วยพระราชทานพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

“ราชภัฏคิงส์คัพ” ครั้งที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏทั่วประเทศ

ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี



มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี : งานสื่อสารองค์กร

ดูข้อมูลเชิงลึกและโฆษณา

ไปรโมทโพสต์

👍❤️ 77

แชร์ 2 ครั้ง


มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี : งานสื่อสารองค์กร
 เผยแพร่โดย Chanikan Chawarung
 · 4 วัน ·

 มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
 ขอเชิญชวนนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา
 เข้าร่วมงานราชภัฏเพชรบุรีแฟร์ ครั้งที่ 2
PBRU OPEN HOUSE
 วันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2568
 ต... ดูเพิ่มเติม


มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
ขอเชิญชวนนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาร่วมงาน



ราชภัฏเพชรบุรีแฟร์ ครั้งที่ 2
14 กุมภาพันธ์ 2568
 ตั้งแต่เวลา 09.00 เป็นต้นไป
 ณ อาคารสุเมรตันติเวชกุล มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

กิจกรรมภายในงาน

- บูรณิศรศการ 8 คณะ 1 วิทยาลัย
- การประกวด YOUNG BRAND AMBASSADOR
- การประกวดร้องเพลงลูกทุ่งพร้อมแดนเซอร์
- การประกวดสุนทรพจน์

สอบถามเพิ่มเติม
 เฟซบุ๊ก : มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี : งานสื่อสารองค์กร
 โทรศัพท์ 032-708612

งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี




ดูข้อมูลเชิงลึกและโฆษณา ไปรโมท โพสต์

  37 แชร์ 12 ครั้ง

หน้าตึกตอก มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี PBRUOfficial



PBRU Official



คิดอะไรอยู่



@pbruofficial

0 กำลังติดตาม

2,408 ผู้ติดตาม

31.9K ถูกใจ

แก้ไขโปรไฟล์

แชร์โปรไฟล์



มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

TikTok Studio



หน้าหลัก

ร้านค้า

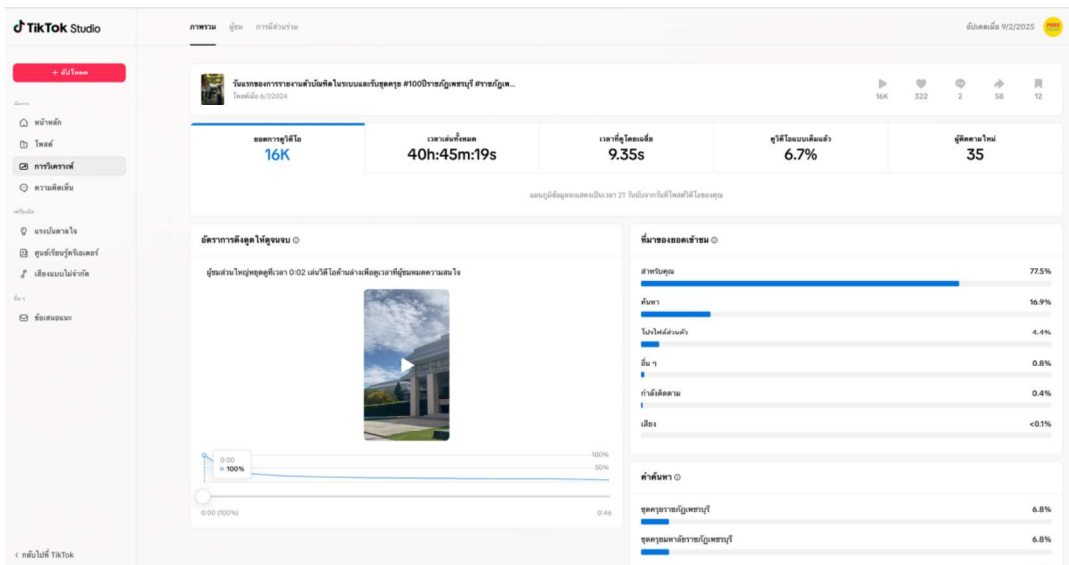
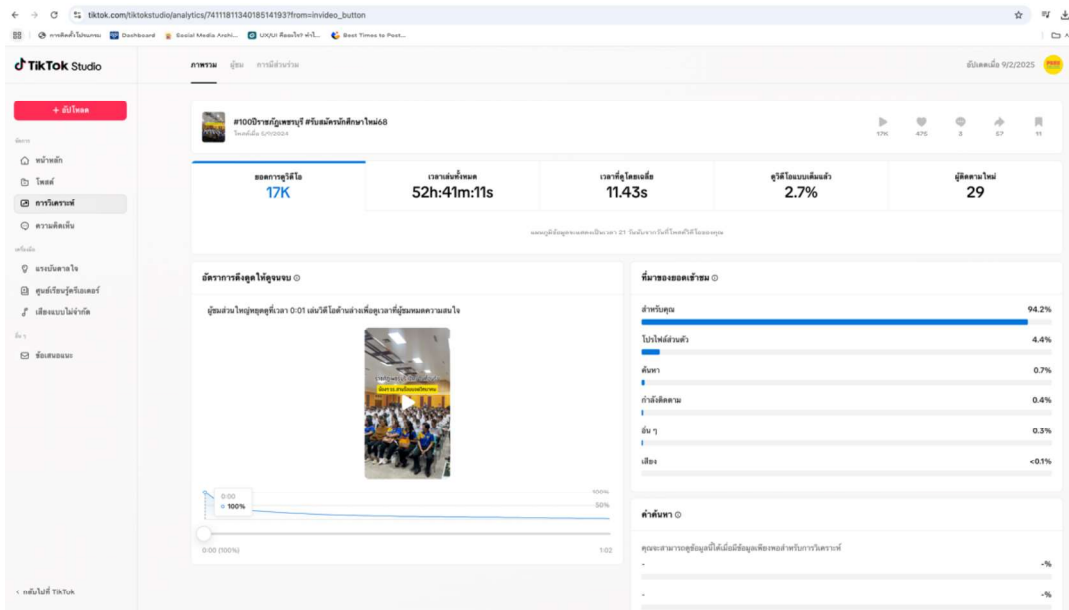
กล่องขาเข้า

โปรไฟล์

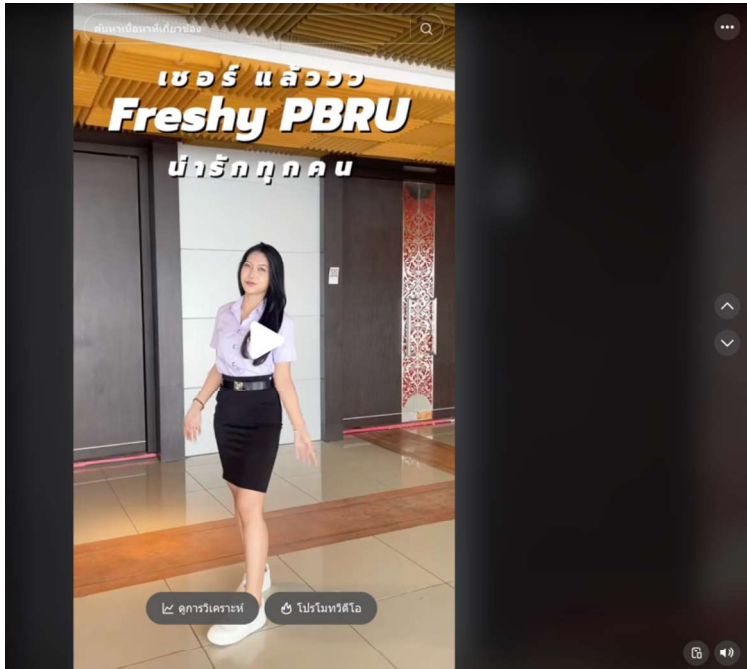
ตัวอย่างสื่อออนไลน์

เผยแพร่ผ่าน ดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี PBRUOfficial









pbruofficial
PBRU Official · 2024-6-12

เชอร์แล้ววว... Freshy PBRU น่ารักทุกคน 🥰
#100ปีราชภัฏพระบุรี #PBRU #freshy

📍 เมืองพระบุรี - PBRU Official
📍 มหาวิทยาลัยราชภัฏพระบุรี - Muang Phetchaburi District 2

811 5 17

<https://www.tiktok.com/@pbruofficial/video/7379540...> **คัดลอกลิงก์**

ความคิดเห็น (5) 1 ได้แสดงความคิดเห็น

- Fang Weeraon** @ไอฉ่ำฉ่ำ เมาเรื่องเนี่ยยย 2024-6... 0
- M** @Smercredi 2024-6... 0
- พี่จ๊** @YA DA* 2024-6... 0
- Dee Ja** @... 2024-6... 0

TikTok Studio ภาพรวม ผู้ชม การมีส่วนร่วม วันที่เผยแพร่ 9/2/2025

เชอร์แล้ววว... Freshy PBRU น่ารักทุกคน 🥰 #100ปีราชภัฏพระบุรี #PBRU #freshy
12/20/2024

29K 94h:49m:40s 12.12s 7.7% 67

แสดงความคิดเห็น

อัตราการดูซ้ำ
ดูซ้ำสูงสุด: 0.01 วินาที โดยเฉลี่ย: 0.01 วินาที

ที่มาของยอดเข้าชม

สำหรับคุณ	73.3%
ค้นหา	21.1%
ไปรษณีย์	4.3%
อื่น ๆ	1.1%
กำลังติดตาม	0.2%
เสียง	<0.1%

คำค้นหา

ราชภัฏพระบุรี	26.3%
pbru	12.1%
pbruofficial	6.8%

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย) นางสาวชนิกานต์ ชวรุ่ง
(ภาษาอังกฤษ) Miss Chanikan Chawarung
ตำแหน่งปัจจุบัน นักประชาสัมพันธ์ ปฏิบัติการ
หน่วยงานและสถานที่ติดต่อได้ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
ที่อยู่ 38 หมู่ 8 ตำบลนาวิ่ง อำเภอเมืองเพชรบุรี
จังหวัดเพชรบุรี 76000

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. ๒๕๕๑ สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
โรงเรียนพรหมานุสรณ์จังหวัดเพชรบุรี
พ.ศ. ๒๕๕๘ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี นิเทศศาสตรบัณฑิต
สาขาการโฆษณา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

