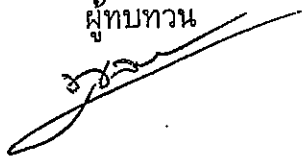


สำเนาควบคุม

 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์	คู่มือขั้นตอนการปฏิบัติงาน งานสื่อสารการตลาด	รหัสเอกสาร PM 35 ฉบับที่ 12 หน้าที่ 1/11
วันที่บังคับใช้ 15 กรกฎาคม 2558	ผู้ทบทวน  รองอธิการบดีฝ่ายภาคีสัมพันธ์	ผู้อนุมัติ กัมพร อนุรักษ์ธรรมะ ประธานกรรมการบริหารคุณภาพ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้กับหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยที่ขอใช้บริการถูกต้องตามความต้องการและตรงตามกำหนดเวลา
2. เพื่อควบคุมการเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยให้มีความถูกต้องและประสิทธิผล
3. เพื่อประชาสัมพันธ์เอกลักษณ์ ความมุ่งมั่น ความก้าวหน้าและสิ่งดีงามที่มหาวิทยาลัยดำเนินอยู่ให้แพร่หลายมากยิ่งขึ้น
4. เพื่อผลิตวารสารรายไตรมาส เผยแพร่ข่าวสารและความเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัย

ขอบข่าย

1. ครอบคลุมกระบวนการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ ตั้งแต่การหาข้อมูลงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยอื่นๆ จากสื่อต่างๆ ของปีการศึกษา ก่อนการวางแผนปฏิบัติงาน ดำเนินการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยประจำปี การศึกษา และการประเมินผลการปฏิบัติงาน
2. ให้บริการงานประชาสัมพันธ์และผลิตสื่อตามคำขอให้หน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย
3. ผลิตวารสารรายไตรมาสเพื่อเผยแพร่ข่าวสารและความเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัย

เอกสารที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

1. ผังการดำเนินงาน : งานสื่อสารการตลาด
2. แบบฟอร์มขอใช้บริการการผลิตสื่อและเผยแพร่ข่าวสาร (FM 35-1)
3. แบบฟอร์มการติดตามและตรวจสอบการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ทางสื่อสิ่งพิมพ์ (FM 35-3)
4. แบบฟอร์มการจัดเก็บภาพถ่าย แผ่นDISC (FM 35-6)

 มหาวิทยาลัยสุโขทัยวิทยา	คู่มือขั้นตอนการปฏิบัติงาน งานสื่อสารการตลาด	รหัสเอกสาร PM 35 ฉบับที่ 12 หน้า 2/11
--	---	---

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานทุกหน่วยงานในมหาวิทยาลัย

INPUT

1. แผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย
2. นโยบายด้านการสื่อสารการตลาดประจำปีการศึกษาจากอธิการบดี
3. ข้อมูลความเคลื่อนไหวของสถาบันอุดมศึกษา
4. ข้อมูลจากผลการดำเนินงาน โครงการต่างๆ ในปีที่ผ่านมา
5. บันทึกการขอใช้บริการด้านการผลิตและเผยแพร่ข่าวสาร
6. ข้อมูลผลงานของอาจารย์ที่ได้รับรางวัล ผลงานของนักศึกษาที่ส่งประกวด และได้รับรางวัล
7. กิจกรรมด้านทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม บริการสังคมและกิจกรรมนักศึกษา

OUTPUT

1. สื่อที่ผลิตให้ตามความต้องการของคณะหรือหน่วยงานหรือผู้บริหาร
2. ข่าวประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอผ่านสื่อภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย
3. โฆษณามหาวิทยาลัยที่ได้รับการเผยแพร่ทางหนังสือพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์
4. ภาพถ่ายกิจกรรมของนักศึกษาอาจารย์และหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

ตัวบ่งชี้

1. ร้อยละของจำนวนสื่อที่ฝ่ายสื่อสารการตลาดผลิตงานให้ผู้ขอใช้ได้ตรงตามเวลา (ไม่น้อยกว่าร้อยละ 96)
2. งานสื่อสารการตลาดที่ส่งไปเผยแพร่ผ่านสื่อ มีมูลค่าสื่อที่ได้รับการเผยแพร่ไม่น้อยกว่า 15 เท่าของงบประมาณที่ได้รับ
3. ผลิตวารสารรายไตรมาสได้ตามเวลาที่กำหนด

 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	คู่มือขั้นตอนการปฏิบัติงาน งานสื่อสารการตลาด	รหัสเอกสาร PM 35 ฉบับที่ 12 หน้าที่ 3/11
--	---	--

ขั้นตอนการปฏิบัติงาน		
ผู้รับผิดชอบ	ขั้นตอน/กิจกรรม	วิธีปฏิบัติ

ผู้อำนวยการ ฝ่ายสื่อสารการตลาด	1. รับนโยบายการสื่อสาร องค์กรประจำปี	1. ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารการตลาด รับนโยบายการสื่อสารการตลาดประจำปี การศึกษาจากอธิการบดีหรือรองอธิการบดีฝ่าย พัฒนารุรกิจ และศึกษาแผนกลยุทธ์ของ มหาวิทยาลัย
-----------------------------------	---	---

รองผู้อำนวยการ ฝ่ายสื่อสารการตลาด	2. รวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ วิเคราะห์การทำงาน ของฝ่ายสื่อสาร การตลาด	2.1 รองผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารการตลาด รวบรวมข้อมูลทางการตลาดจากสื่อมวลชน แขนงต่างๆของรัฐและเอกชนเพื่อวิเคราะห์ สถานการณ์การแข่งขันทางการตลาด 2.2 เลขานุการรวบรวมข้อมูลประเมินความ พึงพอใจในการให้บริการของฝ่ายสื่อสารการตลาด จากผลการวิจัยสถาบันของศูนย์บริการวิจัย เพื่อศึกษาการให้บริการของฝ่ายสื่อสารการตลาด กับหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย ศึกษากลยุทธ์ย่อยในแผนยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัย
--------------------------------------	---	--

ผู้อำนวยการ ฝ่ายสื่อสารการตลาด	3. ศึกษานโยบายและข้อมูล วางแผนการปฏิบัติงาน	2.3 รวบรวมข้อมูลนักศึกษา อาจารย์ปัจจุบัน ที่มีผลงานดีเด่นหรืองานที่ได้รับรางวัล ในปีการศึกษาที่ผ่านมาเป็นข้อมูลในการทำ ประชาสัมพันธ์ 3. นำข้อมูลจากข้อ 2 มาประชุมร่วมกับหัวหน้า แผนกต่างๆ เพื่อวิเคราะห์และแลกเปลี่ยนความ คิดเห็นระหว่างผู้ดำเนินงานใช้เป็นข้อมูล วางแผนการปฏิบัติงานของฝ่ายสื่อสารการตลาด
-----------------------------------	--	---

 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์	คู่มือขั้นตอนการปฏิบัติงาน งานสื่อสารการตลาด	รหัสเอกสาร PM 35 ฉบับที่ 12 หน้าที่ 4/11
--	--	---

ขั้นตอนการปฏิบัติงาน		
ผู้รับผิดชอบ	ขั้นตอน/กิจกรรม	วิธีปฏิบัติ

หัวหน้าแผนก
เลขานุการฝ่าย

4. จัดทำแผนปฏิบัติงานและ
งบประมาณประจำปี

4. หัวหน้าแผนกแต่ละแผนก เลขานุการฝ่าย
นำผลการวิเคราะห์จากข้อ 3 มาจัดทำโครงการ
แผนปฏิบัติงานพร้อมงบประมาณประจำปี
นำเสนอผู้อำนวยการฝ่าย เพื่อตรวจสอบ

รองอธิการบดี
ฝ่ายภาคีสัมพันธ์

5. ตรวจสอบแผนงาน
อนุมัติงบประมาณ

5. ผู้อำนวยการฝ่ายตรวจสอบแผนงานแล้ว
นำเสนอแผนงานประจำปีการศึกษาและงบ
ประมาณเพื่อขออนุมัติต่อรองอธิการบดี
ฝ่ายภาคีสัมพันธ์

ผู้อำนวยการ
ฝ่ายสื่อสารการตลาด

6. มอบหมายแผน
การดำเนินงาน

6. ผู้อำนวยการฝ่ายมอบหมายแผนการ
ดำเนินงานที่ได้รับอนุมัติแล้วให้หัวหน้าแผนก
ต่างๆ รับผิดชอบดำเนินงานตามแผน

แผนกทุกแผนก

7. ดำเนินงานตามแผน

7.1 ผู้อำนวยการฝ่าย ประชุมเจ้าหน้าที่ในฝ่าย
แบ่งงาน กำหนดผู้รับผิดชอบ ประสานงาน
การทำงานกับแผนกที่รับผิดชอบร่วมกัน
7.2 หัวหน้าแผนกประชุมเจ้าหน้าที่แบ่งงาน
ภายในแผนกที่รับผิดชอบ กำหนดผู้รับ
ผิดชอบงาน กำหนดวันแล้วเสร็จ

 มหาวิทยาลัยสุโขทัยวิทยา	คู่มือขั้นตอนการปฏิบัติงาน งานสื่อสารการตลาด	รหัสเอกสาร PM 35 ฉบับที่ 12 หน้าที่ 5/11
--	---	--

ขั้นตอนการปฏิบัติงาน		
ผู้รับผิดชอบ	ขั้นตอน/กิจกรรม	วิธีปฏิบัติ

หัวหน้าแผนก

8. ประเมินผลการ
ดำเนินงาน

8. หัวหน้าแผนกทุกแผนกประชุมประเมินผล
การปฏิบัติงานทุกเดือนเพื่อตรวจสอบ
แนวโน้มของการปฏิบัติงานให้บรรลุ
วัตถุประสงค์และปรับปรุงแก้ไขการ
ปฏิบัติงาน

ผู้อำนวยการ
ฝ่ายสื่อสารการตลาด

9. ประชุมประเมินผล

9.1 ผู้อำนวยการฝ่ายประชุมหัวหน้าแผนก
ประเมินผล การปฏิบัติงาน ทุกเดือน
9.2 วิเคราะห์และประเมินผลการทำงาน
ของแต่ละแผนก

 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	คู่มือขั้นตอนการปฏิบัติงาน งานสื่อสารการตลาด	รหัสเอกสาร PM 35 ฉบับที่ 12 หน้าที่ 6/11
--	---	--

ขั้นตอนการปฏิบัติงาน		
ผู้รับผิดชอบ	ขั้นตอน/กิจกรรม	วิธีปฏิบัติ

งานผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายใน

เจ้าหน้าที่ธุรการ

1. รับแจ้งความต้องการ
ขอใช้บริการ
จากหน่วยงานภายใน

1.1 รับแจ้งความต้องการขอใช้บริการผลิตสื่อ
เพื่อการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานภายใน
1.2 เสนอเรื่องขอใช้บริการผลิตสื่อ
ต่อผู้อำนวยการฝ่ายหรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย

ผู้อำนวยการ
ฝ่ายสื่อสารการตลาด

2. มอบหมายผู้รับผิดชอบ

2. ผู้อำนวยการฝ่าย/หรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย
พิจารณาประเภทของสื่อที่จะผลิตให้ตามคำขอ
ใช้บริการแล้วมอบผู้รับผิดชอบดำเนินการตาม
ประเภทของสื่อ

หัวหน้าแผนก

3. ผลิตสื่อตามคำขอหรือ
ผลิตสื่อของฝ่าย

3.1 ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้หน่วยงานที่ขอมา
เพื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัย
3.2 ฝ่ายสื่อสารการตลาดผลิตสื่อที่เป็นของฝ่าย
เพื่อประชาสัมพันธ์งานของมหาวิทยาลัย

หัวหน้าแผนก

4. ส่งผลงานให้เจ้าของงาน
รับสื่อไปเผยแพร่

4. ผู้อำนวยการฝ่ายหรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย
ตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสม
ของสื่อที่ผลิตแล้วส่งให้เจ้าของงานรับไป
เผยแพร่หรือดำเนินการเผยแพร่ให้
และเผยแพร่สื่อที่ฝ่ายรับผิดชอบผลิตให้กับงาน
ของมหาวิทยาลัย

เจ้าหน้าที่ธุรการ

5. ประเมินผลความพึงพอใจ

5. เจ้าหน้าที่ส่งแบบประเมินผลความพึงพอใจ
ให้เจ้าของงานที่รับงานไปแล้วประเมินผลงาน
วิเคราะห์ผลการประเมินความพึงพอใจ
เพื่อปรับปรุงงาน

 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์	คู่มือขั้นตอนการปฏิบัติงาน งานสื่อสารการตลาด	รหัสเอกสาร PM 35 ฉบับที่ 12 หน้าที่ 7/11
--	--	---

ขั้นตอนการปฏิบัติงาน		
ผู้รับผิดชอบ	ขั้นตอน/กิจกรรม	วิธีปฏิบัติ

งานผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ภายนอก

ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารการตลาด	1. วางแผนจัดทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ภายนอก	1. ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารการตลาดประชุมกับรองผู้อำนวยการ หัวหน้าแผนกพิจารณาจัดทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ภายนอกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย และนำเสนอผลงานของนักศึกษาหรืออาจารย์ - กรณีสื่อที่ผลิตได้เองมอบเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบดำเนินการผลิต - กรณีสื่อที่ผลิตไม่ได้ต้องดำเนินการจัดจ้างดำเนินการตามขั้นตอนต่อไป
--------------------------------------	---	--

ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารการตลาด	2. ประชุมจัดประเภทของสื่อ	2.1 ประชุมรองผู้อำนวยการฝ่าย หัวหน้าแผนกเพื่อจัดประเภทและรายการของสื่อที่จัดทำเองไม่ได้ 2.2 นำเสนอรายการจัดทำสื่อต่อคณะกรรมการพิจารณาการซื้อสื่อโฆษณาเพื่อพิจารณา คณะกรรมการพิจารณา สื่อ งบประมาณ และบริษัทรับทำโฆษณา
--------------------------------------	----------------------------------	---

 มหาวิทยาลัยสุโขทัยวิทยา	คู่มือขั้นตอนการปฏิบัติงาน งานสื่อสารการตลาด	รหัสเอกสาร PM 35 ฉบับที่ 12 หน้าที่ 8/11
--	---	--

ขั้นตอนการปฏิบัติงาน		
ผู้รับผิดชอบ	ขั้นตอน/กิจกรรม	วิธีปฏิบัติ

รองผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารการตลาด หัวหน้าแผนก

3. ประชุมกำหนดการจัดทำ
สื่อกับหน่วยงานภายนอก

3. รองผู้อำนวยการ หัวหน้าแผนก เชิญบริษัท
ทำโฆษณาที่รับจ้างผลิตสื่อที่ผ่านการ
พิจารณา มาประชุมกำหนดแผนการจัดทำสื่อ
- แจงวัตถุประสงค์และความต้องการของสื่อแต่ละประเภท
- กำหนดเวลาผลิตสื่อ กำหนดวันตรวจงาน
และวันส่งงาน

หัวหน้าแผนก

4. ตรวจสอบผลงาน

4. หัวหน้าแผนกตรวจสอบผลงานสื่อตาม
รายการและข้อมูลที่ตกลงกันไว้ให้ถูกต้อง
กรณีไม่ถูกต้อง ผู้ตรวจผลงานสื่อจะต้องแจ้ง
บริษัทผู้รับจ้างให้เข้าใจงานที่ต้องการแก้ไขให้
ชัดเจน

รองผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารการตลาด

5. ลงนามรับรองความถูกต้อง

5. หัวหน้าแผนกตรวจสอบความถูกต้องของสื่อ
แล้วเสนอผลงานสื่อให้รองผู้อำนวยการ
ตรวจสอบ

กรณีตรวจสอบแล้ว ยังไม่ถูกต้องให้แก้ไข
ให้ถูกต้องก่อนลงนามรับรองความถูกต้อง
หัวหน้าแผนกและผู้ตรวจรับสื่อประเมินผลงาน

รองผู้อำนวยการ
หัวหน้าแผนก

6. เผยแพร่สื่อ

6. รองผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารการตลาดหรือ
หัวหน้าแผนกมอบหมายเจ้าหน้าที่
- ดำเนินการติดต่อซื้อเวลา และพื้นที่สื่อ
ตามที่กำหนดแล้วนำเสนอรองผู้อำนวยการฝ่าย
- ดำเนินการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ให้สื่อ
ภายนอก
- การส่งข่าว ส่งทาง e-mail หรือส่งข่าวด้วยตนเอง

 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	คู่มือขั้นตอนการปฏิบัติงาน งานสื่อสารการตลาด	รหัสเอกสาร PM 35 ฉบับที่ 12 หน้าที่ 9/11
--	---	--

ขั้นตอนการปฏิบัติงาน		
ผู้รับผิดชอบ	ขั้นตอน/กิจกรรม	วิธีปฏิบัติ

เจ้าหน้าที่แผนก
โฆษณาและ
ประชาสัมพันธ์

7. ติดตามตรวจสอบ
การเผยแพร่สื่อ

7. เจ้าหน้าที่แผนกโฆษณาติดตามการเผยแพร่
ชิ้นงานโฆษณาในสื่อต่างๆ ที่ได้จัดซื้อ
เจ้าหน้าที่แผนกประชาสัมพันธ์ตรวจสอบ
ชิ้นงานที่เผยแพร่ในสื่อต่างๆ
จัดทำ clipping ขาวให้ผู้บริหารทราบ

เลขานุการฝ่าย

8. ดำเนินการชำระเงิน
ค่าใช้จ่าย

8. เลขานุการฝ่ายดำเนินการชำระเงินค่าใช้จ่าย
ให้ผู้รับจ้างทุกประเภทโดยให้มารับเงินที่แผนก
การเงิน

หัวหน้าแผนก

9. จัดเก็บผลงาน

9. จัดเก็บผลงานการผลิตสื่อ การเผยแพร่
การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ ไว้เป็น
ตัวอย่างสำหรับปรับปรุงการผลิตสื่อในปีต่อไป

 มหาวิทยาลัยสุโขทัยวิทยา	คู่มือขั้นตอนการปฏิบัติงาน งานสื่อสารการตลาด	รหัสเอกสาร PM 35 ฉบับที่ 12 หน้าที่ 10/11
--	---	---

ขั้นตอนการปฏิบัติงาน		
ผู้รับผิดชอบ	ขั้นตอน/กิจกรรม	วิธีปฏิบัติ

งานจัดทำวารสาร

ผู้อำนวยการ

1. แต่งตั้งกองบรรณาธิการ

1. ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารการตลาดแต่งตั้งกองบรรณาธิการดำเนินงานจัดทำวารสารรายไตรมาส

บรรณาธิการ

2. ประชุมกำหนดหัวข้อหลักของวารสาร

2. ประชุมกองบรรณาธิการกำหนดหัวข้อหลักของวารสารแต่ละฉบับ

กองบรรณาธิการ

3. ติดตามรวบรวมต้นฉบับจัดทำรูปเล่ม

3. ติดตามขอบทความและรวบรวมต้นฉบับจัดทำรูปเล่ม คอลัมน์ประจำ คอลัมน์พิเศษ ปิดรับต้นฉบับ
ตรวจแก้ต้นฉบับ ตรวจแก้และพิสูจน์อักษร

กองบรรณาธิการ

4. เสนอบรรณาธิการ

4. ส่งรูปเล่มให้บรรณาธิการตรวจบรรณาธิการพิจารณา คอลัมน์ รูปเล่ม
ส่งคืนกองบรรณาธิการ
จัดทำ art work

กองบรรณาธิการ

5. จัดพิมพ์

5. กองบรรณาธิการตรวจสอบรูปเล่ม art work ก่อนนำส่งโรงพิมพ์เพื่อจัดพิมพ์
จัดส่งให้กองบรรณาธิการตรวจครั้งสุดท้าย
ผลิตวารสารตามจำนวนที่ต้องการตามเวลาที่กำหนดส่งมอบงาน

กองบรรณาธิการ

6. จัดส่งวารสาร

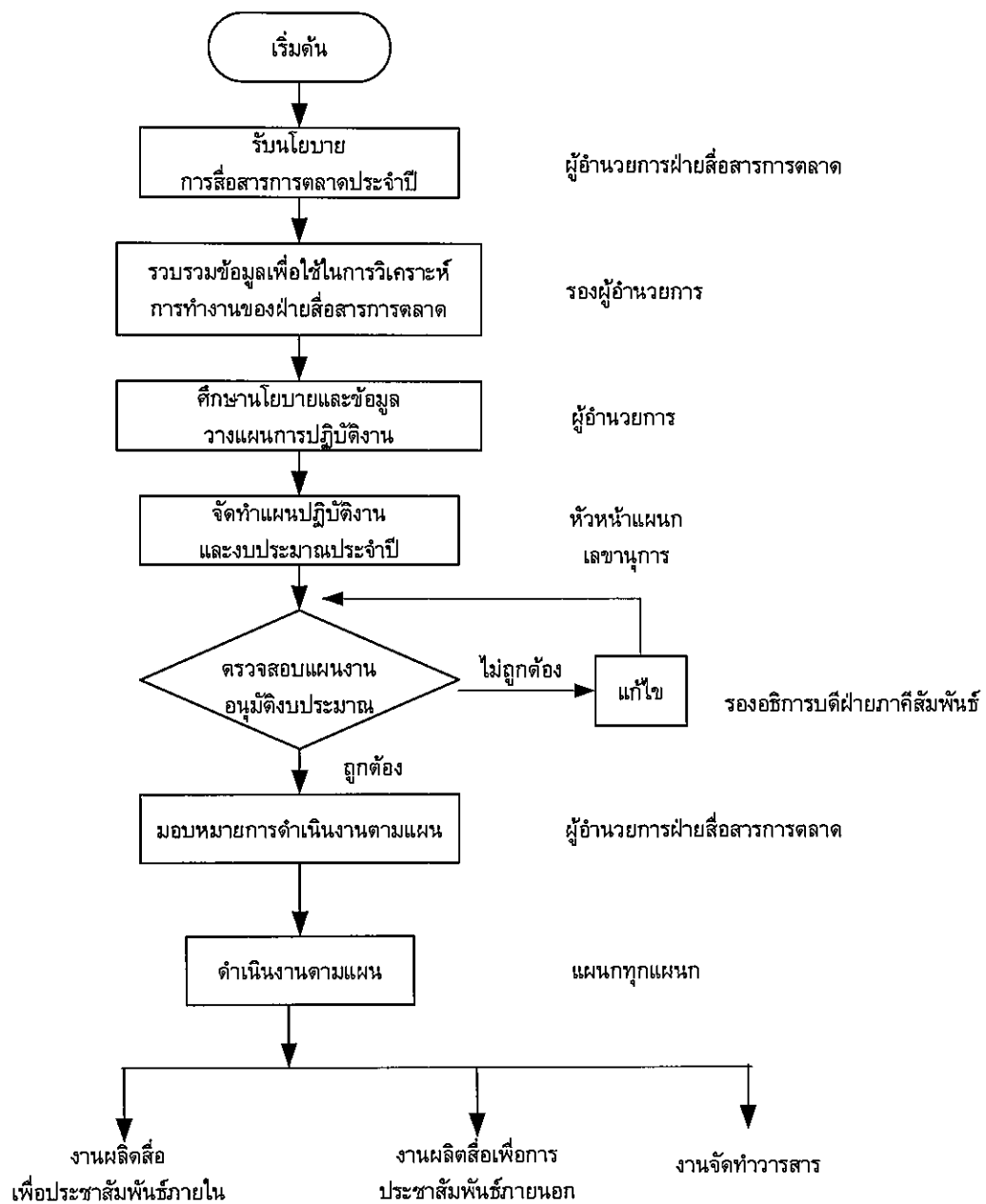
6. จัดส่งวารสารรายไตรมาสไปให้กลุ่มเป้าหมาย

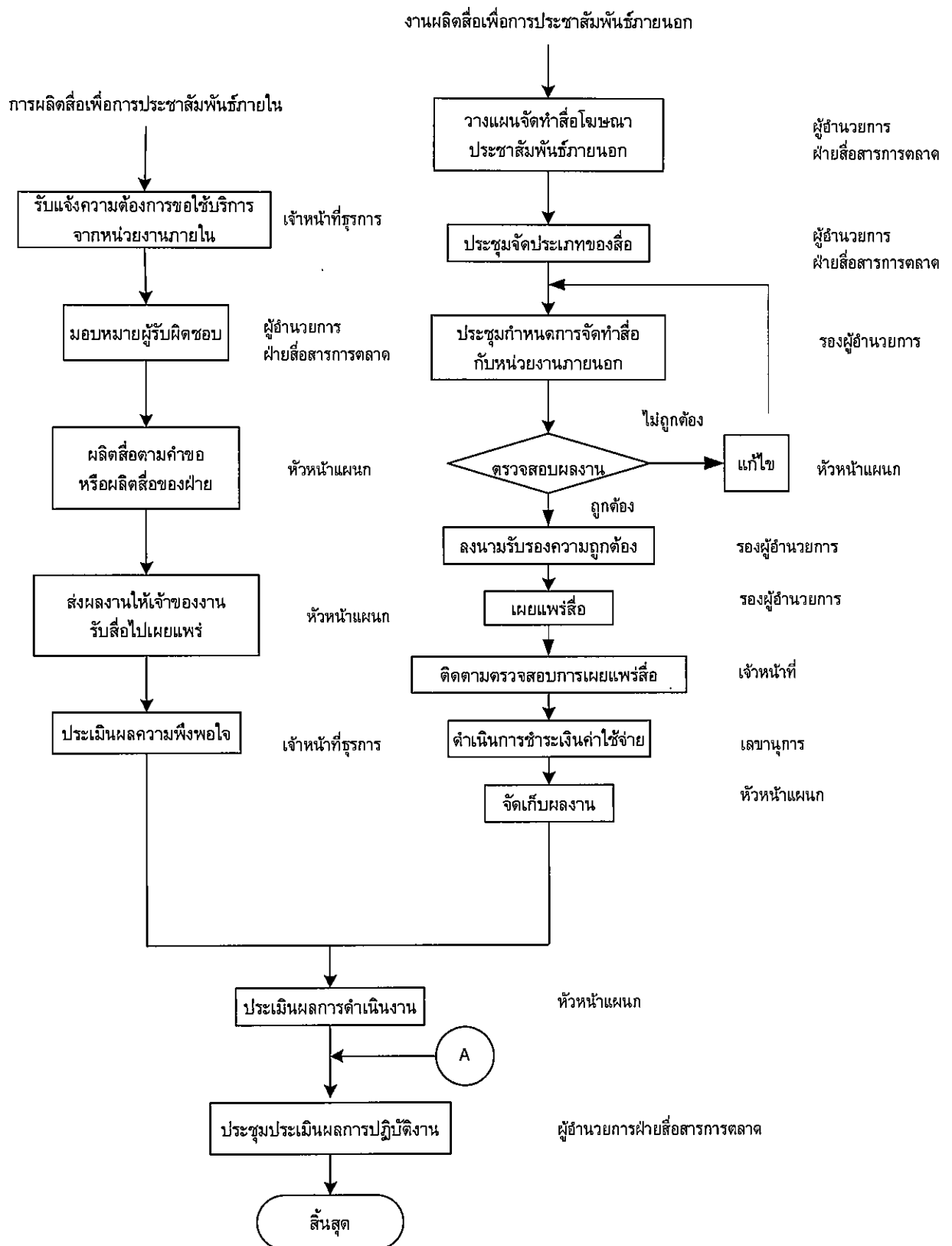
 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	คู่มือขั้นตอนการปฏิบัติงาน งานสื่อสารการตลาด	รหัสเอกสาร PM 35 ฉบับที่ 12 หน้าที่ 11/11
--	---	---

บันทึกคุณภาพ :

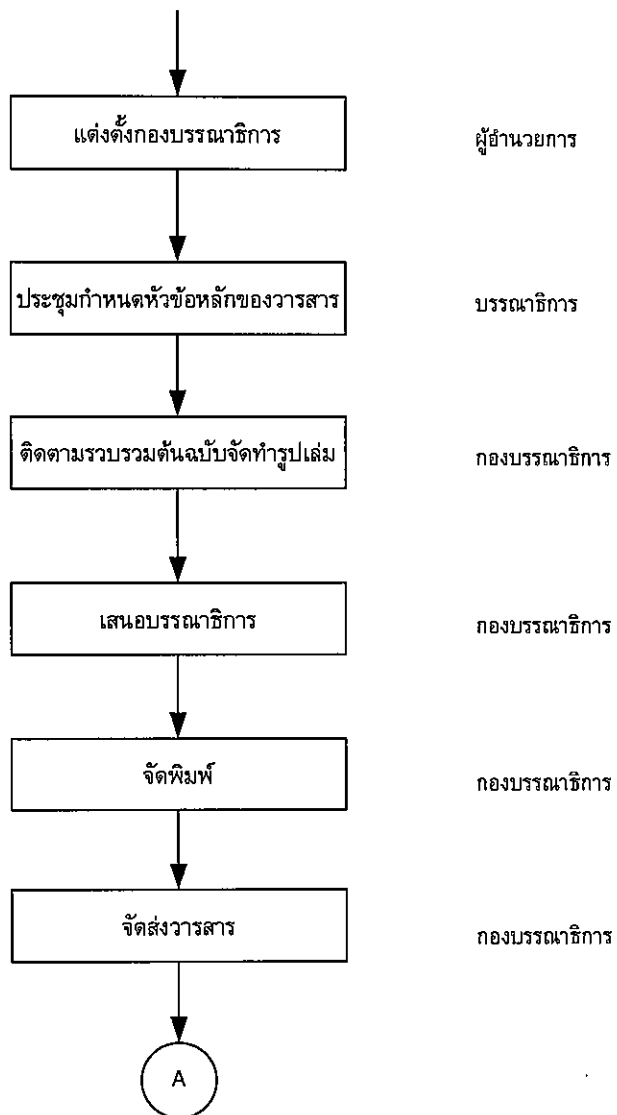
ชื่อเอกสาร	รหัสเอกสาร	ผู้เก็บเอกสาร	ระยะเวลาเก็บ
แบบฟอร์มขอใช้บริการการผลิตสื่อ และเผยแพร่ข่าวสาร	FM 35-1	เลขานุการฝ่าย	1 ปี
แบบฟอร์มการติดตามและตรวจสอบการเผยแพร่สื่อข่าวประชาสัมพันธ์ทางสื่อหนังสือพิมพ์	FM 35-3	เลขานุการฝ่าย	1 ปี
แบบฟอร์มการจัดเก็บภาพถ่ายแผ่น DISC	FM 35-6	เจ้าหน้าที่แผนกประชาสัมพันธ์	ต่อเนื่อง

ผังการดำเนินงาน : งานสื่อสารการตลาด





งานจัดทำวารสาร





มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

งานศิลปกรรม บาท
สรุปค่าใช้จ่าย งานสร้างสรรค์ บาท
รวมเป็นเงินทั้งสิ้น บาท

หมายเลขรับงาน.....
รับงานวันที่...../...../.....
ผู้รับงาน.....

แบบฟอร์มขอใช้บริการการผลิตสื่อและเผยแพร่ข่าวสาร

มีความประสงค์ให้ฝ่ายสื่อสารการตลาดดำเนินการดังนี้

งานศิลปกรรม

- ☐ โฟมเวที
☐ ป้ายผ้า
☐ ป้ายต้อนรับ
☐ อื่นๆ.....

งานสร้างสรรค์

- ☐ ออกแบบแผ่นพับ
☐ ออกแบบโปสเตอร์
☐ ป้ายชื่อวิทยากร ป้าย
☐ อื่นๆ.....

งานประชาสัมพันธ์

- ☐ ถ่ายภาพ
☐ ทำข่าวประชาสัมพันธ์ภายใน
☐ ส่งข่าวประชาสัมพันธ์ภายนอก
☐ อื่นๆ.....

รายละเอียดของงาน

ผู้ขอรับบริการจากฝ่ายสื่อสารการตลาด

ชื่อ-สกุล คณะ/ หน่วยงาน โทร อีเมล
ต้องการใช้งานวันที่ สถานที่
ชื่องาน/โครงการ ☐ มีงบประมาณ บาท
รหัสโครงการ/ บัญชี..... รหัสหน่วยงาน..... เลขที่ขออนุมัติในระบบ Workflow.....

โปรดแนบรายละเอียดโครงการที่ได้รับอนุมัติมาด้วย 1 ชุด

ลงนาม.....

คณบดี หรือ ผู้อำนวยการ หน่วยงานที่ขอใช้บริการ

วันที่/...../.....

ลงนาม.....

ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารการตลาด

วันที่/...../.....

โปรดแจ้งขอรับบริการก่อนวันที่รับงานอย่างน้อย 1 สัปดาห์

ฝ่ายสื่อสารการตลาด ขอขอบคุณที่ใช้บริการ



มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

แบบฟอร์มการติดตามและตรวจสอบการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ทางสื่อสิ่งพิมพ์

หัวข้อข่าว

หน่วยงานต้นสังกัด

ผู้บันทึก

ที่	สื่อมวลชน ที่ส่งข่าว	สายข่าวนักข่าวที่ส่งข่าวให้	ข่าวสั้น		ข่าวยาว		ภาพข่าว		อื่น ๆ		หมายเหตุ
			ส่ง	ลง	ส่ง	ลง	ส่ง	ลง	ส่ง	ลง	
1	นสพ. ไทยรัฐ										
2	เดลินิวส์										
3	มติชน										
4	ข่าวสด										
5	กรุงเทพธุรกิจ										
6	สยามรัฐ										
7	แนวหน้า										
8	สยามกีฬา										
9	ไทยโพสต์										
10	โพสต์ทูเดย์										
11	บ้านเมือง										
12	ประชาชาติ										
13	ฐานเศรษฐกิจ										
14	สยามธุรกิจ										
15	บางกอกทูเดย์										
16	คม ชัด ลึก										
17	นิตยสาร										
18											
รวมทั้งสิ้น											



แบบฟอร์มการจัดเก็บภาพถ่าย แผ่นDisc

FM 35-6
ISSUE 5 : 15/11/51

ทำตามข้อกำหนด

- 4.2.4 Control of records
- 5.4 Planning
- 5.5.3 Internal communication
- 7.1 Planning of product realization
- 7.2 Customer related process
- 7.5 Production and service provision
- 8.2 Monitoring and measurement
- 8.4 Analysis of data
- 8.5 Improvement

ตัวบ่งชี้ของวัตถุประสงค์คุณภาพ ระบบบริหารคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9001:2008

ชื่องาน	วัตถุประสงค์	ตัวบ่งชี้ปีการศึกษา 2558	ผลตามตัวบ่งชี้ปีการศึกษา 2558
PM35 งาน สื่อสาร การตลาด	1. เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้กับหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยที่ขอใช้บริการถูกต้องตามความต้องการและตรงตามกำหนดเวลา 2. เพื่อควบคุมการเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยให้มีความถูกต้องและประสิทธิภาพ 4. เพื่อประชาสัมพันธ์เอกลักษณ์ ความมุ่งมั่น ความก้าวหน้า และสิ่งดีงามที่มหาวิทยาลัยดำเนินอยู่ให้แพร่หลายมากยิ่งขึ้น 5. เพื่อผลิตวารสารรายไตรมาสเผยแพร่ข่าวสารและความเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัย	1. ร้อยละของจำนวนสื่อที่ฝ่ายสื่อสารการตลาดผลิตงานให้ผู้ขอใช้ได้ตามเวลา (ไม่น้อยกว่าร้อยละ 96) 2. งานสื่อสารการตลาดที่ส่งไปเผยแพร่ผ่านสื่อ มีมูลค่าสื่อที่ได้รับการเผยแพร่ไม่น้อยกว่า 15 เท่าของงบประมาณที่ได้รับ 3. ผลิตวารสารรายไตรมาสได้ตามเวลาที่กำหนด	