

โครงการอบรมหลักสูตรพัฒนาผู้ผลิตรายการสำหรับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

1. หลักการและเหตุผล

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา คนไทยเริ่มคุ้นกับคำว่า “Disruptive Technology” ที่เข้ามามีบทบาทสำคัญและทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในวงการสื่อสารมวลชนไทย การพัฒนาของเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ผลที่เกิดขึ้นทำให้วิถีชีวิตการทำงานในอุตสาหกรรมการต่างๆได้รับกระทบที่เกิดขึ้นอย่างถาวร แต่ละครึ่งก็ต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด หนึ่งในนั้นก็คือธุรกิจสื่อที่ได้รับผลกระทบโดยตรง การเกิดขึ้นของแพลตฟอร์มใหม่ๆเข้ามาแทนที่สื่อดั้งเดิม มีสื่อใหม่ในรูปแบบที่แตกต่างจากเดิมเข้ามาแทนที่ ดังนั้นสื่อไหนที่ไม่พร้อมปรับตัว ไม่รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงก็เป็นอันต้องล้มหายตายจากไปในที่สุด

สิ่งที่เป็นปรากฏการณ์ที่ชัดเจนที่สุด คงหนีไม่พ้นสื่อสิ่งพิมพ์ ไม่ว่าจะเป็นนิตยสาร วารสารและหนังสือพิมพ์ ล้วนได้รับผลกระทบจากเทคโนโลยี ซึ่งพบว่ามีจำนวนไม่น้อยเริ่มทยอยปิดตัวและยุติกิจการไปแล้ว ส่วนที่ยังเหลืออยู่คือ ผู้ประกอบการที่สามารถปรับตัว และพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนรูปแบบและวิธีดำเนินงานให้สอดคล้องกับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป การปรับไปสู่แพลตฟอร์มอื่น ๆ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์ ไม่เว้นแม้แต่สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ยังต้องปรับตัวเช่นกัน โดยมีการปรับการทำงาน และปรับโครงสร้างองค์กรเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีนั่นเอง

การบริหารจัดการถือเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่จำเป็นต้องมีการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์เพื่อช่วยกำหนดทิศทางและขับเคลื่อนเพื่อรับมือกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น คงปฏิเสธไม่ได้ว่า แต่ละองค์กรสื่อต้องเตรียมความพร้อมรับมือกับทุกสถานการณ์ ดังนั้นหัวใจสำคัญที่สุดคือ การสร้างองค์ความรู้ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นการติดอาวุธให้กับบรรดาผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ การสร้างบุคลากรในวิชาชีพมีความรู้ความสามารถ มีวิสัยทัศน์อันเป็นพลวัต เพื่อนำพาให้องค์กรสามารถบรรลุตามเป้าหมาย ทั้งด้านภารกิจขององค์กรและบทบาทในสังคมควบคู่ไปด้วย

หัวใจสำคัญของสื่อมวลชนในยุคดิจิทัลคือ การรู้เท่าทันและพร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น การจัดทำหลักสูตรการอบรมเชิงปฏิบัติการให้สอดคล้องและทันกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น นับเป็นโอกาสดีขององค์กรวิชาชีพสื่อมวลชนที่เห็นถึงความสำคัญการเสริมสร้างและพัฒนาองค์ความรู้เพื่อนำไปสู่การเพิ่มพูนทักษะความสามารถให้แก่บุคลากรในวิชาชีพสื่อ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้กระบวนการคิดและวิธีการทำงานอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สอดคล้องกับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป ตลอดจนการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารที่มุ่งหวังเพื่อการเพาะบ่มปลูกฝังเรื่องคุณธรรม และจริยธรรมด้วย

หลักสูตรนี้จะช่วยเสริมทักษะให้กับผู้ประกอบการวิชาชีพที่เป็นผู้ปฏิบัติงานระดับกลางของแต่ละองค์กร ได้เรียนรู้ทางด้านวิชาการ และวิธีปฏิบัติที่ทันสมัย เพื่อนำไปปรับใช้ในการทำงาน รองรับการแข่งขันของกิจการ ให้มีเนื้อหาครอบคลุมทุกมิติของการบริหารธุรกิจสมัยใหม่ ไม่ว่าจะเป็นการบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคล การวางแผนกลยุทธ์ที่มีความสำคัญในการผลิตรายการมีประสิทธิภาพจนสามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ขององค์กร

บริษัท อิศรา ไทย เพรส เดเวลอปเมนท์ จำกัด มีภารกิจสำคัญประการหนึ่งในการพัฒนาบุคลากรในวิชาชีพ โดยการจัดทำโครงการฝึกอบรมระยะยาวให้ผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ รวมทั้งสื่อมวลชนที่ต้องการพัฒนาทักษะการทำงานด้านการผลิตรายการ อีกทั้งยังเป็นการเปิดโอกาสให้นักวิชาชีพสื่อมวลชนที่มีประสบการณ์ทำงานมายาวนานได้ร่วมแลกเปลี่ยนมุมมองแนวคิดร่วมกับบุคลากรในภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน องค์กรด้านการโฆษณาที่ดูแลรับผิดชอบการซื้อสื่อโฆษณาและฝ่ายการผลิตสื่อโฆษณา

ภาคเอกชน ภาครัฐและผู้ประกอบวิชาชีพที่เกี่ยวข้องเช่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การทำงาน แนวคิด มุมมองระหว่างกัน เป็นช่องทางในการเสริมสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ เพื่อนำไปปรับใช้เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาทางวิชาชีพของตนเองและประเทศชาติต่อไปได้

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้กับผู้ประกอบวิชาชีพในแวดวงโทรทัศน์ในยุคที่มีช่องทางการสื่อสาร (Platforms) ที่หลากหลาย และมีข้อมูลเชิงอ่อนไหวจำนวนมาก ให้มีมุมมอง ทักษะ ทักษะ การหาประเด็น การบริหารจัดการที่อยู่ในกรอบของมติดังนี้คือ

- ด้านสถานการณ์โลก
- ด้านสถานการณ์ปัจจุบัน
- ด้านกฎหมาย
- ด้านการผลิต
- ด้านเทคโนโลยี
- ด้านการสร้างสรรค์
- ด้านการตลาด
- ด้านจริยธรรม

2.2 เพื่อให้สามารถทำการประสานแนวคิดและประเด็นมุมมองระหว่างผู้ผลิตรายการทั่วไป และรายการข่าวให้มีวิสัยทัศน์กว้างขึ้น โดยเน้นที่ประโยชน์ของผู้ชมโดยรวมเป็นหลัก เพื่อติดต่อหาความรู้ ทั้งในด้านวิชาชีพและการบริหารจัดการในองค์กรสื่อให้กับผู้เข้ารับการอบรม

2.3 เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ด้านการเมือง กฎหมาย เศรษฐกิจ สังคม ฯลฯ รวมทั้งวิทยาการความรู้ใหม่ ๆ และจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชน ให้แก่บุคลากรในวิชาชีพสื่อมวลชนด้านวิทยุกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ รวมทั้งบุคลากรในสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้มีความรู้ ความเข้าใจและรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โลกในปัจจุบัน

2.4 เพื่อสร้างโอกาสให้สื่อมวลชนได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร องค์ความรู้ในแต่ละด้านจากหลากหลายช่องทาง ทั้งจากวิทยากรผู้บรรยาย และกลุ่มผู้เข้ารับการอบรมด้วยกันในสาขาวิชาชีพอื่น ๆ

3. กลุ่มเป้าหมาย

ตัวแทนจากสถานีโทรทัศน์บริการธุรกิจ ตัวแทนจากสถานีโทรทัศน์บริการสาธารณะ ตัวแทนจากบริษัทผู้ผลิตรายการ ตัวแทนจากสมาคมมีเดียเอเยนซี ตัวแทนจากบริษัทเอกชนขนาดใหญ่-กลาง นักวิชาการด้านสื่อมวลชนและตัวแทน กสทช. สคบ. อย. กองทุนสื่อ ฯลฯ จำนวนการรับสมัครเข้าร่วมอบรมจำนวน 55 คน หรืออย่างน้อยจำนวน 50 คน

4. ขอบเขตการดำเนินงาน

4.1. จัดทำแผนการดำเนินงานบริหารจัดการโครงการ โดยระบุรายละเอียดวิธีการดำเนินงาน และรายละเอียดในขั้นตอนต่าง ๆ

4.2. จัดทำแผนการปฏิบัติงาน (Action Plan) ให้ครอบคลุมการดำเนินงาน

4.3. จัดทำหลักสูตรการอบรม แบ่งเป็น 2 ส่วน คือภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ รายละเอียดดังต่อไปนี้

4.3.1. การบรรยายและอภิปราย เป็นการสร้างองค์ความรู้ ความเข้าใจที่ต้องเกี่ยวข้องกับเรื่อง การเมือง เศรษฐกิจ สังคม ฯลฯ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยียุคดิจิทัล และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ตาม เนื้อหาวิชาและหัวข้อที่กำหนด โดยเชิญวิทยากร ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญจากสถาบันต่าง ๆ โดยเฉพาะ ผู้บริหารระดับสูงที่มีประสบการณ์ด้านการบริหารจากหน่วยงานและองค์กรภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ใน หลักสูตรการอบรมยังได้กำหนดให้มีการเปิดให้ผู้เข้ารับการอบรมได้แลกเปลี่ยนมุมมองและความคิดเห็น ระหว่างกัน

4.3.2. การสัมมนา เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมอบรมเป็นผู้กำหนดหัวข้อหรือประเด็นที่สนใจหรือเป็น ข้อถกเถียงของสังคม เป็นการจัดเวทีเพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นและประสบการณ์ระหว่าง กัน

4.3.3. การจัดทำโครงการกลุ่ม (6 กลุ่ม) มีการแบ่งกลุ่มผู้เข้าอบรมออกเป็น 6 กลุ่ม เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมแต่ละกลุ่มได้มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์เพื่อกำหนดรูปแบบของการผลิตรายการและจัดทำตัวอย่าง รายการ

4.3.4. การศึกษาดูงาน แบ่งเป็นการศึกษาดูงานในองค์กรด้านสื่อหรือหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานอิสระที่เกี่ยวข้องกับสื่อ เพื่อช่วยเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจและประสบการณ์ ตลอดจนให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และความคิดเห็นระหว่างผู้เข้ารับการอบรมด้วยกัน แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การศึกษาดูงานในส่วนกลางหรือกรุงเทพฯ 1 ครั้ง และการศึกษาดูงานในส่วนภูมิภาค 1 ครั้ง ซึ่งผู้เข้าอบรม จะต้องมีส่วนร่วมในการศึกษาดูงานอย่างเหมาะสม

4.4. ขอบเขตของการจัดฝึกอบรมเป็นไปตามกลุ่มเป้าหมาย จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ คน ระยะเวลา 4 เดือน หรือประมาณ 16 สัปดาห์ ทุกวันเสาร์ เวลา 9.00 – 16.00 น. ประกอบด้วย

4.4.1. ภาควิชาการ ผู้เข้ารับการอบรมจะต้องเข้ารับการอบรมในชั้นเรียนทุกวันเสาร์ รูปแบบการ บรรยาย การอภิปรายและการสัมมนา โดยผู้เชี่ยวชาญและผู้เข้ารับการอบรมสามารถร่วมแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างกัน ตามหัวข้อที่กำหนด ประกอบด้วย

การบรรยายและอภิปราย	36	ชั่วโมง
การสัมมนา	24	ชั่วโมง
- การสัมมนากลุ่มย่อยในชั้นเรียน	18	ชั่วโมง
- การนำเสนอโครงการกลุ่ม	6	ชั่วโมง
การจัดทำโครงการกลุ่ม	12	ชั่วโมง
การศึกษาดูงาน 2 ครั้ง	24	ชั่วโมง
- ส่วนกลาง (1 ครั้ง)	6	ชั่วโมง
- ส่วนภูมิภาค (1 ครั้ง)	18	ชั่วโมง

4.4.2. ภาคปฏิบัติ การจัดทำผลงานกลุ่มในรูปแบบการผลิตรายการเสมือนจริง ผู้เข้ารับการอบรม ต้องกำหนดรูปแบบการผลิตรายการและจัดทำตัวอย่างรายการ เพื่อนำเสนอผลงานกลุ่มละ 30 นาที โดยคณะกรรมการหลักสูตรและกรรมการร่วมในการวิพากษ์ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการประเมินการผ่านการอบรมในหลักสูตร

4.5. จัดทำแผนการรับสมัครผู้เข้าร่วมอบรม

คุณสมบัติของผู้เข้ารับการอบรม ประกอบด้วย

- | | |
|---|-------------|
| 4.5.1. ตัวแทนจากสถานีโทรทัศน์บริการธุรกิจ | จำนวน 15 คน |
| 4.5.2. ตัวแทนจากสถานีโทรทัศน์บริการสาธารณะ | จำนวน 5 คน |
| 4.5.3. ตัวแทนจากบริษัทผู้ผลิตรายการ | จำนวน 15 คน |
| 4.5.4. ตัวแทนจากสมาคมด้านโฆษณาและมีเดียเอเยนซี | จำนวน 5 คน |
| 4.5.5. ตัวแทนจากบริษัทเอกชนขนาดใหญ่-กลาง | จำนวน 5 คน |
| 4.5.6. นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน | จำนวน 5 คน |
| 4.5.7. ตัวแทน กสทช. สคบ. อย. กองทุนสื่อ NGO ฯลฯ | จำนวน 5 คน |

*หมายเหตุ ผู้เข้าร่วมอบรมด้านสื่อมวลชน ต้องมีอายุ 30 – 40 ปี หรือมีประสบการณ์ด้านการผลิต รายการอย่างน้อย 5 ปี ส่วนผู้เข้าอบรมประเภทอื่นๆ ต้องมีอายุ 35 – 45 ปี

4.6. จัดทำเงื่อนไขการสำเร็จการอบรม ในการเข้าร่วมอบรมกำหนดเงื่อนไขการสำเร็จการอบรมไว้ดังต่อไปนี้

4.6.1. ต้องมีเวลาเข้าฟังและเสนอความคิดเห็นในห้องเรียนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 75 ของเวลาเรียนทั้งหมด

4.6.2. มีส่วนร่วมในกิจกรรมตลอดหลักสูตร โดยต้องเข้าร่วมในกิจกรรมการศึกษาดูงาน การจัดสัมมนากลุ่มย่อยและการจัดสัมมนาสาธารณะเพื่อนำเสนอผลงานโครงการกลุ่ม

4.6.3. การจัดทำผลงานกลุ่ม

4.7. จัดทำเนื้อหาหลักสูตรการอบรมในแต่ละหัวข้อให้สอดคล้องและเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของโครงการ โดยองค์ประกอบหลักสูตร แบ่งออกได้เป็น 4 หมวดวิชา จำนวน 36 ชั่วโมง ประกอบด้วย

- 4.7.1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม
- 4.7.2. ความรู้เรื่องภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไปและช่องทางการสื่อสารใหม่ ๆ
- 4.7.3. ความรู้และทักษะด้านการตลาดจากเนื้อหาในยุคดิจิทัล
- 4.7.4. ความรู้และทักษะด้านการผลิตรายการในหลากหลายช่องทางการสื่อสาร (Platforms)



บริษัท อีสรา ไทย เพรส เดเวลอปเม้นท์ จำกัด

ISRA Thai Press Development Co. LTD

538/1 ถนนสามเสน แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300 โทรศัพท์.0-2241-3905 โทรสาร. 0-2241-3906

หมวดวิชาที่ 1 ว่าด้วยความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม จำนวน 15 ชั่วโมง

- สถานการณ์การเมืองโลกที่มีผลกระทบต่อการเมืองไทย
- สถานการณ์เศรษฐกิจโลกที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย
- ปัญหาสิทธิมนุษยชนกับความเท่าเทียม

หมวดวิชาที่ 2 ว่าด้วยความรู้เรื่องภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไปและช่องทางการสื่อสารใหม่ ๆ จำนวน 6 ชั่วโมง

- ภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนไปกับโอกาสของรายการโทรทัศน์
- พฤติกรรมผู้บริโภคสื่อที่เปลี่ยนแปลงไปและการวิเคราะห์ข้อมูลเรตติ้งเพื่อการผลิตรายการ

หมวดวิชาที่ 3 ว่าด้วยความรู้และทักษะด้านการตลาดจากเนื้อหาในยุคดิจิทัล จำนวน 6 ชั่วโมง

- ความสำคัญของ Storytelling กับการผลิตรายการ
- Content Marketing เพื่อการผลิตรายการ
- การสร้าง Branding รายการ

หมวดวิชาที่ 4 ความรู้และทักษะด้านการผลิตรายการในหลากหลายช่องทางการสื่อสาร จำนวน 9 ชั่วโมง

- กระบวนการเตรียมการด้านเทคนิคการผลิตรายการ
- การกำหนดประเด็น และการค้นคว้าหาข้อมูลเพื่อการผลิตรายการ
- เทคนิคการผลิตรายการในแพลตฟอร์มที่หลากหลาย
- ภาวะผู้นำสำหรับผู้ผลิตรายการ

สัมมนากลุ่มย่อย

แบ่งเป็น 6 หัวข้อ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- Hard Talk
- สารคดีเชิงข่าว
- รายการประภคว์ร้องเพลง
- รายการผู้หญิง
- รายการเด็ก
- รายการท่องเที่ยวและอาหาร

Workshop

ให้ผู้เข้าอบรมแต่ละกลุ่ม คิดคอนเซ็ปต์รายการ การหาข้อมูลผลิตรายการ วิธีการทำการตลาด ออกอากาศที่ไหน ต้นทุนในการทำรายการ ฯลฯ โดยมีรายการ 2 ประเภท คือ รายการข่าว 3 กลุ่ม และรายการวาไรตี้ 3 กลุ่ม

(ร่าง)

กำหนดการหลักสูตรพัฒนาผู้ผลิตรายการสำหรับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์
ระหว่างวันที่ 18 พฤศจิกายน 2566 – 30 มีนาคม 2567

สัปดาห์ที่ 1 วันเสาร์ที่ 18 พฤศจิกายน 2566	
	การประชุมพิเศษ ผู้เข้าอบรมหลักสูตรพัฒนาผู้ผลิตรายการสำหรับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์
สัปดาห์ที่ 2 วันเสาร์ที่ 25 – อาทิตย์ที่ 26 พฤศจิกายน 2566	
	การสัมมนาเพื่อเตรียมตัวก่อนเข้ารับการอบรม (2 วัน 1 คืน) ดร.ชนะ ยาคี นายกสมาคมสื่อมวลชนลูกเสือไพรพนา
สัปดาห์ที่ 3 วันเสาร์ที่ 2 ธันวาคม 2566	
(หัวข้อ 1.1)	สถานการณ์เศรษฐกิจโลกที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย โดย รศ.ดร.สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์
(หัวข้อ 1.2)	ภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนไปกับโอกาสของรายการโทรทัศน์ โดย ถกลเกียรติ วีรวรรณ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่ม บริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)
สัปดาห์ที่ 4 วันเสาร์ที่ 9 ธันวาคม 2566	
(หัวข้อ 1.3)	ปัญหาสิทธิมนุษยชนและความเท่าเทียม โดย คุณศยามล ไกยูรวงศ์ กรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ
(หัวข้อ 2.1)	สถานการณ์การเมืองโลกที่มีผลกระทบต่อการเมืองไทย โดย พล.อ.เจตบุตร กระจาบุตร อธิบดีที่ปรึกษาพิเศษกองบัญชาการกองทัพไทย
สัปดาห์ที่ 5 วันเสาร์ที่ 16 ธันวาคม 2566	
(หัวข้อ 2.2)	พฤติกรรมผู้บริโภคสื่อที่เปลี่ยนแปลงไปและการวิเคราะห์ข้อมูลเรตติ้งเพื่อการผลิตรายการ โดย ดร.ธรรมาภุช จารุวัฒน์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ไอพีจี มีเดียแบรนด์ (ประเทศไทย)
(หัวข้อ 3.1)	เทคนิคการผลิตรายการในแพลตฟอร์มที่หลากหลาย โดย
สัปดาห์ที่ 6 วันศุกร์ที่ 22 ธันวาคม 2566	
	ศึกษาดูงานส่วนกลาง 1 ครั้ง (วันศุกร์) CEA สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และ Acts Studio
สัปดาห์ที่ 7 วันเสาร์ที่ 23 ธันวาคม 2566	
(หัวข้อ 3.2)	Content Marketing เพื่อการผลิตรายการ โดย ปารีชาติ กิจพัฒนศิลป์ Senior Producer รายการรู้ใหม่ใคร่สอด สถานีโทรทัศน์ช่อง ONE 31 สลิษา ชนเสนีวัฒน์ รองบรรณาธิการบริหาร ส่วนรายการข่าว (ข่าว 3 มิติ) วิชาธร วงษ์พันธ์ุ บรรณาธิการข่าวภูมิภาค สถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี HD (32)
	สัมมนากลุ่มย่อย กลุ่มที่ 1
วันเสาร์ที่ 30 ธันวาคม 2566	
	วันหยุดช่วงเทศกาลปีใหม่

สัปดาห์ที่ 8		วันเสาร์ที่ 6 มกราคม 2567	
(หัวข้อ 3.3)	สัมมนากลุ่มย่อย กลุ่มที่ 2		
	<p>ความสำคัญของ Storytelling กับการผลิตรายการ โดย คุณพงศ์สุข หิรัญพฤกษ์ Chief Executive Officer (CEO) บริษัท ไขว้ไร่ขีด จำกัด</p>		
สัปดาห์ที่ 9		วันเสาร์ที่ 13 มกราคม 2567	
(หัวข้อ 4.1)	<p>กระบวนการเตรียมการด้านเทคนิคการผลิตรายการ โดย ชวิศฐานิต ชัยชาติ Vice President ฝ่ายผลิตรายการ ช่องวัน 31 สถานีโทรทัศน์ช่องวัน HD (31)</p>		
	สัมมนากลุ่มย่อย กลุ่มที่ 3		
สัปดาห์ที่ 10		วันเสาร์ที่ 20 มกราคม 2567	
(หัวข้อ 4.2)	<p>การกำหนดประเด็น และการค้นคว้าหาข้อมูลเพื่อการผลิตรายการ โดย ประสาน อิงคนันท์ กรรมการผู้จัดการบริษัท บุญมีฤทธิ์ มีเดีย จำกัด และผู้ก่อตั้งสื่อออนไลน์มนุษย์ต่างวัย</p>		
	สัมมนากลุ่มย่อย กลุ่มที่ 4		
สัปดาห์ที่ 11		วันเสาร์ที่ 27 มกราคม 2567	
(หัวข้อ 4.3)	<p>ภาวะผู้นำสำหรับผู้ผลิตรายการ โดย ดร.พิสิทธิ์ พิพัฒน์โศภากุล กรรมการผู้จัดการ บริษัท ดี อิมเพรสชั่น เทรนนิ่ง จำกัด</p>		
	สัมมนากลุ่มย่อย กลุ่มที่ 5		
สัปดาห์ที่ 12		วันเสาร์ที่ 3 กุมภาพันธ์ 2567	
(หัวข้อ 4.4)	<p>การสร้าง Branding รายการ โดย กิตติพงษ์ วีระเตชะ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่มด้านการตลาดและนวัตกรรม กลุ่มบริษัท เดนท์ส โฮลดิ้งส์ (ประเทศไทย) จำกัด</p>		
	สัมมนากลุ่มย่อย กลุ่มที่ 6		
สัปดาห์ที่ 13		วันศุกร์ที่ 9 – วันอาทิตย์ที่ 11 กุมภาพันธ์ 2567	
	<p>ศึกษาดูงานภูมิภาค 1 ครั้ง (3 วัน 2 คืน) (วันศุกร์ – วันอาทิตย์)</p>		
สัปดาห์ที่ 14		วันเสาร์ที่ 17 กุมภาพันธ์ 2567	
	Workshop 1		
		วันเสาร์ที่ 24 กุมภาพันธ์ 2567	
	วันหยุดเนื่องในวันมาฆบูชา		

สัปดาห์ที่ 15	วันเสาร์ที่ 2 มีนาคม 2567
	Workshop 2
สัปดาห์ที่ 16	วันเสาร์ที่ 9 มีนาคม 2567
	Workshop 3
สัปดาห์ที่ 17	วันเสาร์ที่ 16 มีนาคม 2567
	Workshop 4
สัปดาห์ที่ 18	วันเสาร์ที่ 23 มีนาคม 2567
	Present เข้า 3 กลุ่ม
	Present ป้าย 3 กลุ่ม
สัปดาห์ที่ 19	วันเสาร์ที่ 30 มีนาคม 2567
สัปดาห์ที่ 16	ประเมินผลโครงการและมอบวุฒิบัตรและพิธีปิดโครงการ

***หมายเหตุ**

- กำหนดการฝึกอบรมที่ได้กำหนดรายชื่อวิทยากรไว้แล้วนั้น เป็นการติดต่อประสานงานล่วงหน้า ดังนั้นเมื่อถึงกำหนดการจริง อาจมีการเปลี่ยนแปลงวิทยากรหรือเปลี่ยนเวลาในการบรรยายได้ ในกรณีที่วิทยากรติดภารกิจด่วน ซึ่งการเชิญวิทยากรท่านอื่นมาทดแทน ทางบริษัทอีสราฯ จะเชิญวิทยากรที่มีคุณสมบัติและคุณวุฒิที่ใกล้เคียงกับวิทยากรท่านเดิม
- รายละเอียดของหลักสูตรจะเน้นในเรื่องการพัฒนาศักยภาพเพื่อการปรับตัวของผู้เข้าอบรมให้ทันกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป