



คู่มือการปฏิบัติงาน (Work Manual)

การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล (DIGITAL)

งานประชาสัมพันธ์และชุมชนสัมพันธ์
กองกลาง มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

จัดทำโดย นายเทอดภูมิ ทองอินทร์

วันที่จัดทำ ๑ มีนาคม ๒๕๖๑

ตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์

แก้ไขครั้งที่.....

วันที่แก้ไข.....

คู่มือการปฏิบัติงาน กระบวนการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล (DIGITAL)

๑. วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นคู่มือการปฏิบัติงาน กระบวนการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล (DIGITAL) ให้มีมาตรฐานและถือปฏิบัติในแนวทางเดียวกันในการการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัล ตามภาระงานด้านการประชาสัมพันธ์ทางสื่อโซเชียลมีเดีย ของ งานประชาสัมพันธ์ ของกองกลาง สำนักงานอธิการบดี ตลอดจนโครงการต่าง ๆ ที่ได้รับมอบหมายจากมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

๒. ขอบเขต

คู่มือการปฏิบัติงาน กระบวนการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล ใช้สำหรับการปฏิบัติงาน ๑ งาน โดยครอบคลุมการจัดทำสื่อและการเผยแพร่ ผ่านทางเว็บไซต์, แบนเนอร์เว็บไซต์, จอภาพ LED และสื่อดิจิทัลอื่น ๆ ขั้นตอนการปฏิบัติงาน การประเมินผล และรายงานผลการดำเนินการ

๓. คำจำกัดความ

๓.๑ สื่อประชาสัมพันธ์ เครื่องมือหรือตัวกลางที่ใช้ในการ นำข่าวสาร เรื่องราว จากองค์กร/สถาบันหรือหน่วยงานไปสู่ผู้รับสาร ในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

๓.๒ สื่อดิจิทัล (DIGITAL) หมายถึง สื่อที่มีการนำเอาข้อความ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว เสียง และวิดีโอ เป็นต้น โดยอาศัยเทคโนโลยีความเจริญก้าวหน้าทางด้านคอมพิวเตอร์ เข้ามาช่วยให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นสื่อต่าง ๆ เหล่านั้นมาแปลงสภาพ และเชื่อมโยงเข้าด้วยกันเพื่อประโยชน์ในการใช้งาน

๓.๓ สังคมออนไลน์ หมายถึง ขยายความ สื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคม (Social Tool) เพื่อใช้สื่อสารระหว่างกัน เครือข่ายทางสังคม (Social Network) ผ่านทางเว็บไซต์ และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อใดๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

๔. หน้าที่ความรับผิดชอบ

๔.๑ อธิการบดี ผู้มีอำนาจอนุมัติการดำเนินการ โดยมอบอำนาจให้รองอธิการบดี ปฏิบัติราชการแทน

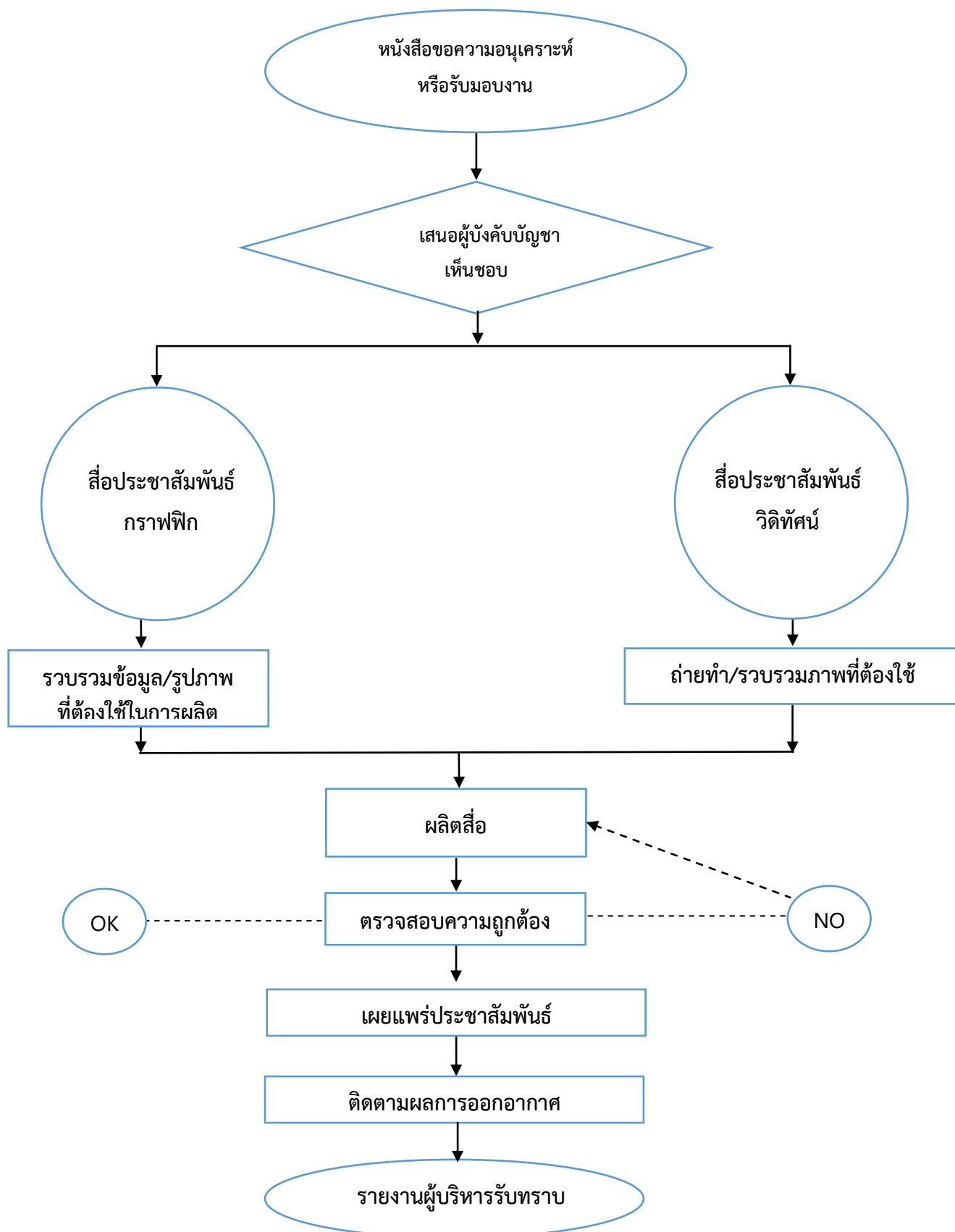
๔.๒ รองอธิการบดี ผู้รับมอบอำนาจพิจารณาและกลั่นกรองการผลิตและการเผยแพร่ และสั่งการ/อนุมัติดำเนินการ

๔.๓ ผู้อำนวยการกองกลาง กำกับดูแลการปฏิบัติงานตามภารกิจของกองกลาง

๔.๔ หัวหน้างาน ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงานตามภาระหน้าที่ของหน่วยงาน

๔.๕ นักประชาสัมพันธ์ ดำเนินงานตามที่ได้รับมอบหมายและสั่งการ โดยผู้บังคับบัญชา

๕. แผนผังการปฏิบัติงาน Work Flow



ลำดับ	ผังกระบวนการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลา	แบบ ฟอร์ม	เอกสาร อ้างอิง
๑.	หนังสือ ขอความอนุเคราะห์หรือ รับมอบหมายงาน	ที่มาของหัวข้อและประเด็นใน การผลิตและเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ จากหนังสือขอ ความอนุเคราะห์ หรือรับ มอบหมายงาน จากการสั่งการ ของผู้บังคับบัญชา	เจ้าหน้าที่ บริหารงาน ทั่วไป	๒ ชั่วโมง/ วัน		
๒.	เสนอผู้บังคับบัญชา เห็นชอบ	เสนอ ต่อ หัวหน้างาน ผู้บังคับบัญชาเห็นชอบ ให้ ข้อเสนอแนะ และอนุมัติผลิต และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์	เจ้าหน้าที่ บริหารงาน ทั่วไป	๒ ชั่วโมง /วัน		
๓.	สื่อประชาสัมพันธ์ กราฟฟิก	สื่อที่ผลิตและจัดการโดยใช้ คอมพิวเตอร์ สร้างภาพ ตกแต่ง แก้ไขภาพ หรือการ จัดการเกี่ยวกับภาพ และการ ใช้ภาพกราฟฟิกในการนำเสนอ ข้อมูลต่างๆ เพื่อให้สามารถสื่อ ความหมายให้ชัดเจนและทำ ความเข้าใจได้ง่ายกว่าเดิม	นัก ประชาสัมพันธ์	๒ เรื่องต่อ สัปดาห์		
๔.	รวบรวมข้อมูล/รูปภาพที่ต้องใช้ ในการผลิต	รวบรวมข้อมูล สิ่งที่ใช้ในการ ประกอบการผลิตสื่อ เช่น ประเภทไฟล์ข้อมูลภาพ ภาพถ่าย ซึ่งจะถูกนำมา ประกอบเป็นสื่อประชาสัมพันธ์	นัก ประชาสัมพันธ์	๒ ชั่วโมง /เรื่อง		พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. ๒๕๓๗
๖.	สื่อประชาสัมพันธ์ วิดีโอ	สื่อที่ผลิตและจัดการโดยใช้ คอมพิวเตอร์ ตัดต่อ ตกแต่ง แก้ไข หรือการจัดการเกี่ยวกับ ภาพ วิดิทัศน์ และการใช้ นำเสนอข้อมูลต่างๆ เพื่อให้ สามารถสื่อความหมายให้ ชัดเจนและทำความเข้าใจได้ ง่ายกว่าเดิม ในรูปแบบ ภาพเคลื่อนไหว	นัก ประชาสัมพันธ์	๑ เรื่อง /สัปดาห์		
	ถ่ายทำ/รวบรวมภาพที่ต้องใช้	รวบรวมข้อมูล สิ่งที่ใช้ในการ ประกอบการผลิตสื่อ เช่น ประเภทไฟล์ข้อมูลภาพ, ภาพถ่าย, ภาพเคลื่อนไหว ซึ่ง จะถูกนำมาประกอบเป็นสื่อ ประชาสัมพันธ์	นัก ประชาสัมพันธ์	๒ ชั่วโมง /เรื่อง		พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. ๒๕๓๗

ลำดับ	ผังกระบวนการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลา	แบบฟอร์ม	เอกสารอ้างอิง
๗.	ผลิตสื่อ	การนำข้อมูล ไฟล์ข้อมูลภาพ, ภาพถ่าย, ภาพเคลื่อนไหว นำมาประกอบเนื้อหา ข้อความ ประชาสัมพันธ์ และตกแต่งตัดต่อ ให้เป็นรูปแบบ และชิ้นงานเดียวกัน ผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ให้มีความน่าสนใจ ดึงดูด แก่ผู้รับสาร	นักประชาสัมพันธ์	๔ ชั่วโมง /เรื่อง		
๘.	ตรวจสอบความถูกต้อง	เสนอต่อ ผู้บังคับบัญชา ตรวจสอบ ความถูกต้อง เหมาะสม ก่อนเผยแพร่	หัวหน้างาน/ผู้บังคับบัญชา	๒ ชั่วโมง /เรื่อง		
๙.	เผยแพร่ประชาสัมพันธ์	เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ตามช่องทาง เว็บไซต์ เฟสบุ๊กเพจ จอบริหารงานทั่วไป ประชาสัมพันธ์ LED มหาวิทยาลัยฯ	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป	๒๐ ครั้ง/เดือน เป็นอย่างน้อย		พ.ร.บ. ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ ๒)
๑๐.	ติดตามผลการออกอากาศ	ติดตามผลการออกอากาศ จากยอดจำนวนผู้ชม ที่รายงานผ่านทางระบบของเว็บไซต์ เฟสบุ๊กเพจ และเว็บไซต์ภายนอกที่เสนอข่าวสารของมหาวิทยาลัยฯ	นักประชาสัมพันธ์			
๑๑.	รายงานผู้บริหารรับทราบ	รายงานผลการ เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ แก่ผู้บังคับบัญชา				

หมายเหตุ คำอธิบายเพิ่มเติม



จุดเริ่มต้นและสิ้นสุดของกระบวนการ



กิจกรรมย่อยและการปฏิบัติงาน



การตัดสินใจ เช่น การตรวจสอบ การอนุมัติ



แสดงถึงทิศทาง หรือการเคลื่อนไหวของงาน



จุดเชื่อมต่อระหว่างขั้นตอน เช่น กรณีการเขียนกระบวนการไม่สามารถจบได้ภายใน ๑ หน้า)

๖. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

ขั้นตอนก่อนการผลิต

- ๖.๑ ได้รับประเด็น หัวข้อ ในการผลิตและประชาสัมพันธ์ จากการมอบหมายงาน โดยผู้บังคับบัญชา หัวหน้างาน และในรูปแบบหนังสือขอความอนุเคราะห์ เพื่อผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ กิจกรรมนั้นๆ ตามที่ได้รับการขอความอนุเคราะห์
- ๖.๒ ในกรณี หนังสือขอความอนุเคราะห์ จำเป็นจะต้องเสนอต่อผู้บังคับบัญชา พิจารณาเห็นชอบ สั่งการ ก่อนดำเนินการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

ขั้นตอนการผลิต

- ๖.๓ เตรียมการ รวบรวมไฟล์รูปภาพประกอบ ข้อมูลเนื้อหารายละเอียด หรือถ้าหากเป็นไฟล์วีดิทัศน์ อาจจะต้องมีการลงพื้นที่บันทึกภาพ ถ่ายทำ ก่อน หรือสามารถนำมาจากแหล่งอื่นๆ ที่สามารถนำมา ร่วมใช้งานได้
- ๖.๔ ผลิตสื่อผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ที่สนับสนุนการผลิตของสื่อแต่ละประเภท เช่น สื่อ ประชาสัมพันธ์กราฟฟิก จะใช้การจัดวาง ออกแบบ ในโปรแกรม Adobe Photoshop และสื่อ ประชาสัมพันธ์ในรูปแบบวีดิทัศน์ จะทำการผลิตตัดต่อ ในโปรแกรม Adobe Premiere pro
- ๖.๕ เสนอผู้บังคับบัญชา เพื่อทำการขออนุมัติ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยในกระบวนการนี้ สามารถมีการปรับแก้ไข ในส่วนของเนื้อหา รูปแบบ ตามความเหมาะสม ก่อนเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

ขั้นตอนการเผยแพร่

- ๖.๖ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ตามช่องทาง เว็บไซต์ www.ubu.ac.th เฟสบุ๊คเพจ ที่นี้ ม.อุบลฯ เพจ นักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เพจของคณะ/สำนัก/หน่วยงานในสังกัดมหาวิทยาลัย จอประชาสัมพันธ์ LED มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี และส่งออกไปยังสื่อมวลชนต่างๆ ที่มีพื้นที่ในการ ประชาสัมพันธ์

ขั้นตอนหลังการเผยแพร่

- ๖.๗ ติดตามผลการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ จากยอดจำนวนผู้ชม ที่รายงานผ่านทางระบบของเว็บไซต์ เพจเฟสบุ๊ค และเว็บไซต์ภายนอกที่เลือกเสนอข่าวสาร ของมหาวิทยาลัยฯ ซึ่งมีรายงานการเข้าชม เป็นตัวเลขสรุปยอด ทำให้ทราบถึงผลของจำนวนผู้รับสารที่มีต่อสื่อ ข่าว หรือวีดิทัศน์ ในแต่ละชิ้น

๗. ระบบติดตามประเมินผล

๗.๑ จำนวนตัวเลขยอดการรับชม และการเข้าถึง จากเว็บไซต์ที่สรุปผลการรับรู้ ข้อมูลข่าวสาร ของสื่อ ประเภทนั้น ๆ

๗.๒ รายงานผลการดำเนินงาน ในรูปแบบเอกสารรายงานการปฏิบัติงานประจำเดือน และวีดิทัศน์ สรุปข่าว

๘. เอกสารอ้างอิง

- ๘.๑ พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ ๒)
- ๘.๒ พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. ๒๕๓๗ - กรมทรัพย์สินทางปัญญา

๙. แบบฟอร์มที่ใช้

๙.๑ แบบฟอร์มขอความอนุเคราะห์ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ จอ LED มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

๑๐. ข้อเสนอแนะ/เทคนิคในการปฏิบัติงาน/ปัญหาอุปสรรค แนวทางการแก้ไขและพัฒนางาน

ข้อเสนอแนะ/ เทคนิคในการปฏิบัติงาน/ ปัญหาอุปสรรค	แนวทางการดำเนินการ
๑) การเข้าถึงยังไม่ครอบคลุม ไปในระดับภูมิภาค	- จัดการ สร้างช่องทางรับข่าวสารแบบทางการ (Official channel) เพื่อให้เกิดการประชาสัมพันธ์ช่องทาง ใดช่องทางหนึ่ง ที่เป็นหลักในการรับสารอย่างชัดเจน ทำให้ ความน่าเชื่อถือ และการเข้าถึงของผู้รับสาร สะดวกยิ่งขึ้น
๒) คุณภาพของ รูปภาพ วิดิทัศน์ ที่ได้รับจากแหล่งข่าวที่มาจาก คณะ/หน่วยงาน	- มีจัดอบรมการถ่ายภาพเบื้องต้น แก่บุคลากร ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ในการบันทึกภาพกิจกรรม และกำหนดคุณภาพพื้นฐานของภาพ ในการส่งข้อมูล เพื่อลงข่าวเผยแพร่ประชาสัมพันธ์
๓. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ มีความล่าช้า ในการติดตามข้อมูลประกอบการสร้างข่าว	- กำหนดข้อตกลงระหว่างหน่วยงาน ที่ขอความอนุเคราะห์ หรือขอใช้บริการ ในการเตรียมข้อมูลประกอบการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า