

แผนพัฒนา

คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลพระนคร

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีชั้นนำด้านการผลิตบัณฑิตมืออาชีพ

ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2560-2564)



RmutpFB



@rmutp



rmutp_twit



rmutpig



You
Tube RMUTP

<http://www.rmutp.ac.th>

ทิศทางการพัฒนาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศตามหลัก BSC



ประสิทธิผล



พัฒนากลยุทธ์ทางการเงิน และมีรายได้เพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการ
ออกนอกกระบบ

คุณภาพ



พัฒนาหลักสูตรใหม่ สร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าเก่า และ
สร้างฐานลูกค้าใหม่

ประสิทธิภาพ



พัฒนาระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพภายในคณะฯ

การพัฒนา



นำแนวคิด KM มาใช้ในการพัฒนาบุคลากร การจัดการศึกษา
และการปฏิบัติงาน

ทิศทางการพัฒนาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศตามหลัก BSC



• มุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth)

Objective	KPI	Baseline	Targets	Initiatives
นำแนวคิดการจัดการความรู้ (Knowledge Management -KM) มาใช้ในการพัฒนาบุคลากร การจัดการศึกษา และการปฏิบัติงาน	- จำนวนองค์ความรู้ทางสื่อสารมวลชน - การพัฒนาความสามารถทางวิชาชีพ ให้แก่คณาจารย์และนักศึกษา	ปี 2561 ปี 2561	ปีละ 3 เรื่อง - อาจารย์ 1 ครั้ง/ปี - ชั่วโมงกิจกรรมของนักศึกษา	1. พัฒนาศักยภาพการจัดการเรียนการสอน และการวิจัยของอาจารย์ 2. สนับสนุน ส่งเสริมการทำผลงานทางวิชาการเพื่อเพิ่มจำนวนอาจารย์ที่ได้ตำแหน่งทางวิชาการ 3. พัฒนาความสามารถการทำงานของพนักงานในด้านต่างๆ ให้มีเพิ่มขึ้น 4. มีคลังความรู้จากการจัดการความรู้ทางสื่อสารมวลชน (KM)

• การพัฒนาศักยภาพบุคลากร



คุณลักษณะอาจารย์
ที่พึงประสงค์



คุณลักษณะบุคลากร
สายสนับสนุนที่พึงประสงค์

ทิศทางการพัฒนาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศตามหลัก BSC



• มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Business Process)

Objective	KPI	Baseline	Targets	Initiatives
พัฒนาระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพภายในคณะฯ	- ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจากส่วนงานต่างๆ ของคณะฯ เพิ่มขึ้น	ปี 2561	ไม่ต่ำกว่า 80%	1. ใช้กระบวนการวิจัยเพื่อนำผลมาพัฒนา (R&D) หลักสูตรใหม่ที่ตอบสนองความพอใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย 2. จัดตั้งศูนย์แห่งความเป็นเลิศ (Center of Excellence-COE) ภายใต้ชื่อ “ศูนย์พัฒนาการสื่อสารเพื่อธุรกิจและสังคม” เพื่อหารายได้ในลักษณะศูนย์ลงทุน (Investment Center) และบ่มเพาะความสามารถทางวิชาชีพให้แก่คณาจารย์และนักศึกษา 3. พัฒนาการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service) 4. จัดกิจกรรมหรือช่องทางสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับศิษย์เก่าและผู้ปกครอง 5. ให้ความสำคัญในการนำแนวคิดการตลาดและการสร้างตราสินค้า (Branding) มาใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

• ระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพ



ศูนย์แห่งความเป็นเลิศ (Center of Excellence-COE) “ศูนย์พัฒนาการสื่อสารเพื่อธุรกิจและสังคม”



การวิจัยที่สนับสนุนการเรียนการสอน การพัฒนาหลักสูตร
การผลิตเอกสารและตำรา สนับสนุนภาคธุรกิจ SMEs และสังคม



สะสมองค์ความรู้ และความชำนาญจากการทำศูนย์ COE ไปใช้
ในการพัฒนาหลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรปริญญาตรี 4 ปี
และหลักสูตรต่อเนื่อง หลักสูตรปริญญาโท และหลักสูตรบูรณาการ



การบริการวิชาการและบริการสังคม เช่น การฝึกอบรม หลักสูตรระยะสั้น
การเป็นที่ปรึกษา ฯลฯ

การบ่มเพาะความสามารถทาง วิชาชีพให้แก่คณาจารย์และนักศึกษา

- การพัฒนาคุณภาพงานวิจัยและระบบบริหารงานวิจัยด้านการสื่อสารเจาะลึกประเด็นทางธุรกิจและสังคม
- แสวงหาความร่วมมือด้านวิชาการ วิชาชีพ และการวิจัย กับภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ ภาคเอกชน และวิสาหกิจชุมชน
- จัดกิจกรรมหรือช่องทางสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับศิษย์เก่า และผู้ปกครองเพื่อช่วยหากลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- การสร้างตราสินค้า (Branding) มาใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ทิศทางการพัฒนาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศตามหลัก BSC



• มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective)

Objective	KPI	Baseline	Targets	Initiatives
พัฒนาหลักสูตรใหม่ สร้างความสัมพันธ์ กับกลุ่มลูกค้าเก่า และสร้างฐานลูกค้าใหม่	- ป.ตรี (ต่อเนื่อง)	ปี 2561	1 หลักสูตร	1. พัฒนาหลักสูตรปริญญาตรี และปริญญาโทที่ตรงความต้องการของตลาดแรงงาน
	- ป.ตรี 4 ปี	ปี 2562	1 หลักสูตร	2. นำองค์ความรู้ที่คณะฯ จัดทำหลักสูตรระยะสั้นเพื่อสนับสนุนภาคธุรกิจ SMEs และสังคม
	- ป.โท	ปี 2562	1 หลักสูตร	3. มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับศิษย์เก่า ผู้ปกครอง โดยใช้หลักการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM)
	- หลักสูตรระยะสั้น	ปี 2561	เพิ่มขึ้นปีละ 1 หลักสูตร	4. แสวงหากลุ่มลูกค้าใหม่ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การทำ MOU ร่วมกับสถาบันการศึกษาที่เป็นเป้าหมาย การจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายผ่านโครงการประกวดที่คณะฯ จัดขึ้น ฯลฯ 5. มีอัตราส่วนผู้สมัครเข้าศึกษาต่อที่คณะฯ เพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5 ต่อปี

• กลุ่มลูกค้าของคณะฯ

ลูกค้าที่ทำให้เกิดรายได้

- นักศึกษา
- ภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ
ภาคเอกชน และวิสาหกิจ
ชุมชน
- หน่วยงาน/บุคคลทั่วไป
(เช่าทรัพยากร, หลักสูตร
ระยะสั้น)

ลูกค้าที่สนับสนุน

- ศิษย์เก่า
- ผู้ปกครอง
- องค์กรภายนอกที่มีความ
ร่วมมือกับคณะ (MOU)
- สถานประกอบการ

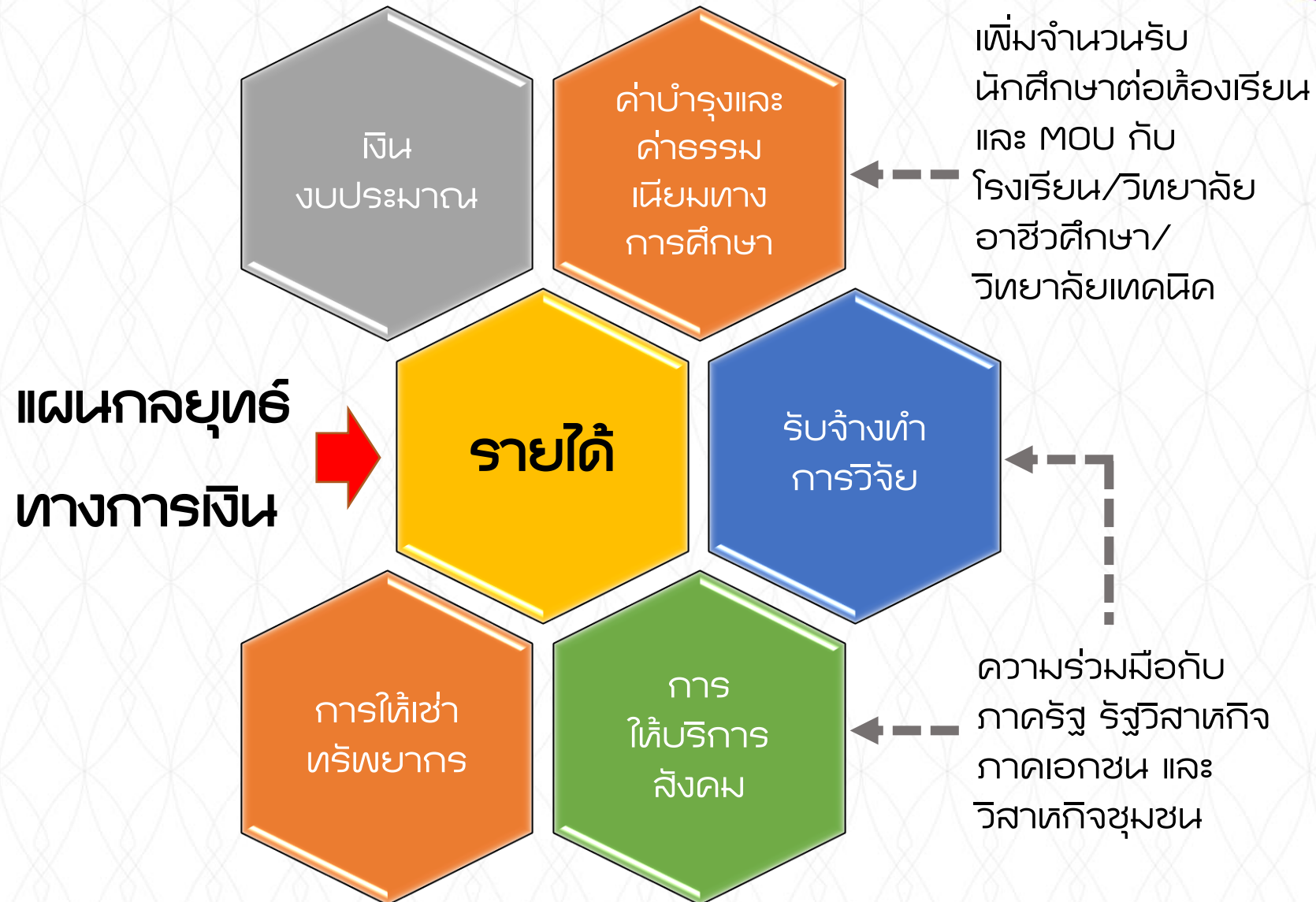
ทิศทางการพัฒนาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศตามหลัก BSC



• มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective)

Objective	KPI	Baseline	Targets	Initiatives
พัฒนาแผนกลยุทธ์ทางการเงิน และมีรายได้เพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการออกนอกกรอบ	รายได้เพิ่มขึ้นเทียบกับปีที่ผ่านมา	ปี 2561	7.5%	- จัดทำแผนกลยุทธ์ทางการเงินของคณะฯ โดยมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทางการเงินของคณะฯ ให้มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และตรวจสอบได้ - การหารายได้จะให้ความสำคัญด้านผลตอบแทนจากการลงทุนเป็นหลัก - ลดต้นทุนในการดำเนินงานต่างๆ เพื่อเพิ่มผลกำไรให้มากยิ่งขึ้น - เพิ่มรายได้จากค่าบำรุงและค่าธรรมเนียมทางการศึกษาโดยรับจำนวนนักศึกษาต่อห้องเพิ่มขึ้น - บริหารทรัพยากรของคณะฯ ที่มีอยู่ให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้น - หารายได้จากภายนอก เพื่อนำมาใช้ในการบริหารจัดการในกิจกรรมของคณะฯ

• แหล่งที่มาของรายได้



MCT@RMUTP Reaching for Goal



3Re-

- Profiling

Re

- Engineering

Re

- Marketing

Re



Revenue
Increasing

- ทิศทางการพัฒนา ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2560-2564)



บ่มเพาะวิชาชีพ วิชาการ
พัฒนาระบบงาน อย่างมีประสิทธิภาพ
สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ที่หลากหลายให้ชุมชน
เพิ่มกลวิธีหารายได้ ทุกช่องทาง

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มทร.พระนคร
1 กันยายน 2560