

ผู้วิจัยขอเสนอแผนการตลาด (Marketing Plan) และแผนการประชาสัมพันธ์ (Public Relations Plan) สำหรับ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย โดยมีรายละเอียดของแผนดังกล่าว ดังนี้

วัตถุประสงค์

๑. เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนนโยบาย ภารกิจ และการดำเนินกิจกรรมของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมาย
๒. เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคลากร หน่วยงานภายใน บัณฑิตวิทยาลัย ศิษย์ปัจจุบัน กับ ศิษย์เก่า บุคคล ประชาชน และหน่วยงานภายนอกกับบัณฑิตวิทยาลัย
๓. เป็นศูนย์กลางประสานงานด้านประชาสัมพันธ์และติดต่อสอบถามสำหรับหน่วยงาน และบุคคลทั้งภายในและภายนอก ที่เข้ามาติดต่อกับบัณฑิตวิทยาลัย
๔. เป็นศูนย์กลางของข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัย เพื่อให้บริการประชาสัมพันธ์ในด้านต่างๆ แก่หน่วยงานภายในบัณฑิตวิทยาลัย
๕. เพื่อประสานงานร่วมกับหน่วยงานของรัฐและเอกชน ตลอดจนดำเนินกิจกรรมอันเป็นประโยชน์ต่อชุมชน สังคม และประเทศชาติ

กลุ่มเป้าหมาย

๑. กลุ่มเป้าหมายภายในบัณฑิตวิทยาลัย
 - ผู้บริหาร คณาจารย์ พนักงาน ลูกจ้าง นิสิต
๒. กลุ่มเป้าหมายภายนอกบัณฑิตวิทยาลัย แบ่งเป็น
 - ๒.๑ กลุ่มเป้าหมายหลัก
 - ๒.๑.๑ นักศึกษาระดับอุดมศึกษา(ชั้นปีสุดท้าย) ครู อาจารย์แนะแนว ผู้ปกครอง นิสิต นักศึกษาสถาบันอื่นๆ ประชาชนทั่วไป
 - ๒.๑.๒ สื่อมวลชนทุกประเภท (หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร สำนักข่าว)
 - ๒.๑.๓ ศิษย์เก่า
 - ๒.๒ กลุ่มเป้าหมายรอง
 - หน่วยงานภาครัฐ เอกชน องค์กรทั้งในและต่างประเทศ

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

๑. กลุ่มเป้าหมายภายใน สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายใน มีดังนี้

- จดหมายข่าวรายวัน รายสัปดาห์
- วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มจร.
- เสียงตามสาย
- สื่ออิเล็กทรอนิกส์บอร์ด (ตัวอักษรวิ่ง)
- บอร์ดภาพข่าว
- पोสเตอร์ แผ่นพับ
- คัทเอ้าท์
- ป้ายไวเนล
- หนังสือที่จัดทำขึ้นในโอกาสต่างๆ
- สื่อบุคคล (การสนทนา การอภิปราย การบรรยาย การประชุม)

๒. กลุ่มเป้าหมายภายนอก เนื่องจากเป็นกลุ่มเป้าหมายที่กว้างและอยู่ทั่วทุกภาคของประเทศ จึงต้องใช้สื่อทุกรูปแบบเพื่อให้ข่าวสารได้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยทั่วถึง ดังนี้

๒.๑ การเผยแพร่ทางสื่อสิ่งพิมพ์

- วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มจร.
- เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release)
- หนังสือที่ผลิตขึ้นในโอกาสต่างๆ
- पोสเตอร์ แผ่นพับ

๒.๒ การเผยแพร่ทางสื่อมวลชนทุกประเภท (หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เคเบิล

ทีวี นิตยสาร สำนักข่าว)

สื่อมวลชนจะมีบทบาทมากในการทำประชาสัมพันธ์ เพราะเป็นผู้นำข่าวสารไปเผยแพร่กระจายข่าวให้กว้างขวางได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งประกอบด้วย

- จัดส่งภาพข่าวกิจกรรมต่างๆ
- การจัดทำข่าวเผยแพร่ต่อสื่อมวลชน
- การจัดแถลงข่าว
- การผลิตวีดิทัศน์แนะนำบัณฑิตวิทยาลัย
- วีดิทัศน์ในโอกาสวันสำคัญๆ เผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์ต่างๆ และเคเบิลทีวี
- การผลิตสปรอตวิทยุ ในโอกาสวันสำคัญๆ เผยแพร่ทางสถานีวิทยุต่างๆ

๒.๓ สื่อกิจกรรมพิเศษ

- การประชาสัมพันธ์บัณฑิตวิทยาลัยไปยังโรงเรียนต่างๆ
- การประชาสัมพันธ์บัณฑิตวิทยาลัยโดยนิสิต MCU Ambassador
- การจัดประกวด การให้รางวัลพิเศษ การจัดประชุมหรือสัมมนา
- การเปิดให้เยี่ยมชมหน่วยงาน แ การจัดงานฉลองครบรอบในโอกาสต่างๆ

๒.๔ สื่ออื่นๆ

- สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (แผ่นซีดี)
- สื่อนิทรรศการ
- ของที่ระลึก

กิจกรรมและระยะเวลา

งานประชาสัมพันธ์ แบ่งการประชาสัมพันธ์ออกเป็น ๒ ลักษณะ คือ การประชาสัมพันธ์กิจกรรมหลัก และการประชาสัมพันธ์กิจกรรมเฉพาะกิจ

๑. การประชาสัมพันธ์กิจกรรมหลัก

๑.๑ งานต้อนรับและสื่อมวลชนสัมพันธ์

กิจกรรม	ระยะเวลา	สาระโดยสรุป	กลุ่มเป้าหมาย
๑. ให้บริการข้อมูล ข่าวสาร	ทุกวัน ตลอดเวลา ราชการ	บริการข้อมูลต่างๆ แก่ผู้ที่สนใจที่ ขอมาและอำนวยความสะดวกแก่ ผู้ที่ต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสาร	ประชาชนทั่วไป
๒. เป็นหน่วยบริการติดต่อ สอบถามข้อมูลแก่สื่อมวลชน	ทุกวัน	อำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชน ที่ต้องการข้อมูล	สื่อมวลชน
๓. เป็นศูนย์กลางการต้อนรับ สื่อมวลชน	ทุกครั้งที่มีการจัด ประชุม แลก ข่าวและกิจกรรม ต่างๆ	อำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชน ที่มาทำข่าว	สื่อมวลชน
๔. เป็นศูนย์กลางการต้อนรับ แขกของมหาวิทยาลัย นักเรียน	ทุกครั้งที่มีการ เยี่ยมชม	อำนวยความสะดวกแก่ผู้เยี่ยมชม บัณฑิตวิทยาลัย	แขกของบัณฑิตวิทยาลัย นักเรียน
๕. เป็นศูนย์กลางการ	ทุกกิจกรรมพิธี	อำนวยความสะดวกแก่ผู้บริหาร	ผู้บริหาร นิสิต

ประสานงานพิธีการของมหาวิทยาลัย	การของชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์	นิสิต ที่เข้าร่วมกิจกรรมพิธีการ	ผู้จัดกิจกรรมพิธีการ
๖.บริการจัดทำป้ายตัวอักษร	ตามกิจกรรมที่เกิดขึ้น	ให้บริการแก่หน่วยงานต่างๆ	หน่วยงานภายในบัณฑิตวิทยาลัย
๗.เผยแพร่ข่าวสารเสียงตามสาย	จันทร์-ศุกร์	แจ้งข่าวสาร กิจกรรม ข้อมูลทั่วไป	บุคลากร นิสิต บุคคลทั่วไปที่อยู่ในบัณฑิตวิทยาลัย
๘.งานโครงการและกิจกรรมพิเศษ ด้านการประชาสัมพันธ์	ตามกิจกรรมที่เกิดขึ้น	จัด / ประสานกิจกรรมเพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กร และประชาสัมพันธ์เชิงรุกไปยังกลุ่มเป้าหมาย (นักเรียน)	สื่อมวลชน และประชาชน

๑.๒ งานผลิตและเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์

กิจกรรม	ระยะเวลา	สาระโดยสรุป	กลุ่มเป้าหมาย
๑.จัดทำเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์	ทุกวัน	แจ้งข่าวกิจกรรมและความก้าวหน้าทางวิชาการ	บุคลากรภายในมหาวิทยาลัย ประชาชน สื่อมวลชน
๒.ตรวจข่าว – ตัดข่าวหนังสือพิมพ์ (Press Clipping)	ทุกวัน	ข่าวที่เกี่ยวข้องกับ บัณฑิตวิทยาลัย ข่าวในแวดวงการศึกษาของสถาบันต่างๆ บทความ และข่าวที่น่าสนใจอื่นๆ	ผู้บริหารบัณฑิตวิทยาลัย
๓.จัดแถลงข่าว (Press Conference)	ตามกิจกรรมที่เกิดขึ้น	แจ้งข่าวต่อสื่อมวลชน	สื่อมวลชนแขนงต่างๆ
๔.จัดส่งภาพข่าวแก่สื่อมวลชน (Photo Release)	ตามกิจกรรมที่เกิดขึ้น	รายงานความเคลื่อนไหวตามกิจกรรมที่เกิดขึ้น	สื่อมวลชน ประชาชน
๕.การให้สัมภาษณ์ต่อสื่อมวลชน	ตามกิจกรรมที่เกิดขึ้น	รายงานข้อมูลความเคลื่อนไหวและให้ข้อมูลในเนื้อหาของข่าว	สื่อมวลชนแขนงต่างๆ
๖.การบันทึกภาพนิ่งและภาพวิดีโอ	ตามกิจกรรมที่เกิดขึ้น	บันทึกภาพนิ่ง ภาพวิดีโอ กิจกรรมสำคัญของบัณฑิตวิทยาลัย	หน่วยงานภายใน ผู้บริหารบัณฑิตวิทยาลัย

		วิทยาลัย เพื่อเผยแพร่แก่ สื่อมวลชน	สื่อมวลชน
๗.การประเมินผลการ ประชาสัมพันธ์ของสื่อมวลชน	ทุกเดือน	ตรวจสอบว่าสื่อมวลชน ประชาสัมพันธ์ข่าวของบัณฑิต วิทยาลัยมากน้อยเพียงใด	สื่อมวลชน
๘.งานโครงการและกิจกรรม พิเศษ ด้านการประชาสัมพันธ์	ตามกิจกรรม ที่เกิดขึ้น	จัด / ประสานกิจกรรมเพื่อสร้าง ภาพลักษณ์องค์กร และ ประชาสัมพันธ์เชิงรุกไปยัง กลุ่มเป้าหมาย	สื่อมวลชน และประชาชน

๑.๓ งานผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

กิจกรรม	ระยะเวลา	สาระโดยสรุป	กลุ่มเป้าหมาย
๑.จัดทำวารสาร	ทุกเดือน	แจ้งข่าวสาร กิจกรรม ผลงานทาง วิชาการ	ผู้บริหารอาจารย์ พนักงาน นิสิต สถาบันการศึกษาอื่น ศิษย์เก่า สื่อมวลชน
๒.จัดทำบัตรอวยพรปีใหม่	พฤศจิกายน- ธันวาคม ทุกปี	คำอวยพร	ผู้เกี่ยวข้องในวงการศึกษ ผู้มีอุปการะคุณแก่บัณฑิต วิทยาลัย ศิษย์เก่า สื่อมวลชน
๓. จัดทำแผ่นพับแนะนำ บัณฑิตวิทยาลัย	ทุก ๒ ปี	ประวัติบัณฑิตวิทยาลัย แนะนำ คณะต่างๆ ภาพเกี่ยวกับบัณฑิต วิทยาลัย	ผู้ปกครอง อาจารย์
๔.จัดทำเอกสารแนะนำ บัณฑิตวิทยาลัย	ตุลาคม	หลักสูตรที่เปิดสอนในบัณฑิต วิทยาลัย เรื่องราวต่างๆ ของบัณฑิต วิทยาลัย วันสำคัญต่างๆ ของบัณฑิต วิทยาลัย	อาจารย์ บุคลากรของบัณฑิต วิทยาลัย ผู้มีอุปการคุณ กรรมการสภามหาบัณฑิตวิทยาลัย สื่อมวลชน
๕. รายงานประจำปี	ทุกปี	ผลการดำเนินงานของบัณฑิต	หน่วยงานด้านการศึกษา

		วิทยาลัยในรอบปีที่ผ่านมา	ผู้มีอุปการคุณ กรรมการสภาฯ สื่อมวลชน
๖.โปสเตอร์และหมายเลขโทรศัพท์	ทุกปี	รวบรวม ชื่อ ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ของหน่วยงานจัดทำเป็นโปสเตอร์	หน่วยงานต่างๆ ภายใน
๗.บัตรแสดงความยินดีในโอกาสต่างๆ แสดงความยินดีกับผู้ปกครองที่นักเรียนสอบได้ที่บัณฑิตวิทยาลัย บัตรแสดงความยินดีที่บัณฑิตสำเร็จการศึกษา	เมษายน-พฤษภาคม	คำอวยพรแสดงความยินดี	ผู้ปกครอง บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา
๘.จัดทำวีดิทัศน์ในโอกาสสำคัญต่างๆ	ตามกิจกรรมที่เกิดขึ้น	เผยแพร่ข่าว กิจกรรมของบัณฑิตวิทยาลัย	บุคคลทั่วไป
๙.จัดทำวีดิทัศน์แนะนำบัณฑิตวิทยาลัยทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	ทุกปี	แนะนำบัณฑิตวิทยาลัย และหน่วยงานในสังกัด	ผู้มาเยี่ยมชมบัณฑิตวิทยาลัย แขกในและต่างประเทศ
๑๐.งานโครงการและกิจกรรมพิเศษ ด้านการประชาสัมพันธ์	ตามกิจกรรมที่เกิดขึ้น	จัด/ประสานกิจกรรมเพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กร และประชาสัมพันธ์เชิงรุกไปยังกลุ่มเป้าหมาย (นักเรียน)	สื่อมวลชน และประชาชน

๑.๔ งานสถานีวิทย์กระจายเสียงเพื่อการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย

กิจกรรม	ระยะเวลา	สาระโดยสรุป	กลุ่มเป้าหมาย
๑.งานผลิตและเผยแพร่รายการวิทยุ สารคดี และแถบบันทึกเสียง	ทุกวัน	ผลิตและเผยแพร่รายการวิทยุ สารคดี และแถบบันทึกเสียง	ประชาชนทั่วไป
๒.งานกำกับและดูแล		ติดตามการดำเนินรายการให้เป็นไปตาม	นักจัดรายการ หน่วยงาน

ผังรายการ		ผังรายการ ปรับปรุงผังรายการ ให้เป็นปัจจุบัน	ภายใน หน่วยงานภายนอก ประชาชนทั่วไป
๓.งานบริการสังคม		ประชาสัมพันธ์ ข้อมูล ข่าวสารของ หน่วยงานภายใน ภายนอก	นักจัดรายการ หน่วยงาน ภายใน หน่วยงานภายนอก สื่อมวลชน
๔.งานโครงการและ กิจกรรมพิเศษ ด้าน การประชาสัมพันธ์	ตาม กิจกรรม ที่เกิดขึ้น	จัด / ประสานกิจกรรมเพื่อสร้าง ภาพลักษณ์องค์กร และประชาสัมพันธ์ เชิงรุกไปยังกลุ่มเป้าหมาย (นิสิต)	สื่อมวลชน และประชาชน

๒. การประชาสัมพันธ์กิจกรรมเฉพาะกิจ

งานประชาสัมพันธ์ จะปฏิบัติหน้าที่ประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจในโอกาสที่บัณฑิตวิทยาลัย จัดกิจกรรมต่างๆ ขึ้น ซึ่งกิจกรรมบางกิจกรรมไม่ได้จัดขึ้นทุกปี โดยการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เช่น จัดทำสูจิบัตร หนังสือ แผ่นพับ โปสเตอร์ คัทเอ้าท์ เว็บไซต์ และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน แชนแนลต่างๆ ดังนี้

๑. งานพิธีพระราชทานปริญญาบัตร
๒. งานบัณฑิตวิทยาลัยวิชาการ
๓. งานโครงการและกิจกรรมพิเศษ ด้านการประชาสัมพันธ์
๔. งานโครงการและกิจกรรมของหน่วยงานภายใน ตามคำสั่งบัณฑิตวิทยาลัย ฯลฯ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๑. บุคลากรทุกหน่วยงานภายในบัณฑิตวิทยาลัย รวมทั้งนิสิต ได้รับทราบข่าวสาร ความเคลื่อนไหว ตลอดจนเข้าใจในผลการดำเนินงานของบัณฑิตวิทยาลัยอย่างถูกต้อง ต่อเนื่อง และ สม่่าเสมอ อันจะยังผลให้เกิดความร่วมมือที่ดีในการปฏิบัติงาน
๒. เพื่อให้ศิษย์เก่า ผู้ที่เกี่ยวข้องในวงการศึกษ พนักงาน ลูกจ้าง ของหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ เอกชน และประชาชนทั่วไป ได้รับทราบข้อมูล ข่าวสาร ความก้าวหน้า รวมทั้งเกิด ความเข้าใจในแนวนโยบายของบัณฑิตวิทยาลัย และมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อบัณฑิตวิทยาลัย และ พร้อมที่จะให้การสนับสนุนกิจกรรมของบัณฑิตวิทยาลัยด้วยดีตลอดไป

การติดตามประเมินผล

๑. ติดตามข่าวสารจากสื่อมวลชนหลายๆ แชนง ทั้งหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร วิทยุ โทรทัศน์ เว็บไซต์ ฯลฯ รวมทั้งการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวสารเพื่อจะได้ทราบปฏิกิริยาตอบรับจากกลุ่มเป้าหมาย
๒. สังเกตหรือสัมภาษณ์บุคลากรทุกฝ่ายในบัณฑิตวิทยาลัย ว่าได้รับทราบข่าวสารความเคลื่อนไหวและเข้าใจในบทบาทการดำเนินงานบัณฑิตวิทยาลัย
๓. สำรวจผลการส่งข่าวต่อสื่อมวลชน ว่าได้รับความร่วมมือเพียงใด และรายงานผลให้ผู้บริหารทราบ เพื่อเป็นการตรวจสอบความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน