

แผนการจัดการความรู้ สำนักส่งเสริมการเรียนรู้และบริการวิชาการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
ประจำปีการศึกษา 2560

แบบฟอร์ม : แผนการจัดการความรู้ (km action plan)

ชื่อหน่วยงาน : สำนักส่งเสริมการเรียนรู้และบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

ประเด็นความรู้ : การตลาดออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน

ตัวชี้วัด (KPI) : ร้อยละ 80 ของบุคลากรภายในสำนักฯ สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้

ลำดับ	กระบวนการจัดการความรู้	กิจกรรม / การดำเนินการ	ระยะเวลา	ตัวชี้วัด	กลุ่มเป้าหมาย	ผู้รับผิดชอบ	เป้าหมาย
1.	การบ่งชี้ความรู้ (Knowledge identification)	แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินการจัดการความรู้	พฤศจิกายน 2560	มีคณะกรรมการดำเนินการจัดการความรู้	บุคลากรสำนักส่งเสริมการเรียนรู้และบริการวิชาการ	น.ส.วิไลลักษณ์ การญวงค์ ดร.วรรัตน์ สัมพัทธ์พงศ์	คำสั่งแต่งตั้ง คณะกรรมการ จำนวน 1 ฉบับ
		ประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ โดยประเด็นความรู้ที่ได้คือ การตลาดออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน	พฤศจิกายน 2560	มีการประชุมเพื่อระดมความคิดเห็น	บุคลากรสำนักส่งเสริมการเรียนรู้และบริการวิชาการ	น.ส.วิไลลักษณ์ การญวงค์ ดร.วรรัตน์ สัมพัทธ์พงศ์	ประชุม อย่าง น้อย 1 ครั้ง

ลำดับ	กระบวนการจัดการความรู้	กิจกรรม / การดำเนินการ	ระยะเวลา	ตัวชี้วัด	กลุ่มเป้าหมาย	ผู้รับผิดชอบ	เป้าหมาย
2.	การสร้างและแสวงหา ความรู้ (Knowledge Creation and Acquisition)	การค้นหาและรวบรวมความรู้ใน องค์ความรู้ที่ได้รับการคัดเลือก	มกราคม 2561	แหล่งแสวงหา ความรู้	บุคลากรสำนักส่งเสริม การเรียนรู้และบริการ วิชาการ	น.ส.วิไลลักษณ์ การญวงค์ ดร.วริรัตน์ สัมพัทธ์พงศ์	จำนวนแหล่ง ความรู้ อย่างน้อย 1 แหล่ง
3.	การจัดความรู้ให้เป็นระบบ (Knowledge Organization)	จัดทำระบบฐานข้อมูลเพื่อใช้ใน การจัดเก็บความรู้ที่ได้จากการ รวบรวม	กุมภาพันธ์ 2561	มีระบบฐานข้อมูล	บุคลากรสำนักส่งเสริม การเรียนรู้และบริการ วิชาการและบุคคลทั่วไป	น.ส.วิไลลักษณ์ การญวงค์ ดร.วริรัตน์ สัมพัทธ์พงศ์	มีระบบ ฐานข้อมูล อย่างน้อย 1 ระบบ
		รวบรวมความรู้ที่ได้เพื่อเผยแพร่ บนเว็บไซต์	กุมภาพันธ์ 2561	มีแหล่งเผยแพร่ ความรู้	บุคลากรสำนักส่งเสริม การเรียนรู้และบริการ วิชาการ	น.ส.วิไลลักษณ์ การญวงค์ ดร.วริรัตน์ สัมพัทธ์พงศ์	แหล่งเผยแพร่ ความรู้ อย่างน้อย 1 แหล่ง
4.	การประมวลและกลั่นกรอง ความรู้ (Knowledge Codfication and Refinement)	ร่วมกันพิจารณาทบทวนความ ถูกต้องของเนื้อหาประเด็นความรู้ ที่ได้จัดทำไว้อย่างเป็นระบบ	มีนาคม 2561	เกิดองค์ความรู้ใหม่ ในด้านการตลาด ออนไลน์	บุคลากรสำนักส่งเสริม การเรียนรู้และบริการ วิชาการ	น.ส.วิไลลักษณ์ การญวงค์ ดร.วริรัตน์ สัมพัทธ์พงศ์	องค์ความรู้ อย่างน้อย 1 เรื่อง

ลำดับ	กระบวนการจัดการความรู้	กิจกรรม / การดำเนินการ	ระยะเวลา	ตัวชี้วัด	กลุ่มเป้าหมาย	ผู้รับผิดชอบ	เป้าหมาย
5.	การเข้าถึงความรู้ (Knowledge Access)	เผยแพร่ความรู้ผ่านช่องทางต่างๆ ได้แก่ การจัดทำ Website facebook	มีนาคม 2561	มีช่องทางการ เข้าถึงความรู้	บุคลากรสำนักส่งเสริม การเรียนรู้และบริการ วิชาการและบุคคลทั่วไป	น.ส.วิไลลักษณ์ การญวงค์ ดร.วริรัตน์ สัมพัทธ์พงศ์	ช่องทาง อย่างน้อย 1 ช่องทาง
6.	การแบ่งปันแลกเปลี่ยน ความรู้ (Knowledge Sharing)	จัดกิจกรรมพบปะเพื่อแลกเปลี่ยน เรียนรู้ระหว่างบุคลากรสำนัก ส่งเสริมการเรียนรู้และบริการ วิชาการ	เมษายน 2561	มีกิจกรรม แลกเปลี่ยนความรู้ เรื่องการตลาด ออนไลน์สำหรับ ผลิตภัณฑ์ชุมชน	บุคลากรสำนักส่งเสริม การเรียนรู้และบริการ วิชาการ	น.ส.วิไลลักษณ์ การญวงค์ ดร.วริรัตน์ สัมพัทธ์พงศ์	กิจกรรม แลกเปลี่ยน ความรู้ อย่างน้อย 1 กิจกรรม
7.	การเรียนรู้ (Learning)	สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับมาใน รูปแบบและวิธีการต่างๆ ไปใช้ใน การปฏิบัติงาน	มิถุนายน 2561	ผู้ที่นำองค์ความรู้ ไปใช้งาน	บุคลากรสำนักส่งเสริม การเรียนรู้และบริการ วิชาการ	น.ส.วิไลลักษณ์ การญวงค์ ดร.วริรัตน์ สัมพัทธ์พงศ์	จำนวน อย่างน้อย 1 คน