

สารบัญ

คำนำ		หน้า
ภาค 1	ความเบื้องต้น	
บทที่ 1	ความทั่วไป	1
	ความหมายของการประชาสัมพันธ์	1
	ความรับผิดชอบและงานด้านการประชาสัมพันธ์	6
	คุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์	16
บทที่ 2	ปัญหาและกรณีศึกษา	21
	ปัญหาและโอกาส	21
	กรณีศึกษา	22
	ประโยชน์เปรียบเทียบในการศึกษาปัญหาและกรณีศึกษา	25
	กรณีศึกษาของ บริษัท ไฮโปเทททิคอล เปเปอร์ จำกัด	27
บทที่ 3	ภาพพจน์ขององค์การ	41
	ภาพพจน์	41
	ภาพพจน์ขององค์การ	42
	ความสำคัญของภาพพจน์ขององค์การ	45
	การสร้างภาพพจน์ขององค์การ	46
	การสร้างภาพพจน์ของบริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด	49
ภาค 2	แนวทางแก้ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์	
บทที่ 4	การวิเคราะห์สถานการณ์	61
	การวิเคราะห์สถานการณ์	63
	การระบุปัญหา	64

	หน้า
การกำหนดลำดับปัญหา	68
การศึกษาและวิเคราะห์ปัญหา	69
การวิจัย	72
ประโยชน์ของการวิจัยด้านประชาสัมพันธ์	73
ประเภทของการวิจัย	75
บทที่ 5	
การกำหนดวัตถุประสงค์	89
วัตถุประสงค์ด้านการประชาสัมพันธ์	89
ลักษณะของวัตถุประสงค์	99
การกำหนดลำดับวัตถุประสงค์	102
การบริหารโดยการกำหนดวัตถุประสงค์	103
บทที่ 6	
การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย	109
ความหมายของกลุ่มคน	109
กลุ่มคนที่องค์การเกี่ยวข้อง	110
การระบุกลุ่มเป้าหมาย	118
การกำหนดลำดับกลุ่มเป้าหมาย	122
การศึกษาวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย	124
บทที่ 7	
การวางแผนโครงการ	133
กระบวนการตัดสินใจ	134
กลยุทธ์และยุทธวิธี	139
แนวคิด	139
ลักษณะของแนวคิด	140
วิธีการกำหนดแนวคิด	141
สื่อหรือกิจกรรม	142

	หน้า
	144
	147
	150
	157
	167
บทที่ 8	169
การกำหนดงบประมาณและระยะเวลาดำเนินการ	169
การงบประมาณ	169
งบประมาณของแผนกประชาสัมพันธ์	170
งบประมาณโครงการ	172
การคิดงบประมาณโครงการ	172
การกำหนดเวลาทำงาน	179
The D - Day Method	179
Gantt Chart	181
PERT	182
CPM	186
บทที่ 9	189
การเสนองานและการดำเนินงาน	189
การเสนองาน	189
การเสนองานโดยการเขียน	190
การเสนองานด้วยวาจา	191
การใช้สื่อทัศนูปกรณ์ประกอบ	202
การดำเนินงาน	203

	หน้า
บทที่ 10	
การประเมินผล	209
กระบวนการประเมินผล	211
การวัดผล	212
การวัดผลการจัดทำกิจกรรม	212
การวัดผลการแจกจ่าย	213
การวัดการเผยแพร่	213
การวัดความถูกต้อง	218
การวัดการยอมรับข่าวสาร	219
การวัดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ	220
การวัดพฤติกรรม	220
การวัดผลของกิจกรรมอื่น ๆ	221
การรายงานผล	222
อุปสรรคในการวัดและประเมินผล	225
ผู้ประเมินผล	227
การนำผลของการประเมินผลไปใช้ในการตัดสินใจ	227
ภาค 3	
เทคนิคการปฏิบัติงาน	
บทที่ 11	
สิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์	233
หลักพื้นฐานด้านการเขียน	233
ข่าวแจก	235
เอกสารสรุป แผ่นพับ คู่มือและสื่อทางไปรษณีย์อื่น ๆ	242
วารสาร	249
รายงานประจำปี	254

		หน้า
บทที่ 12	การสื่อสารทางวาจา	261
	การพูดแบบเผชิญหน้า	261
	คำกล่าว	263
	การสัมภาษณ์	269
	การพูดต่อ	274
	ข่าวลือ	275
	บทที่ 13	โสตทัศนูปกรณ์
ภาพถ่ายและภาพประกอบ		279
วิทยุ		283
สไลด์ फिल्मสตริป		288
โทรทัศน์ โทรทัศน์วงจรปิดและวิดีโอ		294
ภาพยนตร์		298
บทที่ 14		งานพิเศษและกิจกรรมอื่น ๆ
	งานพิเศษ	303
	การประชุม	305
	การเปิดให้ชมกิจการ	310
	การให้การสนับสนุน	311
	การจัดแสดง	314
	การรับประทานอาหารร่วมกัน	316
	การโฆษณา	319
	การติดต่อขึ้นำ	327

		หน้า
แบบฝึกปฏิบัติ		
กรณีศึกษาตัวอย่าง	บริษัท นางฟ้า จำกัด	333
กรณีศึกษาที่ 1	บริษัท เคมีไทย จำกัด	336
กรณีศึกษาที่ 2	บริษัท สินค้าไทย จำกัด (1)	337
กรณีศึกษาที่ 3	บริษัท สินค้าไทย จำกัด (2)	338
กรณีศึกษาที่ 4	บริษัท ประเทศไทยเท็กซ์ไทล์ จำกัด	339
กรณีศึกษาที่ 5	บริษัท ยาดี้ จำกัด	340
กรณีศึกษาที่ 6	บริษัท สัมประรดไทย จำกัด	340
กรณีศึกษาที่ 7	บริษัท ก้าวไทย จำกัด	341
กรณีศึกษาที่ 8	บริษัท น้ำอัครมไทยแลนด์ จำกัด	342
กรณีศึกษาที่ 9	บริษัท กระดาษไทย จำกัด	343
กรณีศึกษาที่ 10	โครงการโบลีโอฟลัส	344
เชิงอรรถ		347
บรรณานุกรม		353