



คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คู่มือ

การประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร
ของคณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม



จัดทำโดย

ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร

คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คำนำ

การประชาสัมพันธ์และการสื่อสารภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในการดำเนินงานของทุกๆ องค์กร การสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพจะมีบทบาทสำคัญในการช่วยให้องค์กรนำข้อมูลและข่าวสารมาใช้ในการตัดสินใจและดำเนินงานต่าง ๆ ในการบริหารงานและการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นเสมือนเสาหลักที่สนับสนุนการทำงานร่วมกันในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ สมาชิกในองค์กรจะต้องเข้าใจและมีการเข้าถึงกระบวนการสื่อสารอย่างเหมาะสมเพื่อสร้างการสื่อสารภายในที่มีประสิทธิภาพและสามารถสนับสนุนการทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพในองค์กร

การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพภายในองค์กรช่วยให้บุคลากรทุกคนเชื่อมต่อและเข้าใจกันได้อย่างดี และช่วยส่งเสริมพันธกิจ ค่านิยม และวัฒนธรรมภายในองค์กร อีกทั้งการสื่อสารภายนอกองค์กรช่วยให้องค์กรสร้างความเข้าใจและเชื่อมโยงกับสังคมและผู้ที่เกี่ยวข้องที่อยู่ภายนอกองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การสื่อสารและการประสานทั้งภายในและภายนอกองค์กรเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร เนื่องจากมีผลต่อการทำงานเป็นทีมและความเข้าใจร่วมกันระหว่างสมาชิกของทีม โดยมีเครื่องมือและวิธีการต่างๆ เพื่อสนับสนุนการสื่อสาร เช่น โทรศัพท์ อีเมล และสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งจะเป็นส่วนสนับสนุนที่ดีในการประสานงานภายในโดยจะช่วยเพิ่มภาพลักษณ์ขององค์กรและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้รับบริการขององค์กรได้มากขึ้นด้วย ดังนั้น การสื่อสารที่ดีภายในและภายนอกองค์กรมีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรทั้งหมดในทุกมิติของการดำเนินธุรกิจและการพัฒนาต่อไปได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคมได้เห็นถึงความสำคัญของการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร จึงได้จัดทำคู่มือการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรให้มีประสิทธิภาพในการสื่อสาร โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ และอีเมล เพื่อช่วยเพิ่มความเข้าใจและเชื่อมั่นในองค์กร และเพื่อสร้างความสมดุลในการสื่อสารที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คู่มือนี้มุ่งเน้นให้การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการแข่งขันทางการตลาด โดยใช้การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเป็นเครื่องมือ ซึ่งหวังว่าจะช่วยให้ภาพลักษณ์ของคณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคมเด่นชัดและพัฒนาด้วยประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในอนาคต

ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร

คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม



#SWUBAS
SMARTWORLD

สารบัญ

	หน้า
การประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร	1
ของคณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม	
การจัดการระบบการสื่อสารภายในองค์กร	1
• การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางกลุ่มไลน์คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม (Line Group)	1
รูปแบบการสื่อสาร (Format)	2
รูปแบบการโพสต์ประชาสัมพันธ์	2
รูปแบบการแจ้งเตือนก่อนวันจัดงาน 1 วัน	2
งานบริการการศึกษา	2
รูปแบบการโพสต์ประชาสัมพันธ์	3
รูปแบบการแจ้งเตือนก่อนวันจัดงาน 1 วัน	4
งานคลังและพัสดุ	5
รูปแบบการโพสต์ประชาสัมพันธ์	5
รูปแบบการแจ้งเตือนก่อนวันจัดงาน 1 วัน	5
งานนโยบายและแผน	6
รูปแบบการโพสต์ประชาสัมพันธ์	6
รูปแบบการแจ้งเตือนก่อนวันจัดงาน 1 วัน	6
งานฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร	7
รูปแบบการโพสต์ประชาสัมพันธ์	7
รูปแบบการแจ้งเตือนก่อนวันจัดงาน 1 วัน	7
ตัวอย่างการโพสต์ประชาสัมพันธ์	8
ตัวอย่างการโพสต์ประชาสัมพันธ์ (กรณีมีไฟล์ หรือลิ้งค์แนบมาด้วย)	8
ตัวอย่างการโพสต์แจ้งเตือน	9
ตัวอย่างข้อความโพสต์แจ้งเตือนก่อนวันจัดงาน	10
เนื้อหาการสื่อสาร (Content)	10
การแจ้งเตือน (Remind)	10



สารบัญ (ต่อ)

• กลุ่มไลน์คณะบริหารธุรกิจแบบเป็นทางการ (Line Official)	10
• การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางอีเมล (E-mail) ภายในองค์กร	11
รูปแบบการเขียนอีเมล (Format Email)	11
การจัดการระบบการสื่อสารภายนอกขององค์กร	11
• การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเฟสบุ๊ก (Facebook)	12
รูปแบบการสื่อสาร (Format)	12
หัวข้อ โครงการ	12
ตัวอย่างการโพสต์โครงการที่เสร็จสิ้นแล้วของหลักสูตร	12
หัวข้อ การปรึกษาหารือหรือทำความร่วมมือ	13
หัวข้อ สถาปนาหน่วยงาน	13
หัวข้อ ประชาสัมพันธ์ทั่วไป	13
ภาพบรรยากาศงานต่างๆ	14
หมายเหตุ	14
การแจ้งเตือน (Remind) (สำหรับงานบริการการศึกษา)	15
การส่งข่าวโครงการ	15
• การไลฟ์สด (Facebook Live) ผ่านเฟสบุ๊ก	15
• การตอบข้อความ (Messenger) ผ่านทางเฟสบุ๊ก (Facebook)	15
• การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเว็บไซต์ (Website)	16
การประชาสัมพันธ์ลงแบนเนอร์หน้าเว็บไซต์	17
• การส่งข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านเฟสบุ๊กและเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย (PRSWU)	17
• การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางอีเมล (E-mail) ภายนอกองค์กร	18
Format Email	18
• การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางจดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ (E-Newsletters)	18
• การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางอินสตาแกรม (Instagram : IG)	19
หน้าที่สำหรับผู้ดูแลช่องทางอินสตาแกรม (Instagram : IG)	19



สารบัญ (ต่อ)

• การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางติ๊กต็อก (Tiktok)	19
การวางแผนการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางติ๊กต็อก (Tiktok)	20
หน้าสำหรับผู้ดูแลช่องทางติ๊กต็อก (Tiktok)	20
• การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเอ็กซ์ (X) หรือ ทวิตเตอร์เดิม (twitter)	20
การวางแผนการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเอ็กซ์ (X)	20
ก่อนกิจกรรม	20
หลังกิจกรรม	20
หน้าสำหรับผู้ดูแลช่องทางเอ็กซ์ (X)	21
• การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางช่องทางยูทูบ (YouTube)	21
• หน้าของฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร	21



การประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร ของคณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม

การประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image Public Relations) เป็นกลยุทธ์การสื่อสารที่มีเป้าหมายเพื่อสร้างและรักษาภาพลักษณ์เชิงบวกขององค์กรต่อสาธารณชน กลยุทธ์นี้มุ่งเน้นไปที่การสื่อสารข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรในแง่ดี เพื่อสร้างความไว้วางใจ เชื่อถือ และความประทับใจให้กับกลุ่มเป้าหมาย

การจัดการระบบการสื่อสารภายในองค์กร

การจัดการระบบการสื่อสารภายในองค์กรของคณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มุ่งเน้นในการสื่อสารที่เป็นระบบภายในองค์กร โดยมีกระบวนการวางแผน ควบคุม และประเมินผลระบบการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อให้มั่นใจว่าการสื่อสารจะบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กรโดยรวม ผ่านช่องทางต่างๆ ได้แก่

- การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางกลุ่มไลน์คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม (Line Group)

การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางกลุ่มไลน์ภายในองค์กร มีวัตถุประสงค์หลัก ดังนี้คือ

1. เพื่อแจ้งข่าวสารสาระสำคัญ : ประชาสัมพันธ์ข่าวสารกิจกรรม ความสำเร็จ นโยบาย กฎระเบียบ หรือข้อมูลสำคัญอื่นๆ แก่บุคลากรภายในองค์กร
2. เพื่อส่งเสริมการสื่อสาร : สร้างช่องทางการสื่อสารที่สะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ ช่วยให้บุคลากรสามารถติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือปรึกษาปัญหาต่างๆ ได้อย่างง่ายดาย
3. เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วม: กระตุ้นให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร ส่งเสริมการทำงานเป็นทีม และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรคณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม
4. เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์: สื่อสารภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ช่วยให้บุคลากรรู้สึกภาคภูมิใจในองค์กร และสร้างแรงจูงใจในการทำงาน



รูปแบบการสื่อสาร (Format)

เพื่อให้ง่ายต่อการสื่อสาร และเป็นรูปแบบเดียวกัน ทางฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กรจึงได้มีการกำหนดรูปแบบการสื่อสาร ดังต่อไปนี้

1. งานบริหารและธุรการ

- 1.1 ทรัพยากรบุคคล (ไอคอน คน) 
- 1.2 อาคารและสถานที่ (ไอคอน ตึก) 
- 1.3 โสตทัศนูปกรณ์ (ไอคอน โน้ตบุ๊ก) 

รูปแบบการโพสต์ประชาสัมพันธ์

  [งานบริหารและธุรการ]  ทรัพยากรบุคคล เรื่อง XXXXXXXX เรียน คณาจารย์ทุกท่าน @all XXXXXX ขอบคุณค่ะ/ครับ	  [งานบริหารและธุรการ]  อาคารและสถานที่ เรื่อง XXXXXXXX เรียน คณาจารย์ทุกท่าน @all XXXXXX ขอบคุณค่ะ/ครับ	  [งานบริหารและธุรการ]  โสตทัศนูปกรณ์ เรื่อง XXXXXXXX เรียน คณาจารย์ทุกท่าน @all XXXXXX ขอบคุณค่ะ/ครับ
--	--	--

รูปแบบการแจ้งเตือนก่อนวันจัดงาน 1 วัน

 แจ้งเตือนกิจกรรมวันพรุ่งนี้   [งานบริหารและธุรการ]  ทรัพยากรบุคคล เรื่อง XXXXXXXX เรียน คณาจารย์ทุกท่าน @all XXXXXX ขอบคุณค่ะ/ครับ	 แจ้งเตือนกิจกรรมวันพรุ่งนี้   [งานบริหารและธุรการ]  อาคารและสถานที่ เรื่อง XXXXXXXX เรียน คณาจารย์ทุกท่าน @all XXXXXX ขอบคุณค่ะ/ครับ	 แจ้งเตือนกิจกรรมวันพรุ่งนี้   [งานบริหารและธุรการ]  โสตทัศนูปกรณ์ เรื่อง XXXXXXXX เรียน คณาจารย์ทุกท่าน @all XXXXXX ขอบคุณค่ะ/ครับ
---	---	---

2. งานบริการการศึกษา

- 2.1 การเรียนการสอน (ไอคอน หนังสือหลายเล่มซ้อนกัน) 
- 2.2 กิจกรรมนิสิต (ไอคอน คนใส่แว่นตา) 



2.3 วิจัย (ไอคอน เป้ามีลูกศรสีฟ้าตรงกลาง) 🎯

2.4 ความร่วมมือทางวิชาการ (MOU) (ไอคอน จับมือ) 🤝

2.5 วิชาการ (ไอคอน กระดาษและดินสอสีเหลือง) 📝

รูปแบบการโพสต์ประชาสัมพันธ์

  [งานบริการการศึกษา]  การเรียนการสอน เรื่อง XXXXXXXX เรียน คณาจารย์ทุกท่าน @all Xxxxxx ขอบคุณค่ะ/ครับ	  [งานบริการการศึกษา]  กิจกรรมนิสิต เรื่อง XXXXXXXX เรียน คณาจารย์ทุกท่าน @all Xxxxxx ขอบคุณค่ะ/ครับ	  [งานบริการการศึกษา]  วิจัย เรื่อง XXXXXXXX เรียน คณาจารย์ทุกท่าน @all Xxxxxx ขอบคุณค่ะ/ครับ
  [งานบริการการศึกษา]  ความร่วมมือทางวิชาการ (MOU) เรื่อง XXXXXXXX เรียน คณาจารย์ทุกท่าน @all Xxxxxx ขอบคุณค่ะ/ครับ	  [งานบริการการศึกษา]  วิชาการ เรื่อง XXXXXXXX เรียน คณาจารย์ทุกท่าน @all Xxxxxx ขอบคุณค่ะ/ครับ	



รูปแบบการแจ้งเตือนก่อนวันจัดงาน 1 วัน

 แจ้งเตือนกิจกรรมวันพรุ่งนี้   [งานบริการการศึกษา]  การเรียนการสอน เรื่อง XXXXXXXX เรียน คณาจารย์ทุกท่าน @all Xxxxxx ขอบคุณค่ะ/ครับ	 แจ้งเตือนกิจกรรมวันพรุ่งนี้   [งานบริการการศึกษา]  กิจกรรมนิสิต เรื่อง XXXXXXXX เรียน คณาจารย์ทุกท่าน @all Xxxxxx ขอบคุณค่ะ/ครับ	 แจ้งเตือนกิจกรรมวันพรุ่งนี้   [งานบริการการศึกษา]  วิจัย เรื่อง XXXXXXXX เรียน คณาจารย์ทุกท่าน @all Xxxxxx ขอบคุณค่ะ/ครับ
 แจ้งเตือนกิจกรรมวันพรุ่งนี้   [งานบริการการศึกษา]  ความร่วมมือทางวิชาการ (MOU) เรื่อง XXXXXXXX เรียน คณาจารย์ทุกท่าน @all Xxxxxx ขอบคุณค่ะ/ครับ	 แจ้งเตือนกิจกรรมวันพรุ่งนี้   [งานบริการการศึกษา]  วิชาการ เรื่อง XXXXXXXX เรียน คณาจารย์ทุกท่าน @all Xxxxxx ขอบคุณค่ะ/ครับ	



3. งานคลังและพัสดุ

3.1 การเงิน (ไอคอน ถุงเงินมี S ตรงกลาง) 

3.2 พัก (ไอคอน กล่องสีน้ำตาล) 

รูปแบบการโพสต์ประชาสัมพันธ์

  [งานคลังและพัสดุ]  การเงิน เรื่อง XXXXXXXX เรียน คณาจารย์ทุกท่าน @all Xxxxxx ขอบคุณค่ะ/ครับ	  [งานคลังและพัสดุ]  พัก เรื่อง XXXXXXXX เรียน คณาจารย์ทุกท่าน @all Xxxxxx ขอบคุณค่ะ/ครับ
---	---

รูปแบบการแจ้งเตือนก่อนวันจัดงาน 1 วัน

 แจ้งเตือนกิจกรรมวันพรุ่งนี้   [งานคลังและพัสดุ]  การเงิน เรื่อง XXXXXXXX เรียน คณาจารย์ทุกท่าน @all Xxxxxx ขอบคุณค่ะ/ครับ	 แจ้งเตือนกิจกรรมวันพรุ่งนี้   [งานคลังและพัสดุ]  พัก เรื่อง XXXXXXXX เรียน คณาจารย์ทุกท่าน @all Xxxxxx ขอบคุณค่ะ/ครับ
--	--



4. งานนโยบายและแผน

4.1 บริการวิชาการ (ไอคอน ลูกโลก) 

4.2 ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม (ไอคอน โบสถ์) 

รูปแบบการโพสต์ประชาสัมพันธ์

  [งานนโยบายและแผน]  บริการวิชาการ เรื่อง XXXXXXXX เรียน คณาจารย์ทุกท่าน @all XXXXXX ขอบคุณค่ะ/ครับ	  [งานนโยบายและแผน]  ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม เรื่อง XXXXXXXX เรียน คณาจารย์ทุกท่าน @all XXXXXX ขอบคุณค่ะ/ครับ
---	---

รูปแบบการแจ้งเตือนก่อนวันจัดงาน 1 วัน

 แจ้งเตือนกิจกรรมวันพรุ่งนี้   [งานนโยบายและแผน]  บริการวิชาการ เรื่อง XXXXXXXX เรียน คณาจารย์ทุกท่าน @all XXXXXX ขอบคุณค่ะ/ครับ	 แจ้งเตือนกิจกรรมวันพรุ่งนี้   [งานนโยบายและแผน]  ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม เรื่อง XXXXXXXX เรียน คณาจารย์ทุกท่าน @all XXXXXX ขอบคุณค่ะ/ครับ
--	--



5. งานฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร

รูปแบบการโพสต์ประชาสัมพันธ์

 [งานฝ่ายภาพลักษณ์และ
สื่อสารองค์กร]

เรื่อง XXXXXXXX

เรียน คณาจารย์ทุกท่าน @all

Xxxxxx

ขอบคุณค่ะ/ครับ

รูปแบบการแจ้งเตือนก่อนวันจัดงาน 1 วัน

 แจ้งเตือนกิจกรรมวันพรุ่งนี้

 [งานฝ่ายภาพลักษณ์และ
สื่อสารองค์กร]

เรื่อง XXXXXXXX

เรียน คณาจารย์ทุกท่าน @all

Xxxxxx

ขอบคุณค่ะ/ครับ



ตัวอย่างการโพสต์ประชาสัมพันธ์

❤️ ❤️ [งานบริการการศึกษา]

ไอคอน หนังสือหลายเล่มซ้อนกัน 📖 การเรียนการสอน

เรื่อง ตารางสอบกลางภาค 1/2566

เรียน คณาจารย์ทุกท่าน @all

Xxxxxx

ขอบคุณค่ะ/ครับ

ตัวอย่างการโพสต์ประชาสัมพันธ์ (กรณีมีไฟล์ หรือลิงค์แนบมาด้วย)

❤️ ❤️ [งานบริการการศึกษา]

ไอคอน หนังสือหลายเล่มซ้อนกัน 📖 การเรียนการสอน

เรื่อง ตารางสอบกลางภาค 1/2566

เรียน คณาจารย์ทุกท่าน @all

Xxxxxx

(รายละเอียดตามไฟล์แนบ) หรือ (ตามลิงค์ที่แนบ)

ขอบคุณค่ะ/ครับ



ตัวอย่างการโพสต์แจ้งเตือน

ตัวอย่างข้อความจากศิลปวัฒนธรรม (เดิม)

💛💛 [งานนโยบายและแผน]

ไอคอน โพสต์ 🏠 ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

เรื่อง โครงการวัฒนธรรมกับศาสนา : วันมาฆบูชา

เรียน คณาจารย์ทุกท่าน @all

🌟🌟 โครงการวัฒนธรรมกับศาสนา : วันมาฆบูชา

➡️ พิธีสงฆ์

➡️ เวียนเทียน

➡️ ตักบาตร (พระสงฆ์ 19 รูป)

➡️ และร่วมบริจาคเสื้อผ้า 🧥👕 ของใช้อุปโภค และของเล่นเด็กที่ไม่ได้ใช้แล้ว 🧸🎁

เพื่อส่งมอบให้มูลนิธิเด็กและคนพิการ กรุงเทพมหานคร

📅 วันศุกร์ที่ 23 กุมภาพันธ์ 2567

🕒 เวลา 08.00 น. เป็นต้นไป

📍 ณ โถงชั้น 1 อาคารนวัตกรรม :

ศาสตราจารย์ ดร.สาโรช บัวศรี

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

👤 เชิญชวนผู้เข้าร่วมงานแต่งกายด้วยชุดผ้าไทย

โครงการวัฒนธรรมกับศาสนา :
วันมาฆบูชา

เชิญชวนผู้เข้าร่วมงานแต่งกายด้วยชุดผ้าไทย

วันศุกร์ที่ 23 กุมภาพันธ์ 2567
เวลา 08.00 น. เป็นต้นไป
โถงชั้น 1 อาคารนวัตกรรม :
ศาสตราจารย์ ดร.สาโรช บัวศรี
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

พิธีสงฆ์ เวียนเทียน ตักบาตร (พระสงฆ์ 19 รูป)

หรือเข้าร่วมผ่านช่องทาง
สถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ LIVE

ร่วมบริจาคเสื้อผ้า ของใช้อุปโภค และของเล่นเด็กที่ไม่ได้ใช้แล้ว
เพื่อส่งมอบให้มูลนิธิเด็กและคนพิการ กรุงเทพมหานคร

February 23rd, 2024
at 8.00 a.m. onwards.

On the Multipurpose Hall,
1st floor, Innovation Building
Prof. Dr. Saroj Buaeri
Srinakharinwirot University.
Please dress in theme of Thai clothes.

We are pleased to invite to join in Magha Puja Day:
Buddhist ceremony, Candlelight Procession,
and also offering preserved food to nineteen monks.

Special activity:
Donating unused shirts, consumer items,
and children's toys. To give/donate to The Foundation
for Children and Persons with Disabilities.



ตัวอย่างข้อความโพสต์แจ้งเตือนก่อนวันจัดงาน

ไอคอนโทรศัพท์ 📞 แจ้งเตือนกิจกรรมวันพรุ่งนี้



[งานนโยบายและแผน]

ไอคอน โบสถ์ 🏛️ ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

เรื่อง โครงการวัฒนธรรมกับศาสนา : วันมาฆบูชา

เรียน คณะจารย์ทุกท่าน @all

โครงการวัฒนธรรมกับศาสนา : วันมาฆบูชา กิจกรรม ตักบาตรและร่วมบริจาคเสื้อผ้า ของใช้อุปโภค ในวันศุกร์
ที่ 23 กุมภาพันธ์ 2567 ณ โถงชั้น 1 อาคารนวัตกรรม : ศาสตราจารย์ ดร.สาโรช บัวศรี

XXXXXX (ปรับให้สั้นและกระชับ)

ขอบคุณค่ะ/ครับ

เนื้อหาการสื่อสาร (Content)

1. เรียบเรียงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรในคณะฯ เท่านั้น ก่อนโพสต์ประชาสัมพันธ์
2. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อความก่อนโพสต์ประชาสัมพันธ์ (เช่น คำผิดคำถูก เป็นต้น)
3. กรณีประชาสัมพันธ์ด้วยรูปภาพ พิมพ์เนื้อหาให้ครบถ้วนควบคู่กับภาพนั้นๆ

การแจ้งเตือน (Remind)

1. การแจ้งเตือน ควรแจ้งเตือนก่อนวันงาน 1 วัน ยกเว้นงานบริการการศึกษาจะมีการแจ้งเตือนในวันสุดท้ายด้วย
2. การแจ้งเตือนให้เจ้าของงานเป็นผู้โพสต์แจ้งเตือน โดยใช้รูปแบบที่กำหนดให้

● กลุ่มไลน์คณะบริหารธุรกิจแบบเป็นทางการ (Line Official)

กลุ่มไลน์คณะบริหารธุรกิจแบบเป็นทางการ (Line Official : LINE OA) จะเป็นช่องทางการสื่อสาร
ระหว่างองค์กรกับนิสิตคณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม บนแพลตฟอร์ม LINE ซึ่งมีประโยชน์ทั้งต่อองค์กรและนิสิต ซึ่ง
ในการโพสต์ประชาสัมพันธ์ จะมีฝ่ายวิชาการ เป็นผู้รับผิดชอบ



- การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางอีเมล (E-mail) ภายในองค์กร

การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางอีเมล (E-mail) สำหรับการสื่อสารภายในองค์กร มักจะเป็นการแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข่าวทั่วไป หรือทูลงงานวิจัยต่างๆ รวมถึงคำสั่งในการปฏิบัติหน้าที่ภายในคณะฯ

- เรื่องที่ส่ง : คำสั่ง, เรื่องที่ทุกคนต้องทราบ และเรื่องที่ต้องมีไฟล์แนบ (เป็นทางการ)

รูปแบบการเขียนอีเมล (Format Email)

- ชื่อเรื่องที่ส่ง : ชื่อเรื่องตามหนังสือหรือตามประกาศฉบับนั้น (โดยย่อ)
- เนื้อหา :
เรื่อง XXXXX
เรียน XXXXX
เนื้อหา.....

ขอแสดงความนับถือ

(ชื่อ-สกุล)

ตำแหน่ง xxxxx

เบอร์ติดต่อ (เบอร์สำนักงานฯ)

E-mail xxxxx

โลโก้ (Bas swu)

การจัดการระบบการสื่อสารภายนอกขององค์กร

การจัดการระบบการสื่อสารภายนอกขององค์กร จะมีกระบวนการวางแผน กำหนดกลยุทธ์ กำกับดูแล และควบคุมการสื่อสารกับบุคคลภายนอกคณะฯ เพื่อสร้างความเข้าใจ สร้างความสัมพันธ์ที่ดี และบรรลุเป้าหมายขององค์กร โดยจะช่วยเพิ่มภาพลักษณ์ของคณะฯและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้รับบริการของคณะฯได้มากขึ้นด้วย ดังนั้น การสื่อสารที่ดีภายนอกองค์กรจึงมีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรทั้งหมดในทุกมิติของการดำเนินธุรกิจและการพัฒนาต่อไปได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ซึ่งช่องทางที่คณะบริหารธุรกิจใช้ในการประชาสัมพันธ์ มีดังต่อไปนี้



- การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเฟสบุ๊ก (Facebook)

เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์แก่บุคคลภายนอก โดยเฉพาะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับทางคณะฯ (Stakeholders) เช่น นิสิต อาจารย์ บุคลากร ศิษย์เก่า ผู้ปกครอง นายจ้าง ฯลฯ เพื่อได้รับทราบข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมต่างๆ ของทางคณะฯ ซึ่งมีหลักการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1. กรณีโครงการของหลักสูตรฯ จะประชาสัมพันธ์เมื่อโครงการเสร็จสิ้น (ขอกำหนดเป็น KPI ของคณะฯ)
2. ส่งรูปภาพและข้อมูลหลังจากเสร็จโครงการแล้ว 1 วัน (ไม่ส่งจะมีระบบติดตามงาน ทางไลน์)
3. เพิ่มรูปภาพอัลบั้มทุกครั้ง กรณีเป็นภาพถ่าย

รูปแบบการสื่อสาร (Format)

หัวข้อ โครงการ

คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม จัดโครงการXXXXXXXXXXXXXXXX

โดยวิทยากร XXXXXX XXXXXXXX

ตำแหน่ง XXXXXXXXXXXX สังกัด/องค์กร/บริษัท XXXXXXXXXXXX

วันที่ XX XXXXXXXX XXXXX

ณ XXX

ตัวอย่างการโพสต์โครงการที่เสร็จสิ้นแล้วของหลักสูตร

หลักสูตร XXXXXXXXXXXX สาขาวิชา/วิชาเอกXXXXXXXXX จัดโครงการXXXXXXXXXXXXXXXXX ให้กับนิสิต
XXXXXX

ชั้นปีที่ XX

โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

โดยวิทยากร XXXXXX XXXXXXXX

ตำแหน่ง XXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXX

วันที่ XX XXXXXXXX XXXXX

ณ XXX



หัวข้อ การปรึกษาหารือหรือทำความร่วมมือ

คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประชุมหารือความร่วมมือทางวิชาการ/จัดพิธีลงนามความร่วมมือทางวิชาการ/ประชุมเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการ กับ บริษัท XXXXXXXX โดยคณบดีคณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติ เต็มประเสริฐสกุล) พร้อมทีมผู้บริหาร กับ ชื่อบริษัทXXXXXXXXXXXXXXXXX (โดย XXXXX XXXXX)

วันที่ XX XXXX XXXX

สถานที่ ณ XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

หัวข้อ สถาปนาหน่วยงาน

คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม ร่วมแสดงความยินดีเนื่องในโอกาสวันคล้ายวันสถาปนาXXXXXXXXXXXX

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดย คณบดี/รองคณบดี/ผู้ช่วยคณบดี คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม (XXXXXXXXXXXX) พร้อมทีมผู้บริหารและบุคลากร 🌸🌸🌸

วันXX XX XXXXX XXXX

ณ XXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

หัวข้อ ประชาสัมพันธ์ทั่วไป

ไอคอนโทรฆ้องสีเทา 📢 ประชาสัมพันธ์ (แชร์จากนอกคณะ)

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

ไอคอนปักหมุดสีแดง 📌 ประชาสัมพันธ์ (ลูกค้า เช่น นักเรียน ศิษย์เก่า บุคคลทั่วไป)

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

ไอคอนกระดิ่งสีทอง 🔔 ประชาสัมพันธ์ (แจ้งเตือนนิสิตปัจจุบัน)

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX



ไอคอนช่อดอกไม้ 2 ดอก ขอแสดงความยินดีกับ อาจารย์/บุคลากร/นิสิต/ศิษย์เก่า XXXXXXXXX
เนื่องในโอกาส ดำรงตำแหน่งทางวิชาการ/ได้รับการรับรอง UKPSF/ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารระดับนานาชาติ
(Scopus) ชื่อวารสารXXXXXXXX
ได้รับรางวัลXXX จากการประกวดแข่งขันระดับชาติ/นานาชาติ ชื่องานXXXXXX จัดโดย (บริษัท/องค์กร)
XXXXXXXX โดยทีมXXX ได้แก่/ชื่อนิสิต สาขา XXXXX ชั้นปีที่ X อาจารย์ที่ปรึกษา : XXXXXX
วันที่XXXXXXXX
สถานที่XXXXXXXX

ภาพบรรยากาศงานต่างๆ

ไอคอนกล้องถ่ายรูปสีด้ามมีแฟลช 📷

- งานพิธีพระราชทานปริญญาบัตร
- งานสอบสัมภาษณ์นิสิตใหม่
- งาน open house
- งาน roadshow โรงเรียน
- หน่วยงานภายนอกเข้ามาศึกษาดูงาน

หมายเหตุ :

1. ให้ใส่ #SWUBAS #SMARTWORLD #BASSWU #บริหารธุรกิจมศว #ทีมบริหารมศว #บริหารธุรกิจเพื่อสังคม #ทีมบริหาร

ยกเว้นจากการประชาสัมพันธ์หน่วยงานภายนอก

2. กรณีที่มีการใส่ภาพถ่ายบุคคล ให้ใส่ PDPA ตามข้อความด้านล่างนี้ทุกครั้ง

หมายเหตุ : ในกรณีที่มีความประสงค์ไม่ต้องการให้เผยแพร่ภาพใด กรุณาติดต่อ ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร สำนักงานคณบดี

คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม

โทร. 02 649 5000 ต่อ 11757 หรือ inbox Facebook Fan page

<https://www.facebook.com/swubas.pr>

ผู้เผยแพร่ : ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร

สำนักงานคณบดี คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม

โทร. 02 649 5000 ต่อ 11757



3. เมื่อทำการโพสต์รูปภาพให้บันทึกภาพลงในอัลบั้มที่ฝ่ายภาพลักษณ์ได้ดำเนินการจัดหมวดหมู่เรียบร้อยแล้ว
4. รูปภาพที่เผยแพร่ต้องใส่โลโก้คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม (สึ) และมาสคอตปีไก่ทุกครั้ง โดยวางตำแหน่งมุมบนขวาของภาพ ในกรณีที่ไม่เหมาะสมสามารถปรับตำแหน่งได้ตามความเหมาะสม

การแจ้งเตือน (Remind) (สำหรับงานบริการการศึกษา)

1. ทำการรีโพสต์ วันสุดท้ายของกิจกรรม/งาน

เฟสบุ๊ก : ลงเป็นเวลา ข่าวยานนอกสามารถโพสต์ลงได้เลย

ข่าวเด่นลงตอนช่วงเวลาที่มึประสิทธิภาพที่สุด เว้นระยะห่างกัน 1 ชั่วโมงต่อโพสต์

การส่งข่าวให้ PR-SWU กรณีคณาจารย์ได้รับรางวัล นิสิตได้รับรางวัล อบรมต่างๆของทางคณะแก่บุคคลภายนอก

การส่งข่าวโครงการ

1. กรณีจัดโครงการ 1 วันทำการถัดไป ให้ดำเนินการส่งข้อมูลและภาพประกอบ 3-10 ภาพ โดยกรอกข้อมูลในแบบฟอร์มออนไลน์
2. กรณีจัดโครงการที่มีมากกว่า 1 วันทำการขึ้นไป ให้ดำเนินการส่งข้อมูลและภาพประกอบ 3-10 ภาพ โดยกรอกข้อมูลในแบบฟอร์มออนไลน์ ในวันเปิดงานและวันสิ้นสุดโครงการ
3. กรณีจัดโครงการต่อเนื่อง สามารถส่งข้อมูลและภาพประกอบของการดำเนินโครงการในแต่ละวัน/หัวข้อให้กับฝ่ายภาพลักษณ์ในการประชาสัมพันธ์ต่อไป ทั้งนี้หัวข้อการบรรยาย/วิทยากร ต้องไม่ซ้ำกัน

● **การไลฟ์สด (Facebook Live) ผ่านเฟสบุ๊ก**

คณะฯ จะมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกิจกรรมต่างๆของทางคณะฯ โดยการไลฟ์สด (Facebook Live) ผ่านเฟสบุ๊กสำหรับกิจกรรมที่ต้องการสร้างการรับรู้ทั้งจากบุคคลภายในและบุคคลภายนอก

● **การตอบข้อความ (Messenger) ผ่านทางเฟสบุ๊ก (Facebook)**

มีการจัดระบบการตอบข้อความ โดยมอบหมายดังนี้

1. ให้งานบริการการศึกษาเป็นผู้ตอบคำถามของนิสิต เกี่ยวกับวิชาการและกิจการนิสิต
2. ให้ฝ่ายภาพลักษณ์เป็นผู้ตอบข้อมูลทั่วไป
3. E-mail ที่ร่วมกับ messenger เป็นผู้อำนวยการสำนักงานฯร่วมกับคณบดีเป็นผู้ตอบ



4. Line Official จะเป็นหัวหน้างานบริการการศึกษาเป็นผู้ดูแล

**** ทั้งนี้ จะต้องมีการตอบคำถามทุกวัน ตั้งแต่ช่วงเวลา 08.30-19.30 น.**

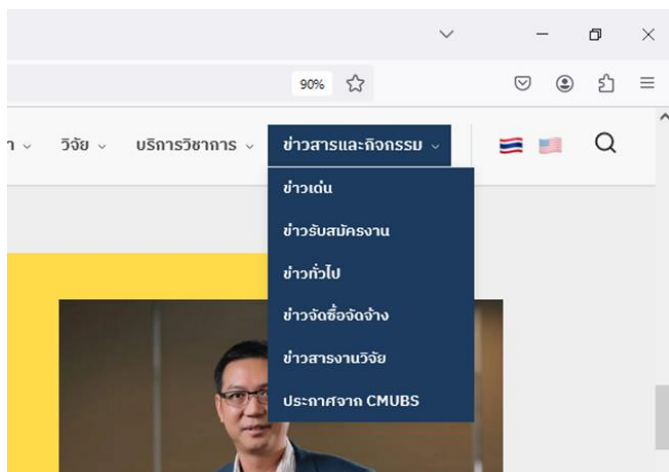
- การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเว็บไซต์ (Website)

การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเว็บไซต์ (Website) เป็นช่องทางสำคัญที่สามารถช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและความทันสมัยให้กับองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ เว็บไซต์ยังมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มความน่าเชื่อถือและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและบริการต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายได้อีก

โดยทางฝ่ายงานต่างๆ สามารถจัดทำ Infographic ได้ด้วยตนเอง หรือสามารถติดต่อมายังฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กรเพื่อดำเนินการจัดทำให้ และทำการโพสต์ลงบนเว็บไซต์ โดยได้รับการอนุมัติจากผู้ช่วยคณบดีฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร กรณีเร่งด่วน สามารถโพสต์ลงได้โดยผ่านการเห็นชอบจากบุคลากรฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร

เว็บไซต์

เมนู : ข่าวประชาสัมพันธ์



- ให้สำนักคอมพิวเตอร์จัดทำแบนเนอร์หมวดหมู่ข้อมูลข่าวสาร

แบบฟอร์ม

- แยกหมวดหมู่ให้ดูง่ายขึ้น



เว็บไซต์

- ผู้ส่งสาร : ผู้ประสานต่าง
- ผู้รับสาร : นิสิต ศิษย์เก่า บุคคลทั่วไป
- เนื้อหาในการสื่อสาร : การจัดประชุมวิชาการ
- การออกแบบ : มีโลโก้มาสคอต โทนสีคณะฯ เป็นหลัก มีความทันสมัย เน้นรูปภาพมากกว่าข้อความ ข้อความสั้นกระชับ มี QR-code แสดงรายละเอียด กรณีมีภาพถ่ายต้องได้รับการอนุญาตจากเจ้าของภาพเท่านั้น
- ช่องทางการสื่อสารและช่วงเวลา
เว็บไซต์ : แบนเนอร์ และข่าวประชาสัมพันธ์
- ส่งข่าวหน้าเว็บไซต์มหาลัยฯ

การประชาสัมพันธ์ลงแบนเนอร์หน้าเว็บไซต์ มีดังนี้

1. เจ้าของงานสามารถสร้างแบนเนอร์เอง โดยส่งข้อมูลมายังฝ่ายภาพลักษณ์ฯ อย่างน้อย 1-2 วันทำการ (ภาพประกอบต้องได้รับการอนุญาตจากเจ้าของภาพ หรือถูกต้องตามลิขสิทธิ์)
2. กรณี เจ้าของงานให้ฝ่ายภาพลักษณ์เป็นผู้ออกแบบอย่างน้อย 5-7 วันทำการ โดยกรอกข้อมูลตามแบบฟอร์มที่คณะฯ กำหนด ประกอบด้วย
 - 2.1 ชื่องาน
 - 2.2 รายละเอียดงาน (ข้อความที่ต้องการเน้นย้ำ)
 - 2.3 วันเวลาและสถานที่
 - 2.4 ชื่องาน เช่น สี หรือการออกแบบ
 - 2.5 ภาพประกอบงาน (ต้องได้รับการอนุญาตจากเจ้าของภาพ หรือถูกต้องตามลิขสิทธิ์) เช่น ภาพวิทยากร

● การส่งข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านเฟสบุ๊กและเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย (PRSWU)

เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น จึงจำเป็นต้องมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านเฟสบุ๊กและเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย (PRSWU) อีกช่องทาง โดยมีข้อกำหนดดังนี้

1. ผู้ที่ต้องการส่งข่าว/เจ้าของงาน ส่งข้อมูลมายังฝ่ายภาพลักษณ์ฯ ล่วงหน้า 5-7 วันทำการ ก่อนวันจัดโครงการหรือข่าวที่ต้องการเผยแพร่ ตามแบบฟอร์ม
2. ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ต้องการเผยแพร่ เป็นข่าวที่สร้างการรับรู้กับบุคคลภายนอกคณะฯ เช่น คณาจารย์ หรือนิสิตได้รับรางวัล จากหน่วยงานภายนอก



- การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางอีเมล (E-mail) ภายนอกองค์กร

การสื่อสารผ่านทางช่องทางอีเมล สำหรับการสื่อสารภายนอกองค์กร มักจะเป็นการแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการนัดหมายการประชุม การเจรจาความร่วมมือ งานวิจัย บทความ หรืองานประชุมวิชาการ และอื่นๆ ที่คณะฯ ต้องการสื่อสารกับบุคคลหรือองค์กรภายนอก

- เรื่องที่ส่ง : เรื่องประชาสัมพันธ์ หรือเรื่องที่ต้องมีไฟล์แนบ (เป็นทางการ)

Fomat Email

- ชื่อเรื่องที่ส่ง : ชื่อเรื่องที่ต้องการสื่อสาร
- เนื้อหา :
เรื่อง XXXXX
เรียน XXXXX
เนื้อหา.....

ขอแสดงความนับถือ

(ชื่อ-สกุล)

ตำแหน่ง xxxxx

เบอร์ติดต่อ (เบอร์สำนักงานฯ)

E-mail xxxxx

โลโก้ (BAS SWU)

- การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางจดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ (E-Newsletters)

ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร ได้จัดทำจดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ (E-Newsletter) ชื่อ BAS NEWS เป็นประจำรายเดือน เริ่มเผยแพร่ฉบับแรก เดือนมกราคม 2567 เพื่อเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ของทางคณะตลอดเดือนที่ผ่านมา ซึ่งจะทำให้การเผยแพร่ผ่านช่องทางไลน์กลุ่มคณะฯ และมีการเผยแพร่บนเว็บไซต์ของคณะฯ อีกหนึ่งช่องทาง



ในการจัดทำจดหมายข่าว จะมีการทำหนังสือข่าวจากทีมผู้บริหาร /สำนักงานคณบดี /ประธานหลักสูตร/ผู้ประสานงานหลักสูตร ทุกวันที่ 15 ของเดือนโดยมีกำหนดส่งไม่เกินวันที่ 20 ของเดือน ส่งตรวจทุกวันที่ 25 ของเดือน เผยแพร่ ไม่เกินวันที่ 10 ของเดือน (โดยเนื้อหาจะเป็นการประชาสัมพันธ์ที่เพิ่มเติมจากในเฟสบุ๊คแล้ว หรือข่าวสารของแต่ละหลักสูตรที่อยากสื่อสาร)

- **การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางอินสตาแกรม (Instagram : IG)**

การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางอินสตาแกรม (Instagram หรือ IG) เป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารและเชื่อมต่อกับกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งเป็นอีกหนึ่งเหตุผลที่อินสตาแกรมช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์ โดยสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายกว้างขวาง และหลากหลายสามารถสื่อสารได้ง่ายในการสร้างความเชื่อมโยงและความรู้สึกใกล้ชิด อีกทั้งอินสตาแกรมช่วยให้องค์กรสามารถสร้างและกระแสนได้เป็นอย่างดีกับกลุ่มนิสิตอีกด้วย

ซึ่งในการดำเนินการเจ้าของงาน ต้องส่งคลิปวิดีโอภาพบรรยากาศของกิจกรรมหรือโครงการ ความยาวอย่างน้อย 1 นาที (เนื้อหาการถ่ายทำ เช่น พิธีเปิด-ปิด ระหว่างการบรรยายหรือกิจกรรม) มาถ่ายฉายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร หลังเสร็จสิ้นโครงการอย่างน้อย 1 วันทำการ

หน้าที่สำหรับผู้ดูแลช่องทางอินสตาแกรม (Instagram : IG)

1. เผยแพร่ภาพประชาสัมพันธ์ จำนวน 1-3 ภาพ ดำเนินการเผยแพร่ 1 วันทำการ
2. นำไฟล์คลิปต้นฉบับมาติดต่อ แล้วเผยแพร่ภายใน 3-5 วัน
3. ตอบคำถามใน inbox

- **การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางติ๊กต็อก (TikTok)**

การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางติ๊กต็อก (TikTok) เป็นอีกหนึ่งวิธีที่มีประสิทธิภาพสูงในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ และนักเรียนมัธยมศึกษา ด้วยฟีเจอร์และการใช้งานที่เน้นความสร้างสรรค์และความบันเทิง ซึ่งประโยชน์ของการใช้ติ๊กต็อก (TikTok) ในการประชาสัมพันธ์ทำให้สามารถเชื่อมต่อกับผู้ชมผ่านการมีส่วนร่วม การตอบคำถามและความคิดเห็นของผู้ติดตาม ช่วยสร้างความใกล้ชิดและความประทับใจได้ง่าย



ซึ่งในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางติ๊กต็อก (Tiktok) มีดังนี้

1. เจ้าของงาน ต้องส่งคลิปวิดีโอภาพบรรยากาศของกิจกรรมหรือโครงการ ความยาวอย่างน้อย 1 นาที (เนื้อหาการถ่ายทำ เช่น พิธีเปิด-ปิด ระหว่างการบรรยายหรือกิจกรรม) มายังฝ่ายภาพลักษณ์ หลังเสร็จสิ้นโครงการอย่างน้อย 1 วันทำการ
2. บุคลากรหรือนิสิตต้องการให้คณะฯ ดำเนินการถ่ายทำคลิปวิดีโอเพื่อประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ส่งความต้องการล่วงหน้าอย่างน้อย 3-5 วันทำการ โดยต้องมีข้อมูลในการถ่ายทำ เช่น วัตถุประสงค์ในการถ่ายทำ กลุ่มเป้าหมายที่จะเผยแพร่ เนื้อหาการถ่ายทำ

หน้าที่สำหรับผู้ดูแลช่องทางติ๊กต็อก (Tiktok)

1. รับข้อมูล เช่น ภาพ วิดีโอ และ link สำหรับแชร์ ของเจ้าของงานนิสิต คณาจารย์ ที่มีความประสงค์จะเผยแพร่ กิจกรรมภายใน 1 วัน
2. นำไฟล์คลิปต้นฉบับมาตัดต่อ แล้วเผยแพร่ภายใน 3 วัน

● การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเอ็กซ์ (X) หรือ ทวิตเตอร์เดม (twitter)

ช่องทางเอ็กซ์ (X) หรือที่เคยรู้จักในชื่อทวิตเตอร์ (Twitter) เป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพสูงในการเข้าถึงและสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายในแบบเรียลไทม์ ด้วยคุณสมบัติที่เน้นการสื่อสารแบบสั้นและรวดเร็ว ซึ่งวิธีการและประโยชน์ของการใช้เอ็กซ์ (X) ในการประชาสัมพันธ์นั้นจะเน้นในการการสร้างและแชร์เนื้อหาที่สั้น กระชับ และน่าสนใจ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ติดตามใช้ภาพถ่าย วิดีโอ หรือ GIF เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและการมีส่วนร่วมการใช้แฮชแท็ก (Hashtags) ที่เกี่ยวข้องและเป็นที่ยอมรับช่วยเพิ่มการมองเห็นและเชื่อมต่อกับกลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ สร้างแฮชแท็กเฉพาะสำหรับแคมเปญหรือกิจกรรมเพื่อให้ผู้ติดตามสามารถติดตามและมีส่วนร่วมได้ง่าย

ซึ่งในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเอ็กซ์ (X) มีดังนี้

ก่อนกิจกรรม ดำเนินการดังนี้

1. ผู้ส่งสาร : ผู้ประสานงาน
2. ผู้รับสาร : นิสิต ศิษย์เก่า บุคคลทั่วไป
3. เนื้อหาในการสื่อสาร : เช่น การจัดประชุมวิชาการ

หลังกิจกรรม ดำเนินการดังนี้

เจ้าของงาน ต้องส่งคลิปวิดีโอหรือภาพประกอบกิจกรรมหรือโครงการ มายังฝ่ายภาพลักษณ์ หลังเสร็จสิ้นการจัดโครงการ



หน้าที่สำหรับผู้ดูแลช่องทางเอ็กซ์ (X)

1. รับข้อมูล นำข้อมูลนั้นไปเผยแพร่ ก่อนมีการจัดกิจกรรม
2. เผยแพร่คลิป หลังโครงการเสร็จสิ้นภายใน 1 วันทำการ

● การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางช่องทางยูทูบ (YouTube)

การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางยูทูบ (YouTube) เป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ด้วยเนื้อหาวิดีโอที่หลากหลายและน่าสนใจ โดยวิธีการคือเน้นการสร้างเนื้อหาที่มีคุณภาพและน่าสนใจ มีการผลิตวิดีโอคุณภาพสูงที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของทางคณะฯ มีการสร้างคำอธิบายที่น่าสนใจและครอบคลุมเนื้อหาของวิดีโอ รวมถึงใส่ลิงก์ที่เกี่ยวข้องไปยังเว็บไซต์หรือช่องทางอื่น ๆ

ซึ่งในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางยูทูบ (YouTube) มีดังนี้

1. ดำเนินการเปิดช่องทาง YouTube เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารกิจกรรมต่างๆของทางคณะฯ
2. กรณีนิสิตหรือบุคลากรต้องการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารต่างๆ ทางช่องทาง YouTube ของคณะฯ
3. บุคลากรหรือนิสิตต้องการให้คณะฯ ดำเนินการถ่ายทำคลิปวิดีโอเพื่อประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ส่งความต้องการล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วันทำการ โดยต้องมีข้อมูลในการถ่ายทำ เช่น วัตถุประสงค์ในการถ่ายทำ กลุ่มเป้าหมายที่จะเผยแพร่ เนื้อหาการถ่ายทำ และกำหนดวันถ่ายทำที่สะดวก โดยระบุวันที่สะดวกในการถ่ายทำอย่างน้อย 3 วัน เพื่อให้ทางฝ่ายภาพลักษณ์นำไปประสานกับ PRSWU ในการถ่ายทำที่แน่นอน
4. จัดทำอินโฟกราฟฟิกการให้บริการของฝ่ายภาพลักษณ์ ให้กับบุคลากรและนิสิตทราบ

หมายเหตุ : การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางไลน์ เฟสบุ๊ก และเว็บไซต์ สำหรับรูปภาพกิจกรรมนั้น ถ้าเป็นรูปภาพกิจกรรมทั่วไปไม่ต้องประชาสัมพันธ์ในไลน์กลุ่มคณะฯ แต่ให้ประชาสัมพันธ์ผ่านทางเฟสบุ๊กและเว็บไซต์อันได้แก่

1. กรณีนิสิตได้รับรางวัล ประชาสัมพันธ์ทางไลน์ เฟสบุ๊กและเว็บไซต์
2. กรณีบุคลากรได้รับรางวัล ประชาสัมพันธ์ทางไลน์ เฟสบุ๊กและเว็บไซต์

● หน้าที่ของฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร

หน้าที่ของฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กรมีความสำคัญอย่างยิ่งในการเสริมสร้างและรักษาภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร รวมถึงการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพกับกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ภายในและภายนอก



องค์กร ให้เป็นไปตามแผนและสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ขององค์กร โดยหน้าที่หลักของฝ่ายนี้ประกอบด้วย

1. วางแผนการรับข้อมูล เช่น ภาพ วิดีโอ และลิงค์ (link) สำหรับแชร์ ของเจ้าของงานนิสิต หรือคณาจารย์ ที่มีความประสงค์จะเผยแพร่ กิจกรรมต่างๆ ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ ของทางคณะฯ
2. จัดทำสื่อโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ เช่น อินโฟกราฟิก แก่ฝ่ายงานต่างๆ ที่มีความประสงค์จะทำการประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่างๆ
3. ติดตามภาพ หรือวิดีโอของงานโครงการต่างๆ ของทางหลักสูตร เมื่อดำเนินการเสร็จสิ้นแล้วเพื่อนำมาเผยแพร่ในช่องทางเฟสบุ๊กต่อไป
4. โพสต์ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อหลักให้เป็นปัจจุบัน และทันต่อเหตุการณ์ ได้แก่ เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ และยูทูป

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าหน้าที่ของฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร รวมถึงการสร้างและบริหารจัดการกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารภาพลักษณ์ขององค์กร โดยมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีมีความสำคัญอย่างมากในการช่วยเสริมสร้างความไว้วางใจและความสามารถในการสื่อสารขององค์กรให้มีประสิทธิภาพสูงสุดตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในแต่ละงาน ซึ่งเป้าหมายหลักของฝ่ายนี้คือการสร้างความเข้าใจรวมถึงประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ ต่อสาธารณชนและกลุ่มเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการรับรู้และเข้าใจถึงความเป็นจริงและคุณค่าขององค์กรที่ประสงค์จะสื่อสารให้ความรู้หรือสร้างกิจกรรมให้สาธารณชนเข้าใจว่ามีความเป็นมาอย่างไร รวมถึงการบริการต่างๆ ที่คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคมมีทั้งทางด้านวิชาการ ด้านการวิจัย และรวมถึงด้านการเป็นที่ปรึกษาแก่องค์กรธุรกิจ ตามวิสัยทัศน์ของคณะฯ ที่มุ่งมั่นการเป็นองค์กรชั้นนำแห่งการเรียนรู้ด้านบริหารธุรกิจเพื่อความยั่งยืนของสังคม

