มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ
Occupational Standard and Professional Qualifications

สาขาวิชาชีพการท่องเที่ยว การโรงแรม ภัตตาคารและร้านอาหาร
สาขาการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

จัดทำโดย สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)
ร่วมกับ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

1. ชื่อมาตรฐานอาชีพ

สาขาวิชาชีพการท่องเที่ยว การโรงแรม ภัตตาคารและร้านอาหาร สาขาการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

2. ประวัติการปรับปรุงมาตรฐาน

N/A

3. ทะเบียนอ้างอิง (Imprint)

N/A

4. ข้อมูลเบื้องต้น

สาขาวิชาชีพการท่องเที่ยว การโรงแรม ภัตตาคารและร้านอาหาร สาขาการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น
บทบาทครอบคลุมขอบเขตอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเฉพาะในท้องถิ่นเป็นหลักเท่านั้น โดยประกอบด้วย 6 อาชีพ ได้แก่ ผู้ประกอบการที่พักท้องถิ่น ผู้ประกอบการอาหารท้องถิ่น ผู้ประกอบการของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น นักเล่าเรื่องท้องถิ่น นักออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวท้องถิ่น และนักการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น

5. ประวัติการปรับปรุงมาตรฐานในแต่ละครั้ง

N/A

6. ครั้งที่

1

(รายละเอียดของชุดฝึกอบรมที่ได้รับการรับรองตามการปรับปรุงในแต่ละครั้ง แสดงในตารางข้างล่าง ข้อมูลครั้งล่าสุดจะแสดงอยู่ในบรรทัดบนสุด)

ครั้งที่ (อื่น ๆ) :

ครั้งที่ประกาศก่อนหน้านี้ วันที่ประกาศ

ข้อสังเกต :

การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ :

7. คุณวุฒิวิชาชีพที่ครอบคลุม (Professional Qualifications included)

สาขาวิชาชีพการท่องเที่ยว การโรงแรม ภัตตาคารและร้านอาหาร

สาขาการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

อาชีพนักการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น ระดับ 6

8. คุณวุฒิวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง (Related Professional Qualifications)

N/A

9. หน่วยสมรรถนะทั้งหมดในมาตรฐานอาชีพ (List of All Units of Competence within this Occupational Standards)

รหัสหน่วยสมรรถนะ	เนื้อหา
110101	เข้าใจพื้นฐานแนวโน้มการท่องเที่ยวและวางกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น
110201	วางแผนกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่สำหรับการท่องเที่ยวท้องถิ่น
110301	วางกลยุทธ์สินค้าราคาช่องทางการจัดจำหน่ายและการสื่อสารการตลาด
120101	บริหารเครื่องมือการตลาดอย่างครบวงจร

10. ระดับคุณวุฒิ

10.1 สาขาวิชาชีพการท่องเที่ยว การโรงแรม ภัตตาคารและร้านอาหาร สาขาการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น อาชีพนักการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น ระดับ 6

คุณลักษณะของผลการเรียนรู้ (Characteristics of Outcomes)

ผู้มีสมรรถนะทางเทคนิคในการประยุกต์หลักการ ในสาขาวิชาชีพการท่องเที่ยว การโรงแรม ภัตตาคารและร้านอาหาร สาขาการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยปฏิบัติงานที่ครอบคลุมสมรรถนะ ชั้น 5 ตลอดจนสามารถวางแผนกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่ (Marketing 4.0) สำหรับการท่องเที่ยวท้องถิ่นได้ โดยมีความรู้ความเข้าใจกระบวนการตัดสินใจของลูกค้า (Customer Journey) การวางกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดยุคใหม่แบบหลากหลายช่องทาง (Omni-Channel) การวางกลยุทธ์ Content Marketing สำหรับการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น พร้อมทั้งเข้าใจรูปแบบและแนวคิดการสร้าง Content สำหรับการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่นให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยสามารถเขียนเนื้อหาที่เหมาะสมกับองค์ประกอบต่าง ๆ ของ Content เช่น Caption / Core Message / Call to Action นอกจากนี้เข้าใจองค์ประกอบของตราสินค้า (Brand) และการออกแบบที่มี Brand Identity การวางกลยุทธ์ตราสินค้า (Branding) และนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม รวมถึงเข้าใจเครื่องมือการตลาดดิจิทัล โดยสามารถบริหารเครื่องมือการตลาดดิจิทัลและ Social Media ได้ พร้อมทั้งสามารถเลือกใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลและ Social Media ได้อย่างเหมาะสม ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ยังต้องเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการค้นหาข้อมูลบนสื่อออนไลน์ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า(Customer Insight) ทิศทาง แนวโน้มทางการตลาด และเทรนด์ความสนใจของนักท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ได้จากเครื่องมือการตลาดดิจิทัล ตลอดจนเข้าใจวิธีการโฆษณาบนสื่อออนไลน์ เช่น Facebook Ads Google Adwords รวมทั้ง สามารถวางแผนและบริหารการซื้อโฆษณาบนสื่อออนไลน์อย่างเหมาะสมตามงบประมาณวัตถุประสงค์และบริบทต่าง ๆ

การเลื่อนระดับคุณวุฒิวิชาชีพ (Qualification Pathways)

ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ อาชีพนักการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น ชั้น 6 ได้ต้องผ่านเกณฑ์การประเมิน ที่ครอบคลุมหน่วยสมรรถนะ ดังนี้
ชั้น 5 จำนวน 2 หน่วยสมรรถนะ ชั้น 6 จำนวน 2 หน่วยสมรรถนะ รวม จำนวน 4 หน่วยสมรรถนะ

หลักเกณฑ์การต่ออายุหนังสือรับรองมาตรฐานอาชีพ

N/A

กลุ่มบุคคลในอาชีพ (Target Group)

อาชีพนักการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น บุคคลในกลุ่มอาชีพนักการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น
ซึ่งมีหน้าที่ปฏิบัติงานในการทำการตลาดท่องเที่ยวให้แก่ท้องถิ่นทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ ได้แก่ ผู้ที่ทำการตลาดให้กับท้องถิ่น ผู้ที่ดูแลออนไลน์แพลตฟอร์ม (เช่น เฟสบุ๊ค เว็บไซต์ อินสตราแกรม ฯลฯ) ผู้ที่สร้างคอนเทนต์ออนไลน์ ผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของชุมชนทั้งภายในและภายนอก ผู้ที่รีวิวการท่องเที่ยวในท้องถิ่น เป็นต้น

หมายเหตุ : ผู้ที่จะเข้ารับการประเมินในอาชีพการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่นจะต้องเป็นผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องการการทำการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของท้องถิ่น

หน่วยสมรรถนะ (หน่วยสมรรถนะทั้งหมดของคุณวุฒิวิชาชีพนี้)

110101 เข้าใจพื้นฐานแนวโน้มการท่องเที่ยวและวางกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น
110201 วางแผนกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่สำหรับการท่องเที่ยวท้องถิ่น
110301 วางกลยุทธ์สินค้าราคาช่องทางการจัดจำหน่ายและการสื่อสารการตลาด
120101 บริหารเครื่องมือการตลาดอย่างครบวงจร

ตารางแผนผังแสดงหน้าที่

1. ตารางแสดงหน้าที่ 1

ประกาศใช้ ณ 22/04/2564

ตาราง 1 : FUNCTIONAL MAP แสดง KEY PURPOSE , KEY ROLES , KEY FUNCTION

ความมุ่งหมายหลัก Key Purpose	บทบาทหลัก Key Roles		หน้าที่หลัก Key Function	
คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย
ยกระดับการจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่นให้มีคุณภาพ และยั่งยืนบนพื้นฐานอัตลักษณ์ และวิถีไทยโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน	11	กำหนดกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่นดิจิทัล	1101	ศึกษาความต้องการ และคุณค่าที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสนใจ
			1102	ค้นหาอัตลักษณ์ คุณค่า และตราสินค้าท่องเที่ยวท้องถิ่น (Local Tourism Branding)
			1103	สร้างรูปแบบการสื่อสารการตลาดดิจิทัลแบบออนไลน์สู่ออฟไลน์ (Online to Offline)
	12	สร้างกิจกรรมการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่นดิจิทัล	1201	สร้าง Ecosystem การตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่นดิจิทัล

คำอธิบาย ตารางแผนผังแสดงหน้าที่เป็นแผนผังที่ใช้วิเคราะห์หน้าที่งานเพื่อให้ได้หน้าที่หลัก (Key Function)

2. ตารางแสดงหน้าที่ 1 (ต่อ)

ประกาศใช้ ณ 22/04/2564

ตาราง 2 : FUNCTIONAL MAP แสดง KEY FUNCTION , UNIT OF COMPETENCE , ELEMENT OF COMPETENCE

หน้าที่หลัก Key Function		หน่วยสมรรถนะ Unit of Competence		หน่วยสมรรถนะย่อย Element of Competence	
รหัส	**คำอธิบาย**	**รหัส**	**คำอธิบาย**	**รหัส**	**คำอธิบาย**
1101	ศึกษาความต้องการและคุณค่าที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสนใจ	110101	เข้าใจพื้นฐานแนวโน้มการท่องเที่ยวและวางกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น	11010 1.1	เข้าใจพื้นฐานกลยุทธ์การตลาดและการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น
				110101 .2	เข้าใจแนวโน้มปัญหาและความต้องการของลูกค้า(CustomerPainandGain)และคุณค่าที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายสนใจ(ValueProposition)
1102	ค้นหาอัตลักษณ์ คุณค่าและตราสินค้าท่องเที่ยวท้องถิ่น (Local Tourism Branding)	110201	วางแผนกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่สำหรับการท่องเที่ยวท้องถิ่น	11020 1.1	วางกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่(Marketing4.0)สำหรับการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น
				110201 .2	วางกลยุทธ์ContentMarketingสำหรับการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น
				110201 .3	วางกลยุทธ์การบริหารตราสินค้า(Brand)และBrandIdentity
1103	สร้างรูปแบบการสื่อสารการตลาดดิจิทัลแบบออนไลน์สู่ออฟไลน์ (Online to Offline)	110301	วางกลยุทธ์สินค้าราคาช่องทางการจัดจำหน่ายและการสื่อสารการตลาด	11030 1.1	วางกลยุทธ์สินค้าที่มีอัตลักษณ์(Signature)และมีการเล่าเรื่อง(StoryTelling)สำหรับการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น
				110301 .2	วางกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย(Place)กำหนดราคา(Price)และสื่อสารการตลาด(Promotion)ของการท่องเที่ยวท้องถิ่นตามความสนใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย
1201	สร้าง Ecosystem การตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่นดิจิทัล	120101	บริหารเครื่องมือการตลาดอย่างครบวงจร	12010 1.1	เข้าใจเครื่องมือการตลาดดิจิทัลและSocialMediaสำหรับการท่องเที่ยวท้องถิ่น
				120101 .2	วิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าและทิศทางการตลาดบนสื่อออนไลน์
				120101 .3	เลือกใช้เครื่องมือโฆษณาบนสื่อออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม

คำอธิบาย

ตารางแผนผังแสดงหน้าที่ (ต่อ) เป็นแผนผังที่ใช้วิเคราะห์หน้าที่งานหลังจากได้หน้าที่หลัก (Key Function) เพื่อให้ได้ หน่วยสมรรถนะ (Unit of Competence) และหน่วยสมรรถนะย่อย (Element of Competence)

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 110101

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ เข้าใจพื้นฐานแนวโน้มการท่องเที่ยวและวางกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น

3. ทบทวนครั้งที่ - / -

4. สร้างใหม่ ☑ **ปรับปรุง** ☐

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

อาชีพนักการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

หน่วยสมรรถนะนี้อธิบายถึง ความสามารถในการเข้าใจพื้นฐานกลยุทธ์การตลาดและการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น รวมถึงเข้าใจแนวโน้ม ปัญหา และความต้องการของลูกค้า (Customer Pain and Gain) และคุณค่าที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายสนใจ (Value Proposition)

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☐	☐	☑	☐	☐

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาการจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

9. ชื่ออาชีพและรหัสอาชีพอื่นที่หน่วยสมรรถนะนี้สามารถใช้ได้ (ถ้ามี)

N/A

10. ข้อกำหนดหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง (Licensing or Regulation Related) (ถ้ามี)

N/A

11. สมรรถนะย่อยและเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Elements and Performance Criteria)

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
110101.1 เข้าใจพื้นฐานกลยุทธ์การตลาดและการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น	1.1 เข้าใจพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) และ SWOT ของการท่องเที่ยวท้องถิ่น 1.2 แบ่งกลุ่มลูกค้า.(Segmentation) วางลูกค้าเป้าหมาย (Target Market)และ ตำแหน่งทางการตลาด(Positioning) ของการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น	ข้อสอบข้อเขียน
110101.2 เข้าใจแนวโน้มปัญหาและความต้องการของลูกค้า(Customer PainandGain)และคุณค่าที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายสนใจ(ValueProposition)	2.1 วิเคราะห์แนวโน้มการท่องเที่ยว คู่แข่ง ปัญหา และความต้องการของนักท่องเที่ยว 2.2 ระบุได้ถึงคุณค่าที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายมีความสนใจ	ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการวิเคราะห์สถานการณ์และแนวโน้มการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น
2. ทักษะการวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย (Customer Pain and Gain)
3. ทักษะการวางแผนการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น
4. ทักษะการวางลูกค้าเป้าหมายและตำแหน่งทางการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น (Market Segmentation Target Positioning)
5. ทักษะการเขียนคุณค่าสินค้าท่องเที่ยวท้องถิ่นให้ตรงกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายสนใจ (Value Proposition)

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้พื้นฐานด้านการท่องเที่ยว
2. ความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวท้องถิ่นด้วยเครื่องมือการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT)
3. ความรู้เกี่ยวกับการวางแผนการตลาด
4. ความรู้เกี่ยวกับแนวโน้มการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น
5. ความรู้เกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix)
6. ความรู้ด้านการเสนอคุณค่าที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายสนใจ (Value Proposition)
7. ความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย (Customer Pain and Gain)

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

ใบรับรองหรือหลักฐานที่แสดงถึงความสามารถในการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

ผลสอบข้อเขียน

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

การประเมินควรให้ความสำคัญกับบริบทเฉพาะของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การโรงแรม และ ภัตตาคาร

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาหลักฐานความรู้
2. พิจารณาหลักฐานการปฏิบัติงาน

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

-

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

กลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น ครอบคลุม

- การวิเคราะห์สถานการณ์ท่องเที่ยวท้องถิ่น การวิเคราะห์สถานการณ์cJtแนวโน้มการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่นด้วยการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT)

- การวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย (Customer Pain and Gain)

- การประเมินความต้องการและคุณค่าที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายสนใจ (Value Proposition)

- การวางแผนการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่นตรงกับความสนใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

- การวางลูกค้าเป้าหมาย (Target Market) และการแบ่งกลุ่มทางการตลาด (Market Segmentation)

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

กระบวนการและวิธีการประเมินให้ดูในคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 110201

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ วางแผนกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่สำหรับการท่องเที่ยวท้องถิ่น

3. ทบทวนครั้งที่ - / -

4. สร้างใหม่ ☑ **ปรับปรุง** ☐

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

อาชีพนักการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

หน่วยสมรรถนะนี้อธิบายถึง ความสามารถในการวางกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่ (Marketing 4.0) สำหรับการตลาดท่องเที่ยว รวมถึงการวางกลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) สำหรับการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น ตลอดจนวางกลยุทธ์การบริหารตราสินค้า (Branding) และอัตลักษณ์ของตราสินค้า (Brand Identity)

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☐	☐	☑	☐	☐

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาการจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

9. ชื่ออาชีพและรหัสอาชีพอื่นที่หน่วยสมรรถนะนี้สามารถใช้ได้ (ถ้ามี)

N/A

10. ข้อกำหนดหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง (Licensing or Regulation Related) (ถ้ามี)

N/A

11. สมรรถนะย่อยและเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Elements and Performance Criteria)

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
110201.1 วางกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่(Marketing4.0)สำหรับการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น	1.1 เข้าใจกระบวนการตัดสินใจของลูกค้า (Customer Decision Marketing -Process) ของการท่องเที่ยวท้องถิ่นในยุคการตลาด 4.0 1.2 วางกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดยุคใหม่แบบหลากหลายช่องทาง (Omni-Channel)	ข้อสอบข้อเขียน
110201.2 วางกลยุทธ์ContentMarketingสำหรับการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น	2.1 เข้าใจรูปแบบและแนวคิดการสร้าง Content สำหรับการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่นให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย 2.2 เขียนเนื้อหาที่เหมาะสมกับองค์ประกอบต่าง ๆ ของ Content เช่น Caption / Core Message / Call to Action เป็นต้น	ข้อสอบข้อเขียน
110201.3 วางกลยุทธ์การบริหารตราสินค้า(Brand)และBrandIdentity	3.1 เข้าใจองค์ประกอบของตราสินค้า (Brand) และการออกแบบที่มีอัตลักษณ์ (Brand Identity) 3.2 วางกลยุทธ์ตราสินค้า (Branding) และนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม	ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการสร้าง Content สำหรับการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่นให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
2. ทักษะการเขียนแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดยุคใหม่แบบหลากหลายช่องทาง (Omni-Channel)
3. ทักษะการวางกลยุทธ์บริหารตราสินค้า

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้เกี่ยวกับการตลาดสมัยใหม่
2. ความรู้เกี่ยวกับตราสินค้าและการสร้างเอกลักษณ์ให้กับตราสินค้า (Branding and Brand Identity)
2. ความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดยุคใหม่แบบหลากหลายช่องทางทั้ง (Omni-Channel)
3. ความรู้เกี่ยวกับการเขียนเนื้อหาที่เหมาะสมกับองค์ประกอบต่าง ๆ ของ การตลาดเชิงเนื้อหาท่องเที่ยวท้องถิ่น (Local Content Marketing)

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

ใบรับรองหรือหลักฐานที่แสดงถึงความสามารถในการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

ผลสอบข้อเขียน

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

การประเมินควรให้ความสำคัญกับบริบทเฉพาะของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การโรงแรม และ ภัตตาคาร

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาหลักฐานความรู้
2. พิจารณาหลักฐานการปฏิบัติงาน

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

-

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

- กลยุทธ์การบริหารตราสินค้า (Brand) ครอบคลุมถึงความเข้าใจในองค์ประกอบของตราสินค้าและการออกแบบตราสินค้าที่มีเอกลักษณ์ (Brand Identity) รวมทั้งความสามารถในการนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม

- Omni Channel เป็นช่องทางการสื่อสารกับลูกค้าเป้าหมาย (Target Market) อย่างหลากหลายช่องทาง โดยผสมผสานทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์

- การตลาดสมัยใหม่ ครอบคลุมถึง Marketing 4.0 และ 5A (Aware, Appeal, Ask, Act และ Advocate)

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

กระบวนการและวิธีการประเมินให้ดูในคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 110301

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ วางกลยุทธ์สินค้าราคาช่องทางการจัดจำหน่ายและการสื่อสารการตลาด

3. ทบทวนครั้งที่ - / -

4. สร้างใหม่ ☑ **ปรับปรุง** ☐

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

อาชีพนักการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

หน่วยสมรรถนะนี้อธิบายถึง ความสามารถในการวางกลยุทธ์สินค้าที่มีอัตลักษณ์ (Identity) โดยมีการเล่าเรื่อง (Story Telling) สำหรับการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น สามารถวางกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) กำหนดราคา (Price) และสื่อสารการตลาด (Promotion) ของการท่องเที่ยวท้องถิ่นตามความสนใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☐	☐	☑	☐	☐

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

9. ชื่ออาชีพและรหัสอาชีพอื่นที่หน่วยสมรรถนะนี้สามารถใช้ได้ (ถ้ามี)

N/A

10. ข้อกำหนดหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง (Licensing or Regulation Related) (ถ้ามี)

N/A

11. สมรรถนะย่อยและเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Elements and Performance Criteria)

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
110301.1 วางกลยุทธ์สินค้าที่มีอัตลักษณ์(Signature)และมีการเล่าเรื่อง(StoryTelling)สำหรับการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น	1.1 สร้างและนำเสนอสินค้าที่มีอัตลักษณ์ (Identity) ของการท่องเที่ยวท้องถิ่น เช่น ภูมิปัญญา สินค้า อาหาร วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographic Indications) 1.2 เข้าใจกลยุทธ์ในการเล่าเรื่อง (Storytelling) และเขียนเรื่องเล่าเพื่อให้สินค้าและบริการในท้องถิ่นมีความน่าสนใจและมีมูลค่าสูงขึ้น	ข้อสอบข้อเขียน
110301.2 วางกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย(Place)กำหนดราคา(Price)และสื่อสารการตลาด(Promotion)ของการท่องเที่ยวท้องถิ่นตามความสนใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย	2.1 เข้าใจรูปแบบและช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel) ทั้งแบบ B2B/ B2C และ Online/Offline 2.2 วางกลยุทธ์ราคาแบบ B2B และ B2C ของการท่องเที่ยวท้องถิ่น 2.3 รู้จักเครื่องมือสื่อสารการตลาดทั้ง Online และ Offline	ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการเขียนและนำเสนออัตลักษณ์ของสินค้าท่องเที่ยวในท้องถิ่น
2. ทักษะการเล่าเรื่อง
3. ทักษะการวางกลยุทธ์ราคาแบบ B2B และ B2C

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้เกี่ยวกับคุณค่า อัตลักษณ์ของท้องถิ่น และทรัพยากรท่องเที่ยวที่ท้องถิ่นที่สามารถส่งมอบให้นักท่องเที่ยว
2. ความรู้เกี่ยวกับการบริการการท่องเที่ยวท้องถิ่น
3. ความรู้เกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยว (Tourism Distribution Channel)
4. ความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์การกำหนดราคา (Price Strategy)
5. ความรู้เกี่ยวกับเครื่องมือสื่อสารการตลาดทั้ง Online และ Offline (Integrated Marketing Communication)
6. ความรู้เกี่ยวกับการเล่าเรื่อง (Storytelling) และเขียนเรื่องเล่าเกี่ยวกับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวท้องถิ่น

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

ใบรับรองหรือหลักฐานที่แสดงถึงความสามารถในการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

ผลสอบข้อเขียน

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

การประเมินควรให้ความสำคัญกับบริบทเฉพาะของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การโรงแรม และ ภัตตาคาร

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาหลักฐานความรู้
2. พิจารณาหลักฐานการปฏิบัติงาน

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ - (ข) คำอธิบายรายละเอียด

- วางกลยุทธ์ราคาแบบ B2B เป็นกลยุทธ์การตั้งราคาสำหรับลูกค้าองค์กร (Business – to - Business) - วางกลยุทธ์ราคาแบบ B2C เป็นกลยุทธ์การตั้งราคาสำหรับลูกค้าทั่วไป (Business – to - Customer)

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

กระบวนการและวิธีการประเมินให้ดูในคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 120101

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ บริหารเครื่องมือการตลาดอย่างครบวงจร

3. ทบทวนครั้งที่ - / -

4. สร้างใหม่ ☑ **ปรับปรุง** ☐

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

อาชีพนักการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

หน่วยสมรรถนะนี้อธิบายถึง ความสามารถในการเข้าใจเครื่องมือการตลาดดิจิทัล และ Social Media สำหรับการท่องเที่ยวท้องถิ่น วิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าและทิศทางการตลาดบนสื่อออนไลน์ เลือกใช้เครื่องมือโฆษณาบนสื่อออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☐	☐	☑	☐	☐

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

9. ชื่ออาชีพและรหัสอาชีพอื่นที่หน่วยสมรรถนะนี้สามารถใช้ได้ (ถ้ามี)

N/A

10. ข้อกำหนดหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง (Licensing or Regulation Related) (ถ้ามี)

N/A

11. สมรรถนะย่อยและเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Elements and Performance Criteria)

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
120101.1 เข้าใจเครื่องมือการตลาดดิจิทัลและSocialMediaสำหรับการท่องเที่ยวท้องถิ่น	1.1 เลือกใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลและ Social Media ได้อย่างเหมาะสม ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย 1.2 เข้าใจเรื่องการค้นหาข้อมูลบนสื่อออนไลน์ และ Search Engine Optimization	ข้อสอบข้อเขียน
120101.2 วิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าและทิศทางการตลาดบนสื่อออนไลน์	2.1 เข้าใจวิธีการหาและวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า (Customer Insight) จากเครื่องมือการตลาดดิจิทัล 2.2 สามารถค้นหาทิศทาง แนวโน้มทางการตลาดและเทรนด์ความสนใจของนักท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ได้	ข้อสอบข้อเขียน
120101.3 เลือกใช้เครื่องมือโฆษณาบนสื่อออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม	3.1 เข้าใจวิธีโฆษณาบนสื่อออนไลน์ อาทิ เช่น Facebook Ads Google Adwords 3.2 วางแผนและบริหารการซื้อโฆษณาบนสื่อออนไลน์อย่างเหมาะสมตามงบประมาณวัตถุประสงค์และบริบทต่าง ๆ 3.3 เข้าใจรายงานของการโฆษณาออนไลน์และพัฒนาประสิทธิภาพในการโฆษณาได้อย่างมีประสิทธิภาพ	ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. เลือกใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลและ Social Media
2. ทักษะการคัดเลือกและเผยแพร่สื่อต่าง ๆไปยังเครือข่ายการตลาดและช่องทางประชาสัมพันธ์ออนไลน์ Google Trend Facebook Insight
3. ทักษะการใช้ Search Engine
4. ทักษะการซื้อโฆษณาบน Facebook Ads และ Google Adwords

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้เกี่ยวกับ Facebook Ads Manager
2. ความรู้เกี่ยวกับ Facebook Marketing และ Google Adwords
3. ความรู้เกี่ยวกับ Google Trend Facebook Insight

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

หลักฐานที่ต้องการจะกำหนดข้อแนะนำเกี่ยวกับการประเมิน และควรที่จะใช้ประกอบร่วมกันกับเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Performance Criteria) และทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

ใบรับรองหรือหลักฐานที่แสดงถึงความสามารถในการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

ผลสอบข้อเขียน

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

การประเมินควรให้ความสำคัญกับบริบทเฉพาะของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การโรงแรม และ ภัตตาคาร

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาหลักฐานความรู้
2. พิจารณาหลักฐานการปฏิบัติงาน

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

-

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การบริหารเครื่องมือการตลาดดิจิทัลและ Social Media ครอบคลุมความเข้าใจในเครื่องมือการตลาดดิจิทัล และ Social Media วิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าและทิศทางการตลาดบนสื่อออนไลน์ และรวมถึงความสามารถในการเลือกใช้เครื่องมือโฆษณาบนสื่อออนไลน์ได้อย่างเหมาะสมตามงบประมาณวัตถุประสงค์และบริบทต่าง ๆ

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

กระบวนการและวิธีการประเมินให้ดูในคู่มือประเมิน