

ส.ประชาสัมพันธ์ไทย เปิดตัวหนังสือ “กลยุทธ์การสื่อสาร ... ท่ามกลางการแข่งขันกับสถานการณ์วิกฤต” ส่งมอบให้สถาบันการศึกษาทั่วประเทศ



สมาคมประชาสัมพันธ์ไทย เปิดตัวหนังสือ “กลยุทธ์การสื่อสาร ... ท่ามกลางการแข่งขันกับสถานการณ์วิกฤต” ส่งมอบให้สถาบันการศึกษาทั่วประเทศ

ดร.พจน์ ใจชาญสุขกิจ นายกสมาคมประชาสัมพันธ์ไทย พร้อมด้วย คณะกรรมการบริหาร ได้แก่ ศักดิ์ชัย เรืองกิตติกุล เยาวลักษณ์ โหดรวานนท์ ศรีสุดา ธรรมบำรุง สุรัญญา เณลิมดิษฐ์ ณิชบุรณ พรวัตนเจริญ และ หม่อมหลวงชไมทิพ เทวกุล เปิดตัวหนังสือ “กลยุทธ์การสื่อสารองค์กร แปรนตร์ และสื่อสารการตลาด ท่ามกลางการแข่งขันกับสถานการณ์วิกฤต : Effective Corporate Communications, Brand and Marketing Communications Strategies in Crisis and Vibrant Competition” จัดทำขึ้นโดย สมาคมประชาสัมพันธ์ไทย เพื่อส่งเสริมงานวิชาการและพัฒนากิจการด้านการศึกษา ค้นคว้า วิจัย เอกสาร วิชาการ บทความ ทั้งด้านการผลิต เผยแพร่ ผ่านสื่อหรือกิจกรรมทางวิชาการต่างๆ เพื่อสนับสนุนวิชาชีพ การสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ เพื่อพัฒนานวัตกรรม องค์ความรู้ใหม่ๆ ทั้งต่อวิชาชีพและภาคสังคมมากยิ่งขึ้น เพื่อประโยชน์ที่เกิดขึ้น ทั้งภายในประเทศและในระดับสากล โดยหนังสือดังกล่าว จะได้ส่งมอบให้กับสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษาทั่วประเทศที่เปิดสอนทางด้านนิเทศศาสตร์ การสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ รวมถึงสาขาที่เกี่ยวข้อง สำหรับผู้สนใจทั่วไปสามารถสอบถามได้ที่ ศูนย์หนังสือจุฬา และสหกรณ์ร้านค้ามหาวิทยาลัยกรุงเทพ

.....

หนังสือ “กลยุทธ์การสื่อสารองค์กร แปรนตร์ และสื่อสารการตลาด ท่ามกลางการแข่งขันกับสถานการณ์วิกฤต” เป็น Communication Book ลำดับ ที่ 3 ของสมาคมประชาสัมพันธ์ไทย ที่ได้รวบรวมบทความจากผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้มีประสบการณ์ในแวดวง การสื่อสาร การประชาสัมพันธ์และการตลาด ด้วยบทวิเคราะห์ มุมมอง วิสัยทัศน์ ตลอดจนกรณีศึกษาที่ทันสมัย เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานทางด้านการสื่อสารแปรนตร์ ภาพลักษณ์ การสร้างและรักษาชื่อเสียงองค์กรในปัจจุบัน จากนักเขียนรับเชิญ อาทิ “IO : INFORMATION OPERATIONS ปฏิบัติการสารสนเทศ กลยุทธ์การสื่อสารท่ามกลางสถานการณ์วิกฤตและการแข่งขันของข้อมูลข่าวสาร” (ดร.พจน์ ใจชาญสุขกิจ) “ข่าวลือ ...ข่าวร้าย ทำลายแบรนด์” (ชาคริต ดิเรกวัฒนชัย) “ขยับพิชิตการสื่อสารแปรนตร์ผ่านหมอกความท้าทายในสังคมที่มีปฏิภริยาเร่ง : Instantaneous Culture and Contemporary Brand Communications” (กิตติพงษ์ วีระเดชะ และ ฤทธิเดช นิปกะกุล) “สื่อสารอย่างสร้างสรรค์ ตามให้ทันพฤติกรรมเปิดรับสื่อหลายหน้าจอ : Creative

Communication is necessary to keep up with Multi-screen Exposure Behavior” (ดร.ศุภศิลา ปุณฺณจิตต์เจือวงศ์) “COMMUNICATION STRATEGIES FOR CUSTOMER: AN IMPORTANT ISSUE FOR SUCCESSFUL BUSINESSES” (ดร.ปริยา รินรัตนกร) “กลยุทธ์สื่อสารองค์กร แบนด์ และสื่อสารการตลาด ท่ามกลางการแข่งขันกับสถานการณ์วิกฤต” (พีระพงษ์ กลิ่นละออ) “นวัตกรรมสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์และความผูกพันของมหาวิทยาลัยผ่านสื่อสังคมออนไลน์” (ณัฐบุรณ พรวัตนเจริญ) “การปรับตัวทางด้านประชาสัมพันธ์ และสื่อสารการตลาด ในยุคการตลาด 3.0” (ศุภอัคร ชวดระภูปะวณิช) “วิกฤติการตลาดครั้งนี้คุณตรวจเช็คพร้อมหรือยัง” (อรพรรณ ปัญชเสนศิริ) และ รายงานพิเศษเกาะติเวทีเสวนา “..มวลมหา PR กับวาระ REFORM..” โดยเนื้อหาในเล่ม จะใช้สำหรับติดตามความเคลื่อนไหว พัฒนาการของแวดวงสื่อสาร อ่างอิง ค้นคว้า รวมถึงการเผยแพร่ไปยังคณะนิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ สื่อสารมวลชน และบริหารธุรกิจ สถาบันในระดับอุดมศึกษา องค์กรเครือข่าย สื่อมวลชน รวมถึงการใช้ในกิจกรรมวิชาการที่เหมาะสม ด้วยความมุ่งมั่นในเจตนารมณ์ ของสมาคมประชาสัมพันธ์ไทย เพื่อส่งเสริมงานวิชาการและพัฒนาด้านการศึกษา ค้นคว้า วิจัย เอกสาร วิชาการ บทความ ทั้งด้านการผลิต เผยแพร่ ผ่านสื่อ หรือกิจกรรมทางวิชาการต่างๆ สนับสนุนการประชาสัมพันธ์ การสื่อสาร เพื่อเผยแพร่ ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ เอกลักษณ์ของไทย ตลอดจนสถาบันหลักของประเทศ